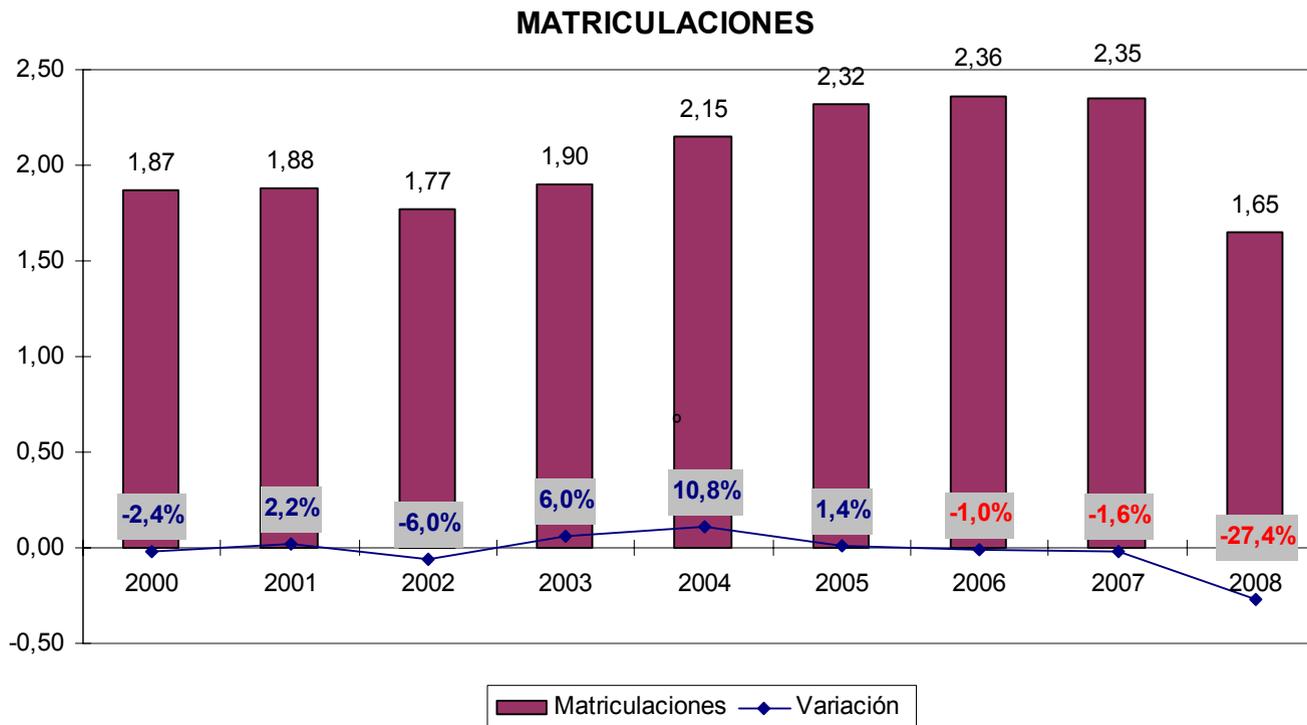




SEGURO DE AUTOS

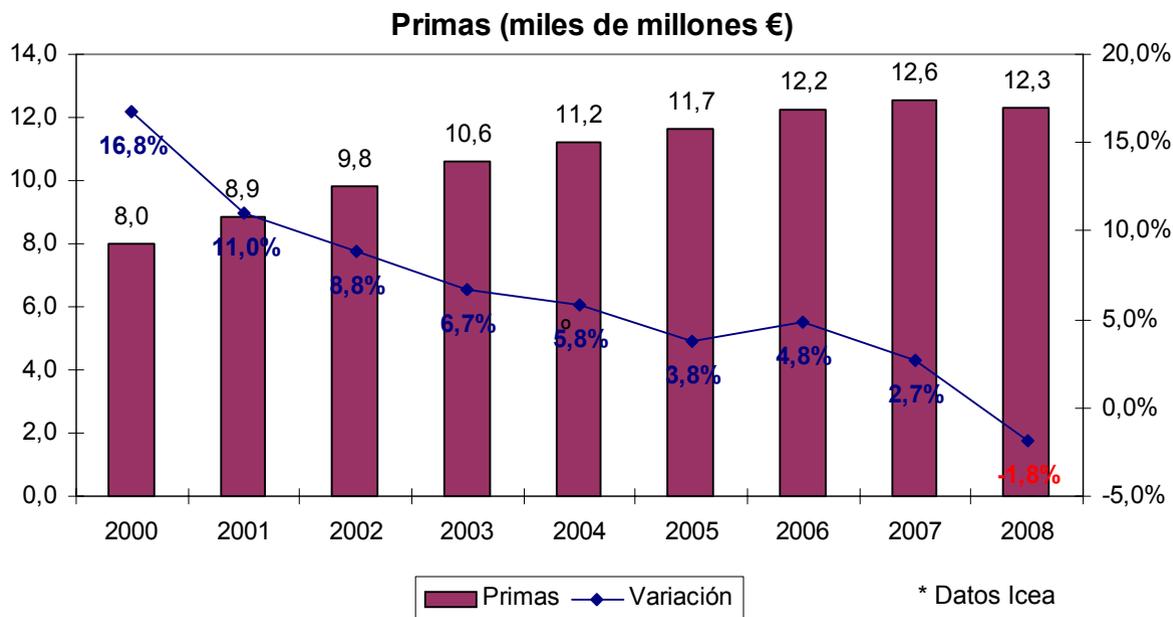
12/11/2009

- Se reducen las ventas de vehículos (-36% de matriculaciones de turismos en el primer semestre)
- Las primas gestionadas del negocio de autos se han reducido un -6,2% a Septiembre
- El peso del ramo de autos decrece en la composición del negocio no vida
- Los datos a Septiembre muestran una reducción de un -10% en el nº de accidentes mortales
- La siniestralidad del ramo muestra un deterioro interanual de 3,25 puntos
- El resultado de la cuenta técnica se reduce en un punto frente a junio 2008



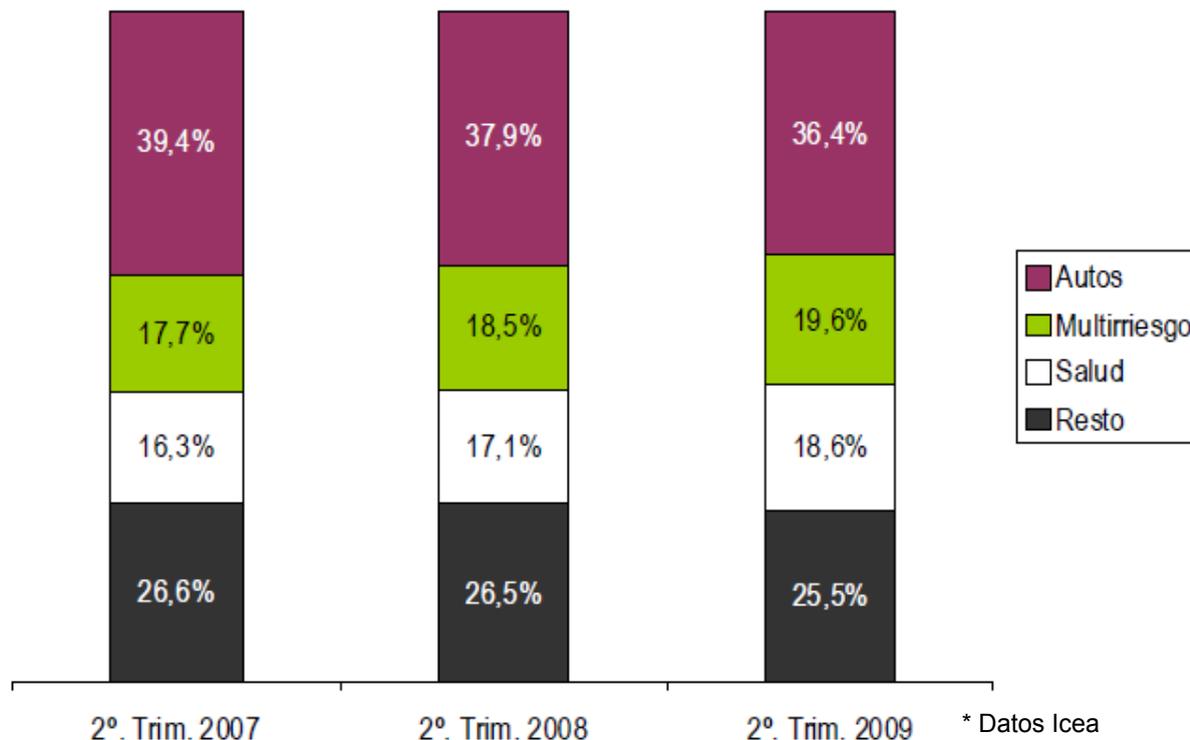
* Datos DGT

En el primer semestre del 2009 las matriculaciones de turismos (71% del total del parque) se han reducido en un -36%

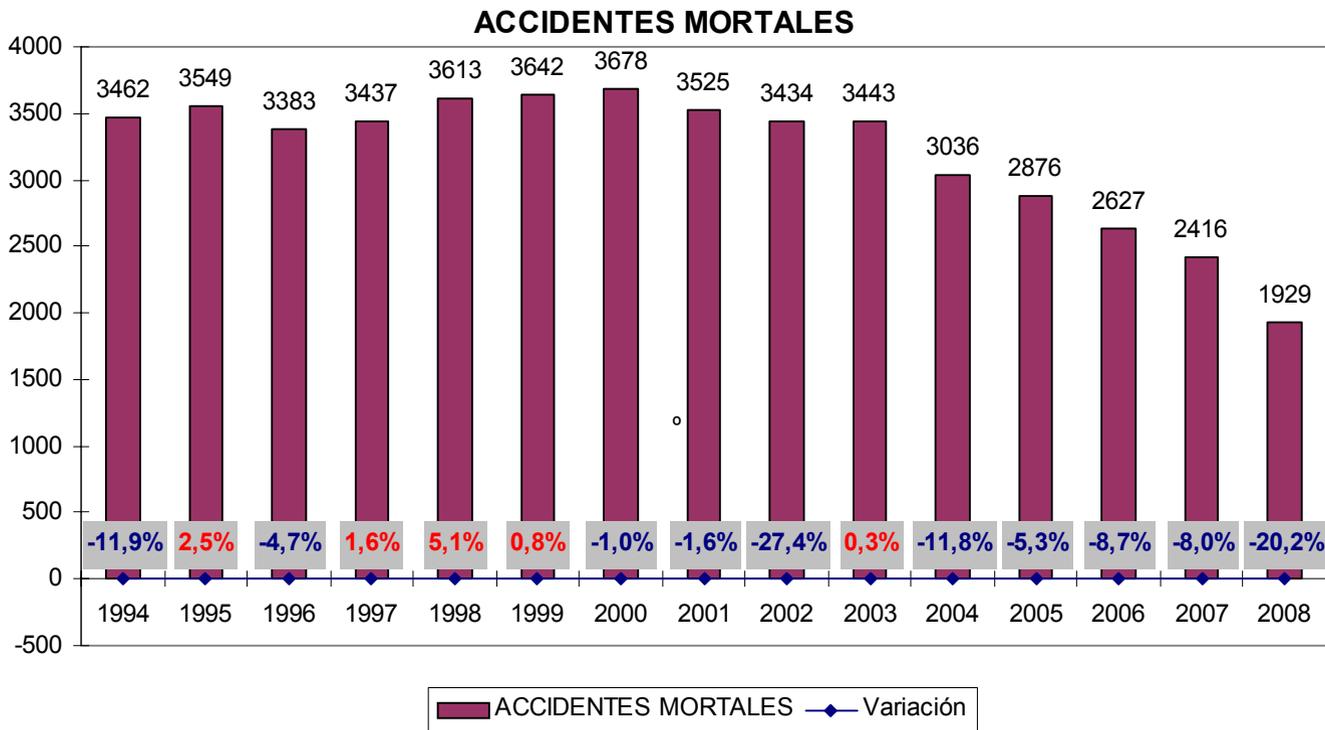


En el primer semestre del 2009 las primas se han reducido en un -7% (un -6,2% a Septiembre) , acentuando la tendencia decreciente observada en el 2008

EVOLUCIÓN DE LA COMPOSICIÓN DEL NEGOCIO NO VIDA



El peso del ramo de autos mantiene la tendencia decreciente frente a ramos como multirriesgo o salud que incrementan su peso



* Datos DGT

Los datos a Septiembre muestran una reducción del -10% en el nº de accidentes mortales

EVOLUCION CUENTA DE RESULTADOS

	jun-08	dic-08	jun-09
<i>Negocios directo y aceptado</i>			
PRIMAS IMPUTADAS (Miles euros)	6.062.935	12.177.180	5.790.208
INGRESOS DE LAS INVERSIONES	10,54	10,09	8,22
OTROS INGRESOS TÉCNICOS	0,25	0,40	0,36
SINIESTRALIDAD			
1. Prestaciones pagadas	73,36	72,31	78,08
2. Var. de la prov. para prestaciones	-4,08	-3,67	-5,52
3. Gastos imputables a prestaciones	4,90	5,07	4,88
TOTAL SINIESTRALIDAD	74,19	73,71	77,44
PART. EN BENEFICIOS Y EXTORNOS	0,08	0,07	0,03
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
1. Gastos de adquisición	15,09	15,12	15,34
2. Gastos de administración	2,54	2,88	3,08
TOTAL GASTOS DE EXPLOTACIÓN	17,64	17,99	18,42
VAR. PROV. ESTABILIZACIÓN	0,76	0,69	
TOTAL OTROS GASTOS TÉCNICOS	0,52	0,64	-0,29
GASTOS DE LAS INVERSIONES	6,38	6,73	2,72
RESULT. DE LA CUENTA TÉCNICA	11,22	10,67	10,25

* Datos Icea

- La siniestralidad del ramo muestra un deterioro interanual de 3,25 puntos
- El resultado de la cuenta técnica se reduce en un punto frente a junio 2008

AMENAZAS

- **MENOR Nº DE RIESGOS ASEGURABLES**

- ✓ Reducción nº de matriculaciones (-36% menos en turismos)
- ✓ Nuevos actores en el mercado

- **MENOR PRIMA MEDIA**

- ✓ Reducción -7% de la prima emitida
- ✓ Mayor competencia en precios para captar nuevos clientes

- **DETERIORO DE LA SINIESTRALIDAD**

- ✓ A pesar de la reducción del nº de accidentes mortales, la siniestralidad se deteriora por una mayor reducción de prima y el incremento del fraude (mantenimiento del vehículo)

- **Reacción para mantener la captación de nuevos clientes:**
 - ✓ Mayor competencia en primas
 - ✓ Desarrollo y comercialización de productos más básicos (anticrisis)
- **Primeros pasos para el desarrollo de una estrategia de retención de clientes en cartera:**
 - ✓ Fidelización reactiva (evitar fuga)
- **Dotación de mayor valor añadido a los productos:**
 - ✓ Mejora de coberturas y servicios (vehículo de sustitución)
 - ✓ Mayor conocimiento de marca (enfoque responsabilidad social, calidad servicio)
- **Potenciación de nuevos canales de distribución:**
 - ✓ Internet

• FOCO EN CLIENTES

- ✓ Estrategia de retención de clientes
- ✓ Clientes integrales (Segmentos)
- ✓ Información al cliente de la tramitación de su siniestro (correo electrónico, SMS, Web)
- ✓ Diversificación de la oferta: Producto Esencial

• INNOVACION PRICING

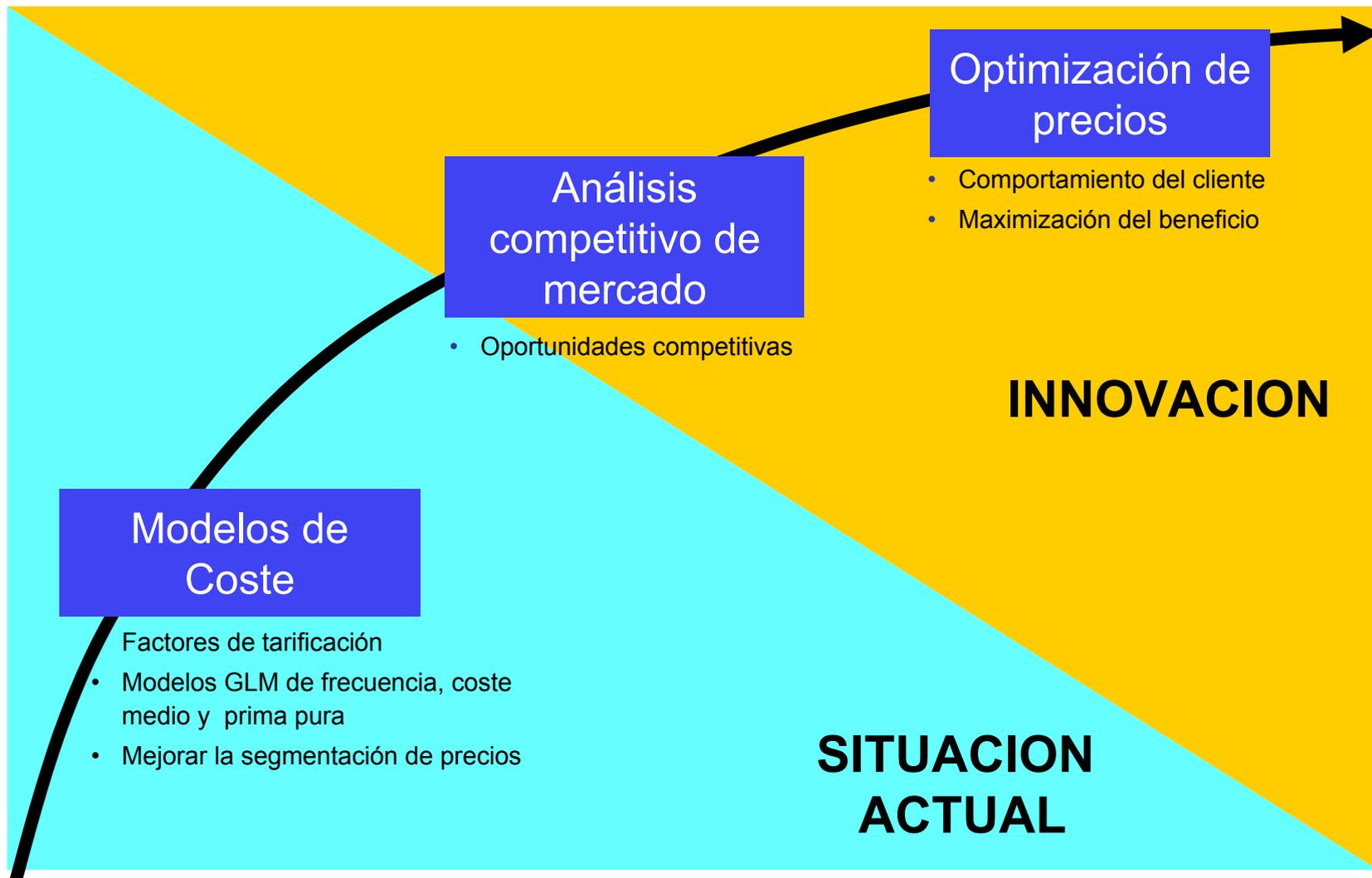
- ✓ Optimización de primas (elasticidad)
- ✓ Análisis de nuevos factores de riesgo (pago por uso)

• ANALISIS DE RIESGOS

- ✓ Mayor control de calidad de la producción (SENDA)

• MEJORA EFICIENCIA

- ✓ Mayor eficiencia operativa: informática (PES)
- ✓ Reducción de los plazos de gestión (mejora del workflow de los procesos de tramitación)
- ✓ Incorporación de sistemas automatizados de gestión (SENDA, CAS, SDP)



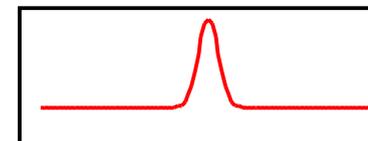
**Índice
Competitividad**



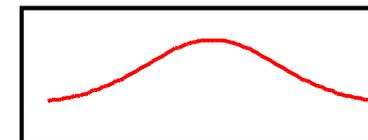
Medida de
dispersión
del precio



Baja Dispersión Precio /
Alta Competencia



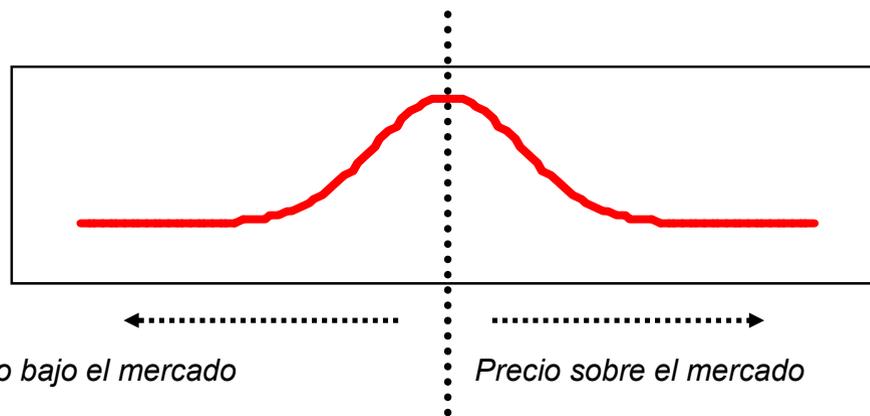
Alta Dispersión Precio /
Baja Competencia



Precio



Precio de la
Compañía
comparado
con el Precio
del Mercado



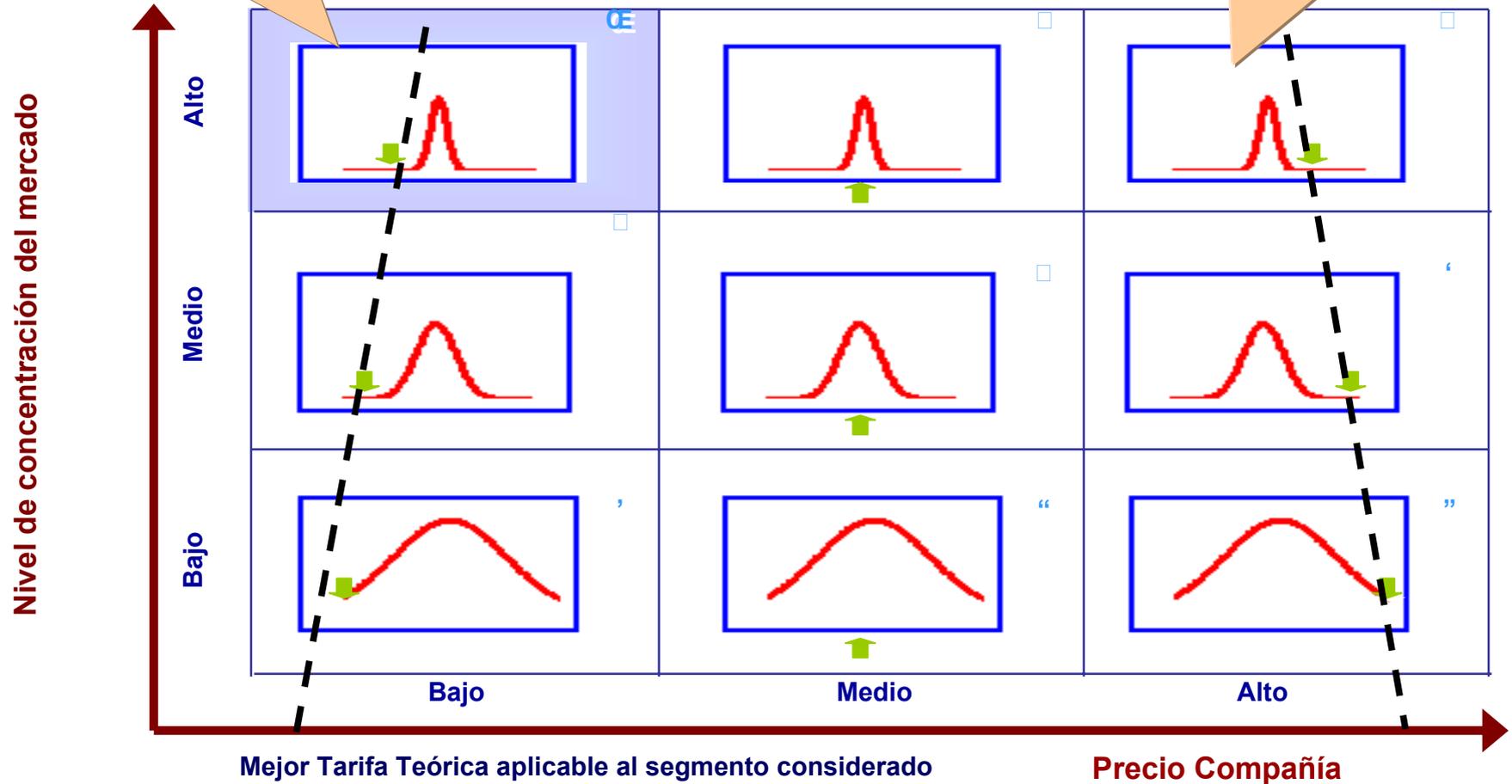
Media Mercado

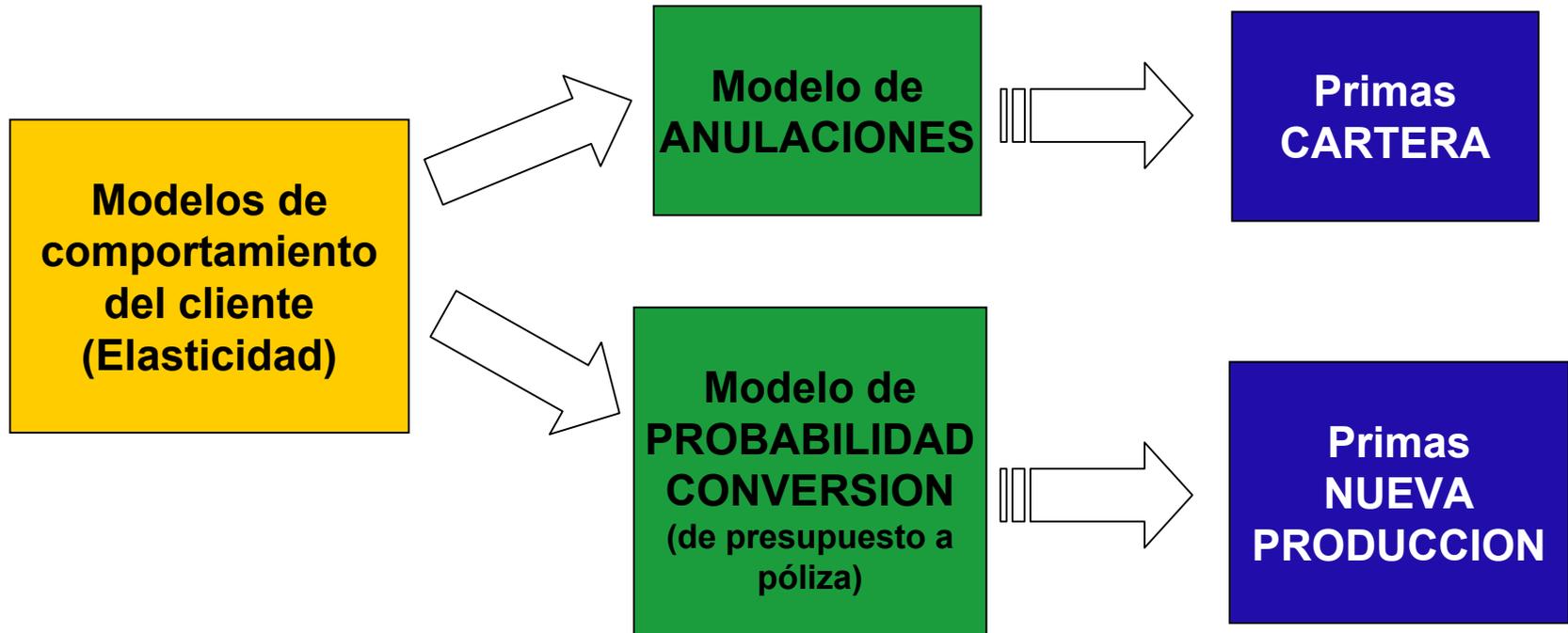
ANÁLISIS COMPETITIVO DE MERCADO

METODOLOGÍA

Es posible aumentar el precio sin perder cuota de mercado

Posible disminución del precio, en función de la rentabilidad del grupo





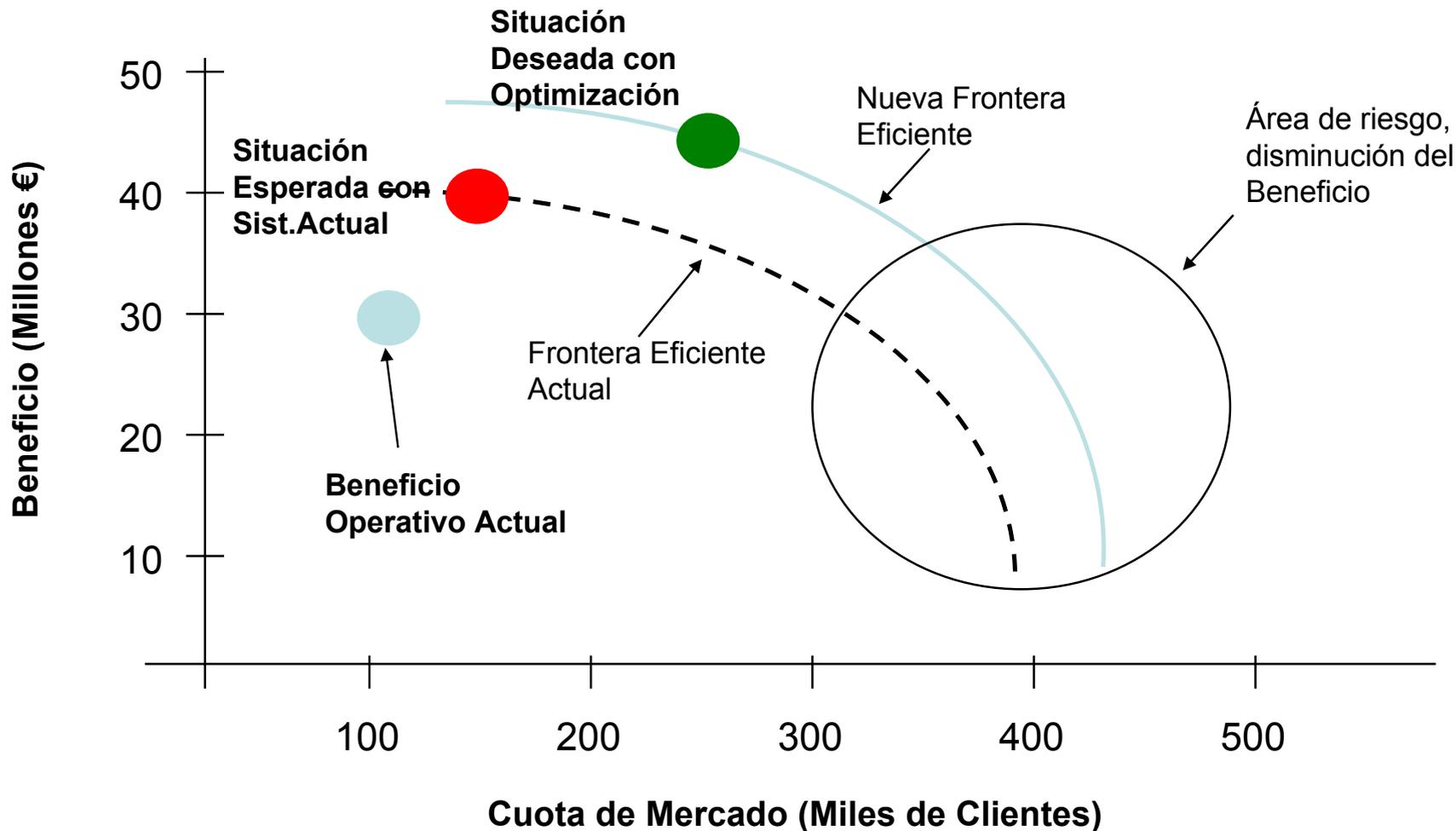
EFFECTOS DEL ANALISIS COMPORTAMIENTO CLIENTE

ALTA PROBABILIDAD ANULACION

MUY COMPETITIVO	No deberían existir casos	No deberían existir casos	No deberían existir casos
EN LA MEDIA	Bajar primas	Ligera bajada de primas	Subir primas
POCO COMPETITIVO	Bajar primas	Bajar primas	Mantener primas
	< x% strdad	x% - xx%	> xx% strdad

BAJA PROBABILIDAD ANULACION

MUY COMPETITIVO	Mantener primas	Ligera subida de primas	Subir primas
EN LA MEDIA	Mantener primas	Mantener primas	Subir primas
POCO COMPETITIVO	No deberían existir casos	No deberían existir casos	No deberían existir casos
	< x% strdad	x% - xx%	> xx% strdad



Fuente: Lyn C. Thomas et Al. Reading in Credit Scoring , Foundations