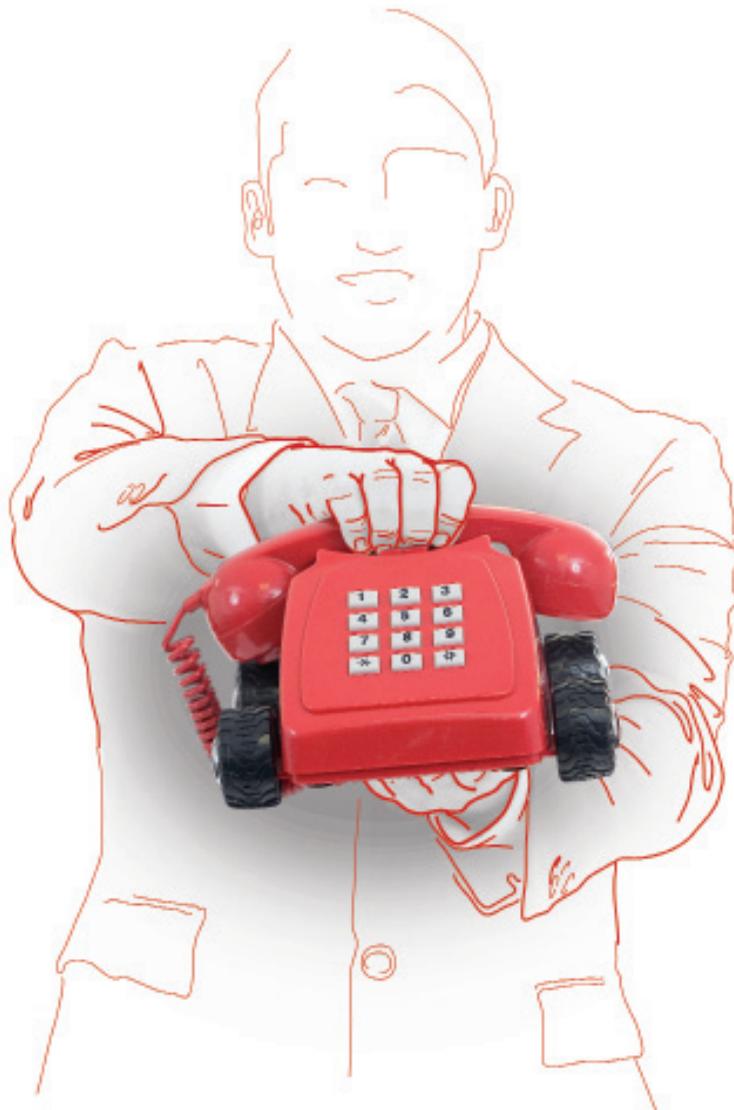


Memoria Corporativa

2013



Compromisos de futuro



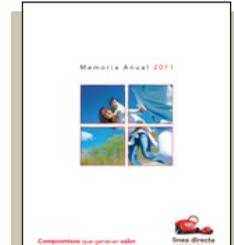
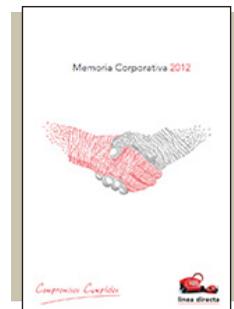
linea directa

Memoria Corporativa 2013

Todas las memorias anuales de Línea Directa están disponibles en formato pdf, para ver online o descargar, en la web:
<http://info.lineadirecta.com>

Para obtener una copia en papel puede solicitarla al Departamento de Comunicación Externa y Responsabilidad Corporativa de Línea Directa en el email:
comunicacion.externa@lineadirecta.es
o en el teléfono: **91 807 20 00**.

Memorias anteriores



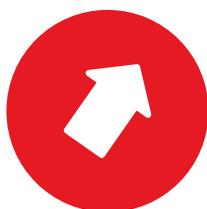
Memoria Corporativa
2013



linea directa

Los principales datos del año

Por tercer año consecutivo, el Grupo Línea Directa ha batido su récord de beneficio, alcanzando los 128,5 millones de euros, casi un 6% más que en 2012. Además, ha superado ampliamente los 2 millones de clientes y ha registrado un Ratio Combinado de 87,7%, 9 puntos menos que la media del sector.



BAI

(Beneficio Antes de Impuestos)



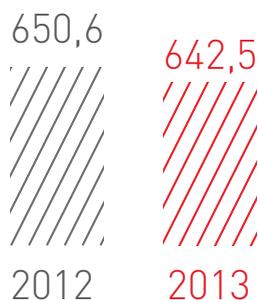
Millones de euros

+5,8%



Facturación

(Primas)



Millones de euros

-1,3%



Recursos Propios



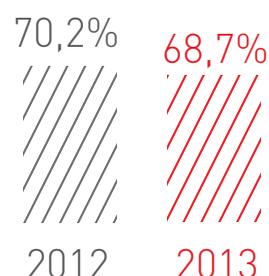
Millones de euros

+7,2%



Siniestralidad

(Neta)



-1,5 pp

2013



Cientes

(Número de pólizas en cartera)



Autos

1,8 millones +3%

Hogar

0,3 millones +27,6%



Empleados



Mujeres

58%

Universitarios

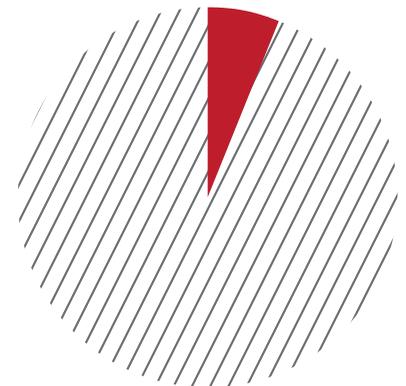
62%

Nacionalidades

22



Cuota de mercado



6,3%

En pólizas

► Un año más, me complace presentar una nueva edición de la Memoria Corporativa del Grupo Línea Directa, que refleja la actividad de la compañía en sus tres dimensiones: económica, social y medioambiental. El informe, que, por segundo año consecutivo sigue los parámetros internacionales GRI (*Global Reporting Initiative*), trata de reflejar el firme compromiso de Línea Directa con la transparencia, la generación de valor y la responsabilidad. Una apuesta que nos ha permitido ser considerados como una de las 100 empresas con mejor reputación de nuestro país, subiendo 18 puestos respecto al año anterior y consolidándonos como una de las 5 primeras aseguradoras de España en términos de reputación.

tir, un año más, nuestro récord de rentabilidad, alcanzando un Beneficio antes de Impuestos de 128,5 millones de euros, un 5,8% más que en el ejercicio anterior.

También cabe destacar los excelentes resultados de dos indicadores críticos para la actividad aseguradora: el ratio combinado y la siniestralidad neta, que, gracias a una excelente suscripción del riesgo, han vuelto a arrojar cifras inéditas, descendiendo hasta un 87,7% y un 68,7% respectivamente. Todo ello ha contribuido a situar al Superávit en el Margen de Solvencia del Grupo en el 385,5% del mínimo legal exigido, consolidándonos como una de las aseguradoras más rentables, sólidas y eficientes de nuestro país.

Fruto de estos excelentes resultados, el Consejo de Administración de Línea Directa decidió recientemente nombrar a Miguel Ángel Merino nuevo Consejero Delegado de la compañía. En los últimos 3 ejercicios, su gestión y su liderazgo como Director General han permitido a Línea Directa incrementar su beneficio en un 36% y su cartera de clientes en casi 300.000 nuevos asegurados.

La clave del éxito de Línea Directa ha sido impulsar una estrategia basada en la eficiencia y la innovación, lo que le ha permitido ofrecer más resistencia y flexibilidad frente a un entorno adverso. De hecho, pese al ligero repunte en las ventas de vehículos vivido en los últimos

meses del año, la industria del automóvil ha cerrado 2013 como uno de los peores ejercicios de la década, lo que ha repercutido notablemente en la facturación del sector. Esta situación se ha agravado con el trasvase de las coberturas más completas a las más sencillas producido, entre otros factores, por el envejecimiento del parque y por el descenso del poder adquisitivo de los consumidores.

Frente a ello, Línea Directa ha apostado por la innovación y la especialización en sus productos y servicios. No en vano, el resultado de Nuez y Penélope Seguros, nuestras nuevas marcas, el comportamiento de la Línea de Negocio de Hogar, que ha alcanzado las 280.000 pólizas, y una correcta y rigurosa selección del riesgo asegurador, han sido decisivas a la hora de alcanzar nuestros objetivos de negocio y consolidar a Línea Directa como un verdadero motor de rentabilidad en el sector.

El año 2014 se presenta lleno de retos. Para afrontarlos, es vital recuperar el crecimiento en las primas del ramo de Autos, consolidar a Hogar y a nuestras nuevas marcas como motor de diversificación y especialización del Grupo y apostar por la generación de valor a través de la tecnología y la innovación, dos atributos que forman parte de la esencia de la compañía. Todo ello nos permitirá acercarnos a nuestro verdadero objetivo: ser cada día mejores, ser cada día más grandes.

“Los resultados del año 2013 sitúan a Línea Directa como una de las aseguradoras más rentables, sólidas y eficientes del sector”.

Para Línea Directa, 2013 ha sido un ejercicio histórico, en el que han coincidido dos hitos de gran relevancia. El primero de ellos, ha sido superar ampliamente los 2 millones de clientes de forma completamente orgánica, sin recurrir a fusiones o adquisiciones, lo que convierte a la compañía en un caso de éxito en el sector. El segundo gran logro del ejercicio ha sido ba-

Diálogo con el Consejero Delegado



En enero de 2014, el Consejo de Administración de Línea Directa ha nombrado a **Miguel Ángel Merino** nuevo Consejero Delegado de la compañía. Junto a Fernando Prado, Director General de Reputation Institute, repasa en esta entrevista los principales hitos logrados por la aseguradora durante el pasado ejercicio.

► **Fernando Prado.- Quería comenzar esta conversación felicitándole por su nombramiento. ¿Qué supone ser el CEO de Línea Directa, después de tantos años en la compañía?**

Miguel Ángel Merino.- Mi nombramiento como Consejero Delegado de Línea Directa es un honor y un reconocimiento a mi trayectoria en la compañía, a la que he dedicado casi 20 años de mi vida, los 3 últimos como Director General. Es, por tanto, el final de un proceso largo y apasionante en el que he visto crecer a Línea Directa de una forma extraordinaria hasta consolidarse como un caso de éxito único en nuestro sector. Por otra parte, mi nombramiento

como Consejero Delegado conlleva también una enorme responsabilidad, ya que, bajo mi dirección, la compañía ha de afrontar un reto extraordinario: convertirse en una aseguradora multiramo y multiproducto con una vocación muy definida: ser verdaderamente grandes.

F. P.- Han cerrado 2013 con unas cifras excelentes, ¿cómo valora el ejercicio?

M.Á.M.- Creo que 2013 ha sido un año extraordinario, con cifras absolutamente récord. Hemos registrado un Beneficio antes de Impuestos de 128,5 millones de euros y hemos incrementado la cartera de

clientes en 120.000 pólizas netas hasta alcanzar los 2,1 millones de asegurados. Estos dos logros los hemos conseguido gracias a una excelente suscripción en materia de riesgos y a una política comercial muy dinámica, basada en la especialización en productos y servicios y en una oferta flexible, competitiva y atractiva.

F. P.- Estos resultados se han logrado en un contexto económico muy complejo, donde el ramo de Autos ha decrecido de nuevo. ¿Cómo ve al sector asegurador? ¿Cuáles son sus perspectivas?

M.Á.M.- El sector asegurador es, por definición, un negocio anticíclico, con márgenes muy estables,



“La reputación en el sector asegurador es clave. Hemos trabajado para buscar un posicionamiento diferenciador”.

aunque es cierto que, como todos los sectores financieros, es vulnerable a los condicionantes externos. En este sentido, el desplome en la venta de vehículos nuevos y el trasvase en las coberturas de los productos más completos a los más sencillos, han afectado notablemente a la facturación del sector, que ha decrecido por sexto año consecutivo. Ante esta situación, Línea Directa ha apostado por impulsar la especialización en su oferta comercial, poniendo en valor la calidad en su comunicación publicitaria y depurando aún más su selección del riesgo, lo que nos ha permitido batir nuestro récord de beneficio durante 3 ejercicios consecutivos. O dicho de otra manera: hemos ganado más ingresando menos.

En cualquier caso, es fundamental que el sector recupere el crecimiento. Muchas compañías ya no ganan dinero con la actividad aseguradora, dependiendo demasiado de los ingresos financieros para cuadrar sus cuentas. Por otra parte, el previsible repunte de la siniestralidad y la aprobación del nuevo Baremo pueden afectar decisivamente a algunas aseguradoras. Por eso, es evidente que hay muchos deberes pendientes para todos.

F. P.- Otro de los campos donde han trabajado intensamente en el último ejercicio ha sido el de la reputación. ¿Cuál cree que es el papel de la reputación en un sector como el asegurador?

M.Á.M.- Creemos firmemente en la reputación como elemento generador de valor, sobre todo en un sector como el nuestro, en el que existe una oferta comercial muy variada y cierta disposición al cambio. En este sentido, el seguro se ha convertido en una *commodity* en el que el precio sigue siendo el principal reclamo, pero en el que la reputación juega un papel absolutamente diferenciador.

Por eso en 2013, hemos querido testar la percepción y la reputación

de nuestra marca entre algunos de nuestros grupos de interés, incluyendo un completo *benchmarking* realizado por Reputation Institute. Nuestro objetivo es buscar un nuevo posicionamiento en el que queremos pasar de ser los mejores entre los más baratos para convertirnos en los más competitivos entre las mejores.

Fruto de este trabajo y de los buenos resultados de negocio, MERCO nos ha reconocido por segundo año consecutivo como una de las 100 compañías con mejor reputación, subiendo 18 puestos respecto al año anterior hasta alcanzar el puesto 64, todo un hito en una compañía de nuestra juventud.

F. P.- En 2013 Línea Directa ha dado un salto cualitativo en su estrategia de comunicación publicitaria. ¿Qué resultados han tenido las nuevas campañas?

M.Á.M.- A principios de este año, pusimos en marcha una nueva campaña que recuperaba la figura del prescriptor, que en este caso es Matías Prats, y que apostaba por la calidad de nuestros servicios como principal reclamo comercial sin perder de vista el precio. Esta estrategia se resumía en un *claim* fresco,

directo y sencillo: "Línea Directa lo tiene todo pero por mucho menos". El objetivo de la campaña era posicionar a Línea Directa como un referente reputacional en su sector, algo que, poco a poco, estamos logrando en los últimos años.

En 2013 también nos convertimos en la primera aseguradora en vincular el precio del seguro a los 15 puntos en el carné de conducir, siempre con el objetivo de premiar a los buenos conductores. Los resultados han sido excepcionales en ambos casos, ya que en el último año hemos crecido en 120.000 clientes netos, una cifra muy considerable teniendo en cuenta el entorno socioeconómico.

F. P.- ¿Cree que la apuesta de Línea Directa por las prácticas responsables han tenido un peso determinante a la hora de mejorar la percepción de la reputación?

M.Á.M.- Sin ninguna duda. El año 2013 hemos concluido el primer Plan Director de Responsabilidad Corporativa de Línea Directa, que se asienta sobre cuatro líneas de actuación, conocidas como las 4 "C": Carretera, Casa, Clima y Corporativo. Las líneas de actuación de Casa y Carretera giran en torno a la seguridad, un concepto muy ligado a nuestra actividad de negocio. La sostenibilidad y el respeto al medio ambiente protagonizan la línea de actuación de Clima, mientras que el ámbito Corporativo integra valores e iniciativas que tienen como principal protagonista a las personas.

Durante 2013, Línea Directa ha trabajado conjuntamente con Forética en la elaboración y puesta en marcha del Nuevo Plan de

Responsabilidad Corporativa del Grupo para el trienio 2014-2016, que incluye una identificación de oportunidades a futuro y una revisión detallada de los avances del anterior Plan.

F. P.- Durante el pasado año, ¿qué iniciativas ha desarrollado Línea Directa en este ámbito?

M.Á.M.- Entre otras muchas acciones, hemos apostado por la investigación como medio de promover los hábitos de conducción segura. En este sentido, hemos realizado un estudio sobre los "Mitos y falsas creencias sobre los controles de alcoholemia", que analizaba los principales mitos de los conductores españoles sobre un fenómeno que sigue causando cientos de muertes todos los años.

Además, durante el pasado año también hemos elaborado varios informes de gran interés social sobre aspectos relacionados con los vehículos, los conductores o el sector asegurador, tales como el "2º Barómetro del Fraude en el Seguro de Autos" y "El robo de vehículos en España", que lograron una gran repercusión en los medios de comunicación.

En 2013 también celebramos el 10º aniversario del Premio Periodístico de Seguridad Vial y organizamos una Mesa Redonda sobre seguridad vial, ambas celebradas bajo la presidencia y con el apoyo de María Seguí, Directora General de Tráfico.

F. P.- Por último, ¿qué objetivos tiene Línea Directa para 2014?

M.Á.M.- Nuestro principal objetivo es volver a recuperar la sen-



"En 2013 hemos crecido en más de 120.000 clientes".

da del crecimiento en el ramo de Autos, afianzando Nuez y Penélope, las nuevas marcas de la compañía, y consolidando a la Línea de Negocio de Hogar como uno de nuestros motores de crecimiento. Pero a medio plazo, tenemos la obligación de ser más ambiciosos: aspiramos a alcanzar los 3 millones de clientes de forma completamente orgánica, facturar 900 millones de euros y situarnos entre las 10 primeras aseguradoras de No Vida.



Acceda al vídeo del Diálogo con el Consejero Delegado

Índice

→ Perfil de la compañía

Principales datos 2013	02
Carta del Presidente	04
Diálogo con el Consejero Delegado	05
Quiénes somos	11
Cumplimientos 2013	12
La RSC 2013 en cifras	14
Una marca de referencia	16

→ Órganos de Gobierno

Accionista y Consejo de Administración	19
Equipo de Dirección	20
Gestión Ética	22
Gestión y Control de Riesgos	23

→ Líneas de Negocio

Autos	25
Hogar	28
Asistencia	30
Nuez	31
CAR	32

→ Áreas de Soporte

Gestión de Accidentes	34
Tecnología	36

→ Nuestros compromisos

Plan Director de RSC 2011 - 2013	39
Diálogo con empleados	40
Diálogo con clientes	43
Diálogo con proveedores	46
Compromiso con la Sociedad	47
Compromiso con el Medio Ambiente	49
Reconocimientos	51

→ Resultados

Resultados 2013	52
Informe de Auditoría	54
Acerca de esta Memoria	55
GRI	56

Perfil de la compañía

- Perfil de la compañía
- Órganos de Gobierno
- Líneas de Negocio
- Áreas de Soporte
- Nuestros compromisos
- Resultados



Quiénes somos

Línea Directa Aseguradora es la 5ª aseguradora de autos en España por volumen de facturación y cuenta con una cuota de mercado del 6,3% del total de pólizas del ramo. Además, se ha consolidado como la aseguradora de Hogar que mayor crecimiento ha experimentado en el sector.

► El Grupo Línea Directa, participado al 100% por Bankinter, es un gran grupo de distribución directa de seguros de Autos y Hogar en España, con una cartera de clientes que, a cierre de 2013, alcanzó los 2,1 millones de pólizas. Su modelo de negocio, directo y sin intermediarios, se caracteriza por su gran eficiencia y versatilidad, lo que le permite ofrecer los precios más competitivos con los mejores servicios del mercado. En la actualidad, Línea Directa cuenta con una cuota de mercado del 6,3% del total de pólizas del ramo de Auto. Además, tiene un cartera de clientes de 280.000 pólizas de Hogar, lo que le ha permitido afianzarse como una de las 20 mayores aseguradoras en este ramo gracias a una propuesta sencilla, transparente y accesible.

Línea Directa está adscrita a la asociación empresarial del sector, UNESPA, y colabora activamente con los proyectos de ICEA, que fomentan la investigación cooperativa entre aseguradoras. Asimismo, impulsa un diálogo activo con sus principales grupos de interés: clientes, accionis-

tas, empleados y proveedores, generando valor para toda la sociedad y promoviendo un entorno de vida más seguro para las personas. Todo ello, unido a su solvencia y rentabilidad, le ha permitido ser reconocida por MERCOSUR como una de las 100 compañías españolas con mejor reputación, alcanzando el puesto 64 del ranking.



Visión  Misión

Principios de actuación 

■ Personas ■ Innovación ■ Calidad

Valores

- Respeto a las personas
- Espíritu de superación
- Entusiasmo
- Orientación a resultados
- Claridad

Nuestra visión

Ser la aseguradora de referencia por nuestro respeto a los colectivos con los que nos relacionamos, especialmente clientes, empleados y proveedores. Ser la vanguardia de la innovación en el sector asegurador y fomentar valores asociados a la seguridad vial, la seguridad en el hogar, el medioambiente y la sostenibilidad.

Nuestra misión

Aportar nuestra experiencia en respuesta directa y ponerla al servicio de nuestros clientes, empleados, accionistas, proveedores y, por extensión, a toda la sociedad, generando riqueza, seguridad y un entorno de vida más responsable y sostenible para las personas.

Organización societaria del Grupo Línea Directa



Cumplimientos 2013

Indicadores PLAN DIRECTOR RSC 2011-2013

CARRETERA	88,8%
CASA	100%
CLIMA	100%
CORPORATIVA	90%

Proyectos y cumplimientos 2013

- IMPLEMENTADA / REALIZADA - 30 (91%)
- EN DESARROLLO - 1 (3%)
- NO REALIZADA - 2 (6%)

Total acciones - **33**

Status de acciones y proyectos 2013

Línea de actuación	Línea estratégica	Acción	Cumplimiento
CARRETERA	Seguridad Vial	X Premio Periodístico de Seguridad Vial	●
		Estudio de Seguridad Vial - Robo de Coches	●
		Estudio Siniestralidad en Motos	●
		Plan de Movilidad y Seguridad Vial	●
		Jornada de Seguridad Vial en colaboración con DGT	●
		Accesibilidad Web - Lengua de signos - Estudios de Seguridad Vial	●
		Relaciones Institucionales. Asociaciones de Víctimas de Accidentes de Tráfico	●
		Colaboración con la DGT en materia de divulgación y prevención	●
		Estudio de Seguridad Vial - "Mitos y falsas creencias en los controles de alcoholemia"	●
CASA	Seguridad en el hogar	Estudio de Hogar - "Accidentalidad en segunda vivienda"	●
		Lanzamiento Segundo Estudio de Hogar - "El Robo en los Hogares españoles"	●
CLIMA	Sostenibilidad y Medio Ambiente	Medición de la Huella de Carbono y Sistema de Indicadores de Consumo, Reciclaje, y Ahorro	●
		Plan de mitigación y compensación de la huella de carbono	●

Matriz de madurez del sello Madrid Excelente (2013)*

Conceptos		Inicio	En progreso	Madurez
MÓDULO EXCELENCIA	Orientación hacia resultados	●●●●●●	●●●●●●●●●●	●●●●
	Orientación al cliente	●●●●●●	●●●●●●●●●●	●●●●
	Liderazgo y coherencia	●●●●●●	●●●●●●●●●●	●●
	Gestión por procesos y hechos	●●●●●●	●●●●●●●●	
	Desarrollo e implicación de las personas	●●●●●●	●●●●●●●●●●	●●
	Proceso continuo de aprendizaje, innovación y mejora	●●●●●●	●●●●●●●●●●	●
	Desarrollo de alianzas	●●●●●●	●●●●●●●●	
	Responsabilidad Social de la organización	●●●●●●	●●●●●●	

Status de acciones

Línea de actuación	Línea estratégica	Acción	Cumplimiento
CORPORACIÓN	Políticas y objetivos	III Premio Proveedores Línea Directa	●
		Encuestas sobre percepción de los compromisos de RSC de Línea Directa a proveedores, clientes y empleados	●
		2º Barómetro del Fraude en el sector del Automóvil	●
		Accesibilidad: Web Corporativa - Traducción a la lengua de signos: presentación de compañía y principales compromisos	●
		Renovación Sello Madrid Excelente	●
		Renovación Sello Madrid Excelente CAR	●
		Renovación Certificado EFR	●
		Premio Fundación Alares a la Conciliación y Políticas de RSC	●
Proyecto Emprendedores			●
CORPORACIÓN	Transparencia y reporting	Mantenimiento del apartado específico de RSC en Intranet	●
		Cuadro de mando de desarrollo del Plan	●
		Memoria Corporativa y de Sostenibilidad según estándar internacional (GRI)	●
		Ampliación de información financiera y RSC en la web corporativa	●
		Informe de Progreso del Pacto Mundial 2012	●
		Elaboración de medidor reputacional (REP TRACK)	●
CORPORACIÓN	Personas	Comunicación mejora Programa Sin Límites - Discapacidad	●
		Acciones de Voluntariado Corporativo en sala asistencial Fundación Juan XXIII	●
		Continuación del Programa de Hábitos Saludables	●
		Desarrollo acciones El Rincón Solidario - Voluntariado corporativo	●
		Compromiso Social Académico - Universidades	●

* Matriz de madurez de la auditoría anual Madrid Excelente que mide la evolución de los compromisos y mejoras de la organización.

Conceptos		Inicio	En progreso	Madurez
MÓDULO RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	Dimensión Económica / Buen Gobierno / Ética	●●●●●●●●	●●●●●●●●	●●●●●●●●
	Dimensión Medioambiental	●●●●●●	●●●●●●	
	Dimensión Social	●●●●●●●●	●●●●●●●●	●●
Conceptos				
MÓDULO CONFIANZA CONSUMIDORES	Preventa	●●●●●●	●●●●●●●●	●●
	Venta del producto / Prestación del servicio	●●●●●●	●●●●●●●●	●●●●●●
	Garantía y Soporte	●●●●●●	●●●●●●●●	●●●●●●

La **RSC** del **Grupo Línea Directa** en cifras durante

1,3 millones de euros invertidos o asignados en proyectos sociales, acciones de seguridad vial y promoción de seguridad en los hogares.

99% de proveedores locales.

80 puntos en el Índice de Satisfacción (ISN) de nuestros clientes.

96% de empleados han recibido formación.

92% de contratos indefinidos.

28 horas de media de formación por persona.

23% de ahorro energético.

66 promociones y movilidades internas.

2013

250 personas
en teletrabajo.

48, el puesto de Merco
Personas como una de las
mejores empresas para
trabajar en España.

64, el puesto de Merco Empresas
como una de las **100** compañías con mejor
reputación en España.

9.000 clientes se
han rehabilitado gracias al
Tratamiento Médico Integral
de Línea Directa.

250.000
seguidores en redes sociales
en las distintas marcas del Grupo.

16 ONG, Asociaciones y
Fundaciones con las que colaboramos
y a las que ayudamos a que puedan llevar a cabo sus
programas sociales.

Más de **60**
empleados componen
la red de voluntariado
corporativo.

980 trabajos de periodistas
presentados al X Premio Periodístico de Seguridad Vial.

8 proyectos de emprendedores analizados
como potenciales *start-ups*.

Línea Directa, en el territorio de las grandes marcas

El nuevo posicionamiento de Línea Directa iniciado en 2013 ha tenido unos resultados excelentes, tanto en ventas como en la reputación de la compañía, lo que la adentra en el territorio de las grandes marcas.

► A lo largo de 2013, Línea Directa ha replanteado su estrategia de posicionamiento de marca mediante una comunicación que ha destacado la calidad de sus productos y servicios. En ella, el periodista Matías Prats ha sido el nuevo rostro en la campaña publi-

citaria de la compañía, que se ha emitido en los principales medios de comunicación del país con un éxito notable de ventas. De esta forma, bajo el lema "Línea Directa lo tiene todo pero por mucho menos", Línea Directa ha evolucionado su estrategia de comunicación

publicitaria, estableciendo el eje de sus mensajes en que es la única compañía del sector que ofrece productos de alta calidad a un precio competitivo, lo que la convierte en la mejor alternativa entre las grandes aseguradoras al ofrecer lo mejor por menos.



El liderazgo de una marca

Liderazgo público

	2011	2012	2013
Número de noticias	1.972	2.538	3.026
Audiencias alcanzadas (en millones)	411	709	708
Notas de prensa distribuidas	19	35	32
Posición en Merco Empresas	-	82	64
Posición en Merco Sectorial	8	5	5
Posición en Merco Personas	-	41	48
Premios y Reconocimientos	8	8	8
Popularidad en Redes Sociales (menciones)	2.362	3.390	7.359



REDES SOCIALES



En 2013 Línea Directa ha seguido trabajando sus canales de Redes Sociales con una estrategia basada en la transparencia, el dinamismo y la interacción con sus seguidores. Fruto de ello la compañía ha experimentado un crecimiento importante en sus comunidades, especialmente en Facebook, donde ha cerrado el año con más de 44.000 fans, y en

Twitter, donde superó los 3.200 *followers*.

Para mejorar el *engagement* de estas comunidades, la compañía ha impulsado el conocimiento de su actividad a través de estos canales, con diferentes proyectos, iniciativas y acciones que han buscado en todo momento el diálogo y la interacción con los seguidores.

Uno de los hitos más importantes es la apertura de un canal de escucha y respuesta en Facebook llamado “¿Podemos ayudarte?”, en el que los usuarios pueden hacer consultar por líneas de negocio, o comunicar todo tipo de incidencias de forma pública o privada, con el compromiso de que la compañía da respuesta a todas y cada una de ellas.

La campaña ha destacado los servicios de la aseguradora, con prestaciones y coberturas Premium, únicas en el sector asegurador, tales como la garantía de reparación de por vida, la garantía de utilización de piezas originales, el servicio de Reparación *in situ*, que ofrece reparación en el domicilio del cliente siempre que sea posible, o el servicio “Olvídate de todo”, que consiste en que la compañía recoge el coche del cliente en su domicilio para llevarlo al taller y se lo devuelve limpio por dentro y por fuera.

Por otra parte, la nueva campaña ha mantenido el mensaje de precio, clave en un entorno como el actual y que, además, sigue siendo el valor diferencial de la compañía, que es capaz de ofrecer un Todo Riesgo a precios de Terceros y de mejorar el precio de renovación de los clientes que acuden a Línea Directa.

A la busca de los mejores conductores

En el mes de septiembre, se lanzó un nuevo concepto creativo, “La búsqueda”, una revolucionaria

campaña con la que se quiere recompensar a los casi 20 millones de buenos conductores que conservan íntegros los 15 puntos de su permiso de conducir. Consciente de las circunstancias económicas actuales y del prolongado descenso de la siniestralidad registrado en los últimos años por el buen comportamiento del carné por puntos, entre otros factores, Línea Directa se convertía así en la primera aseguradora que reaccionaba ante esta situación y permitía a los conductores ahorrar sustancialmente en el precio de su seguro de coche. Con esta iniciativa la compañía quiere contribuir a la mejora de la seguridad vial.

El valor de la reputación

En este nuevo posicionamiento de la compañía, Línea Directa comenzó en 2012 una profunda investigación de campo realizada por Reputation Institute que, utilizando el modelo *Rep Track*, examina la percepción de la marca entre sus grupos de interés. Esta metodología ha sido testada internacionalmente y desarrollada por Reputation Institute para la medición de la reputación de una empresa,

en función de la estima, admiración, confianza e impresión que despierta dicha compañía entre los diferentes grupos de interés. *Rep Trak* permite, además, analizar y determinar qué aspectos del negocio influyen más en la reputación de la empresa.

Durante 2013, se hicieron dos olas de encuestas entre clientes, ex clientes y público general.

En estas entrevistas se incluyó también un grupo de las principales compañías del sector con el fin de obtener un *benchmark* que permitiera la comparabilidad y analizar el efecto del nuevo posicionamiento en la estrategia de la compañía.



Órganos de Gobierno

- Perfil de la compañía
- Órganos de Gobierno
- Líneas de Negocio
- Áreas de Soporte
- Nuestros compromisos
- Resultados



Órganos de Gobierno

1. Bankinter, accionista y referente

Línea Directa Aseguradora está participada al 100% por Bankinter, uno de los bancos más rentables, sólidos y solventes de España.

► El Grupo Bankinter obtuvo al cierre del ejercicio 2013 un beneficio neto de 215,4 millones de euros, un 72,8% más que en 2012, lo que supone el mejor resultado del banco de los últimos cuatro ejercicios. Estos resultados se asientan en el crecimiento sostenido de las líneas de negocio estratégicas de banca privada, empresas y seguros.

El banco ha fortalecido su solvencia durante 2013, y alcanza al cierre del ejercicio un ratio de capital EBA del 12,4%, frente al 10,2% de hace un año, muy por encima de las exigencias de las autoridades europeas.

Bankinter mantiene la mejor calidad de activos del sistema, con un

ratio de morosidad del 4,98%, que es casi un tercio de la media del sector. Es destacable el comportamiento experimentado por la acción BKT durante 2013, con un crecimiento en su cotización cercano al 150%, siendo el segundo valor con mayor crecimiento del Ibex 35 en el año, y el banco más rentable del Euro Stoxx 600.

Revalorización de la acción BKT

150%

Ratio de capital EBA

12,4%

Activos Totales
55.135,7
millones de euros

Ratio de morosidad
4,98%

Beneficio neto 2013 Grupo Bankinter

215,4
millones de euros
(+72,8%)

2. Consejo de Administración

► Es el máximo órgano de Gobierno de Línea Directa Aseguradora y su misión principal es definir su política general y diseñar e impulsar el Plan Estratégico de la compañía.

Además, supervisa los principales ámbitos de gestión del Grupo: el control presupuestario, el nombramiento y retribución de los altos directivos y las operaciones societarias. Este año el Consejo de Administración de Línea Directa se ha reunido 5 veces en cumplimiento de sus funciones.

Alfonso Botín-Sanz de Sautuola

Presidente de Línea Directa y Vicepresidente de Bankinter

Pedro Guerrero
Presidente de Bankinter

María Dolores Dancausa
Consejera Delegada de Bankinter

Rafael Mateu
Consejero de Bankinter

Gonzalo de la Hoz
Consejero de Bankinter

Alfonso Sáez
Director de Estrategia y Desarrollo de Bankinter

Gloria Hernández
Directora de Mercado de Capitales de Bankinter

Miguel Ángel Merino
Consejero Delegado de Línea Directa

Pablo González-Schwitters
Secretario No Consejero de Línea Directa

Situación del Consejo a enero de 2014.

Equipo de Dirección

Comité de Dirección

Es un órgano esencial para el desarrollo de las diferentes Líneas de Negocio. Además de los miembros del Comité Ejecutivo, también lo integran el Secretario General, la Directora del Área de Tecnología y el Director de Línea Directa Asistencia que coordinan la actividad de la compañía en todas las áreas.

Comité Ejecutivo

El Director General, los Directores del Área de Gobierno Corporativo, de Motor y Marketing, de Personas y Comunicación Interna, de Gestión de Accidentes, de Hogar, del Área Financiera y del Área Técnica son los integrantes de este Comité que establece los procesos para cumplir con todos los objetivos que se plantea la Compañía.



• **Francisco Valencia**,
Director de
Gobierno
Corporativo.

• **Pablo González-Schwitters**,
Secretario
General.

• **José Antonio Egido**, Director
de Gestión de
Accidentes.

• **Ana Sánchez**,
Directora
de IT.

• **Juan Manuel Granados**, Director
del Área de
Motor y Marketing.



• **Patricia Ayuela**,
Directora de la
Línea de Negocio
de Hogar.

• **David Pérez**,
Director
General
Adjunto de
Finanzas.

• **José María
Maté**, Director
del Área
Técnica.

• **Miguel Ángel
Merino**,
Consejero
Delegado.

• **José Luis
Díaz**, Director
de Nuez.

• **Mar Garre**,
Directora de
Personas y
Comunicación
Interna.

• **Julio Agulló**,
Director de
Línea Directa
Asistencia.

Gestión ética, base de la transparencia y el diálogo

El Código Ético del Grupo Línea Directa es el eje principal del comportamiento y las pautas de actuación de sus empleados y colaboradores.

“En Línea Directa queremos ser un referente en materia de gestión ética y transparencia para la sociedad y el mercado”.

Pablo González-Schwitters
Secretario General

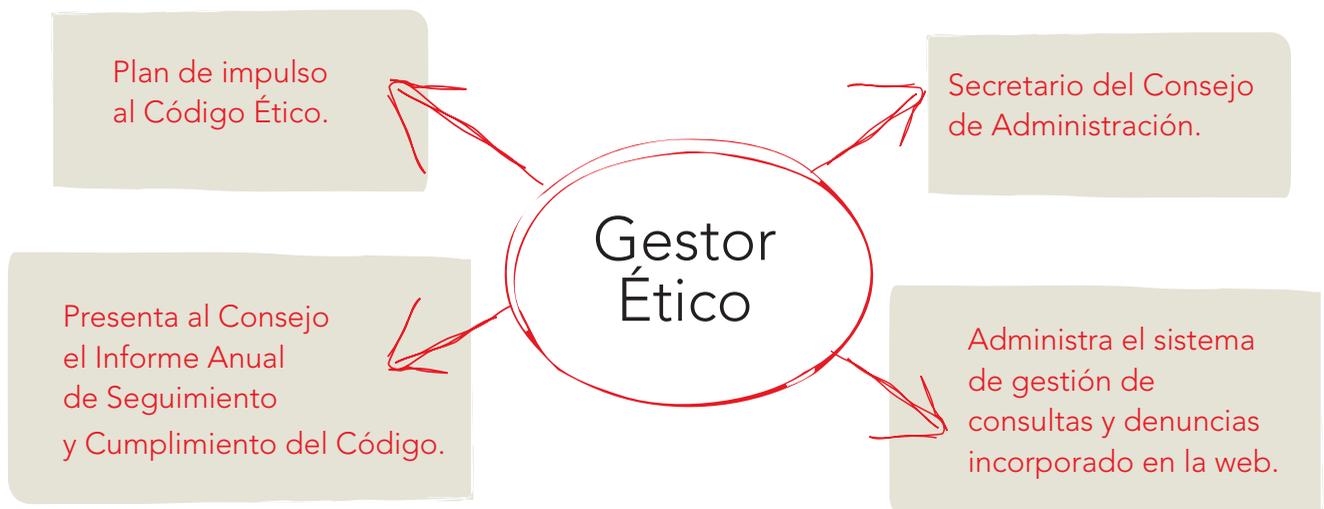
► El Código Ético, aprobado en el año 2011 por el Consejo de Administración, es un instrumento que define los valores y el modo de actuar de los empleados de Línea Directa en la sociedad y el mercado. En este sentido, en 2013 se ha continuado con la divulgación y la formación sobre el Código en todas las Áreas de la compañía. Como novedad, se ha realizado una formación *on line* dirigida a las áreas de *front office* y a las nuevas incorporaciones, y se han realizado cuatro sesiones presenciales, que se han reforzado con una campaña de difusión mediante la colocación de carteles en las oficinas del Grupo.

El Código de Conducta de Proveedores ha sido plenamente incorporado a las Condiciones

Generales de Contratación y a todos los contratos con los proveedores. Con el fin de avanzar en la Función de Cumplimiento Normativo y de Prevención de Riesgos Legales, se han impartido seis sesiones formativas durante todo el año en materia de cumplimiento legal para las que se ha contado con ponentes de reconocido prestigio.

Asimismo, se ha lanzado un Boletín de Cumplimiento Normativo, de envío periódico, para informar al Consejo de Administración y al Comité de Dirección de las novedades normativas y jurisprudenciales que puedan afectar a la compañía y al sector. Este Boletín materializa el asesoramiento a los órganos de Dirección de Línea Directa en materia de riesgos legales.

Esquema de seguimiento del Código Ético



Gestión y control de Riesgos

Línea Directa gestiona los riesgos corporativos de una forma integrada, apostando por la colaboración entre áreas, la anticipación y la transparencia en la información.



► El Departamento de Gestión de Riesgos y Control Interno de Línea Directa tiene como principal misión prevenir y controlar las posibles amenazas materiales y reputacionales del Grupo. Para ello, ha clasificado los potenciales riesgos para la compañía en 7 categorías diferentes: de mercado, de crédito, de liquidez, de negocio, legales, operacionales y reputacionales.

Este sistema está basado en la metodología COSO, que asegura el cumplimiento normativo y la eficacia y eficiencia de los procesos de control, así como la exactitud y veracidad de la información financiera emitida, que es supervisada y revisada por la Unidad de Control Interno de Línea Directa.

Durante 2013, se han revisado 135 controles sobre distintos procesos y áreas de la compañía, un 58% más que en el ejercicio anterior. Además, la unidad ha emitido casi 224 recomendaciones a cada una de las áreas auditadas, de las cuales 92 ya están implantadas.

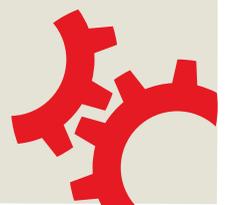
También se ha trabajado en la preparación y adaptación de los procesos internos a Solvencia II, el gran proyecto europeo de armonización legislativa que tiene como

objetivo principal homogeneizar el control del riesgo de las compañías de seguros, dotándolas de más transparencia. La normativa, cuya entrada en vigor está prevista para 2016, se asienta sobre tres pilares fundamentales: la medición del activo, el pasivo y el capital, el control y la supervisión del negocio asegurador, y, por último, el impulso de la transparencia en la información facilitada a la sociedad y al supervisor.

Asimismo, el Departamento de Gestión de Riesgos y Control Interno de Línea Directa ha trabajado en la realización y puesta en marcha de auditorías internas especializadas sobre diversas áreas y procesos del grupo asegurador, tales como la Gestión de Quejas, la Gestión de Accidentes o el Centro Avanzado de Reparación, con un resultado más que satisfactorio, obteniéndose la máxima calificación.

2014: Gestionando el futuro

En 2014 se realizará una revisión completa del registro de riesgos y se impulsará el intercambio de información con el resto de áreas a través de una nueva herramienta de soporte, lo que precisará la redefinición de los procesos internos para adaptarlos a la nueva operativa de trabajo. Asimismo, se trabajará en dos ámbitos estratégicos para el Grupo: el Centro de Información de Riesgos, que incluirá la mejora del actual cuadro de mando a través de la herramienta *Cognos*, y la continuación de la adaptación a Solvencia II.



Líneas de Negocio

Perfil de la compañía
Órganos de Gobierno
→ Líneas de Negocio
Áreas de Soporte
Nuestros compromisos
Resultados



Autos, el motor de Línea Directa

El Área de Motor integra el núcleo de la actividad comercial de Línea Directa, y en ella se integran procesos como la venta de pólizas de coche y moto, la generación de demanda, la atención y retención de clientes o el diseño y gestión de los procesos de distribución y postventa.

► El Área de Autos es el core del negocio de Línea Directa y cuenta con más de 1,8 millones de clientes. Esta Área se fundamenta en tres pilares fundamentales: el marketing, la venta de pólizas de coches y motos, y la retención de la cartera.

En el área de Marketing, la generación de demanda se ha basado en dos campañas publicitarias de éxito. La primera de ellas ha pivotado en la figura del prescriptor de opinión, Matías Prats, poniendo en valor los principales atributos de la compañía, y la segunda, una campaña basada en el concepto de "La búsqueda", por el que la compañía hace el mayor descuento jamás hecho a aquellos conductores que cuentan con los 15 puntos del carné.

En las ventas de pólizas de Autos se han superado todas las expectativas, sobreponiéndose a un contexto que, pese a mostrar algunos signos de mejora, sigue arrojando unas cifras de ventas de vehículos muy inferiores a los años

anteriores a la crisis. Así, el número de pólizas vendidas por Línea Directa se ha incrementado en un 12% respecto a 2012, alcanzando un incremento neto de clientes de más de 51.000 clientes.

También se ha trabajado en potenciar la eficiencia en la recepción de las llamadas, apostando por CTI como herramienta de trabajo y por la venta cruzada de productos como recurso comercial. Además, se ha ampliado la capacidad y la autonomía de negociación de los asesores comerciales, y se han ampliado las formas de pago, como el uso de la tarjeta de crédito.

Cabe destacar también los excelentes resultados en la venta de seguros de motos. De hecho, a pesar de registrarse un descenso en las ventas de este tipo de vehículos de casi un 6% respecto a 2012, Línea Directa ha incrementado en un 13,7% la distribución de pólizas, gracias, en gran medida, a la gran competitividad de su oferta y a la gran eficacia

de su comunicación publicitaria, que ha llevado a la compañía a batir su récord de cotizaciones o solicitudes de precio.

Respecto a la retención de la cartera, la compañía ha hecho notables mejoras por mantener el ratio de cancelaciones en un porcentaje estable, tanto en las pólizas de nuevo negocio como en las renovaciones.

Algunos datos de Autos:

Cartera:

1.796.302 (+3%)

Incremento neto clientes:

51.548

Cuota de Mercado:

6,3%

"Desde 2007, Línea Directa ha aumentado su cartera en casi un 50%, un éxito que se debe, en gran medida, a nuestro modelo de negocio, que al carecer de intermediación, nos permite ofrecer el mejor seguro al mejor precio".

Juan Manuel Granados,

Director del Área de Motor y Marketing



Internacional,

la calidad siempre es rentable

La Línea de Negocio Internacional aporta una gran rentabilidad a la actividad aseguradora de la compañía. La baja siniestralidad de su segmento y la prima media de contratación, hacen de este nicho de mercado un elemento estratégico para el Grupo.

► Línea Directa presta un servicio integral a sus clientes de habla inglesa y alemana, que incluye la apertura y gestión de partes de accidentes, la asistencia en viaje y la gestión de póliza. Pese a no ser un nicho masivo, esta Línea de Negocio, creada en 1998, aporta una gran rentabilidad a la compañía gracias, en gran medida, a la baja siniestralidad de su segmento, a su reducida frecuencia de fraude y a los muchos años de experiencia en la selección de riesgos de este segmento.

Fiel a su apuesta por la calidad, Línea Directa brinda un servicio excepcional a este nicho de mer-

cado, alcanzando ratios de satisfacción de verdadera excelencia. En este sentido, los resultados de las encuestas de satisfacción hablan por sí mismos, ya que el Índice de Satisfacción Neto se ha incrementado en 1,65 puntos hasta registrar un 88,60; un indicador que, en el caso de la gestión de accidentes, ha sido de 89,70, el más alto de la compañía. Además, el Área de Tramitación ha logrado aumentar las felicitaciones en más de un 50% y reducir las quejas en un 26%.

Estos resultados son producto de una estrategia muy orientada a desarrollar una estricta funcionalidad

operativa en el *call centre*, que ha logrado reducir los abandonos en un 12% hasta situarlos por debajo del 2%, lo que ha permitido incrementar la eficiencia productiva en un 1% respecto a 2012,. Por su parte, el el Ratio de Conversión ha aumentado en más de 6 puntos y la prima media, en un 1,2%.

En 2014, el Departamento Internacional implementará medidas para la defensa de la prima de una forma más eficiente y para ampliar los objetivos comerciales, lo que implicará dirigirse a nuevas nacionalidades y potenciar el mercado de los vehículos de dos ruedas.



Empresas,

un referente en su segmento

Durante 2013, la Línea de Negocio de Empresas ha trabajado en impulsar la eficiencia y la productividad en todos sus procesos de negocio, con resultados muy satisfactorios.

► En 2013, la Línea de Negocio de Empresas ha implementado numerosas medidas orientadas a mejorar la eficiencia productiva del *call centre* y la calidad en la suscripción de riesgos, lo que ha permitido registrar un repunte de la rentabilidad y una gran contención de la frecuencia accidental, que ha alcanzado un 18%.

También se ha producido una mejora considerable en los ratios de caída de las pólizas de Nuevo Ne-

gocio y de Renovación, rompiendo la tendencia negativa vivida en los dos últimos años, causada, fundamentalmente, por el contexto económico, que ha afectado especialmente a las PYMES españolas.

Durante el pasado ejercicio, los grupos de Retención y Ventas de esta Línea de Negocio han trabajado conjuntamente en la generación de demanda, que han desarrollado fundamentalmente a través de la acción *Cross*, que ha

llegado a suponer casi el 7% del total de las cotizaciones y de las ventas de nuevo negocio registradas durante el año.

Por su parte, las ventas por emisión también han arrojado cifras muy satisfactorias, incrementado sus ratios de éxito en un 90% respecto a 2012. Además, la retención de pólizas también ha aumentado en más de un 4%, una cifra muy meritoria teniendo en cuenta la actual tensión en los precios de renovación.



Calidad y Procesos, el valor de la tecnología

A lo largo de 2013, el equipo de Calidad y Procesos del Área de Motor ha trabajado intensamente para optimizar las herramientas del área, agilizar la cotización en Internet e impulsar las estrategias de captación de clientes.

► Durante el pasado ejercicio, con el objetivo de impulsar las contrataciones de seguros de moto, se lanzó un nuevo cotizador *on line* para vehículos de dos ruedas llamado Póliza Club Más. La herramienta, especialmente pensada para satisfacer las necesidades de este nicho de mercado, permite ofrecer presupuestos para seguros de moto en menos de un minuto y medio.

Al contratar este producto, Línea Directa ofrece a su nuevo cliente un año gratuito de pertenencia al Club Más Moto, en el que podrá disponer de múltiples ventajas exclusivas, tales como ofertas de una tienda *on line* de productos especiales, boletines de noticias y una web con información sobre rutas, pruebas de moto y competiciones.

Además, también en el ámbito del

mundo de las dos ruedas, Línea Directa lanzó el pasado año la Línea de Negocio de Motos para Penélope Seguros, lo que también ha exigido el diseño de un cotizador propio. Por último, también se han adaptado las webs de Línea Directa y de Penélope Seguros al diseño adaptativo (*Responsive Design*), que es capaz de adaptarse al ancho de cualquier dispositivo, sea ordenador, *Tablet* o *Smartphone*.

Penélope Seguros, conducen ellas

► En 2012, Línea Directa, fiel a su vocación innovadora y su apuesta por la especialización, creó el primer producto pensado por y para conductoras, que ofrece servicios únicos en el mercado, como la cobertura de Robo de Bolso, Asistencia en Carretera a Embarazadas o el servicio de Car Agenda, que gestiona las revisiones del vehículo.

El nuevo producto, en cuya creación y puesta en marcha participaron más de 500 mujeres, trata de responder a las necesidades específicas de las conductoras, que demandan valores como la tranquilidad, la seguridad y la utilidad. Por eso, el producto trata de centrarse en aquellos procesos que, por su carácter crítico, causan más inquietud entre este colectivo, tales como la asis-

tencia en carretera o la relación con los talleres. Producto de todo ello, la nueva marca ha tenido una gran aceptación comercial, y ha superado el plan de ventas de pólizas que tenía previsto.

Además, durante 2013, Línea Directa lanzó la Línea de Negocio de Motos para Penélope Seguros, que también ofrece coberturas especialmente pensadas para las conductoras, como el Robo de Bolso del cajetín de la moto, la gestión "Todo en 1 llamada", que resuelve cualquier incidencia del vehículo, o Penélope Agenda, que gestiona el calendario de reparaciones.



Línea Directa y el *Responsive Design*

En 2013, Línea Directa y Penélope Seguros han adaptado su web y su cotizador para móviles al diseño adaptativo, que permite ajustarse a cada dispositivo de acceso, sea ordenador, *Tablet* o *Smartphone*.

Entre otras ventajas, este diseño mejora la experiencia de navegación del usuario, optimiza el posicionamiento en los motores de búsqueda y reduce el coste de mantenimiento de las páginas web. Además, la nueva tecnología refuerza el acceso a las redes sociales e impulsa la eficiencia del proceso de venta, adaptando la extensión y el número de preguntas de contratación a las características de cada terminal.

El portal de Penélope Seguros también se ha convertido en el primero del sector en cumplir con la normativa sobre *cookies*, que obliga a las páginas web a contar con el consentimiento del usuario.

HOGAR,

crecimiento sólido y continuado

La línea de negocio de Hogar ha experimentado un crecimiento de más de 60.000 nuevos clientes y ha escalado a la posición 20 del ranking nacional.

► En solo seis años de actividad, Línea Directa ha cerrado el ejercicio con casi 280.000 clientes en el ramo de Hogar, un 27,6% más que el año anterior, lo que la convierte en una de las aseguradoras que mayor crecimiento ha experimentado en los últimos años en este segmento. Esto le ha permitido escalar dos puestos en el ranking nacional de primas de Hogar, situándose en el puesto 20, y obtener unos Beneficios de casi 6 millones de euros, lo que ha hecho de esta línea uno de los motores de crecimiento del Grupo.

A lo largo de 2013 se ha seguido trabajando en tres áreas estratégicas para ofrecer un producto de calidad y diferenciador al cliente: ventas, retención de cartera y ges-

ción de accidentes. En ventas, se ha desarrollado un nuevo cotizador web que permite al asegurado obtener precio de una forma mucho más sencilla y rápida, además de facilitar la contratación a través de internet, configurando su producto de una forma sencilla y flexible, pudiendo elegir entre 23 coberturas. Asimismo, Hogar ha entrado en los agregadores, siguiendo su política de expansión y contacto con el cliente, y ha lanzado nuevos productos que se adaptan a las necesidades de los asegurados, como la Póliza Súper Básica, un producto específico para las personas más afectadas por la crisis que permite, a una prima muy baja, mantener asegurado el hogar frente a incendios y responsabilidad civil, que se suma al portfolio de la compañía:

Póliza Clásica, Hogar Seguro y Póliza Premium.

El Área de Hogar de Línea Directa tiene un ambicioso plan de crecimiento, centrado en la captación de nuevos clientes y en la retención de los actuales.

En el Área de Retención de Cartera, se ha aumentado de forma notable la vida media de los asegurados de Hogar en Línea Directa gracias a una constante mejora en la calidad de servicio de gestión de siniestros y a la detección temprana de clien-

Un poco de historia

En 2007, Línea Directa revolucionó el ramo de multirriesgo en España al ofrecer por primera vez un seguro de hogar a través de canales directos (teléfono e Internet) que permite al cliente elegir libremente entre 23 coberturas diferentes, pagando solamente por aquello que realmente necesita.

Todas las coberturas de hogar tienen compromiso de respuesta rápida y ofrecen la posibilidad de realizar todos los trámites por teléfono o Internet las 24 horas del día, los 365 días del año.





"Hemos fortalecido nuestro servicio y mejorado los productos, lo que nos ha permitido mantener un fuerte crecimiento de clientes en 2013".

Patricia Ayuela

Directora de la Línea de Negocio de Hogar

tes con algún problema tanto en precio como en servicio.

Respecto a la gestión de accidentes, se ha avanzado en la rapidez de la respuesta y la calidad del servicio. Actualmente Línea Directa trabaja sólo con las redes más eficaces del mercado, y los siniestros se asignan de acuerdo a quien puede proveer el mejor servicio y el coste más adecuado en cada momento. Además, operativamente se han priorizado todas las gestiones que tienen detrás a un cliente, para minimizar los tiempos de espera y que el cliente se sienta informado durante toda la tramitación de su parte.

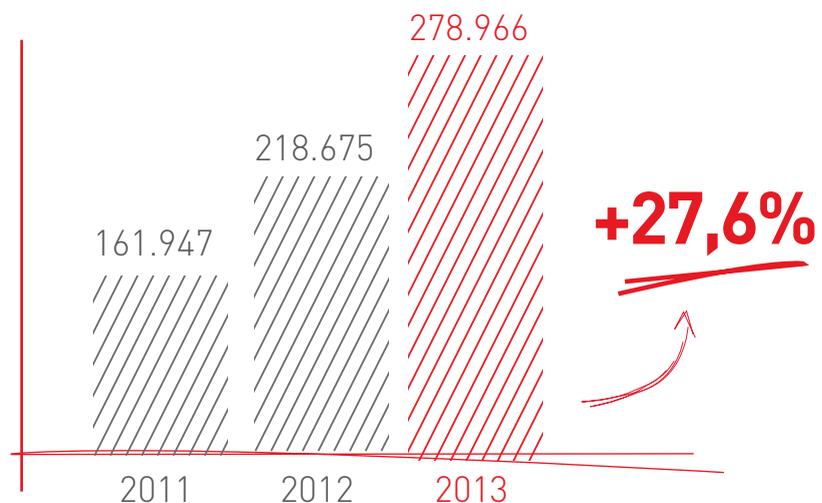
Todo ello ha hecho que los índices de satisfacción de los clientes de Hogar hayan crecido notablemente a lo largo del año. El aumento más destacado recae en la gestión de los siniestros, que ha superado

por primera vez la puntuación de 80 en el ISN de la compañía, lo que le coloca en línea con el resto de los procesos de Línea Directa, caracterizados por altos niveles de exigencia.

Para el año 2014, el área de Hogar de Línea Directa tiene un

ambicioso plan de crecimiento, centrado en la captación de nuevos clientes y en la retención de los clientes actuales. Así mismo introducirán nuevas coberturas para mejorar aún más los productos e iniciarán la vía del autoservicio para facilitar el contacto de los clientes con la compañía.

Cartera de clientes de Hogar



Línea Directa Asistencia,

vocación por el servicio

Línea Directa Asistencia es la compañía de servicios y asistencia en viaje del Grupo Línea Directa. Creada en 2005, se ha consolidado como un referente en calidad, innovación y excelencia en el servicio.

► Durante 2013, Línea Directa Asistencia ha continuado apostando por la eficiencia, la calidad y la diversificación como medio de incrementar su rentabilidad y su aportación al Grupo. Gracias a ello, el Beneficio Antes de Impuestos ha alcanzado los 12,5 millones de euros, un 6,7% más que el año anterior. La facturación, por su parte, se ha incrementado en un 1,8% hasta alcanzar los 63,6 millones de euros, gracias, en gran medida, al repunte de la facturación externa, que ha superado los 4 millones de euros.

Respecto a los indicadores de calidad, destaca especialmente el Índice de Satisfacción Neto de atención telefónica en el proceso de Asistencia en Viaje, que ha alcanzado los 91,6 puntos, 2,1 puntos más que el registrado durante el anterior ejercicio. Asimismo, el índice de efectividad también se ha incrementado ligeramente hasta llegar al 97,3%, consolidando a la compañía como un verdadero referente en excelencia.

Respecto a la gestión de personas, Línea Directa Asistencia ha definido un modelo de desarrollo profesional basado en tres pilares fundamentales: formación, autoaprendizaje y el impulso de una relación abierta y transparente con los responsables, siempre con el objetivo de mejorar el clima y facilitar el afloramiento y la retención del talento. Además, por tercer año consecutivo, se ha lanzado el Proyecto Colaboras, que permite al empleado ayudar a formar a personas en riesgo de exclusión social y laboral, siempre con el objetivo de mejorar su empleabilidad.

Astrum Alliance, una alianza de futuro

En 2013, gracias a su calidad, su compromiso con los clientes y su firme apuesta por la innovación, Línea Directa Asistencia fue elegida como socio estratégico de Astrum Assistance Alliance, una red internacional de empresas de asistencia que ofrece servicio a 50 millones de clientes en más de 20 países.

El acuerdo permitirá a Línea Directa Asistencia incrementar su volumen de negocio, compartir sinergias y *best practices* con los demás socios y optimizar su poder de compra en el negocio internacional. Además, gracias al convenio, la compañía impulsará la diversificación y la cercanía con sus clientes, prestando un servicio más completo y especializado.

BAI

12,5 M€
(+6,7%)

FACTURACIÓN

63,6 M€
(+1,76%)

ISN

91,6
(+2,1 p.)

"Gracias a nuestra apuesta por la eficiencia, la productividad y la innovación, hemos alcanzado un nuevo récord de rentabilidad, que nos sitúa en un excelente punto de partida para el ejercicio 2014"

Julio Agulló

Director de Línea Directa Asistencia



Acceda al video
de Julio Agulló

Nuez, una nueva forma de entender los seguros

Nuez es la marca del Grupo Línea Directa especializada en la venta de seguros a través de Internet y Redes Sociales, dos entornos en los que cuenta con 90.000 pólizas y 200.000 seguidores respectivamente, lo que le convierte en un verdadero caso de éxito en el sector.

► Nuez es una marca eficiente, comprometida, cercana, fácil y participativa, especializada en la venta directa de seguros a través de Internet y las Redes Sociales. Su actividad se apoya en tres esferas complementarias: la patrimonial, la lúdica y la participativa.

En el ámbito patrimonial, Nuez ofrece su póliza 3 en 1, que reúne en un único seguro tres bienes asegurados: la casa, el coche y la moto, con un solo precio y un solo vencimiento. Para ello, cuenta con un tarificador que ofrece el desglose de los 3 productos y una tarifa única que llega a ser hasta un 30% más barata que la media del mercado. Todo ello le ha permitido alcanzar los 90.000 clientes en sólo dos años, convirtiéndose en uno de los motores de crecimiento del Grupo Línea Directa.

Dentro de la esfera participativa, Nuez pone a disposición de la sociedad 1 millón de euros para el desarrollo de diversos proyectos sociales que pueden ser propuestos y votados libremente por los internautas en la web de la compañía y en las redes sociales, sean clientes o no de la marca. Estos proyectos abarcan cualquier área

de actividad, ya sea solidaria, cultural, medioambiental, deportiva, sanitaria o de empleo. De esta forma, por cada colaborador que apoye la propuesta, Nuez aporta hasta 7 euros al proyecto hasta alcanzar el total de la financiación requerida o hasta agotar la dotación total de los retos. En la actualidad, Nuez cuenta con casi 500 retos en su página web, que han recibido casi 150.000 euros y han sido votados por más de 36.000 personas.

En el entorno lúdico, Nuez dispone de una potente oferta de entretenimiento en su página web que incluye juegos de realidad aumentada, aplicaciones y juegos para Facebook y juegos de descargas.

2013, apostando por la innovación

En 2013, Nuez ha seguido apostando por la innovación y el compromiso social con dos productos diferentes: el servicio de orientación laboral 2.0 para desempleados y la financiación de bodas.

El servicio de orientación laboral 2.0 tiene por objetivo el asesoramiento laboral de aquellos clientes que tengan contratado el Seguro de Bien-

“En sólo 2 años y medio, hemos superado las 90.000 pólizas, gracias a una propuesta comprometida, transparente y eficiente que está llamada a cambiar la forma de hacer seguros”.

José Luis Díaz
Director de Nuez

estar de Nuez y que se encuentren en situación de desempleo. El servicio, que también incluye a los familiares del asegurado, es prestado por un asesor que elabora un plan de acción para optimizar la búsqueda de trabajo a través del teléfono, del correo electrónico y de Skype. El asesoramiento incluye la redacción del Curriculum Vitae y el uso de redes sociales profesionales para construir y mejorar el *personal branding*, aspecto clave para encontrar trabajo hoy en día.



nuez

Una idea Bankinter

Retos Nuez: 1 millón de euros para proyectos sociales y más de 200.000 seguidores en las Redes Sociales.



Acceda al video de José Luis Díaz

CAR, servicio integral al cliente

El Centro Avanzado de Reparaciones (CAR) es el taller de última generación del Grupo Línea Directa, caracterizado por sus altas prestaciones y su firme apuesta por la calidad y la innovación.

Volcados en la calidad

Servicios garantizados

- Garantía de pintura de por vida.
- Garantía de dos años en arreglos de chapa.
- Servicio gratuito de recogida y entrega del vehículo a domicilio.

Reparaciones con calidad

- Equipo de profesionales cualificado.
- Controles periódicos de calidad.
- Instalaciones e instrumental con tecnología punta.

Atención personalizada

- Monitorización y seguimiento de la reparación día a día.
- Información de la fecha de entrega por medio de SMS.

Innovación tecnológica

- Herramientas de gestión que permiten costes más ajustados para el usuario.
- Uso de aplicaciones para facilitar el contacto telemático.

Medioambiente

- Clasificación y reciclaje de residuos sólidos y líquidos.
- Utilización de pinturas al agua.
- Automatización de los procesos para evitar el uso innecesario de papel.

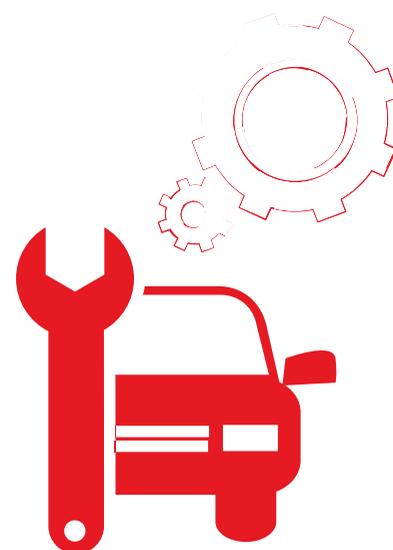
► CAR, el taller del Grupo Línea Directa, fue creado en 2007 con el objetivo de optimizar los costes, impulsar la diversificación, ofrecer un servicio integral al cliente y servir de laboratorio de pruebas en los procesos de reparación.

En 2013, el taller ha impulsado la productividad y la eficiencia en todos sus procesos, lo que le ha permitido aumentar un 8% el número de servicios hasta alcanzar un total de 5.500 vehículos reparados, el más alto en la historia del taller. Producto de ello, la facturación ha ascendido a 5,1 millones de euros, un 0,3% más que el ejercicio anterior. Asimismo, el Beneficio Antes de Impuestos se ha incrementado en casi un 27%, hasta superar los 400.000 euros, mientras que el Índice de Satisfacción Neto ha alcanzado un 81,61, un indicador cercano a la excelencia.

En 2013, CAR ha renovado el certificado Madrid Excelente, que reconoce la calidad en el servicio y en los procesos operativos, la innovación y las políticas de sostenibilidad. Además, CAR también realizó una completa auditoría que incluyó el análisis del consumo energético y sus suministros, así como de los principales focos de consumo, los parámetros eléctricos, el reparto de energía por tipo de actividad y el impacto medioambiental asociado al consumo.

Asimismo, con el objetivo de optimizar los costes siniestros, CAR también ha profundizado en su vocación de mejorar los procesos de reparación y postventa del Grupo, realizando un extenso estudio comparativo de la eficiencia y calidad de diversos recambios y elementos, entre los que, este año, han cobrado especial relevancia las principales marcas de pinturas.

Por otra parte, se ha comenzado a sentar las bases para implementar y desarrollar nuevas herramientas informáticas en todos los procesos de gestión y análisis, lo que permitirá potenciar la eficiencia y las sinergias con el resto del grupo y servir de prueba para una posterior implantación en toda la red de colaboradores.



Áreas de Soporte

Perfil de la compañía
Órganos de Gobierno
Líneas de Negocio
→ Áreas de Soporte
Nuestros compromisos
Resultados



Gestión de Accidentes,

el momento de la verdad

Durante 2013, el Área de Gestión de Accidentes de Línea Directa ha continuado apostando por mejorar la calidad de sus procesos con un solo objetivo: lograr la satisfacción del cliente en el momento más crítico.



Daños Materiales

► En 2013, Línea Directa ha trabajado activamente en mejorar los procesos de tramitación, implementando medidas y sistemas de reclamación que acortan sensiblemente la vida media de los expedientes. En este sentido, se ha creado una herramienta de gestión compartida con el Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) para la tramitación y resolución de siniestros de riesgos ordinarios, tales como los accidentes contra vehículos robados, contra vehículos sin seguro o en aquellos casos en los que el Consorcio ejerce de asegurador.

Asimismo, en los siniestros tramitados bajo el convenio CIDE/ASCIDE se ha apostado por la interlocución directa con el cliente y por la automatización y mejora de los procesos de gestión, lo que ha permitido reducir el tiempo medio de tramitación y acelerar notablemente la aceptación de las reclamaciones por parte de las compañías contrarias.

Daños Corporales y Responsabilidad Civil

En los siniestros con declaración de Daños Corporales, se ha creado la figura del Asesor en Transacciones, que reúne en una sola figura las transacciones de Responsabilidad Civil y de Siniestros Graves con un doble objetivo: reducir el volumen de judicialización de los expedientes y optimizar los costes de reclamación.

Se han implementado medidas y sistemas de reclamación que acortan la vida de los expedientes y favorecen el servicio al cliente.

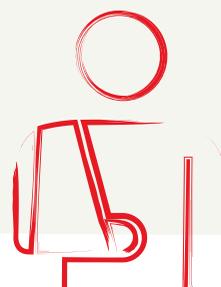
En el campo de la valoración de daños, dado el aumento de la derivación a centros concertados con la compañía y la previsión de mejora de este indicador para todo 2014, se ha integrado los procesos de tratamiento médico y de valoración médica en un único grupo de gestión: los Gestores Clínicos. Además, se ha distribuido la masa siniestral en tres zonas geográficas, al frente de las cuales habrá un tramitador de gran experiencia que servirá de coordinador entre el resto del equipo y la Asesoría Médica.

Dentro de cada zona, habrá dos tipos de tramitadores según la responsabilidad del siniestro. Los anti-

guos tramitadores de Tratamiento Médico Integral gestionarán los siniestros inocentes y los antiguos Valoradores Periciales, los siniestros con culpa. Esta nueva organización permitirá implementar una mayor especialización en la gestión, un mayor alineamiento estratégico y un mejor control de los tratamientos y la valoración, que, sin duda, redundará en la satisfacción de los clientes.

Respecto a las Redes Médicas, se han potenciado los acuerdos modulares con los centros de convenio privado, lo que permitirá reducir considerablemente los costes médicos sin influir en la duración o en la calidad del servicio prestado.

En el ámbito de las Redes Jurídicas, se ha puesto en marcha el proyecto "Combina2", cuyo objetivo es lograr un mayor acercamiento entre los asesores y especialistas de la compañía y los proveedores y profesionales externos que dan soporte al departamento. Este proyecto incluye visitas de los empleados de Línea Directa a despachos de letrados y a consultas de peritos médicos para compartir la jornada de trabajo, permitiendo incrementar las sinergias y la eficiencia de todos los procedimientos.





Soporte y procesos

Durante el pasado ejercicio se han optimizado los sistemas de análisis de la información de negocio, primando el modelo analítico, la realización de estudios monográficos por cada tipo de garantía y la información de detalle para el tramitador, entre otras mejoras. Todo ello facilita la toma de decisiones estratégicas, identificando las diferentes áreas de mejora y aportando valor al diseño de los nuevos procedimientos.

Además, se han centralizado los pagos a proveedores promoviendo la facturación electrónica, con el objetivo de agilizar y automatizar los procesos de gestión del área.

Detección del Fraude

Durante 2013, el Equipo Antifraude ha trabajado intensamente en la identificación y persecución de los intentos de estafas a la compañía con unos excelentes resultados, ya que el volumen total de prestaciones ahorradas ha alcanzado los 30 millones de euros.

Durante los últimos años, se ha intensificado el fraude en los seguros de automóvil como consecuencia de la crisis, cuya frecuencia, según los datos de Línea Directa, alcanza al 4% de todos los siniestros declarados. Fruto de ello, la compañía lanzó, con datos de su Departamento de Gestión de Accidentes, el "2º Barómetro del Fraude", que obtuvo una gran

repercusión en los medios de comunicación.

Según el estudio, disponible en la web corporativa de la compañía, el coste estimado del fraude para el sector asegurador supera los 1.000 millones de euros, lo que tiene una consecuencia directa en el bolsillo de los conductores, ya que cada asegurado paga 38 euros de más por los costes asociados a este fenómeno.



"Línea Directa es una aseguradora sin oficinas ni agentes, por lo que el Área de Gestión de Accidentes es, en gran medida, el rostro de la compañía. Tenemos, por tanto, una gran responsabilidad en los momentos decisivos".

José Antonio Egido

Director del Área de Gestión de Accidentes

Tecnología

al servicio del negocio y del cliente

Durante 2013, el Área de Tecnología ha favorecido importantes avances, desempeñando un papel protagonista en el desarrollo del negocio.

► En una compañía como Línea Directa, que se encuentra siempre en continua transformación y que persigue las sinergias que faciliten la eficiencia del negocio, la tecnología sigue desempeñando un papel protagonista. Línea Directa no posee oficinas ni redes de intermediarios y su negocio se basa en el contacto di-

recto con el cliente, a través del teléfono e Internet, por lo que la tecnología no solo es una pieza clave en este modelo sino que es esencial para dar soporte, de manera eficaz y eficiente, a todos los procesos del negocio.

Durante 2013, a esta generación continua de valor, se ha sumado

su capacidad innovadora, incorporando una profunda gestión de la creatividad y la generación de ideas, con diversos programas para conseguir mejores formas de hacer las cosas y encontrar nuevas vías de eficiencia que a su vez garanticen los exigentes niveles de servicio a los clientes.

Nueva Plataforma de Voz

En 2013 el Área de Tecnología ha completado la implantación de la nueva Plataforma de Voz para el *contact centre* del Grupo Bankinter, que prestará servicios tanto a Línea Directa como a la entidad

bancaria. Esta nueva infraestructura ha supuesto una fuerte apuesta por una de las mejores y más potentes soluciones del mercado, lo que ha permitido tener una mayor capacidad, mejor rendimiento, y

agregar nuevas funcionalidades. Este proyecto de compartir *hardware*, *software* y servicios, liderado por el equipo de Línea Directa, ha completado una de las vías de colaboración con Bankinter.

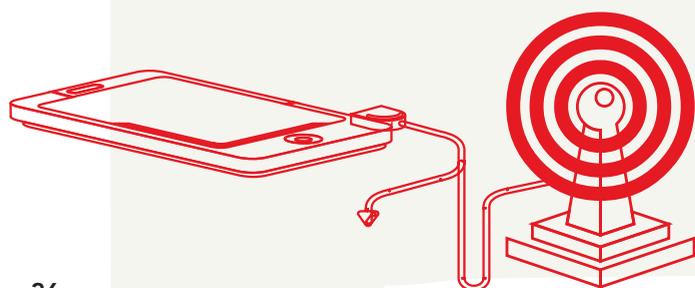
Se ha comenzado la completa reingeniería del *datawarehouse*, con el fin de centralizar la información de todo el Grupo y mejorar los tiempos de respuesta.

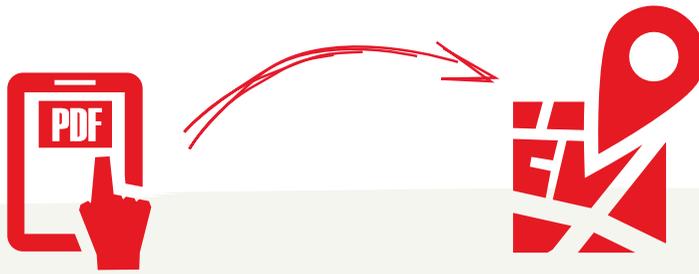
Gestionar la información

A lo largo del año 2013, otra de las líneas de actuación ha sido la potenciación de las formas de gestión de la información, con el objetivo de facilitar el acceso a los datos de manera ágil, global y generativa, atendiendo a dos

vías principales: por un lado, la reingeniería del *datawarehouse* y de los programas que lo consultan, que permite centralizar toda la información del Grupo Línea Directa y favorece unos tiempos de respuesta mucho más ágiles y, por otro, se han proporcionado herramientas a los usuarios de negocio para darles

una mayor autonomía. Con esto, se pretende facilitar el acceso a la información durante la gestión de procesos y operaciones de la compañía, canalizándola a través de herramientas que simplifican la generación de informes y de cuadros de mando. Así, lo que se consigue es analizar la información de manera inmediata y completa, clave para la toma de decisiones.





La aplicación En Ruta ha cerrado con más de 100.000 descargas de usuarios en 2013, lo que la convierte en una de las más demandadas del sector asegurador.

Nuevas formas de comunicación con el cliente

El crecimiento y generalización en el uso de nuevos dispositivos móviles, como los *smartphones* o las *tablets*, exige que Línea Directa atienda a los nuevos retos que se plantean en la comunicación con los clientes. Durante 2013, la compañía ha dado un paso relevante, implementando un diseño responsivo en diferentes webs del Grupo. De esta forma, la visualización es óptima en los diversos dispositivos, adaptándose al 100% a las características tecnológicas. Este cuidado del formato, permite al cliente una navegabilidad más cómoda, un más fácil acceso a los diferentes apartados y la posibilidad de operar desde cualquier dispositivo.

Otro de los desafíos a los que se ha enfrentado la compañía en 2013 ha consistido en la mejora y la potenciación de sus cotizadores, herramientas imprescindibles en una compañía directa que ofrece un servicio de contratación por Internet. Además, se han desarrollado

el cotizador de Hogar, el nuevo cotizador móvil para Penélope Seguros y la nueva Póliza Club Más. Con esta acción, la aseguradora espera ampliar el número de cotizaciones al año, afianzando su liderazgo en la red, y ofrecer una amplia oferta a los clientes que buscan información desde estos dispositivos. Todo esto refuerza el impulso de adaptación a las tecnologías *Smart*.

A esto se une, por último, la ampliación de la aplicación "En Ruta", la app de Línea Directa, que ha cerrado el ejercicio con más de 100.000 descargas de usuarios. Entre las novedades, caben destacar la asistencia en viaje sin llamadas, la posibilidad de consultar el estado de los partes, el envío de imágenes y documentos para agilizar los trámites, la elección del taller de peritación y reparación del vehículo, y la posibilidad de realizar un seguimiento de la posición de la grúa, generando una expectativa positiva para el usuario.



"La tecnología desempeña un papel clave en el modelo directo. En un contexto como el actual, debe además aportar valor, buscar la eficiencia y ofrecer las mejores opciones para garantizar los altos niveles de servicio".

Ana Sánchez Galán
Directora del Área de Tecnología

Nuestros compromisos

Perfil de la compañía
Órganos de Gobierno
Líneas de Negocio
Áreas de Soporte
→ Nuestros compromisos
Resultados



Línea Directa, compromisos de futuro

En 2013 ha finalizado la implantación del I Plan Director de RSC de Línea Directa, que ha sentado las bases para el desarrollo de todas las iniciativas y programas de la compañía en materia de compromiso.

► En 2011, Línea Directa aprobó su Plan Director de Responsabilidad Corporativa, que sistematiza todas sus iniciativas y programas en este ámbito. El Plan, con vigencia hasta 2013, se asienta sobre cuatro líneas básicas de actuación, conocidas como las 4 "C": Carretera, Casa, Clima y Corporativo. Las líneas de actuación de Casa y Carretera giran en torno a la seguridad, un concepto muy vinculado a la actividad de negocio de la compañía. La sostenibilidad y el respeto al medio ambiente protagonizan la línea de actuación de Clima, mientras que el ámbito Corporativo integra valores e iniciativas que tienen como principal protagonista a las personas.

El Plan de Responsabilidad Corporativa es desarrollado y supervisado por el Comité de Responsabilidad Corporativa y Reputación de Línea Directa, un organismo integrado por la Alta Dirección y supervisado directamente por el Presidente.

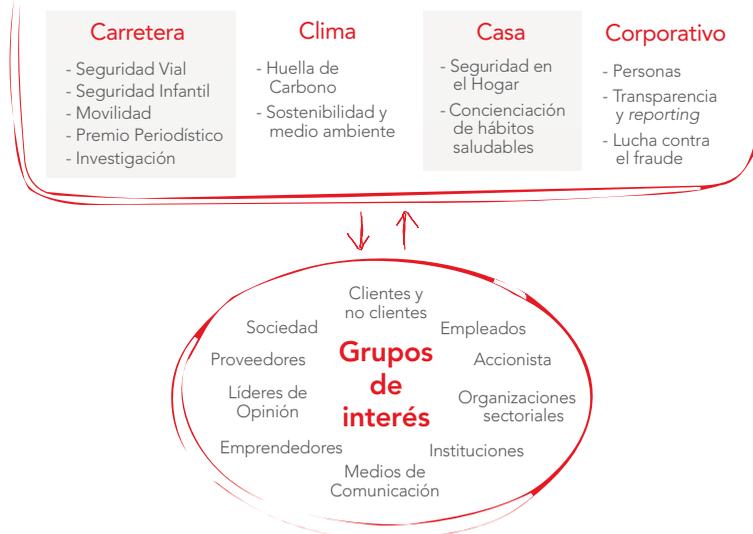
Durante 2013, Línea Directa ha trabajado conjuntamente con Forética en la elaboración y puesta en marcha del **Nuevo Plan de Responsabilidad Corporativa del Grupo para el trienio 2014-2016**. Esta actualización incluye un análisis de materialidad y una revisión detallada de los avances del anterior Plan, así como un replanteamiento de los canales de diálogo con los distintos grupos de interés de Línea Directa.

Carretera



Línea Directa elabora importantes estudios que analizan los princi-

I Plan de Responsabilidad Corporativa 2011-2013



pales riesgos de la conducción, siempre con el objetivo de luchar contra la accidentalidad en las carreteras españolas. Además, desde hace años, elabora informes de alto interés social sobre aspectos relacionados con los vehículos, los conductores y el sector asegurador, entre los que destacan sus investigaciones sobre el fraude en el seguro de Autos o sobre los robos de vehículos en España. Además, año tras año, la compañía organiza también el Premio Periodístico de Seguridad Vial Línea Directa.

Clima



Con el objetivo de crear entornos seguros para las personas, Línea Directa también promueve la seguridad en el ámbito del Hogar, para lo que, entre otras acciones, elabora y financia importantes informes que analizan la frecuencia, la tipología y la distribución geográfica de los accidentes en los hogares españoles.

Clima



Línea Directa es una compañía comprometida y respetuosa con el medio ambiente que promueve una gestión responsable de los recursos naturales. Para ello, dispone de diversos programas de optimización energética y de apuesta por las energías renovables, así como de auditorías especializadas y de acciones como la medición de la Huella de Carbono. Además, en 2014 la compañía pondrá en marcha un Plan específico de compensación y reducción de sus emisiones de CO₂.

Corporativo



La línea de actuación corporativa tiene como eje fundamental de actuación a las personas y promueve y desarrolla valores como la igualdad, la integración, la conciliación o la acción social a través de programas específicos, como "Sin Límites", el Plan de Voluntariado Corporativo o el Programa de Teletrabajo, entre otros muchos.

El compromiso, nuestro mayor activo

Las personas constituyen la gran ventaja competitiva de Línea Directa, y uno de los objetivos estratégicos en su gestión consiste en generar compromiso y fomentar la vinculación entre empleado y compañía.

► El compromiso de las personas constituye una gran ventaja competitiva a la hora de construir una compañía sólida, humana y flexible. Conscientes de la relación existente entre el éxito de la organización y las personas que componen el equipo, uno de los objetivos estratégicos en la gestión de personas consiste en generar compromiso fomentando la vinculación entre el empleado y la compañía

Por todo ello, en Línea Directa se impulsa una cultura corporativa basada en la responsabilidad, la implicación y la confianza, unos valores que, sin duda, tienen una incidencia directa en los resultados de negocio.

Línea Directa considera el compromiso de sus empleados una cuestión de suma relevancia, por lo que lo ha convertido en un factor clave a la hora de evaluar el desempeño de cada persona, realizar la revisión salarial o gestionar los procesos de promociones internas, entre otros factores.

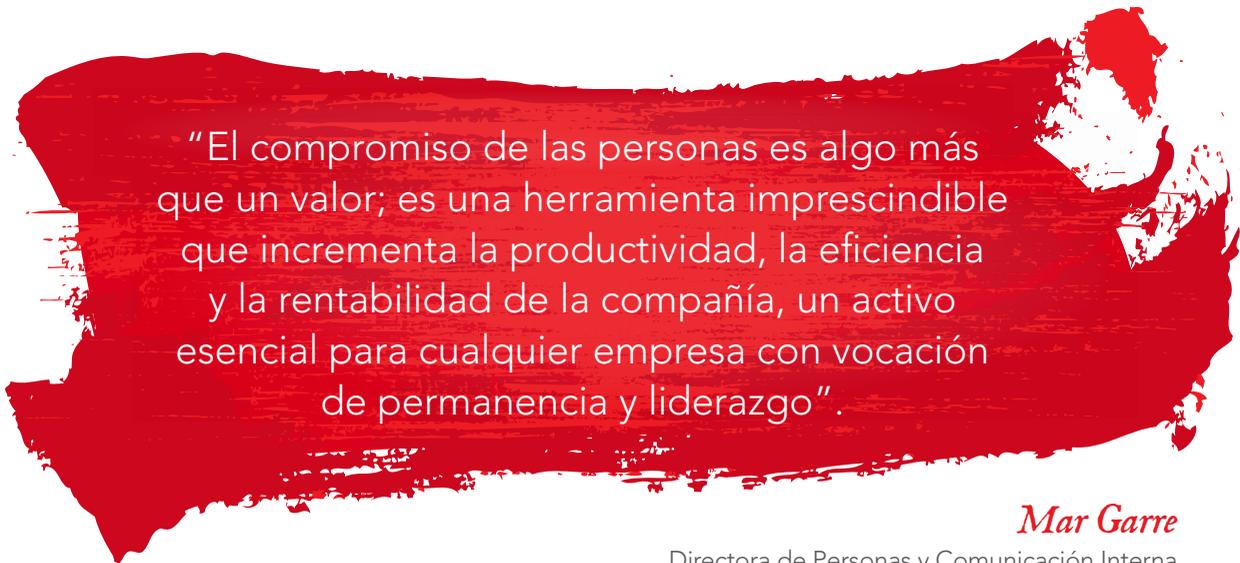
El primer paso es conocer el grado de compromiso de la organización. Para ello, Línea Directa cuenta con dos canales fundamentales: la encuesta "Implícate" y la Gestión del Desempeño. La primera es una encuesta bianual de clima que permite medir la evolución de valores tan importantes como el orgullo de pertenencia, la implicación, el compromiso y la vincu-

lación. Los resultados de la última encuesta, realizada a mediados de 2013 han sido excelentes, ya que el compromiso global de las personas alcanzó un 83%, 13 puntos más que en 2011.

El segundo de los canales de medición es la Gestión del Desempeño, donde los responsables valoran anualmente los resultados, el potencial y el compromiso de sus equipos, fijándoles objetivos y midiendo su grado de consecución.

Círculos de compromiso

El siguiente paso es la elaboración de un plan de acción a corto y medio plazo que tenga en cuenta las diferentes necesidades de las



"El compromiso de las personas es algo más que un valor; es una herramienta imprescindible que incrementa la productividad, la eficiencia y la rentabilidad de la compañía, un activo esencial para cualquier empresa con vocación de permanencia y liderazgo".

Mar Garre

Directora de Personas y Comunicación Interna



Canales de diálogo con los empleados

Comunidades virtuales

Intranet

Revista "Gente En Línea"

Anuario Interno

Desayunos y Reuniones trimestrales con el Consejero Delegado

Convención Anual

Encuestas y Focus Group

Canal de Atención al empleado

Herramientas multimedia y comunicados

casi 2.000 personas que forman la compañía. El objetivo es identificar aquellos ámbitos de actuación en los que, a través de distintas políticas o acciones concretas, se pueda generar un vínculo tanto profesional como emocional con las personas. A estos ámbitos se han denominado Círculos de Compromiso, y se han concretado en 5 grandes conceptos, aprobados por el Equipo de Dirección: Desarrollo Profesional, Equilibrio Personal y Profesional, Compromiso Social, Ventajas de ser empleado y Empresa Saludable.

Dentro del Círculo de Compromiso de Desarrollo Profesional se incluyen planes de desarrollo del talento y programas integrales enfocados a trabajar la calidad directiva (Programa Darwin, Crece y Smile), Itinerarios Formativos pensados para las personas que integran el *call centre*, Escuelas Técnicas de Formación dirigidas a las personas de *back office*, Programas de Becas de Talento para Jóvenes, y oportunidades de crecimiento profesional a través de la política de vacantes interna.

Por otra parte, en materia de Equilibrio Personal y Profesional Línea Directa dispone de más de 50 medidas, entre las que destacan el teletrabajo, los horarios flexibles, el programa de vacantes horarias para el *call centre*, la licencia de quimioterapia, la extensión del permiso de paternidad a 3 semanas, el fraccionamiento del permiso de lactancia, las vacaciones flexibles, la Jornada de puertas abiertas para hijos de empleados, la fiesta infantil por Navidad, la Escuela de Padres, la ayuda económica en supuestos de discapa-

Los Círculos de Compromiso de Línea Directa

Principales cifras:

Empleados: **1.955**

Porcentaje de mujeres: **58%**

Edad media: **37**

Personas en teletrabajo: **250**

Maternidades: **59**

Paternidades: **43**

Promociones y movilidades: **66**

Horas formación/empleo: **28**



Los Círculos de Compromiso no son espacios aislados sino que se comunican formando intersecciones, de manera que un mismo empleado puede verse atraído por diferentes medidas de uno, varios o todos los círculos.

Prevención de Riesgos Laborales

Línea Directa garantiza la seguridad y la salud de todos sus empleados. Para ello, cuenta con un Servicio de Prevención de Riesgos Laborales propio, que fomenta una cultura preventiva a través de la divulgación de hábitos saludables, con campañas de nutrición, prevención solar, cuidado bucal, información sobre células madre del cordón umbilical o sesiones de higiene postural, entre otras.

Durante 2013, se han realizado hasta 400 reconocimientos periódicos de salud, así como una campaña de vacunación contra la gripe para todos los empleados del Grupo.

Además, se ha hecho una auditoría legal de prevención que ha sido superada sin recomendaciones. Por último, se ha realizado una revisión de los Planes de Emergencia de los edificios y se ha impartido una formación en extinción de incendios y primeros auxilios destinada al personal preparado para actuar en caso de emergencia.

ciudad o el apoyo a familiares con Alzheimer, entre otras muchas.

Respecto a las Ventajas de ser Empleado, Línea Directa pone a disposición de las personas medidas como un seguro de vida y accidentes, programas de retribución flexible, importantes descuentos en los productos de la compañía y de las empresas del Grupo, acuerdos y descuentos especiales de todo tipo, un Club de Ocio, etc.

El Voluntariado Corporativo cuenta con más de 60 empleados.

En materia de Compromiso Social, la compañía ha desarrollado un Plan en el que se enmarca el Programa de Voluntariado formado por una extensa red de empleados que colaboran en los mercadillos solidarios, el Rincón Solidario como espacio reservado donde canalizar las iniciativas solidarias, campañas de donación de sangre, medio ambiente o acciones de voluntariado para hijos de empleados, entre otras.

Por último, a través del Círculo de Empresa Saludable, Línea Directa impulsa la práctica de actividades deportivas contando con un Club de Corredores (*Runners Club*), un Torneo anual de Pádel, una Liga de Fútbol, entre otros eventos deportivos.

El gran reto es, por tanto, construir un programa en el que se dan respuestas directas a las necesidades e inquietudes de los empleados (escuchar la "voz del empleado") identificando aquellas áreas de mejora más atractivas para las personas, sin olvidar la coherencia de estas medidas con los objetivos estratégicos de la compañía.

La vinculación emocional de los empleados con la compañía constituye un elemento esencial para su crecimiento y competitividad. De hecho, en los últimos años, Línea Directa ha registrado un incremento de la productividad de un 17%, una cifra que ha tenido un efecto casi inmediato en los resultados de negocio, como el incremento de la cartera de clientes de Línea Directa en más un 22% desde el inicio de la crisis.

Diálogo con clientes, la gestión de la excelencia

Para Línea Directa, la calidad es algo más que una prioridad; es una de las piedras angulares de su identidad, por lo que mide y analiza periódicamente la percepción de sus principales grupos de interés sobre la compañía, lo que le permite definir nuevos ámbitos de mejora.

Calidad Evolutiva

► En 2013, se ha continuado desarrollando el proyecto CAPTUR@, cuyo objetivo es optimizar la calidad de los datos personales de la cartera de clientes. Este proyecto tiene una importancia vital a la hora de agilizar la interlocución con los asegurados, ya que acorta sensiblemente los tiempos medios de gestión. Para ello, el Departamento de Calidad ha sentado las bases para unificar los criterios de captación y verificación en todos los sistemas, implantando los indicadores por operador. Todo ello ha permitido incrementar las direcciones de correo electrónico y los datos sobre teléfonos móviles de los asegurados en 13 y 2,9 puntos, respectivamente, alcanzando un volumen total del 71% en el caso de los *e-mails* y un 90% en el de los celulares.

Además, con el objetivo de obtener propuestas de mejora en la telefonía del *call center* del Departamento de Retención, se ha realizado un profundo estudio con *Speech Analytcs* que ha permitido identificar dos áreas fundamentales de mejora. Por un lado, se sugirió la utilización del argumentario de una manera más eficiente, lo que permitiría reducir el Tiempo Medio de Operación en 143 segundos. Asimismo, también se recomendó primar los datos de identificación aportados por la Centralita Inteligente, lo que permitiría reducir la operación en otros 11 segundos.

Como dato positivo, cabe destacar la notable mejora en el porcentaje de llamadas no atendidas, ya que se han reducido los abandonos en más de 1 punto porcentual, pasando del 6,8% registrado en 2012 al 5,7% en 2013.

Calidad Objetiva

Durante el pasado año, una de las prioridades de la compañía en el ámbito de la calidad fue la mejora de la rapidez en la gestión de las reclamaciones de los clientes. En este sentido, se ha aprobado un límite general de 48 horas para la recepción y el envío de cartas y se ha automatizado el proceso a través de *Letter System*, lo que ha logrado reducir el tiempo medio de resolución de quejas a la mitad, pasando de los 5 días registrados en 2012 a los 2,5 días del pasado año.

Calidad Interna

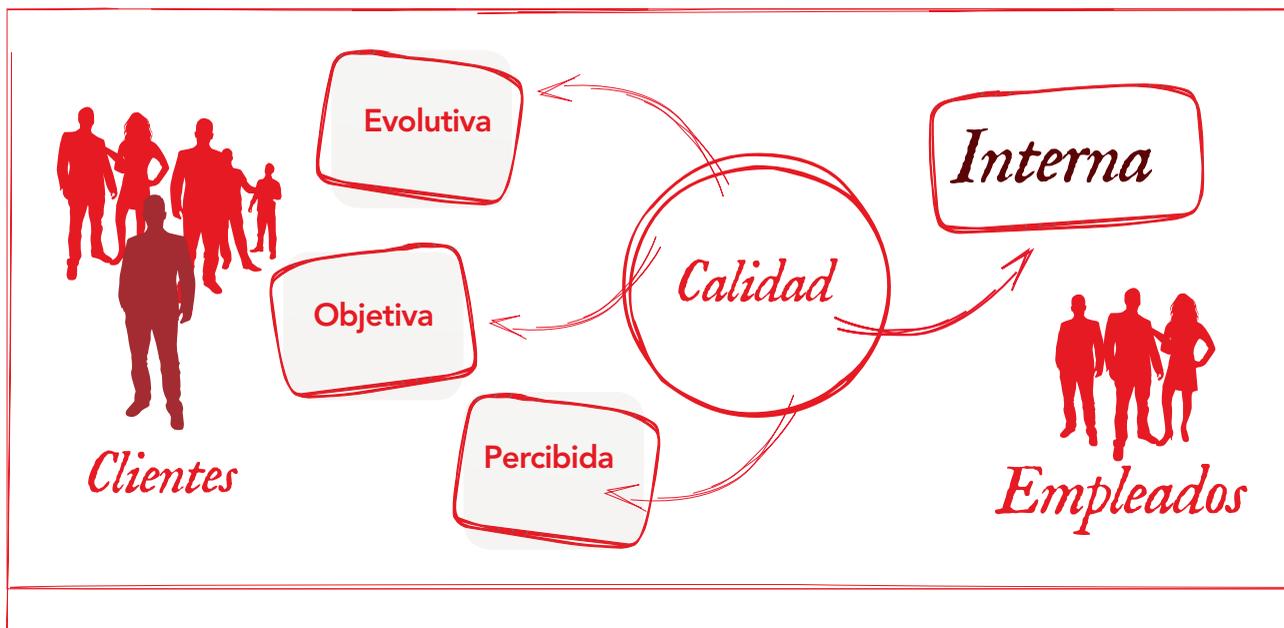
Línea Directa mide la percepción que tienen las diferentes áreas entre sí, para que, desde una dinámica constructiva, sistemática e integrada, se puedan implementar nuevas medidas y mejoras. De hecho, la medición de la calidad

“La clave de la competitividad de Línea Directa reside en su capacidad para seleccionar correctamente los riesgos, impulsando una relación con el cliente basada en la flexibilidad y la confianza mutua”.

José María Maté
Director del Área Técnica



Acceda al
video de José
María Maté



interna incide directamente en la percepción del asegurado, existiendo una fuerte correlación entre la satisfacción del área receptora y la del cliente final.

El Departamento de Calidad mide la labor de los equipos de soporte siguiendo la escala *Servqual* de *Parasuraman, Zeithaml* y *Berry*. Esta sistemática define la calidad de servicio como la diferencia entre las expectativas y la percepción de los clientes en torno a 6 dimensiones: eficacia, rapidez, preparación, trato, accesibilidad y esfuerzo por comprender las necesidades. Esta información se testa una vez al año y sus resultados son incorporados al plan de mejora de cada Área.

Calidad Percibida

En el último año, Línea Directa ha trabajado en el ámbito de la Calidad Percibida revisando el diseño de todos los procesos que inciden directamente en la satisfacción de los clientes, proponiendo recomendaciones y mejoras a las áreas y habiendo logrado, según las encuestas, una mejora muy significativa.

En 2013, se ha puesto en marcha el proyecto "3x4", que persigue incrementar los niveles de satisfacción de los clientes con los procesos de Gestión de Multas y el Servicio de Atención Jurídica. Para ello, se ha trabajado de forma coordinada con el Área de Secretaría General para localizar e identificar los elementos clave en cada procedimiento, trasladando a los proveedores las mejoras y propuestas. Todo ello ha permitido mejorar el Índice de Satisfacción Neto respecto a 2012 en

15 puntos en el caso de la Gestión de Multas y en 10 puntos en el caso del Servicio de Atención Jurídica.

Otra de las prioridades en materia de Calidad Percibida ha sido incrementar la satisfacción de los clientes con la tramitación de los siniestros de hogar. Para ello, se ha trabajado conjuntamente con el Área afectada, lo que ha permitido mejorar el Índice de Satisfacción Neta del proceso en 2,83 puntos, alcanzando los 80,33 puntos.

La satisfacción de los clientes

	2012	2013
ISN ATENCIÓN TELEFÓNICA	85,47	87,33
ISN SATISFACCIÓN		
Satisfacción General	79,99	80,13
Satisfacción Proceso	72,03	80,51
TELEFONÍA		
Entrantes:	7.587.727	7.777.987
% Abandono	4,12%	3,42%
BENCHMARK	87,17	87,90



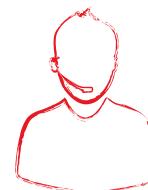
Gestión de Quejas: la oportunidad de ser mejores

En Línea Directa, una queja de un cliente es siempre una oportunidad de mejora, ya que ayuda a detectar incidencias y a mejorar la calidad de los procesos y los servicios de la compañía. Por eso, el Servicio de Atención al Cliente de Línea Directa trata de dar una respuesta rápida y eficiente a todas las quejas recibidas por las Áreas, analizando la información obtenida para identificar errores y depurar los procesos de negocio.

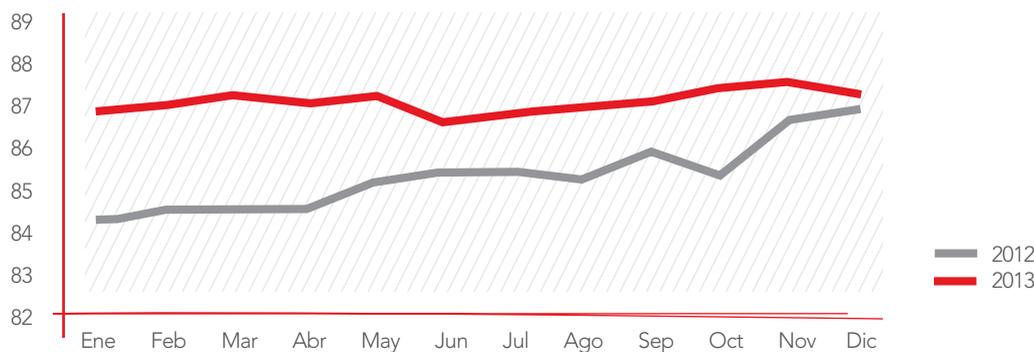
Este año, Línea Directa ha recibido un total de 1.729 incidencias, de las cuales el 82% son reclamaciones y el 18%, quejas. En cuanto a su resolución, en el 46,67% de los casos fue a favor del cliente. Por área de distribución, Gestión de Accidentes supone el 63,9% del total, seguido por Gestión de Póliza, con un 25%. A más distancia se encuentran el Servicio de Asistencia en Viaje (3,7%), Cotización y Cierre

(5,5%) y Servicios Adicionales (1,9%).

El mayor volumen de incidencias por proceso corresponde a la exclusión de reparaciones por decisiones periciales, seguido de la aplicación del Condicionado en la gestión de siniestros, de la cancelación de la póliza y, por último, a la tramitación de siniestros de Autos.



Comparativa 2012 Vs 2013 de la Satisfacción en la Atención Telefónica



ISN Encuestas de atención telefónica por Áreas y procesos

Área	Índice de Satisfacción Neto	Promedio anual
MOTOR	Ventas nacional	86,39
	Retención particulares	87,49
	Recobro	88,36
	Internacional (Atención al cliente)	88,60
	Empresas (Ventas y Clientes)	86,94
GESTIÓN DE ACCIDENTES	Contrato /Servicios Contractuales	84,52
	Convenio / RC Material	83,25
	Contencioso / RC Corporal	83,21
HOGAR	Ventas	90,40
	Clientes	88,39
	Gestión de Accidentes	83,10
GOBIERNO CORPORATIVO	Gestión de Quejas	81,17
Línea Directa Asistencia	Asistencia en Viaje	91,56
TOTAL		87,33

Diálogo con Proveedores, valor compartido

Línea Directa impulsa un diálogo con sus colaboradores basado en la transparencia, la confianza mutua y la búsqueda de la excelencia.

► Línea Directa promueve un diálogo abierto con sus colaboradores basado en la inmediatez, la transparencia y la confianza mutua. Para ello, dispone de diversos soportes de gestión, entre los que destaca la Web Colaboradores, una plataforma interactiva de intercambio de información que sistematiza todos los procesos productivos de la compañía, tales como las reclamaciones, las reparaciones, las gestiones administrativas y las valoraciones de los daños materiales y corporales, entre otros muchos.

La compañía también dispone de un portal específico para las compras en el que se establecen las condiciones generales de los concursos y se promueven prácticas responsables basadas en los 5 principios contenidos en el Código de Conducta para proveedores. Estos principios son: Ética y transparencia; Cumplimiento normativo y respeto a la libre competencia; Confidencialidad y respeto a la propiedad intelectual; Respeto a la legislación laboral y a los Derechos Humanos y la Protección del Medio Ambiente.

El Código, aprobado por el Consejo de Administración de Línea Directa en 2012 y disponible en la Web Corporativa de la compañía, incluye la dirección de contacto del Gestor Ético, para que cualquier colaborador pueda exponer sus dudas sobre la interpretación de sus condiciones, evitando así situaciones comprometidas o no deseadas.



GANADORES IV EDICIÓN PREMIO PROVEEDORES

- **Categoría de Excelencia en el Servicio:**
B2B - IRAL
B2C - HERTZ
- **Categoría de Innovación e Implicación en los Procesos:**
B2B - RARO PRODUCCIONES y RAMIRO JAQUETE
B2C - GRÚAS SEMPERE
- **Categoría de Responsabilidad Social Corporativa:**
FUNDACIÓN APROCOR

Perímetro /
Volumen negociado
36,65 M€

Nº Concursos
en 2013
115

Ahorro total
6,3 M€
(17,3%)

IV Premio Proveedores Línea Directa

Durante este ejercicio se ha celebrado la IV edición del Premio Proveedores Línea Directa, a través del que la compañía reconoce a todas las empresas, profesionales y colaboradores que han destacado por su calidad en el servicio, por su implicación en la mejora de los procesos y por sus prácticas de Responsabilidad Corporativa.

Los candidatos son propuestos libremente por los responsables de cada departamento entre aquellos proveedores, *partners* y colaboradores que han prestado sus servicios a la compañía durante el año.

La gran novedad de esta edición ha sido la diferenciación implementada en las categorías de "Implicación en la mejora de los procesos" y de "Calidad en el servicio". En ellas, de cara a potenciar la igualdad de oportunidades en las valoraciones, se han creado dos categorías: *Business to Business* (B2B) y *Business to Consumer* (B2C). Los primeros son colaboradores que prestan un servicio de asesoramiento o consultoría a Línea Directa, mientras que los segundos son aquellos *partners* que prestan su servicio al cliente final.

Un compromiso con la sociedad

Línea Directa impulsa un diálogo activo y continuo con la sociedad basado en la sostenibilidad, la transparencia y el compromiso.

► Durante 2013, Línea Directa ha apostado por la investigación y la concienciación como medios más efectivos de promover hábitos de conducción segura en la sociedad. Para ello, en colaboración con la Fundación Española para la Seguridad Vial (FESVIAL), lanzó el estudio “Mitos y falsas creencias sobre los controles de alcoholemia”, que analizaba los principales mitos de los conductores españoles sobre un fe-

nómeno que sigue causando cientos de muertes todos los años.

Además, durante el pasado año también ha continuado elaborando informes de gran interés social sobre aspectos relacionados con los vehículos, los conductores y el sector asegurador, tales como el “2º Barómetro del Fraude en el Seguro de Autos” y “El robo de vehículos en España”, que logra-

ron una gran repercusión en los medios de comunicación, hasta alcanzar los 266 millones de audiencia acumulada. En el ámbito del seguro de Hogar, Línea Directa también realizó dos importantes investigaciones sobre la accidentalidad y el aseguramiento en las segundas viviendas de nuestro país y sobre el robo en casas en España, disponibles ambos en la Web Corporativa de la compañía.

X Premio Periodístico de Seguridad Vial Línea Directa

En 2013 Línea Directa celebró el 10º aniversario del Premio Periodístico de Seguridad Vial, cuyo objetivo es incentivar la publicación y difusión de artículos y reportajes sobre seguridad en carretera. Los galardones cuentan con tres categorías periodísticas (Prensa, Radio y Televisión) y otras dos, el Premio Solidario y el Premio Honorífico, que reconocen la labor y las iniciativas de aquellas asociaciones, fundaciones y personalidades que han destacado por su compromiso

contra la accidentalidad. En esta edición se superó de nuevo el récord de participación, con un total de 987 artículos y reportajes presentados, un 20% más que la edición anterior.

El acto de entrega, que tuvo lugar en el Teatro Real, fue presidido por María Seguí, Directora General de Tráfico, y contó con la participación de la piloto de Fórmula 1 María de Villota.



En la imagen, de izquierda a derecha, sentados: Mar Cogollos (Directora de AESLEME), María Seguí (Directora General de Tráfico), Miguel Ángel Merino (Consejero Delegado de Línea Directa), Matías Prats (periodista), Mª Pilar González de Frutos (Presidenta de UNESPA). De pie, de izquierda a derecha: Beito Rubido (Director de ABC), Noelia Camacho (periodista de Telecinco), Flavia Rodríguez Ponga (Directora General de Seguros y Fondos de Pensiones), Pedro Guerrero (Presidente de Bankinter), Vicente Jiménez (Director Adjunto de El País) y Francisco Valencia (Director de Gobierno Corporativo de Línea Directa). En la imagen de la derecha, la piloto de Fórmula 1, María de Villota, que participó en el acto de entrega del Premio Periodístico.



Calendario Solidario por la Seguridad Vial

Jornada de Seguridad Vial



En 2013 Línea Directa organizó la Mesa Redonda "Hacia Cero Accidentes. La prevención y los diferentes actores: conductores, vehículos y carreteras" para reflexionar sobre la incidencia de cada factor en el fenómeno de la accidentalidad, siempre desde una perspectiva eminentemente preventiva. La jornada contó con la inauguración de Rafael Catalá Polo, Secretario de Estado de Infraestructura, Transportes y Vivienda, y una mesa redonda compuesta por María Seguí, Directora General de Tráfico, Jorge Urrecho, Director General de Carreteras, Manuel Valle, Director General de Industria y de la PYME, Jacobo Díaz, Presidente de la Federación Europea de Carreteras, y Juan Luis de Miguel, Subdirector del Centro Zaragoza.

Por segundo año consecutivo, Línea Directa ha lanzado un calendario solidario a favor de la seguridad vial. La iniciativa, que ha contado con la participación de 12 personas con discapacidad intelectual de la Fundación Juan XXIII y con los empleados ganadores de los Premios Corporativos "Nuestros Valores", pretende trasladar los valores de la accesibilidad e integración al entorno de la seguridad en carretera. La iniciativa se enmarca dentro del acuerdo de colaboración entre Línea Directa, la Fundación Randstad y la Fundación Juan XXIII, por el que, a partir de 2014, los empleados de la compañía darán formación sobre seguridad vial y seguridad en el hogar a las personas con discapacidad de la Fundación.



Acceda al video de Francisco Valencia

"En 2013 Línea Directa se ha consolidado como una de las compañías españolas con mejor reputación, alcanzando el puesto 64 en el ranking general de MERCOSUR, donde ha avanzado 18 puestos respecto al año anterior".

Acción Social



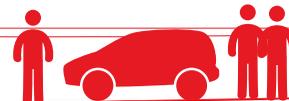
Línea Directa apoya y coordina las diferentes inquietudes solidarias existentes en la compañía a través de su Plan de Voluntariado Corporativo, que cuenta con una red fija de colaboradores de más de 60 personas y con un punto de encuentro conocido como "Rincón Solidario", que sirve de punto de información y recogida de los diferentes materiales de cada proyecto.

Además, Línea Directa también colabora activamente con asociaciones como Hogar El Olivo, Cruz Roja Española, Fundación Integra, Fundación Aprocor, Ángeles Urbanos o la Fundación Randstad, entre otros, para impulsar valores como la integración, la solidaridad y la igualdad de oportunidades.

Francisco Valencia

Director de Gobierno Corporativo

Plan de Movilidad



Tras la aprobación del Plan de Movilidad y Seguridad Vial, Línea Directa ha puesto en marcha diferentes medidas para fomentar la seguridad en carretera entre los empleados. Para ello, fomenta la formación a través de la inclusión de consejos sobre conducción en la Intranet de la compañía y ha creado una plataforma para incentivar el uso del coche compartido ("car pooling") entre empleados, reservando plazas de aparcamiento en los centros de trabajo para las personas que se acojan al plan.

Impulsando el respeto al medioambiente

En 2013 se ha avanzado en las iniciativas sostenibles, con el fin de mejorar el impacto de la organización en el medioambiente y ahorrar en el consumo de recursos naturales.

► Por su propia naturaleza, Línea Directa tiene un impacto menor en el medioambiente que sus competidores, puesto que al operar solamente por teléfono e Internet su huella de carbono se ve notablemente reducida. El modelo de desintermediación centraliza a los empleados en un número de edificios reducido, localizados en Tres Cantos y Pozuelo, en Madrid, y su atención al cliente se gestiona mediante canales telemáticos, bajos en emisiones.

Con el Primer Plan Director de RSC 2011-2013, Línea Directa ha avanzado en la gestión medioambiental, en la lucha contra el cambio climático y ha impulsado la eficiencia energética y la movilidad sostenible, factores clave a largo plazo. Para ello, ha dispuesto una plataforma de gestión –Enablon Sustainability- donde ha incluido los in-

dicadores medioambientales. Uno de ellos, el consumo de energía, ha experimentado una evolución muy favorable durante 2013, reduciéndose en un 23% respecto al año anterior, fruto de varios proyectos de eficiencia energética acometidos por la compañía: cambio de la instalación de iluminación con tecnología led, unificación de los servicios en edificios, una mejora en la gestión de la climatización, el uso de energía solar para calentar el agua o el apagado automático de equipos a las 00:00 horas.

Además, para impulsar la gestión medioambiental integral del Grupo, se ha realizado una auditoría energética en el Centro Avanzado de Reparaciones, CAR, lo que permitirá elaborar medidas para conseguir una mayor eficiencia en este campo.

Huella de Carbono

Durante 2013, Línea Directa ha elaborado por segundo año consecutivo su Huella de Carbono, como punto de partida para la reducción y compensación de las emisiones. El cálculo se ha realizado con estimaciones objetivas, bajo el modelo GHG Protocol, diferenciando las emisiones en directas, indirectas e inducidas. Se han contabilizado las emisiones derivadas del consumo de gas, gasoil, electricidad, desplazamiento de empleados, agua, papel y, para disponer de un cálculo más exhaustivo, las producidas en los viajes de empresa.

Al cálculo de emisiones de carbono de la aseguradora, se han añadido en 2013 las emisiones de su filial, Línea Directa Asistencia. El objetivo es conocer el impacto de la actividad del Grupo para buscar medidas de

Otras emisiones	Consumo eléctrico (g)	Grupos electrógenos (g)	Calefacción (g)		TOTAL (g)
SOx (a) (b)	1.494.573,88	14.865,75	-	-	1.509.439,63
NOx (a) (b)	1.046.587,91	785.761,29	0,00	362.475,56	1.148.236,85
COVNM (c)		148.657,54	0,00	18.123,78	166.781,32
CO (c)		339.788,67	0,00	47.121,82	386.910,49
CH4 (b)		-	0,00	5.074,66	5.074,66
N2O (b)		-	0,00	8.699,41	8.699,41

(a) Fuentes: Observatorio WWF España para el consumo eléctrico.

(b) Guía CORINEAIR 2007 Y 2009 y Guía Técnica para la Medición, Estimación y Cálculo de las Emisiones al aire del Gobierno Vasco.

(c) Estimado a partir del contenido en azufre del combustible utilizado.

Consumo eléctrico 2012 Vs 2013

2012	2013	Ahorro
18.040,32 GJ	13.902,84 GJ	4.137,48 GJ



Emisiones CO ₂ Directas (Tn)	Línea Directa Aseguradora		Línea Directa Asistencia
	2012	2013	2013
Por consumo de Gas*/Gasoil**	364,7	307,4	47,3
Emisiones/empleado Línea Directa Aseguradora <small>*Gas (1.025.000 Kwh/Nm3) **Gas oil Tipo A (25.000l) Fuentes factores de emisión Informe de Inventarios GEI 1990-2008 y Plan de Energías Renovables en España 2005-2010.</small>	0,22	0,18	
Emisiones/empleado Línea Directa Asistencia <small>*Gas (882.058 Kwh/Nm3) **Gas oil Tipo A (23,25 l) Fuentes factores de emisión Informe de Inventarios GEI 1990-2008 y Plan de Energías Renovables en España 2005-2010</small>			0,22
Emisiones CO₂ Indirectas (Tn)			
Por consumo de electricidad	1.237	687	157
Emisiones/empleado <small>Fuente factor de emisión Observatorio WWF España</small>	0,77	0,4	0,72
Emisiones CO₂ Inducidas (Tn)			
Desplazamientos in itinere	2.166	1.611	190,4
Viajes de empresa	*	5,1	2,7
Agua	12,6	2,6	---
Papel	58,5	149,1	2,2
Total:	2.237	1.767,8	195,3
Emisiones/empleado <small>Fuente de factores de emisión Agencia Europea de Medio Ambiente (EEA) 2013, reciclapapel.org. (Las emisiones debidas al consumo de agua incluyen la distribución y la depuración de las mismas para el suministro municipal)</small>	1,39	1,0	0,9

* Cálculo no incluido en el alcance de 2012.

reducción y compensación conjuntas. El Comité de Responsabilidad Corporativa y Reputación ha evaluado diferentes líneas de actuación para su compensación y reducción, algunas de las cuales se realizarán durante 2014.

El nuevo Plan de RSC 2014-2016 ampliará la medición del aporte al efecto invernadero del Grupo y desarrollará la gestión de recursos, la eficiencia energética y la movilidad sostenible, manteniendo la línea de responsabilidad medioambiental.

En 2013, Línea Directa se ha unido un año más a la iniciativa de WWF Adena, "La Hora del Planeta", muestra de su implicación en la lucha contra el cambio climático.

Además, dentro de la formación a las nuevas incorporaciones, se ha creado un módulo de Responsabilidad Corporativa con el que la compañía quiere hacer partícipe de su sensibilidad a los empleados que entran a la aseguradora.

Plan de Movilidad

Línea Directa ha puesto en marcha durante 2013 diferentes acciones bajo su Plan de Movilidad y Seguridad Vial. Se ha implementado una plataforma tecnológica de *car pooling* para empleados que permite compartir su trayecto y planificar desplazamientos

in itinere conjuntos. La acción se ha acompañado de una gran difusión a través de los canales de comunicación internos. La plataforma tiene una media de 250 visitas mensuales y se han unido a ella más de 60 personas. Como incentivo, se han dispuesto hasta 11 plazas de aparcamiento reservadas para los vehículos de alta ocupación.



Reconocimientos

Gracias a su compromiso con las personas, la innovación y la calidad, durante 2013, Línea Directa ha recibido importantes reconocimientos en ámbitos tan diversos como la Reputación, los Recursos Humanos, la Comunicación, la Innovación o la Responsabilidad Corporativa.

VII Premios Nacionales de la Fundación Alares

En 2013, Línea Directa ganó el Premio Nacional Alares a la Conciliación y la Responsabilidad Social en la categoría de "Gran Empresa" gracias a sus políticas de compromiso y a sus ambiciosos programas en el ámbito de los Recursos Humanos.

Certificado EFR

El Grupo Línea Directa Aseguradora ha renovado en 2013 el certificado EFR (Empresa Familiarmente Responsable), concedido por la Fundación Másfamilia, superando su anterior calificación en dos niveles: de "Comprometida C" a "Proactiva B".

Premio del Observatorio de Comunicación Interna

El Observatorio de la Comunicación Interna y la Identidad reconoció al anuario interno de Línea Directa, editado bajo el lema "2012, un año con mucho ritmo" como la "Mejor publicación *offline* para la comunicación interna 2013".

Mercos Empresas

En 2013, Línea Directa alcanzó el puesto 64 en el ranking general de MERCOS, 18 puestos por encima del año anterior, lo que le permite consolidarse como una de las empresas con mejor reputación de nuestro país, la 5ª entre las aseguradoras.

Sello "Madrid Excelente"

En 2013, tanto Línea Directa como CAR, su taller de reparaciones, han renovado el sello "Madrid Excelente" que concede la Fundación Madrid por la Excelencia basándose en la calidad de gestión, la innovación y las prácticas en materia de Responsabilidad Corporativa.

Premio Digital Execs Awards

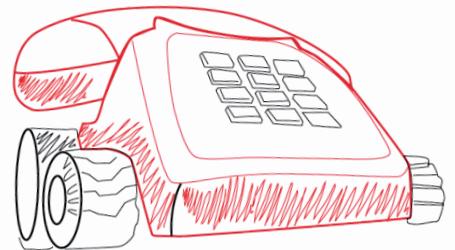
Línea Directa también ha sido reconocida en los Premios Digital Execs Awards en la categoría "Intensidad y éxito en la comunicación y publicidad en medios digitales" que reconocen la excelencia corporativa digital de las empresas españolas.

Mercos Personas

Línea Directa también ha sido designada por MERCOS Personas como una de las mejores empresas para trabajar en España, ocupando el puesto 48 del ranking general y el 10º en entre las empresas de su categoría (500 a 1.999 empleados). Además, también se consolida como la 3ª mejor aseguradora para trabajar en nuestro país.

Actualidad Económica "100 mejores ideas"

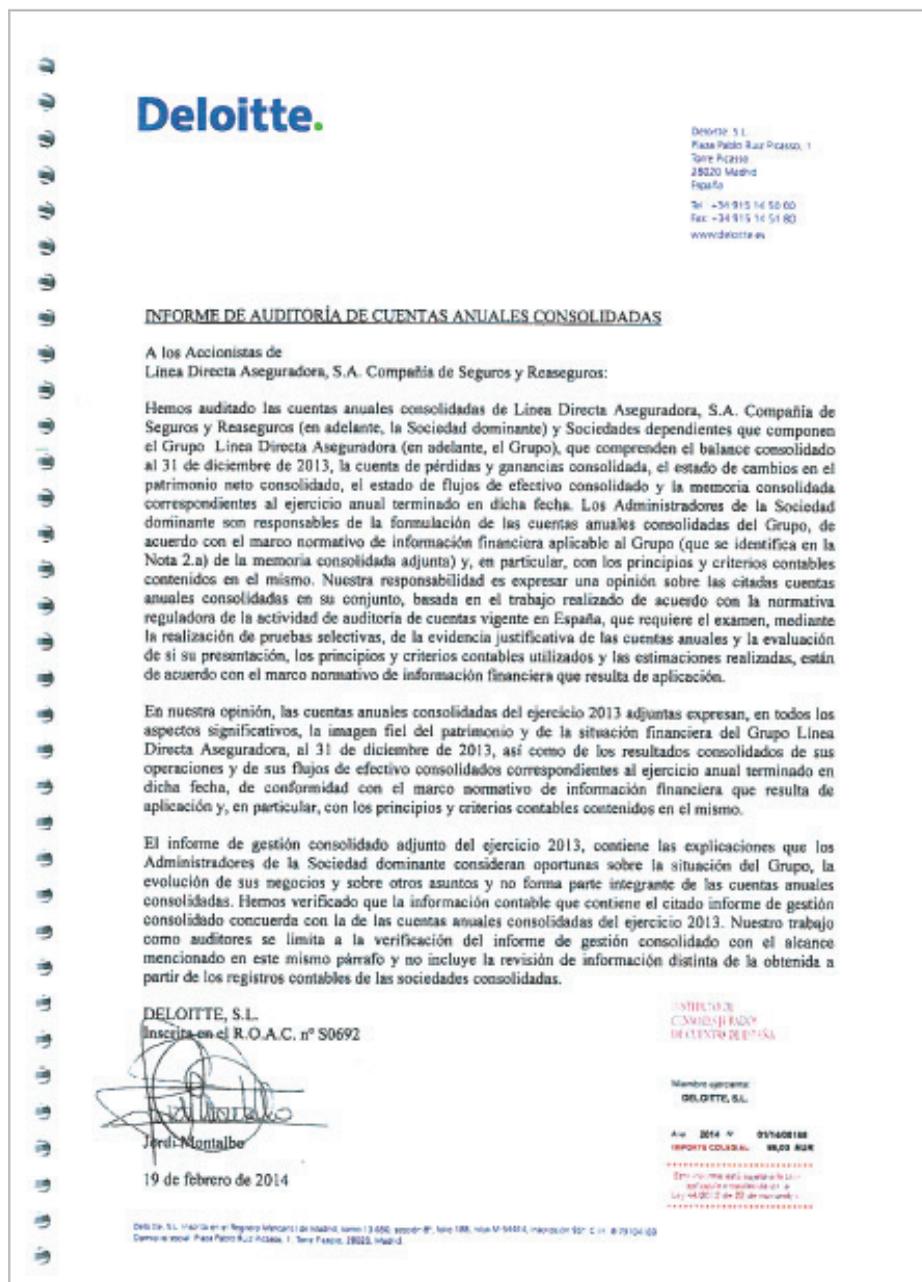
Penélope Seguros, la marca de Línea Directa especialmente dirigida a conductoras, ha sido reconocida por la revista Actualidad Económica como una de las 100 mejores ideas empresariales de 2013, entre las que también incluyó al cotizador móvil de la compañía, el primero del sector en ofrecer precio a través de Smartphones.



Resultados del ejercicio 2013

<i>Resultados</i>	<i>2013</i>	<i>2012</i>	<i>2011</i>
I. Cuenta de resultados del Grupo			
Primas devengadas (€)	642.474.438	650.584.510	676.896.346
Beneficio antes de impuestos	128.513.336	121.497.350	107.176.725
Beneficio después de impuestos	90.951.836	86.605.056	74.869.449
2. Ratios de Gestión del Grupo			
Siniestralidad neta	68,78%	70,28%	75,19%
Ratio combinado neto	87,71%	88,56%	90,64%
Recursos propios (€)	458.164.193	427.212.356	340.607.300
Superávit del Margen de Solvencia	310.813.145	276.163.156	182.010.841
3. Balance de situación del Grupo			
Provisiones Técnicas	592.460.493	603.563.695	626.474.842
Activos Totales	1.277.575.859	1.140.870.528	1.080.507.816
Patrimonio Neto	480.687.147	434.887.499	334.940.263
4. Cartera de clientes			
Cartera	2.095.138	1.975.336	1.869.491
Pólizas de Motor	1.796.302	1.744.754	1.706.873
Pólizas de Hogar	278.966	218.675	161.947
Seguro de Bienestar	19.870	11.907	671
Empleados	1.955	1.951	1.924

<i>Cuenta técnica consolidada</i>	2013	2012	2011
Primas imputadas netas de reaseguro	642.517.458	660.778.107	680.173.237
Coste siniestral neto de reaseguro	(441.912.330)	(464.418.280)	(511.445.922)
Gastos operativos y técnicos netos	(121.621.851)	(120.737.439)	(105.041.668)
Ingresos financieros netos	44.226.970	41.513.455	40.084.380
Resultado cuenta técnica aseguradora	123.210.247	117.135.843	103.770.027
Otros ingresos financieros netos	(58.715)	(44.450)	(7.466)
Otros ingresos	12.247.630	10.395.821	12.638.370
Otros gastos	(6.885.826)	(5.989.863)	(9.224.205)
Resultado cuenta no técnica	5.303.089	4.361.508	3.406.699
Resultado consolidado antes de impuestos	128.513.336	121.497.351	107.176.725
Impuesto de sociedades	37.561.500	34.892.294	32.307.276
Resultado consolidado después de impuestos	90.951.836	86.605.056	74.869.449
<i>Balance consolidado a 31.12.2013</i>	2013	2012	2011
Activo			
Tesorería	65.633.853	39.518.042	43.478.840
Cartera de inversiones, disponibles para la venta	971.762.232	742.814.778	662.885.821
Préstamos, depósitos y partidas a cobrar	83.978.931	214.758.548	223.012.821
Participación del reaseguro en las provisiones técnicas	3.524.480	4.151.507	4.513.400
Inmovilizado material e inversiones inmobiliarias	49.304.280	46.626.317	50.455.196
Inmovilizado intangible	12.692.457	13.084.061	13.716.086
Pagos anticipados y periodificaciones	73.997.738	64.288.301	62.376.210
Activos Fiscales	16.681.888	15.628.974	20.069.442
Total activo	1.277.575.859	1.140.870.529	1.080.507.816
Pasivo y patrimonio neto			
Débitos y cuentas a pagar	117.090.089	29.051.763	51.447.947
Provisiones técnicas	592.460.493	603.563.695	626.474.842
Provisiones no técnicas	14.242.597	14.312.370	15.992.697
Otros pasivos	111.544	0	1.557
Pasivos por impuestos corrientes y diferidos	72.983.989	59.055.202	51.650.511
Total pasivo	796.888.712	705.983.030	745.567.553
Fondos Propios	458.164.193	427.212.357	340.607.300
Ajustes por cambios de valor	22.522.954	7.675.143	(5.667.037)
Total patrimonio neto	480.687.147	434.887.499	334.940.263
Total pasivo y patrimonio neto	1.277.575.859	1.140.870.529	1.080.507.816
Margen de solvencia consolidado			
Mínimo exigido	108.873.126	111.641.844	114.384.712
Fondos disponibles	419.686.271	387.805.000	296.395.553
Superávit del margen de solvencia	310.813.145	276.163.156	182.010.841
Ratio de solvencia	385,5%	347,4%	259,1%
Cobertura de provisiones técnicas			
Provisiones técnicas a cubrir	628.236.957	626.022.340	636.982.118
Bienes afectos a cobertura	1.097.587.391	989.876.553	911.208.358
Superávit/(déficit) en cobertura	469.350.434	363.854.213	274.226.241
% Cobertura	174,7%	158,1%	143,1%



“Nuestro Ratio Combinado, del 87,7%, es 9 puntos mejor que la media del sector, lo que confirma, un año más, la consistencia del modelo de Línea Directa, capaz de obtener beneficios con la propia actividad aseguradora de manera recurrente”

David Pérez Renovales

Director General Adjunto de Finanzas

Acerca de esta memoria

OBJETIVO

La presente Memoria da cuenta de la actividad y resultados en los ámbitos económico, social y medioambiental del Grupo Línea Directa entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2013, con el objetivo de mostrar su transparencia y compromiso con sus grupos de interés.

ESTÁNDAR INTERNACIONAL



Línea Directa ha seguido las pautas y recomendaciones de la Guía G3 de *Global Reporting Initiative* (GRI), organización especializada en informes de sostenibilidad y responsabilidad corporativa, dando respuesta a todos los indicadores exigidos para alcanzar la calificación B, confirmada por GRI. Este estándar internacional implica la aplicación de ciertos principios que aseguran la calidad de la información, como son el principio de equilibrio, de comparabilidad, de precisión, de periodicidad, de claridad y de fiabilidad.

ALCANCE Y COBERTURA

Línea Directa publica esta Memoria con periodicidad anual, incluyendo además datos del ejercicio anterior para evaluar objetivamente la evolución de los principales indicadores de desempeño.

Siguiendo el mismo criterio establecido en la consolidación de la información financiera del Grupo Línea Directa Aseguradora, se incluye información de Línea Directa Aseguradora S.A. Compañía de Seguros y Reaseguros y sus Sociedades dependientes, siendo su ámbito de actuación España.

En el ejercicio 2013 no han tenido lugar cambios significativos en cuanto al tamaño, estructura o propiedad de la organización, ni tampoco ha variado el alcance y cobertura de la presente Memoria respecto a las Memorias de ejercicios anteriores.

En el caso de que alguna información no corresponda a dicho alcance, se ha especificado de forma explícita en el documento. Asimismo, cuando se ha considerado conveniente para mejorar la comprensión de la información, se han incluido explicaciones de las hipótesis de cálculo.

RELEVANCIA Y MATERIALIDAD

La definición de la materialidad de la memoria, así como la selección del contenido a reportar se ha realizado en base a los aspectos considerados más relevantes para nuestros principales grupos de interés. Para ello, Línea Directa ha analizado la información recibida a través de los distintos canales de comunicación establecidos con clientes, empleados y proveedores. En dicho análisis se ha considerado el contexto de sostenibilidad de Línea Directa y el principio de exhaustividad. Además en 2013 Línea Directa ha chequeado la percepción y la reputación de la marca entre sus grupos de interés.



Red Pacto Mundial
España

PRINCIPIOS QUE NOS COMPROMETEN

Asimismo, Línea Directa está adherida al Pacto Mundial de Naciones Unidas (*Global Compact*) como empresa signataria desde 2011, habiendo publicado su primer Informe de Progreso en 2012. Durante 2013 sigue con su compromiso de impulsar, proteger y extender los 10 principios del acuerdo internacional, publicando su resultado en el *Communication On Progress 2013*. Con ello, Línea Directa adquiere el cometido de participar en la protección de los derechos humanos y laborales, en el respeto al medioambiental y en la lucha contra la corrupción.

VERIFICACIÓN EXTERNA

La información económica publicada en esta Memoria ha sido revisada por un auditor independiente. Asimismo, Línea Directa tiene prevista la revisión externa de los contenidos de la Memoria y de su adaptación al estándar *Global Reporting Initiative* en futuros ejercicios.



Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **Grupo Línea Directa Aseguradora** ha presentado su memoria "Memoria Corporativa 2013" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación B.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3 de GRI. Para conocer más sobre la metodología: www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

Amsterdam, 21 de febrero 2014

Nelmara Arbex
Subdirectora Ejecutiva
Global Reporting Initiative



Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándola y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. www.globalreporting.org

Descargo de responsabilidad: En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 14 de febrero 2014. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.

Edita y elabora: Departamento de Comunicación Externa
y Responsabilidad Corporativa

Diseño y maquetación: Inforpress

Depósito legal: M-6180-2014



Para más información se pueden consultar las tablas completas, con los contenidos y los indicadores GRI, en el siguiente enlace:
<http://info.lineadirecta.com/quienes-somos/memoria-corporativa>





línea directa

Ronda de Europa nº 7
28760-Tres Cantos. Madrid
Tel: 91 807 20 00

Síguenos en:



Una compañía
bankinter.