

02

“PREPARADOS
PARA AFRONTAR
UNA NUEVA Y
ESPERANZADORA
ETAPA”

Ignacio Eyries García de Vinuesa
DIRECTOR GENERAL

Ignacio Eyries afirma con satisfacción que en 2014 se ha consolidado la trayectoria de resultados positivos iniciada en el crucial ejercicio 2013. El Director General de Caser señala como principales claves para conseguirlo la solidez financiera de la entidad, el acierto del Plan Estratégico -que ha sabido reorientar el modelo de negocio y convertir las amenazas en oportunidades- así como la excelencia del equipo humano que dirige. Ahora afronta con ilusión el diseño del nuevo Plan Estratégico 2015-2019, que permitirá encarar el futuro con las máximas garantías de éxito.

2014: UN EJERCICIO DE CONSOLIDACIÓN

¿Qué balance global hace del ejercicio 2014?

El balance es absolutamente satisfactorio, siendo especialmente significativa la consolidación de la trayectoria positiva de resultados, con un beneficio de 104 millones de euros antes de impuestos, un 22% más que en 2013. Supone, en definitiva, recuperar prácticamente los resultados previos a la reestructuración del sistema financiero, factor que impactó de forma determinante en nuestro modelo de negocio y del que nos hemos recuperado rápida y sólidamente, todo ello en un escenario de tipos de interés e ingresos financieros muy inferiores a los existentes antes de la crisis.

¿Cuáles han sido las claves de ese éxito?

Las claves han sido diversas. Una de las más importantes ha radicado en la articulación de un Plan Estratégico de transición (2013-2015)

que se ha revelado acertado, tanto en el diagnóstico de la situación a la que nos enfrentábamos como en las medidas adoptadas. Este plan nos ha permitido sentar las bases de un nuevo modelo de negocio para Caser, que tiene como principales ejes el impulso de la mediación tradicional y la consolidación de la distribución a través de entidades financieras.

Otros factores del éxito habría que buscarlos en la solidez financiera y solvencia demostradas por la Compañía, el fuerte apoyo del accionariado y el excelente equipo humano con el que cuenta, que ha sabido estar a la altura de las circunstancias, demostrando unos niveles de profesionalidad y compromiso sobresalientes.

¿Podría detallar las cifras de negocio más relevantes para Caser en 2014?

Al margen de las satisfactorias cifras de resultados, ya comentadas, la facturación alcanzó los 1.740 millones de euros, de los que 1.442 >

➤ correspondieron a ingresos por primas. Los ramos de No Vida aportaron 824 millones de euros, mientras que el negocio de Vida facturó 618 millones, algo lastrado por la dificultad en captar ahorro a causa de la coyuntura económica de bajos tipos de interés. En todo caso, el negocio asegurador ha cerrado el ejercicio 2014 con un volumen de primas superior al presupuestado.

En cuanto al margen de solvencia, se ha situado en 970 millones de euros, con una cobertura de más del doble de la cuantía mínima legalmente exigida, lo que me gustaría destacar por resultar revelador de la enorme solidez de la Compañía, lo que permitirá afrontar las futuras necesidades de capital bajo Solvencia II con las mayores garantías. Adicionalmente, el margen técnico ha mejorado de manera significativa, así como nuestra eficiencia operativa gracias a la reducción de gastos generales.

¿Reflejan ya estas cifras las medidas de reorientación del negocio derivadas del Plan Estratégico 2013-2015?

Sin duda. Si excluimos la reducción de facturación derivada de la finalización de determinados acuerdos de comercialización suscritos con Cajas de Ahorros hoy integradas en otras entidades, la Compañía ya ha experimentado un crecimiento global en primas en 2014. En paralelo, las primas distribuidas por la mediación tradicional se han incrementado a un ritmo notablemente superior al sectorial.

¿Cómo evolucionaron los negocios de Diversificación del Grupo?

Los negocios no aseguradores siguen fortaleciéndose dentro de la estructura del Grupo, con una aportación cada vez más relevante a la cuenta de resultados y a la facturación. En este último aspecto, contribuyeron concretamente con una cifra de negocio de 78 millones de euros.

“
AFRONTAMOS ESTE EJERCICIO CON ENORME ILUSIÓN Y CONFIANZA, TRAS HABER SALIDO REFORZADOS DE UN PERIODO COMPLEJO MOTIVADO POR LA REESTRUCTURACIÓN DEL SECTOR FINANCIERO
”

El área de Tercera Edad, Caser Residencial, facturó 45 millones de euros, ya convertida en un auténtico referente del sector con dieciseis residencias repartidas por todo el territorio nacional. Me gustaría subrayar, además, el fuerte crecimiento de la actividad de Hospitales y de Caser Asistencia, que confirmó su buena trayectoria con una aportación cada vez más significativa a las cifras de negocio del Grupo.

UN PROYECTO DE FUTURO ILUSIONANTE

¿Qué objetivos se han marcado para 2015?

Afrontamos este ejercicio con enorme ilusión y confianza, tras haber salido reforzados de un periodo complejo motivado por la reestructuración del sector financiero.

Tenemos por delante el reto de definir la Compañía que deseamos en los próximos años para lo que estamos trabajando en un nuevo Plan Estratégico para el periodo 2015-2019 donde se van a contemplar unos objetivos cuya consecución nos permitirá seguir siendo líderes en un entorno enormemente avanzado,

“
AFRONTAMOS ESTE EJERCICIO CON ENORME ILUSIÓN Y CONFIANZA, TRAS HABER SALIDO REFORZADOS DE UN PERIODO COMPLEJO MOTIVADO POR LA REESTRUCTURACIÓN DEL SECTOR FINANCIERO
”

INGRESOS (millones de euros)		2014
Primas		1.441,8
No Vida		824,1
Vida		868,7
Ingresos financieros		293,3
Participadas		79,7
Otros ingresos		16,8
TOTAL INGRESOS		1.831,6

RESULTADOS (millones de euros)		2014
Resultado antes de impuestos		103,8
Impuestos sobre beneficios		40,9
RESULTADO DEL EJERCICIO		62,9

especialmente en aspectos tecnológicos y de relación con el cliente, en un mercado asegurador cada vez más competitivo.

A todo lo expuesto, se suma el desafío de hacerlo en el nuevo entorno legal y regulatorio delimitado por la normativa europea Solvencia II, para el que Caser lleva ya mucho tiempo preparándose y que superaremos sobradamente.

¿Cuáles son los pilares del nuevo Plan Estratégico?

Como he señalado antes, el Plan Estratégico 2015-2019 se asienta sobre dos grandes pilares: la potenciación de la mediación tradicional, que permita aprovechar el elevadísimo potencial de los negocios de agentes y corredores, y la consolidación de la distribución a través de entidades financieras.

Respecto del primer aspecto, se trata de redoblar nuestra apuesta por un negocio que Caser lleva varios años impulsando, lo que nos ha permitido consolidar una organización de agentes y corredores que se posiciona entre las más profesionales y cualificadas de España y que actualmente supone un relevante porcentaje del total de la facturación, de modo que su aportación al desarrollo de la Compañía es esencial. Para conseguir este objetivo es decisiva la implantación de un nuevo modelo territorial y de oficinas totalmente orientado al desarrollo de este tipo de distribución. Este modelo fomentará la proximidad y cercanía, optimizará la gestión y maximizará la eficiencia de nuestra oferta.

En cuanto al segundo fundamento del Plan Estratégico, Bancaseguros seguirá siendo necesariamente la columna vertebral de nuestra actividad, poniendo en valor la experiencia de décadas de trabajo bien hecho en las que hemos liderado este negocio.

En este ámbito, Caser ha suscrito acuerdos de distribución con varios de nuestros accionistas bancarios que están ya muy consolidados y funcionan satisfactoriamente, si bien no descartamos profundizar en los mismos buscando nuevas áreas de colaboración.

De esta forma, continuaremos ofreciendo nuestro saber hacer tanto a las entidades financieras accionistas como a otros bancos no accionistas, como los dedicados a la banca privada o de inversión, transmitiéndoles nuestra condición de socio de referencia con total capacidad de adaptación, con una respuesta a sus demandas ágil y de primer nivel tecnológico.

¿Qué otros aspectos destacaría del nuevo Plan Estratégico?

En primer lugar, la potenciación de la orientación al cliente, en la que ya hemos dado pasos importantes. En efecto, la Compañía ya ha asimilado este concepto como parte de su cultura, pero es necesario mejorar el aprovechamiento del potencial del cliente a través de su adecuada gestión y la racionalización de las actividades de Marketing, como vía para lograr retener y fidelizar a nuestros asegurados e incrementar su satisfacción. Todo ello a través de una estrategia multicanal, como la vía imprescindible para llegar al cliente, y también de multiacceso, de tal forma que ofrezcamos el mejor servicio sea cual sea la manera que éste elija para interactuar con la Compañía.

Para conseguir este objetivo, la digitalización es un requisito adicional ineludible, promoviéndola en varias vertientes: no solo la comercial, desarrollando la venta digital, sino también la operativa, implantando los medios más avanzados en nuestras relaciones tanto con clientes, como con mediadores y proveedores.