



SegurCaixa Adeslas y el Seguro de Salud

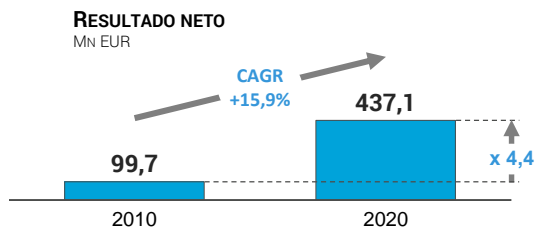
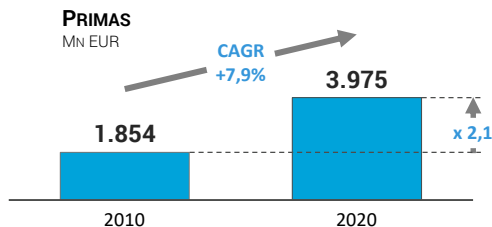
22 de marzo de 2022

Javier Murillo
Director General SegurCaixa Adeslas

 **SegurCaixa Adeslas**

SegurCaixa Adeslas 2010-2020: “proyecto solvente de crecimiento sostenible y rentable”

Evolución SegurCaixa Adeslas (2010-2020)



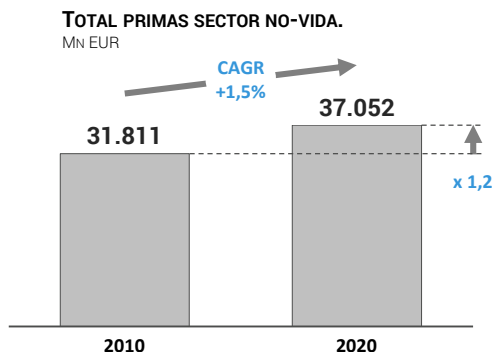
2009: integración de Adeslas en SegurCaixa, proyecto de liderazgo en el seguro no-vida español.

2011: alianza entre Mutua Madrileña y “la Caixa”. Adquisición del 50% de la compañía.

En 10 años, la compañía ha doblado su tamaño en ingresos y multiplicado por 4,4 el resultado



Evolución del mercado de seguro no-vida (2010-2020)



	Variación acumulada primas 2010-2020 en %	Cuota 2020 (variación 2010-2020 en p.p.)
SECTOR NO-VIDA	16,5%	
TOP 5 ENTIDADES		
1ª MAPFRE	24,6%	13,4% (+0,8 p.p.)
2ª SegurCaixa Adeslas	114,3%	10,7% (+5,0 p.p.)
3ª Allianz	17,4%	6,2% (+0,1 p.p.)
4ª AXA	-10,0%	5,2% (-1,6 p.p.)
5ª GENERALI	9,6%	3,9% (-0,2 p.p.)
TOP 3 GRUPOS		
1ª MUTUA MADRILEÑA	71,5%	14,6% (+10,5 p.p.)
2ª MAPFRE	-0,1%	13,9% (-2,3 p.p.)
3ª Allianz	16,6%	6,4% (+0,01 p.p.)

SegurCaixa Adeslas se consolida como un proyecto de crecimiento rentable, por encima del mercado.

Segunda entidad no-vida del mercado.

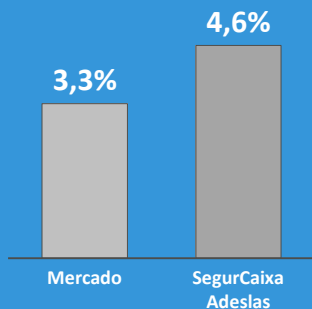
Impulso al grupo MM como líder no-vida en el mercado español.

SegurCaixa Adeslas representa el 73,4% de las primas de no-vida del grupo Mutua Madrileña.



SCA crece por encima del mercado impulsada por el liderazgo en Salud y la fortaleza de la distribución comercial

Crecimiento en primas en 2021

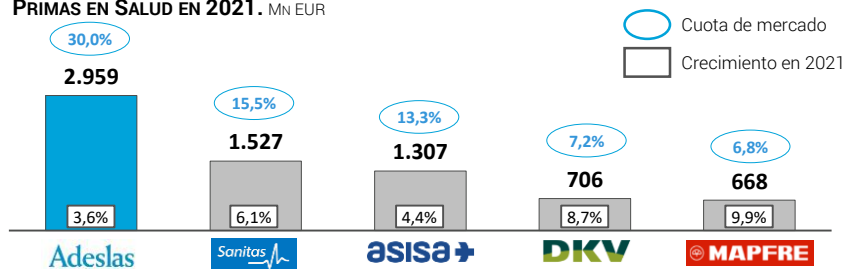


El ritmo de crecimiento de SegurCaixa Adeslas se mantiene por encima del mercado



Adeslas se sigue consolidando como la entidad líder en Salud

PRIMAS EN SALUD EN 2021. Mn EUR

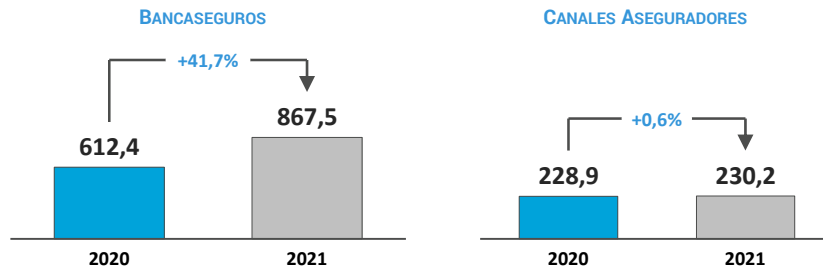


El crecimiento alcanza el **5,9%** al **excluir el segmento de Colectivos Públicos**, reforzando así la posición en Individuales y Colectivos Privados.

1ª posición en el ranking consolidada y distancia significativa respecto al resto de competidores

Crecimiento apoyado en la fortaleza de los canales comerciales

EVOLUCIÓN DE LA NUEVA PRODUCCIÓN. Mn EUR



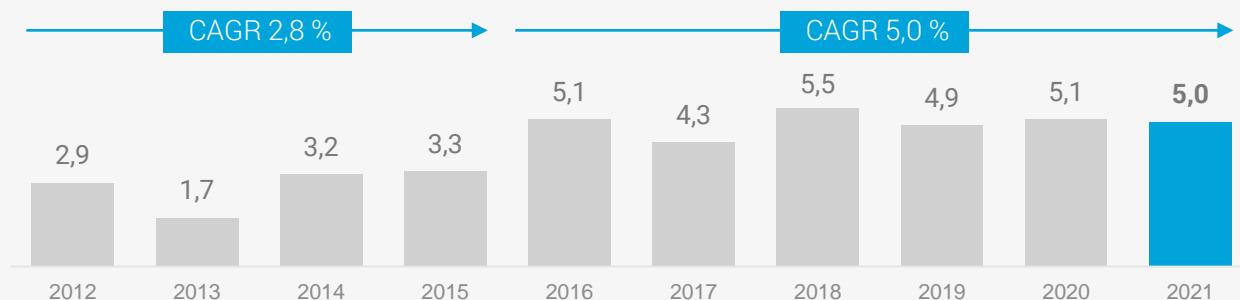
1.097,6 millones de euros en primas comerciales de **nueva producción** en 2021

El canal **Bancaseguros representa el 79,0%** de la nueva producción

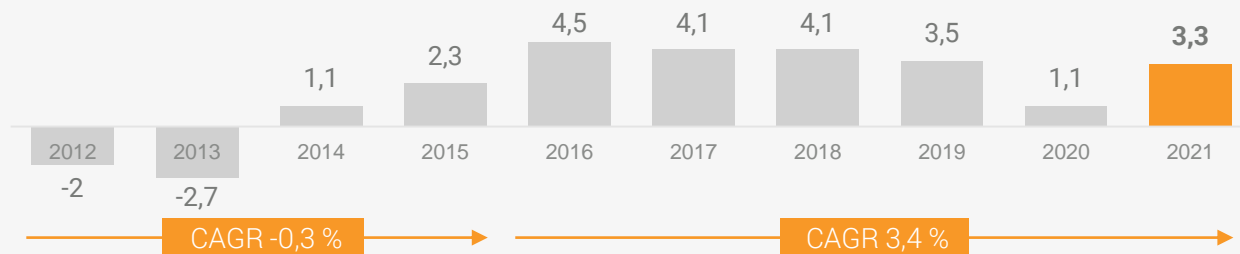
Constante **innovación comercial**: Target, Pack, Plurianuales / MyBox...

El ritmo de crecimiento del seguro de Salud ha mejorado en los últimos años...

Crecimiento en primas del Seguro de Salud

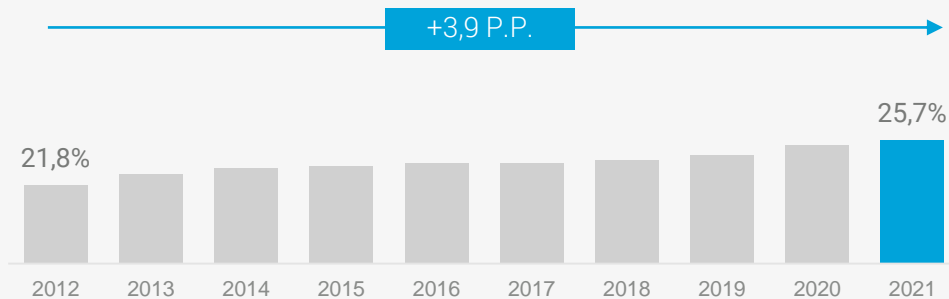


Crecimiento en primas Total No vida



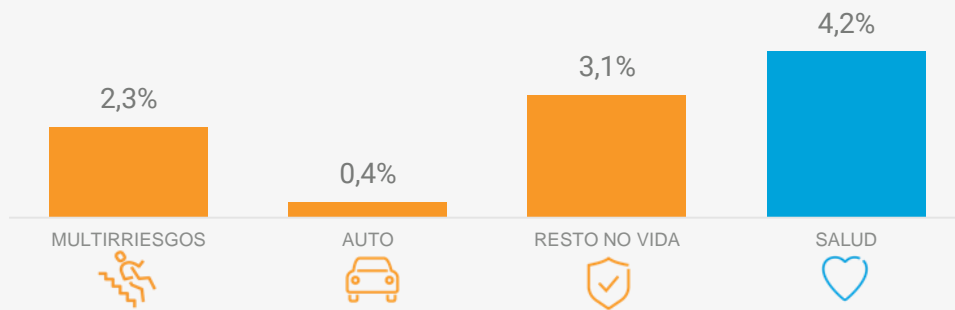
...experimentando el mayor crecimiento de los principales ramos No Vida

Evolución
del peso de Salud
vs No vida
Sobre volumen de primas



- Las **primas de Salud** en 2021 ascendieron a **9.855 millones de euros** ¹.
- El **peso de Salud** dentro del total **No Vida** ha **crecido de forma ininterrumpida** en la última década (+3,9 p.p.).
- Actualmente, Salud representa **más de un cuarto** de las primas del sector.

Crecimiento de
Salud vs Principales
ramos No Vida
CAGR 2012 – 2021



- El seguro de Salud es el que muestra **mayor crecimiento en No Vida**
- Durante este periodo el crecimiento está impulsado en un **≈ 70% por** el crecimiento de **número de asegurados** y en un **≈ 30% por** el crecimiento de la **prima media**

La cuenta técnica de Salud se vio impactada positivamente en 2020, con reversión en 2021 hacia valores históricos



- **Impacto positivo** en 2020 por el balance entre atención de enfermos Covid y la menor **sinistralidad** por las medidas de reducción de la movilidad en el primer tramo de la pandemia.
- **Reversión** de este efecto en **2021**, ya que se recupera parte de la actividad no realizada y se incrementan los costes de convivencia con el virus.
- **Respuesta ejemplar del seguro de salud y la prestación sanitaria privada:**
 - Fuerte protagonismo en esta crisis: servicio, capacidad técnica y humana para responder con **solidez y eficacia**
 - Atendidos los **asegurados afectados por la pandemia desde el primer momento**: cobertura, desplegando plataformas de atención a los pacientes, acelerando los procesos de atención no presencial y la digitalización de los servicios sanitarios.
 - **Papel relevante** en los momentos más duros de la pandemia: ≈ 20% de los ingresos totales en planta realizados en España y un ≈15% de los ingresos totales en UCI.

La evolución del seguro de Salud está vinculada a la madurez del sistema sanitario privado

El sistema sanitario español no se puede entender en la actualidad sin la sanidad privada: es **un pilar clave**

30.000
millones de euros

El **gasto privado en Salud**, que representa el 29,2% del gasto total

Convierte a **España** en uno de los países de mayor gasto sanitario privado de la OCDE

9,2
millones de personas

Voluntariamente, el **19% de la población**, tienen un seguro privado de salud financiado con recursos de las familias o de las empresas

80% de los funcionarios

1,8 millones de funcionarios y sus familias (4% de la población), optan en exclusiva por la asistencia sanitaria ofrecida por las aseguradoras de salud con financiación pública

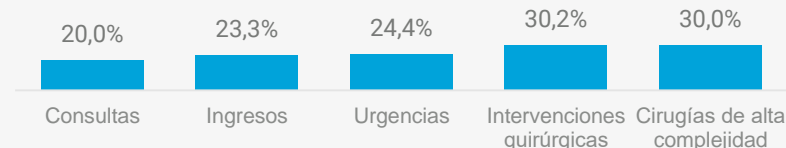
278.291
profesionales

Empleo generado por la sanidad privada entre las diferentes actividades del sector

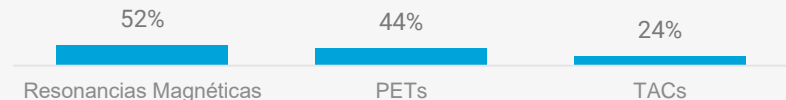
1ª opción de resolución

El seguro de salud está extendido entre sus clientes como **primera opción para resolver** sus problemas sanitarios

Demanda sanitaria atendida por el sector privado



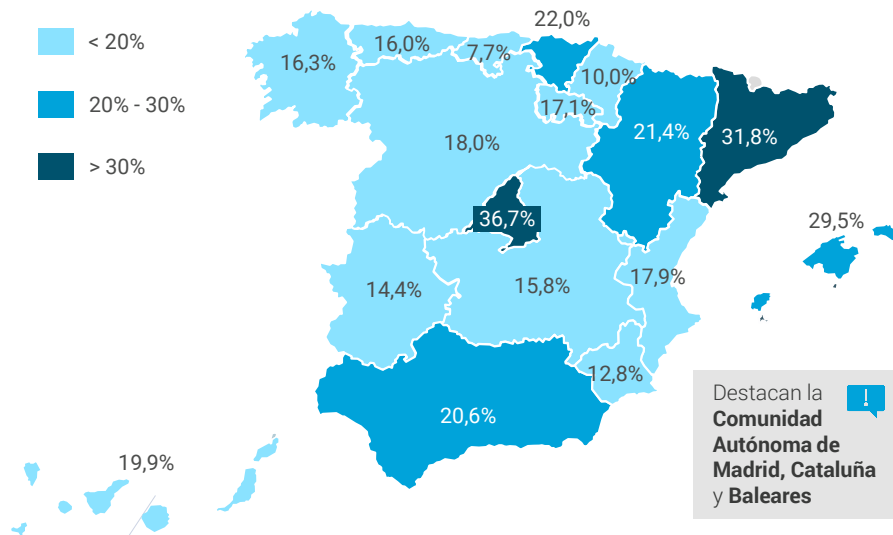
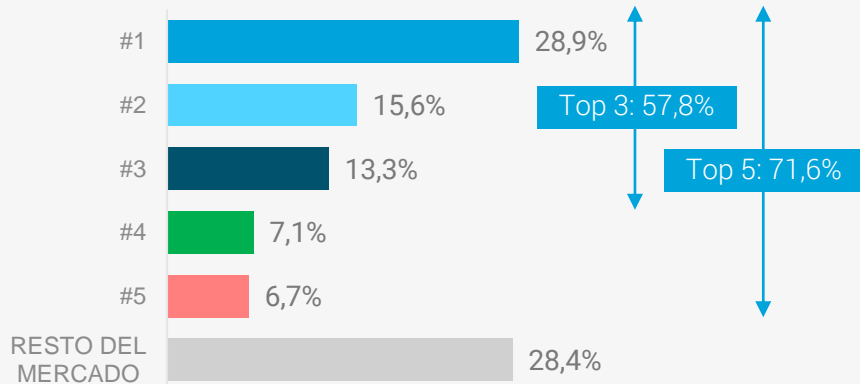
Peso de los equipos de alta tecnología de la sanidad privada en España



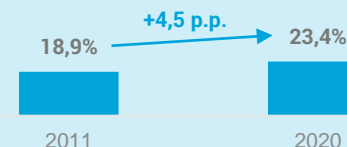
- El sector privado no ha parado de **invertir en tecnologías de diagnóstico y tratamiento**: los centros privados se sitúan a la vanguardia, en cuanto a tecnología se refiere, en el tratamiento de **enfermedades complejas** como el **cáncer** o las **enfermedades neurológicas**.

El seguro privado de Salud, concentrado en las principales aseguradoras, tiene una penetración del 23,4% de la población

Cuotas de mercado. *Ranking* por volumen de primas



La **penetración del seguro privado** en España se ha **incrementado en 4,5 puntos** en los últimos diez años.



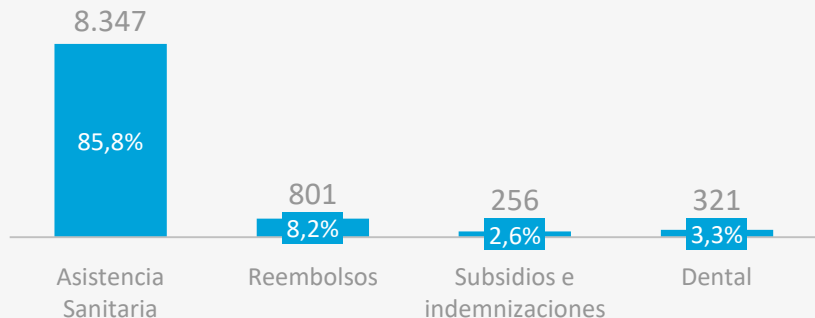
Distribución del seguro de Salud



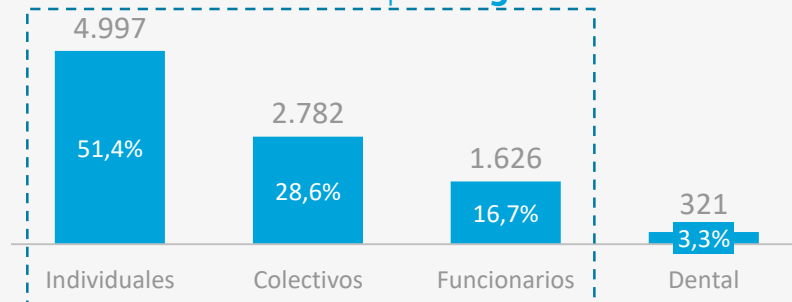
9.726 millones €

volumen de primas 2021

Distribución por **modalidad**

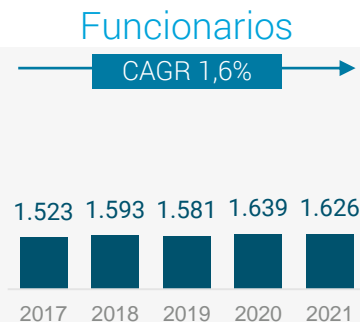


Distribución por **segmento**

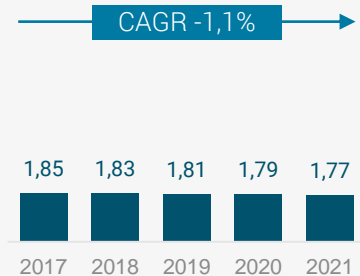
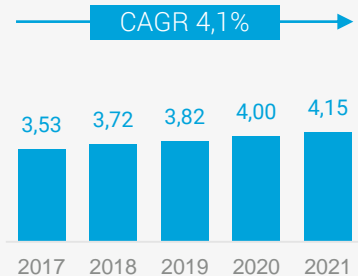


🔍 Evolución segmentos: individuales, colectivos y funcionarios

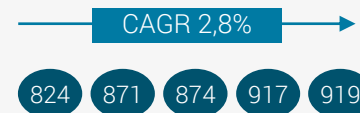
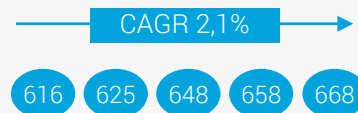
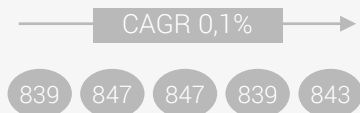
Volumen de primas imputadas
Millones de euros



Número de asegurados
Millones de asegurados



Prima media
Datos en euros



- El volumen de primas **crece de forma ininterrumpida** en Individuales y Colectivos.
- El crecimiento de las primas privadas procede más de la **evolución del número de asegurados**, excepto en funcionarios.
- En **funcionarios** el **incremento en la prima media** compensa la reducción de asegurados.
- Los individuales están más concentrados en las grandes capitales, mientras que el segmento de funcionarios tiene un **reparto geográfico más homogéneo**.

Desafíos del seguro de Salud

Poner al cliente en el centro de la estrategia

El **seguro de Salud** goza de altos niveles de aceptación e intereses entre la población española:

- Mayor **concienciación** por la salud
- Buena percepción de la sanidad privada
- **Tendencia reforzada** por la pandemia

Con una **importante** implantación dentro de las **empresas** de todos los tamaños:

- Beneficio **social más valorado**
- Mejora la percepción de las empresas que lo ofrecen
- Impulsa la salud de la plantilla, **estimulando la productividad**

Experiencia de cliente / paciente

- Impulsar la **asistencia de calidad**: efectividad, seguridad y agilidad.
- Simplificar procesos mediante el impulso de la digitalización para **mejorar la experiencia del cliente**.
- Acompañar y orientar a los clientes en sus necesidades de salud: Seguro con **vocación de servicio** en entorno de mayor **omnicanalidad**.

Resultados en Salud

- Prestar la atención necesaria cuando el cliente lo necesita.
- Desarrollar la **promoción**, la **prevención** y **autocuidado de su salud** en la cartera de clientes.
- Desarrollar **plataformas digitales** para el asesoramiento en salud, el acompañamiento y la gestión de las prestaciones sanitarias.

Asistencia Sanitaria basada en valor

- Priorizar el **valor vs. la cantidad** de servicios sanitarios: foco en los resultados en salud para el paciente.
- Impulsar las capacidades del seguro de salud como buen **gestor de la actividad sanitaria** en términos de coste / efectividad.

Temas concretos a valorar



Dinámica de crecimiento de costes asistenciales

Incremento estructural de los costes sanitarios

Aumento de costes por **frecuencia** (envejecimiento y cronicidad, nivel de vida) y **coste unitario** (nuevas tecnologías, exigencias de calidad y seguridad, inflación de costes)

Nuevos **costes de convivencia** con la pandemia

Tendencia al incremento de primas

Sostenibilidad del modelo de mutualidades

Modelo de valor histórico para el sector sanitario público y privado.

Representa el **18% de las primas del seguro** de salud, aunque aporta pérdidas al sector por su infrafinanciación.

Da soporte a la **oferta sanitaria privada en provincias medianas y pequeñas**, que de otra forma estaría menos desarrollada.

Si el modelo terminase, el impacto en el seguro de Salud sería relevante

Digitalización orientada a la aportación de valor

El ecosistema de la salud es **excepcionalmente complejo**: alto nivel de fragmentación con necesidad de ofrecer soluciones integradas con datos de calidad

Las **nuevas tecnologías** (big data, machine learning, IA) van a modificar sustancialmente cómo se atiende al paciente: **medicina personalizada y de precisión**.

Digitalización orientada a añadir valor a la prestación vs. factores de imagen o visión comercial

Los retos para el futuro de SegurCaixa Adeslas

Transformación

Esfuerzo de transformación en progreso y con avance...

- La **ambición de transformación** es de largo plazo con esfuerzo sostenido en el tiempo
- Se han **sentado las bases de la transformación** pero se busca materializar el impacto

Salud

Contexto de crecimiento y de mayor competencia...

- Mayor **sensibilidad** de las familias por el **seguro de salud**: crisis sanitaria y tendencias de fondo (envejecimiento, cronicidad)
- **Entorno competitivo** retador con presión de costes y mayor competencia

Bancaseguros

Ajuste de las redes bancarias y crecimiento del cliente digital...

- Cambio en el **contexto de mercado** bancario con fuerte impacto en la distribución (consolidación bancaria)
- **Crecimiento de la omnicanalidad** y elevado **volumen de clientes bancarios** digitales en España

CONTEXTO

...que requiere un enfoque orientado al impacto y potenciación de capacidades operativas a futuro

- Acelerar la construcción de los activos y **capacidades de una operativa moderna** –analítica, marketing digital y CX
- Digitalizar el acceso a los **servicios más importantes para el cliente**, posibilitando una interacción moderna y omnicanal
- Necesario reforzar la **transformación**, con soluciones con **foco en impacto** y materializando **oportunidades de productividad**

PRINCIPALES DESAFÍOS

...que requiere potenciar la permanencia y atracción de los clientes a la vez que se atacan oportunidades de mayor rentabilidad

- Desarrollo de capacidades y propuestas de valor **diferenciales** que potencien la permanencia y **atracción** de los **clientes** asegurando su acceso a la salud a **costes competitivos**
- Renovación del **modelo de negocio** en **dental** y necesidad de potenciar el enfoque de mejora de la **rentabilidad del segmento de funcionarios**

...donde para preservar el éxito SCA requiere innovación de producto y omnicanalidad

- **Acompañamiento al Banco** en el desarrollo de su estrategia de crecimiento en seguros en individuales, negocio y pymes: **innovación, calidad, retención** e incremento de la **productividad**
- Posibilitar la **distribución omnicanal** de seguros acompañando al Banco en la generación y despliegue de soluciones
- Apoyo en la captura de **oportunidades** de la Red Bankia