

# HOGAR, crecimiento y rentabilidad

El Ramo de Hogar de Línea Directa se ha convertido en una garantía de diversificación, sinergias y crecimiento para el Grupo. En poco más de una década, aporta casi el 12% de la facturación total de la compañía y el 19% de la cartera, que, en 2018, alcanzó los 568.000 clientes.



## OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS Y DIGITALIZACIÓN

Durante el pasado año, la Línea de Negocio de Hogar ha apostado por reducir al máximo los soportes analógicos en los procesos de trabajo, siempre con el objetivo de enriquecer la experiencia de cliente con procedimientos flexibles, eficientes y cómodos. En este sentido, dentro del Plan de Digitalización de la compañía, se han implementado numerosas mejoras que permiten que los clientes puedan realizar sus gestiones a través del canal Web sin necesidad de llamar por teléfono.

Esta apuesta por la eficiencia incluye la digitalización de la consulta de la póliza y la posibilidad de que el cliente pueda gestionar las actualizaciones de capitales asegurados, la inclusión de datos hipotecarios, la apertura de partes de accidente

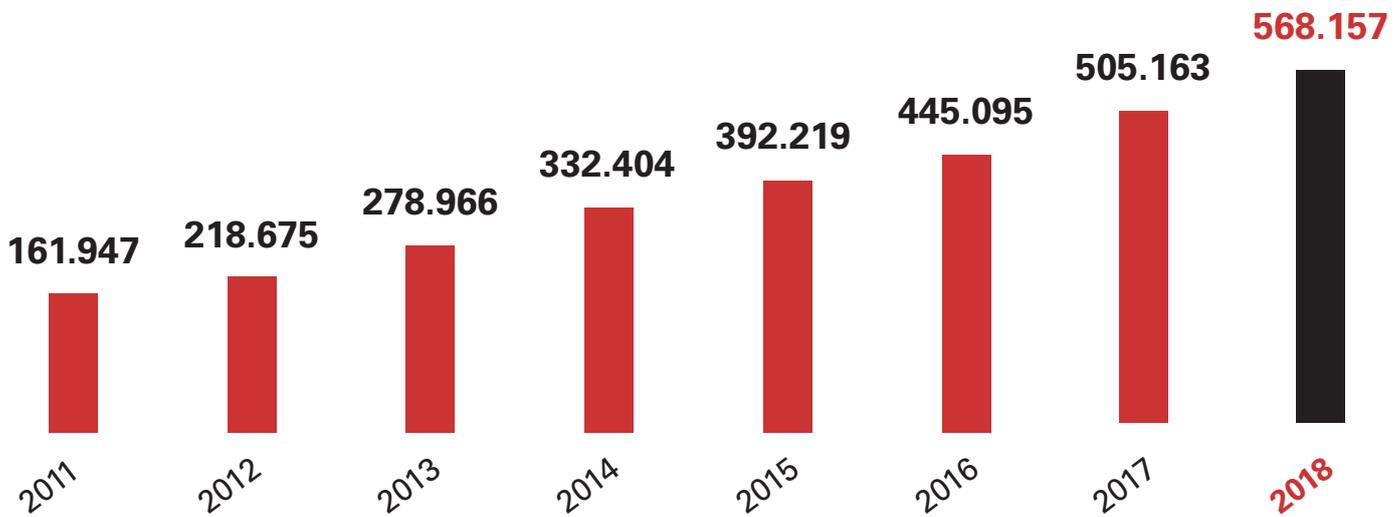
o el cambio de domiciliación bancaria, entre otros muchos. Además, durante 2018, se ha consolidado la firma electrónica tanto en las condiciones particulares como en sus actualizaciones, un proceso que 9 de cada 10 clientes prefieren hacer a través de este canal. También se han continuado implementado importantes mejoras en la Unidad de Respuesta de Voz (VRU), que han permitido mejorar el servicio, y se ha consolidado la especialización de los gestores de ventas por canal de generación de demanda, una medida que ha arrojado resultados excelentes.

Los resultados que la Línea de Negocio de Hogar de Línea Directa ha obtenido durante 2018 han vuelto a superar todas las expectativas. De hecho, durante el pasado ejercicio, el volumen de primas devengadas por el seguro de Hogar de la compañía ha superado los 100,7 millones de euros, lo que supone un 12,4% más que el ejercicio anterior y casi el 12% de la facturación total del Grupo. Estos resultados consolidan a Línea Directa como la compañía sin intermediación con mayor volumen de facturación del Ramo de Hogar, un negocio en el que ya ocupa la 15ª posición del ranking general sin haber recurrido a compras o fusiones.

En lo relativo al volumen de cartera, el seguro de Hogar de Línea Directa ha crecido en 63.000 pólizas netas, lo que supone que la Línea de Negocio de Hogar aporta ya el 29% del crecimiento neto de la compañía, dos puntos más que el pasado ejercicio. Este incremento de cartera, basado en una extraordinaria relación entre los precios competitivos y las coberturas de calidad, ha permitido a la compañía alcanzar las 568.000 pólizas en solo 11 ejercicios.

El año 2019 se seguirá potenciando la digitalización de numerosos servicios y gestiones, en los que está previsto implementar herramientas de Inteligencia Artificial y tecnologías *chatbot*, que vendrán acompañadas de importantes mejoras en todos los flujos de trabajo. En este sentido, la Línea de Negocio de Hogar continuará desarrollando su apuesta por la autogestión del cliente en todos aquellos servicios que no precisen del apoyo de un especialista, un objetivo que potenciará la calidad y la agilidad del servicio.

## UN CRECIMIENTO CONSTANTE



Facturación  
**+12,4%**  
 100,7 Millones de euros

Multirisgo aporta el **11,8%** de la facturación total del Grupo Línea Directa

## INFORME

## “LA SOSTENIBILIDAD Y EL CONSUMO EN LOS HOGARES ESPAÑOLES”

En 2018, la División de Hogar de Línea Directa publicó el estudio “La sostenibilidad y el consumo en los hogares españoles” que analizaba las prácticas que, en materia de reciclaje y cuidado del medioambiente, suelen ser comunes en los hogares de nuestro país.

Una de las principales conclusiones del informe es que 5,6 millones de ciudadanos creen que la preocupación por el medioambiente es una moda y que no se toman las medidas suficientes. De hecho, más del 50% afirma que el proceso de reciclado es inadecuado, ya que no sólo se guía por criterios medioambientales y también responde a intereses de las empresas privadas que lo gestionan.

Además, los consumidores españoles demostraron ser muy críticos con determinadas prácticas de los hipermercados, a los que acusaron de ser poco respetuosos con el medioambiente en el envasado de productos. De hecho, el 85% de los ciudadanos creen que empaquetar con plástico los productos frescos y perecederos es “un gasto innecesario y poco sostenible” que se contradice con la política de los hipermercados de cobrar por las bolsas de la compra.

**Olga Moreno**

Directora de la Línea de Negocio de Hogar

“La División de Hogar de Línea Directa se ha consolidado como un referente en materia de crecimiento, ya que durante el pasado año aportó el 29% del crecimiento neto de la cartera de clientes de la compañía, logrando así nuestro principal objetivo: generar volumen, diversificación y rentabilidad al Grupo”.