

R.20790
N.25002.

EVOLUCION DE LA DISTRIBUCION DEL SEGURO

El caso de la vinculación Banca - Seguros en España

Dr. Miguel Angel Martínez Martínez

Profesor de la Universidad de Alcalá de Henares
Director General de la Fundación MAPFRE Estudios

Tertulia Internacional

ACOLDESE

MAPFRE
CENTRO
DE
DOCUMENTACION

**Asociación Colombiana de Derecho de
Seguros**

Bogotá, 6 de Junio de 1996

INSTITUCIONES ASEGURADORAS EN ESPAÑA

EL CASO DE LA VINCULACION BANCA-SEGUROS

Dr. Miguel Angel Martínez Martínez
Director General de la Fundación MAPFRE Estudios
Profesor de la Universidad de Alcalá de Henares

Pág.

1. Introducción	3
2. Situación económica española	4
3. Estructura y composición del mercado español	5
4. Tendencias en los principales ramos de seguros	12
5. La internacionalización del Seguro Español	18
6. La estructura de los "Canales de distribución"	19
7. La estructura bancaria	24
8. La vinculación Banca-Seguro	26
9. Conclusiones	30



1. INTRODUCCIÓN

El Sector Asegurador es una pieza clave en el entramado financiero de cualquier país ya que cumple varias funciones esenciales:

- * Ayuda a financiar y controlar los riesgos de los actores económicos, incorporando estabilidad a la economía y solidaridad entre los individuos.
- * Canaliza fondos institucionales en inversiones públicas y privadas como motor del sistema financiero y del sector inmobiliario.
- * Contribuye al estímulo del ahorro en la economía, incluso combinando la fórmula actuarial de puro riesgo con la inversión.
- * Completa el "mix" de productos financieros que se pone al servicio de mercados cada vez más complejos...

Este sector en Europa ha visto desde los años 70 una fuerte aceleración de su armonización comunitaria y de su desregulación, de manera que a través de sucesivas directivas y hasta la promulgación en España de la reciente Ley de Ordenación del Seguro, hoy se puede hablar en Europa de un gran mercado de productos financieros y aseguradores, con libertad de establecimiento y de prestación de servicios y con ciertas limitaciones sometidas a un control público único.

La liberalización del mercado de seguros ha traído aires de mayor y más cualificada competencia al sector en España, de lo que nos ocuparemos en los siguientes apartados.

La intervención versará sobre los principales rasgos y tendencias del mercado asegurador español después de su integración de pleno derecho en la Unión Europea.

La ponencia introduce al lector en la estructura y composición del mercado español, la evolución sufrida en su principales ramos, formas de distribución, la internacionalización del Seguro y la especial estrategia de la vinculación Banca-Seguros.

2. SITUACION ESPAÑOLA EN 1995/96⁽¹⁾

La economía española ha comenzado, junto con otras economías de la Unión Europea, un nuevo ciclo expansivo con cierta intensidad. El crecimiento del P.I.B. en 1995 ha sido del 3,0%.

El componente que ha contribuido en un principio a esta reactivación ha sido la demanda externa, favorecido por las últimas devaluaciones monetarias de la Peseta.

A pesar de esta sensible mejora de la economía, determinados indicadores siguen manteniéndose en niveles de desequilibrio, lo que suavizará, sin duda, la intensidad de su expansión.

CUADRO 1

CUADRO MACROECONOMICO	1994	1995	1996 (e)
Demanda Interna	1,1	3,2	2,4
Consumo privado	0,8	1,8	1,8
Consumo público	-0,3	0,9	0,4
Formación bruta de Capital Fijo	-1,4	8,4	4,2
Incremento P.I.B. (P. mercado)	2,1	3,0	2,0
 Balanza cta./cte.			
Déficit cta./cte. (%P.I.B.)	-0,9	1,3	-0,2
 IPC (dic./dic.)	4,3	4,3	3,5
Tasa de paro (% p. activa)	24,2	22,9	22,0
Déficit público (% P.I.B.)	-6,7	-5,8	-4,4
 Tipos de int. a corto plazo	8,0	9,4	7,4
Tipos de int. a largo plazo	9,7	11,0	9,5

Nota: Tasas reales de variación en %.

Fuente: INE, M.E.H., O.C.D.E. y estimaciones propias.

Por una parte, el mercado laboral registra unos niveles de desempleo que ponen de manifiesto las dificultades del sistema productivo incluso en épocas de crecimiento económico. Durante 1995, la tasa de desempleo disminuyó en un 1,3 puntos hasta situarse en el 22,0 % de la población activa.

(1) Del Informe del Mercado Español de Seguros, publicado por la Fundación MAPFRE Estudios.

De otro lado, la inflación al final del año 1995 se situó en el 4,3%, quedando aún fuera de los criterios de convergencia establecidos para los países miembros de la U.E., aunque con tendencia a una rápida mejora.

El déficit público sigue siendo el caballo de batalla, ya que se encuentra en niveles altos a pesar de haberse reducido durante 1994 hasta el 6,7% del P.I.B. Esta tendencia ha continuado a la baja en 1995 con un 5,8%, y en 1996, con las medidas de reducción del gasto que pueda tomar el gobierno y teniendo en cuenta que se mantenga el crecimiento económico, se estima en un 4,4%. Ello favorecerá la bajada del precio del dinero, ya iniciada en 1995.

Las perspectivas de la economía española para 1996 apuntan a una continuidad en el ciclo expansivo iniciado, aunque en gran parte condicionado por la evolución de los desequilibrios citados anteriormente. Se espera que el crecimiento del P.I.B., en el primer semestre, no crezca más de un 2% para recuperarse al final del año, y que sea la demanda interna el motor de dicho crecimiento. Se espera que la tasa de inflación pueda situarse en torno al 3,5% en 1996.

3. ESTRUCTURA Y COMPOSICIÓN DEL MERCADO ESPAÑOL (2)

Año 1994

El sector asegurador registró durante 1994 una variación del 26,0% alcanzando la cifra de 3,35 billones de pesetas. Aprobada ya la anhelada nueva Ley de Supervisión del Seguro, los agentes económicos afectados por la normativa, en concreto la que hace referencia a la necesidad de convertir en fondos externos los destinados a cubrir derechos de los empleados, procedieron a ajustarse a la nueva legislación, hecho que provocó que el ramo de vida en su modalidad de primas únicas registrara un crecimiento de 0,5 billones de cifras absolutas, un 128% más que en el año 1993.

Eliminando el efecto de las primas únicas sobre el total, el crecimiento del sector se situó en el 8,9%, dato que seguía a la tónica de años previos pero con una ligera tendencia a la baja, confirmando los bajos crecimientos que se auguraban el año anterior. Menor retribución a las inversiones financieras que

(2) Del Informe del Mercado Español de Seguros de la Fundación MAPFRE Estudios.

en el pasado, una cierta saturación de algunos ramos y la atonía en el consumo privado fueron variables que afectan al mercado asegurador español.

Por lo que se refiere a los ramos no vida, el inicio del período de recuperación económica aún no se dejó sentir en los ramos industriales que, en su mayoría, registraron tasas negativas de crecimiento. El ramo de automóviles también vió frenado su crecimiento debido a la moderación de las tarifas y al bajo incremento del parque automovilístico. Aprovechando el plan "Renove" (3), iniciado por el gobierno, algunas compañías de seguros concedieron descuentos en sus tarifas con el cambio de automóvil. Los ramos que registraron mayores crecimientos fueron Enfermedad (21,4%), Responsabilidad Civil (19,7%), Separación Temporal del Permiso de Conducir (15,8 %) y otros ramos (12,4%). Por el contrario, los que presentan las tasas negativas más elevadas son Pérdida de Beneficios (-16,9%) y Robo (-11,7%).

Avance Año 1995

El volumen de primas contratadas en el ejercicio de 1995 ha sido de 3,34 billones de pesetas, repitiendo prácticamente la cifra alcanzada en el año 1994 si incluimos la suscripción de primas únicas, que en realidad enmascaran el moderado crecimiento del sector de primas periódicas (el 80,2% de la producción) con un 8,3% de variación.

Los sectores más dinámicos han sido: el de Asistencia Sanitaria y Enfermedad con un crecimiento del 11,2%, el de Responsabilidad Civil con un 12,7%, el de Crédito con un 15%, el de Asistencia con un 14%. etc. El sector de Automóviles, sin embargo, mantiene su atonía con un 5,6%, lo que nos indica la profundidad de la crisis que ha vivido el sector.

CUADRO 2

TOTAL MERCADO						
AÑO	Primas + Recargo (pts)	% Crecimiento	% Siniestralidad	% G. Interna	% G. Externa	% Resultado
1993	2.666.840	9,1	74,1	14,2	12,2	-3,1
1994	3.358.808	26,0	109,4	11,9	10,2	-38,4
1995	3.346.867	-0,4		12,15	10,7	

Cifras en millones % Siniestralidad y resultados sobre primas adquiridas
Fuente: UNESPA

(3) Se valoraban en 100.000 pesetas todos los coches con antigüedad superior a 10 años en el momento de la compra de un coche nuevo, siendo retirados de la circulación (cantidad aplicable a los nuevos vehículos).

CUADRO 3

TOTAL NO VIDA						
AÑO	Primas + Recargo (pts)	% Crecimiento	% Siniestralidad	% G. Interna	% G. Externa	% Resultado
1993	1.790.777	9,7	74,3	17,4	15,4	-8,5
1994	1.915.825	7,0	71,5	17,1	14,9	-3,6
1995	2.059.538	7,5		16,3	14,5	

Cifras en millones

Fuente: UNESPA

% Siniestralidad y resultados sobre primas adquiridas

CUADRO 4

PRIMAS MAS RECARGOS				
RAMOS NO VIDA	Primas 1994	Avance Primas 1995	% Crec. 95/94	% Participación
Automóviles	891.173	941.105	5,6	28,2
Asist. Sanitaria y Enfermedad	264.053	293.738	11,2	8,8
Daños varios	239.095	261.487	9,4	7,8
Accidentes Personales	116.434	125.492	7,8	3,7
Decesos	104.348	115.716	10,9	3,5
Responsabilidad Civil	73.376	82.681	12,7	2,5
Transportes	53.259	54.142	1,7	1,6
Incendios	31.890	29.854	-6,4	0,9
Crédito	31.922	36.708	15,0	1,1
Agrarios	26.665	27.321	2,5	0,8
Asistencia en viajes	33.431	38.112	14,0	1,1
Ingeniería	17.511	19.706	12,5	0,6
Defensa Jurídica	7.039	7.732	9,8	0,2
Caución	8.806	7.502	-14,8	0,2
Robo y Expoliación	7.978	7.955	-0,3	0,2
Pérdida de Beneficios	3.781	3.982	5,3	0,1
Otros Ramos	2.237	2.902	29,7	0,1
S.T.P.P. Conducir	2.828	3.403	20,3	0,1
TOTAL NO VIDA	1.915.826	2.059.538	7,5	61,5
RAMOS VIDA				
PRIMAS PERIODICAS	560.824	624.362	11,3	18,7
PRIMAS UNICAS	882.159	662.965	-24,8	19,8
TOTAL VIDA	1.442.983	1.287.327	-10,8	38,5
TOTAL MERCADO (*)	3.358.809	3.346.865	-0,4	100,0

Cifras en millones de Pesetas

(*) Mercado Español (Sin Primas Unicas) 2.476.650 2.683.900 8,36 80,2

Fuente: UNESPA

En cuanto a los resultados del sector, en 1994, según la información de la Dirección General de Seguros española, las pérdidas técnicas para todo el mercado fueron de 100.751 millones de pesetas (751,9 millones \$ USA), lo que supuso una mejora respecto al resultado técnico registrado en el pasado. Las medidas adoptadas por las compañías para la reducción de siniestros y gastos surtieron su efecto compensando la importante caída de los rendimientos financieros (un 37% en un año) a consecuencia de la bajada de los tipos de interés y del estancamiento del sector inmobiliario. Esta caída fue más acusada en los ramos de vida.

Gracias a esta disminución en las pérdidas de los resultados técnicos, que supuso el 3,1% sobre primas emitidas, el beneficio bruto antes de impuestos fue en 1994 de 98.232 millones de pesetas (733,1 millones \$ USA), un 67,7% más que el año precedente, aunque en el caso de los seguros de vida el incremento del beneficio vino de la mano de los resultados extraordinarios, a pesar de las menores pérdidas técnicas, que sólo contribuyeron positivamente en los ramos no vida.

CUADRO 5

RESULTADO DEL SECTOR ASEGURADOR EN 1994				
	Vida	No Vida	Total	% s/ Primas
Rº Técnico	-32.937,2	-67.817,4	-100.754,6	-3,1
Rº Financiero	61.506,0	99.749,6	161.255,6	4,9
Rº Técnico-Financiero	28.568,8	31.932,2	60.501	1,8
Bº Bruto (antes imp.)	50.799,4	47.346	98.235,4	3,0

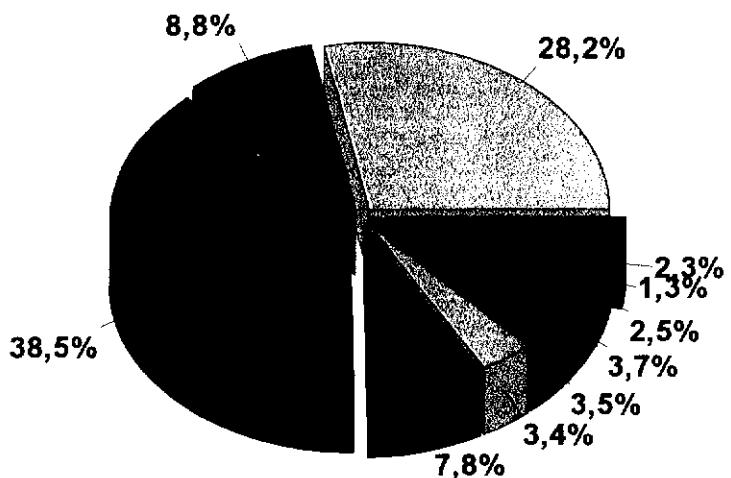
Fuente: D.G.S.

Cifras en millones de Pesetas

CUADRO 6

IMPORTANCIA DE LOS GRANDES RAMOS DURANTE 1995

- Autos
- Seguros Salud
- Vida
- Daños Varios
- Industrial
- Decesos
- Acc. Personales
- R. Civil
- Caución y Crédito
- Resto

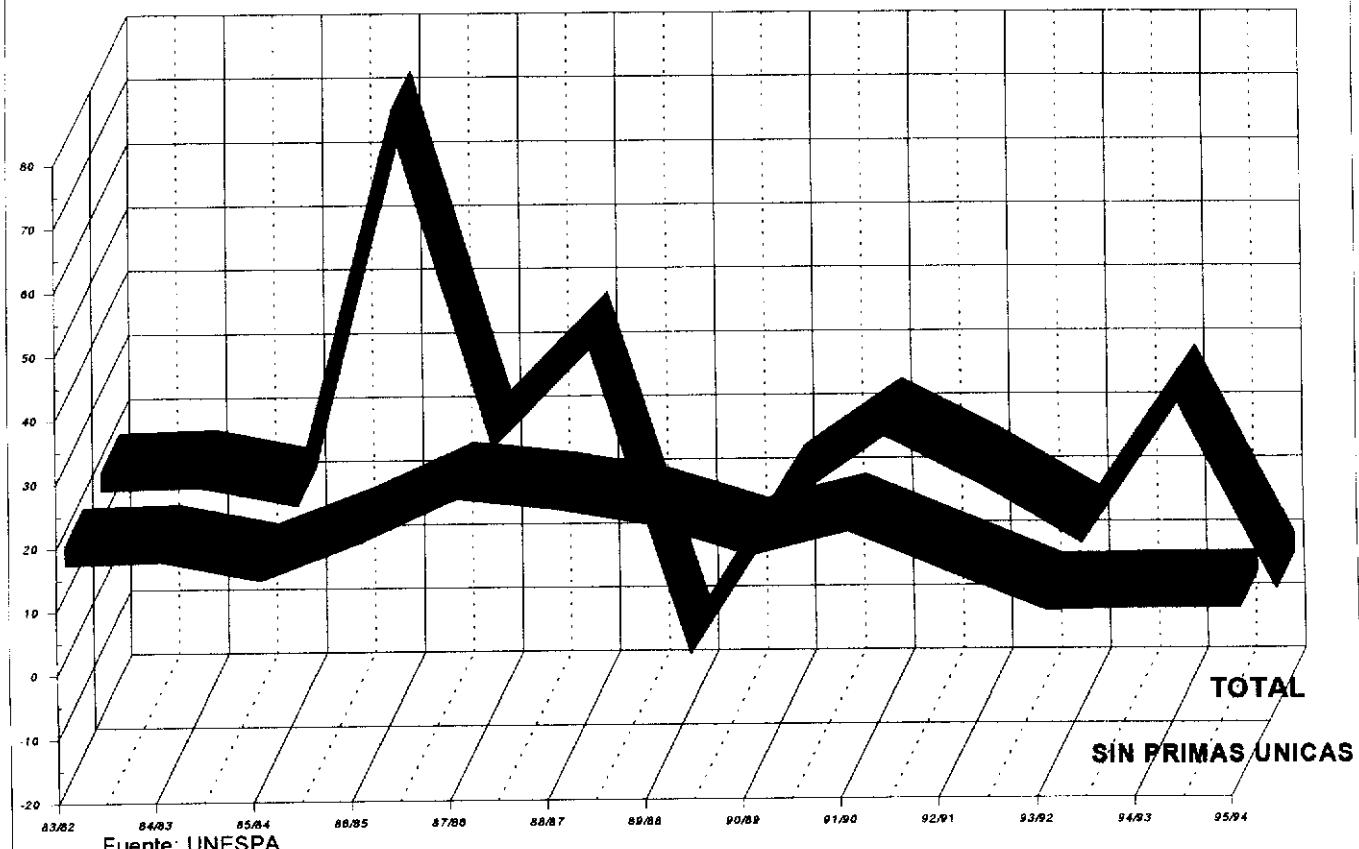


Industriales, Incendio, Robo, Ingeniería, Pérdida de Beneficios y Transporte

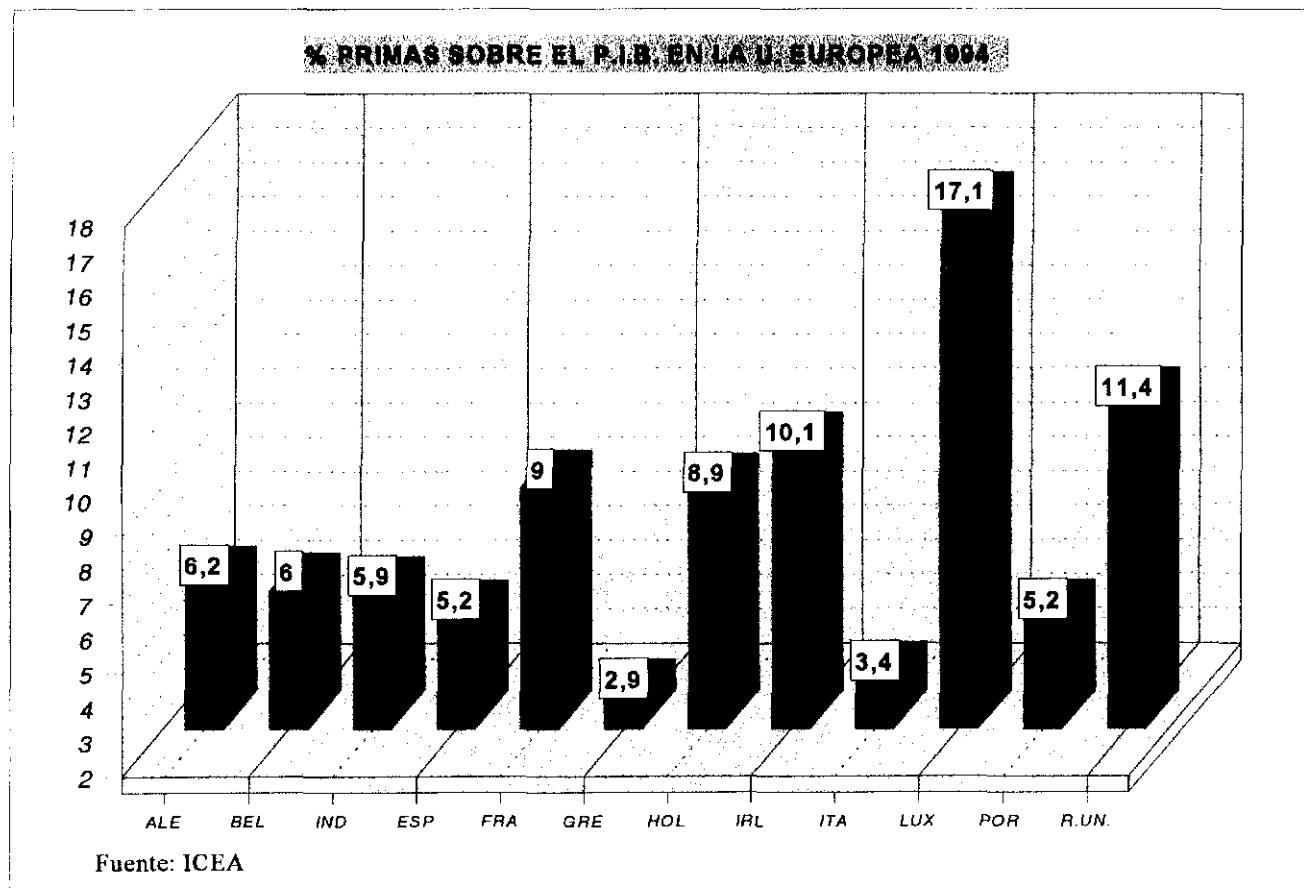
Fuente: UNESPA

CUADRO 7

CRECIMIENTO DE LAS PRIMAS DE SEGUROS EN ESPAÑA



CUADRO 8



Otros hechos destacados en el último bienio han sido la progresiva retirada del sector bancario como propietario de las compañías de seguros así como el incremento de la presencia aseguradora extranjera en el mercado. Al control obtenido por AGF sobre la Unión y el Fénix se unió la venta por parte del Banco Central Hispano al grupo Generali del 25% de su participación en el Grupo Vitalicio, con lo que ésta obtiene el control al poseer el 75% del capital.

Algunos movimientos importantes son producto del fenómeno ya mencionado de las primas únicas.

CUADRO 9

PRIMEROS 10 GRUPOS ASEGURADORES 1995 SEGURO DIRECTO (Primas producidas en España) - AVANCE -				
GRUPOS	1994	1995	%Crec.95/94	Cuota Mercado
1. MAPFRE (Independiente)	251.799	280.282	11,3	8,9
2. CENTRAL HISPANO/GENERALI (Banco Central Hispano-Assicurazioni Generali)	198.406	220.535	11,1	7,0
3. WINTERTHUR	164.434	131.953	-19,7	4,2
4. ALLIANZ-RAS	61.875	126.279	104,1	4,0
5. CAIFOR (Caja de Ahorros LA CAIXA-FORTIS)	161.463	120.620	-25,4	3,8
6. BBV (Banco Bilbao Vizcaya)	177.567	110.763	-37,6	3,5
7. ARGENTARIA (Estado y Bolsa)	54.806	82.746	51,0	2,6
8. AGF-UNION FENIX	87.695	81.521	-7,0	2,6
9. ZURICH	76.394	78.863	3,2	2,5
10. AXA-AURORA (Axa-BBV)	69.306	78.020	12,6	2,5

Fuente: INESE

Cifra en millones de Pesetas

CUADRO 10

PRIMEROS 10 GRUPOS ASEGURADORES 1995 SEGURO DIRECTO VIDA (Primas producidas en España)- AVANCE -				
GRUPOS	1994	1995	% CREC. 95/94	Cuota Mercado
1. CAIFOR (Caja de Ahorros LA CAIXA-FORTIS)	157.298	118.099	-24,9	8,9
2. BBV (Banco Bilbao Vizcaya)	179.735	107.990	-38,5	8,2
3. CENTRAL Hispano/GENERALI (Banco Central Hispano-Assicurazioni Generali)	85.044	88.666	4,3	6,7
4. MAPFRE (Independiente)	62.145	70.912	14,1	5,4
5. ALLIANZ-RAS	8.231	69.316	741,1	5,2
6. ARGENTARIA (Estado y Bolsa)	37.403	65.078	74,0	4,9
7. SKANDIA (Inter Caser)	33.104	53.271	60,9	4,0
8. TENO (INI)	52.366	46.418	-11,4	3,5
9. BANSABADELL	35.874	42.714	19,1	3,2
10. LAGUNARO	760	39.661	5.118,6	3,0

Fuente: INESE

Cifra en millones de Pesetas

4. TENDENCIAS EN LOS PRINCIPALES RAMOS DE SEGUROS

4.1. RASGOS QUE CARACTERIZARON LOS RAMOS

A) VIDA

Las primas emitidas en 1994 en el ramo de Vida alcanzaron 1,4 billones de pesetas (10.803,2 millones \$ USA) con un incremento espectacular del 65% respecto a las cifras del año anterior, aunque este aumento vino motivado esencialmente por el avance de la emisión de "primas únicas" que provienen de hacer externos algunos fondos de pensiones de empresas (especialmente grandes compañías financieras).

Las primas periódicas del seguro de Vida (que marcan mejor la tendencia real de este ramo) crecieron alentadoramente (+ 15,2% en 1994/93):

En 1995, la contratación disminuye a 1,3 billones de pesetas, merced a las primas únicas. El crecimiento de las primas periódicas sigue superando ampliamente el de la inflación.

CUADRO 12

Año	Total Emisión Vida	PRIMAS PERIODICAS				
		Primas	% Crec.	% Siniestralidad(*)	% Gastos Internos	% Gastos Externos
1993	876.064	486.664	--	70,0	12,3	8,7
1994	1.442.983	560.824	15,2	74,1	10,4	7,4
1995	1.287.327	624.362	11,3		10,1	7,1

Fuente: UNESPA

(*) % Siniestralidad y resultados sobre primas adquiridas.

En relación a los Fondos de Pensiones gestionados por el sistema financiero español (no incluidos en el cuadro anterior) el volumen de activos superaba a finales de 1995 la cifra de 2,1 billones de pesetas (unos 18.000 millones \$ USA) con un aumento del 42%, siendo sus perspectivas favorables en los próximos años, a expensas de modificaciones en su movilidad y su tratamiento fiscal, así como de la evolución futura del sistema nacional de Seguridad Social.

B) **AUTOMOVILES**

Con 891.173 millones de pesetas (6.650 millones \$ USA) el crecimiento en primas emitidas en 1994 fue escaso, incuso por debajo de la media del seguro No Vida a consecuencia del menor aumento del parque de automóviles en España en 1994 (especialmente en el primer semestre), así como del estancamiento de tarifas, descuentos prácticados, etc.; todo ello producto de una cierta saturación sectorial.

En 1995, el crecimiento sigue siendo débil, con 5,6 por las razones ya apuntadas.

La siniestralidad mejoró algo en 1994 bajando hasta el 79,8%, con la reducción en la frecuencia y una cierta contención del importe de los daños personales. A pesar de estas mejorías, el resultado técnico sectorial fue negativo en 1994 (-8,6%), lo que denotaba la insuficiencia de tarifas, que siguen en una guerra larvada entre compañías.

CUADRO 13

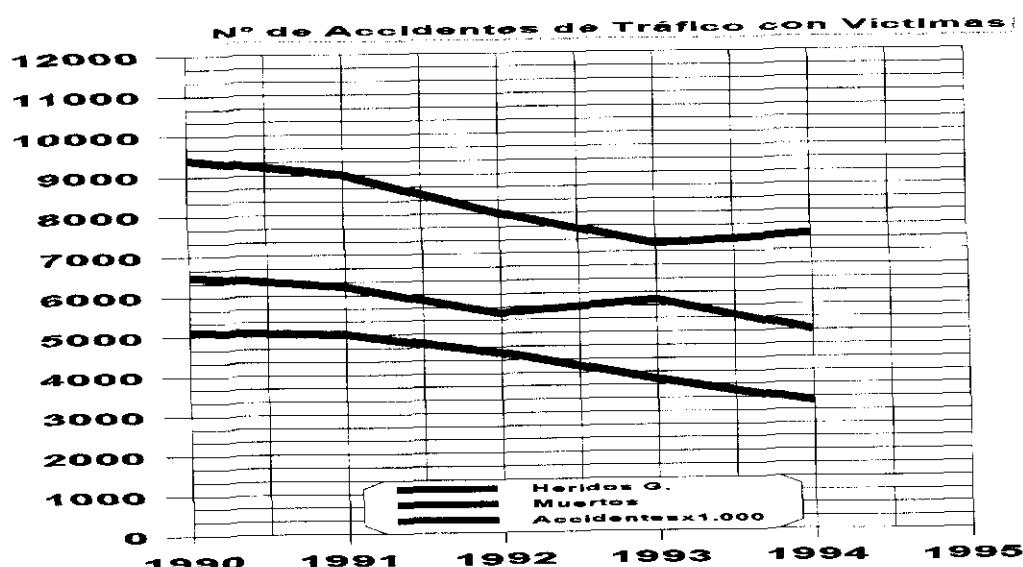
AUTOMOVILES						
Año	Primas + Recargo	% Crec.(*)	% Siniestralidad	% G. Interna	% G. Externa	% Resultado
1993	854.746	16,4	83,1	16,3	12,6	-13,8
1994	891.173	4,3	79,8	16,8	12,0	-8,6
1995	941.105	5,6	--	16,7	12,0	--

Fuente: UNESPA

Cifras en millones de Pesetas

(*) Siniestralidad y resultados sobre primas adquiridas.

CUADRO 14



C) **ASISTENCIA SANITARIA**

Con un volumen de primas de 293.738 millones de pesetas (2.367 millones \$ USA) el ramo de Asistencia Sanitaria también acusó la crisis económica en 1994, alcanzando tan sólo un incremento del 9,0%, parece recuperarse en el último ejercicio como uno de los más dinámicos sectores del seguro.

Sus altos índices de siniestralidad y la escasa infraestructura hospitalaria de la medicina privada en España (frente a la Seguridad Social pública) hacen que a pesar de las buenas perspectivas del sector, sus entidades deban estimular la demanda con nuevos productos aseguradores con soluciones médicas mixtas (reembolso de gastos versus asistencia médica directa) y mejores resultados técnicos.

CUADRO 15

ASISTENCIA SANITARIA						
Año	Primas + Recargo	% Crec.	% Sinies-tralidad (*)	% G. Interna	% G. Externa	% Resul-tado
1993	242.141	12,9	84,1	13,4	2,8	-0,5
1994	264.053	9,0	82,3	12,4	3,1	2,1
1995	293.738	11,2	--	11,3	4,2	--

Fuente: UNESPA

Cifras en millones de Pesetas

(*) Siniestralidad y resultados sobre primas adquiridas.

D) **MULTIRRIESGOS**

Sector de creciente importancia en el seguro español que agrupa las pólizas de hogar (familias), comunidades de vecinos y comercios o pequeños talleres. En 1995 alcanzó los 261.487 millones de pesetas (2.109 millones \$ USA) con buen nivel de crecimiento anual (en el sector "familiar" en torno a un 15%), aunque con cierto desequilibrio técnico por sus elevados gastos de gestión y su siniestralidad.

CUADRO 16

MULTIRRIESGOS (DAÑOS VARIOS)						
Año	Primas + Recargo	% Crec.	% Siniestralidad (*)	% G. Interna	% G. Externa	% Resultado
1993	213.261	9,9	67,4	23,1	26,0	-19,8
1994	239.095	12,1	64,0	21,0	24,2	-10,1
1995	261.487	9,4	--	19,2	22,3	--

Fuente: UNESPA

Cifras en millones de Pesetas

(*) Siniestralidad y resultados sobre primas adquiridas.

E) OTROS SECTORES

Merece destacarse el continuo crecimiento del ramos de **RESPONSABILIDAD CIVIL**, condicionado por la dinámica de los nuevos requisitos legales para los contratos empresariales, aunque con un profundo desequilibrio técnico.

CUADRO 17

RESPONSABILIDAD CIVIL						
Año	Primas + Recargo	% Crec.	% Siniestralidad (*)	% G. Interna	% G. Externa	% Resultado
1993	60.776	22,7	99,1	20,0	16,1	-36,9
1994	73.376	20,7	94,2	17,6	14,4	-28,3
1995	82.681	12,7	--	16,5	13,6	--

Fuente: UNESPA

Cifras en millones de Pesetas

(*) Siniestralidad y resultados sobre primas adquiridas.

En el ramo de Asistencia en Viaje, que alcanzó en 1995 los 38.112 millones de pesetas (307,35 millones \$ USA) con un 14% de crecimiento interanual, es otro ejemplo de sector atractivo a través de productos específicos para el ciudadano, así como con pólizas complementarias al automóvil.

4.2. PERSPECTIVA DEL SEGURO EN ESPAÑA

España con aproximadamente un 5% de penetración del volumen de primas frente al P.I.B. en 1995 (ocupaba la novena posición en la U.E. en 1994 por la importancia relativa del sector). Sus expectativas de potencial de consumo son, por tanto, halagüeñas, con las siguientes connotaciones:

- A)** Para mantener estas perspectivas, el crecimiento de la economía real (Producción y Consumo) ha de mantenerse alto, con ciertas amenazas en el crecimiento de las economías europeas para 1996.
- B)** Desigual reparto del potencial mercado según los ramos: saturado en automóviles y con moderado optimismo para el negocio de pensiones, de vida y de hogar.

Encuestas realizadas al Sector(3) coinciden en estas expectativas sobre el mercado.

Si bien en la década anterior el ramo más importante fue el del Automóvil, los altos directivos de las compañías de seguros opinan que esta mayor importancia relativa va a trasladarse en la década 1990-2000 hacia seguros familiares, de Vida y de Fondos de Pensiones.

En el gráfico siguiente se recoge este cambio de tendencia según la opinión de los expertos.

CUADRO 18

RAMOS DE ACTIVIDAD ASEGURADORA POR IMPORTANCIA DEL ATRACTIVO EN EL ENTORNO ESPAÑOL									
Variable	Período	Puntuación mediana					% de respuestas con puntuación superior a importante	Orden de importancia para el futuro	
		1	2	3	4	5			
<i>Total de empresas</i>	80-91				4		55%		
• Autos	92-00			3			37%		
• Vida	80-91			3,5			50%		
	92-00			4			75%	2º	
• Fondos de pensiones	80-91		2				18%		
	92-00			4			71%	3º	
• Salud	80-91		3				20%		
	92-00			4			67%	4º	
• Seguros familiares	80-91		3				47%		
	92-00			4			77%	1º	
• Seguros de responsabilidad civil	80-91		3				13%		
	92-00			4			55%		

(1 = muy poco importante, 2 = poco importante, 3 = cierta importancia. 4 = importante, 5 = muy importante)

(3) Encuesta realizada por el autor para los últimos diez años del siglo.

- C) En la encuesta mencionada en el párrafo anterior los directivos opinaban que las mayores oportunidades estratégicas del sector asegurador en general residen en **la capacidad latente de su crecimiento** y no tanto en su rentabilidad, que seguirá siendo reducida e incluso negativa en algunos casos.
- D) Otras características que, sin duda, afectarán al seguro en los próximos años están relacionados con la nueva estructura de la oferta en el mercado:
- * Necesidad de **mejorar** (con su **competitividad**) el negocio técnico-asegurador, ya que los ingresos financieros han disminuido ya a tasas más próximas a las economías de la U.E. (*)
 - * **Concentración** de compañías a través de fusiones y adquisiciones. (En 1985 en número de empresas de seguros registradas era de **556** y en 1994 se estimaba en **430**).
 - * Aumento de la **presencia extranjera** en las compañías españolas más importantes, debido en gran parte al paulatino abandono del sector por parte de la Banca. Se estima en un **45%** la penetración del capital extranjero en el mercado español, frente a una escasísima presencia internacional de las entidades españolas.
 - * La venta de productos aseguradores de masa por **canales diferentes** a los tradicionales (agentes, oficinas o corredores).
 - * Una mayor **profesionalización** de directivos, empleados y agentes del seguro, consecuencia de los esfuerzos en su **formación**.

(*) La evolución de los tipos de interés a corto plazo (3 meses) ha sido:

	<u>EE.UU.</u>	<u>Alemania</u>	<u>España</u>
1993	3,17	7,30	11,69
1994	4,63	5,36	8,01
1995	5,92	4,53	9,36
1996 (Mayo)	5,13	3,18	7,55

5. LA INTERNACIONALIZACION DEL SEGURO ESPAÑOL

En el mundo existía en 1990 cerca de 13.000 compañías de seguros (25% especializadas en Seguro de Vida, 65% en Seguros Generales y 10% operando en "Multiramo").

Los grupos aseguradores europeos llevan a cabo las estrategias de expansión internacional a través de diversas fórmulas:

- Adquisiciones y participación en el capital (ej.: Grupo italiano Generali en España o MAPFRE en Latinoamérica).
- Creación de filiales o delegaciones (En España Winterthur).
- Acuerdos "joint-venture" (Metropolitan y Banco de Santander crearon Génesis en España).
- Acuerdos de colaboración en Marketing distribución o de representación local.
- A través de negocios de reaseguro: empresas especializadas.
- Entidades auspiciadas por la Comisión Europea como "agrupaciones de interés económico".

La penetración del seguro multinacional en España se ha incrementado notablemente en los últimos años (entre una muestra de los 50 primeros grupos significativos del sector en España (*), 24 de ellos están participados por compañías extranjeras).

Principales Grupos con participación extranjera en España (1995)		
Grupo	Primas Seg. Directo Grupo en España	Cuota % del mercado español
GENERALI	220.535	7,01
WINTERTHUR	131.953	4,19
ALLIANZ-RAS	126.279	4,01
AGF-FENIX	81.521	2,59
ZURICH	78.863	2,51
AXA	78.020	2,48

(*) Documento INESE (Mayo 1995)

Por parte de las compañías españolas, tan sólo una entidad (de modo significativo) MAPFRE, ha continuado su crecimiento internacional, especialmente en Latinoamérica hasta alcanzar en 1995 cerca de 100.000 millones de pesetas de primas en seguro directo con un 28,3% del negocio total del grupo en Seguros.

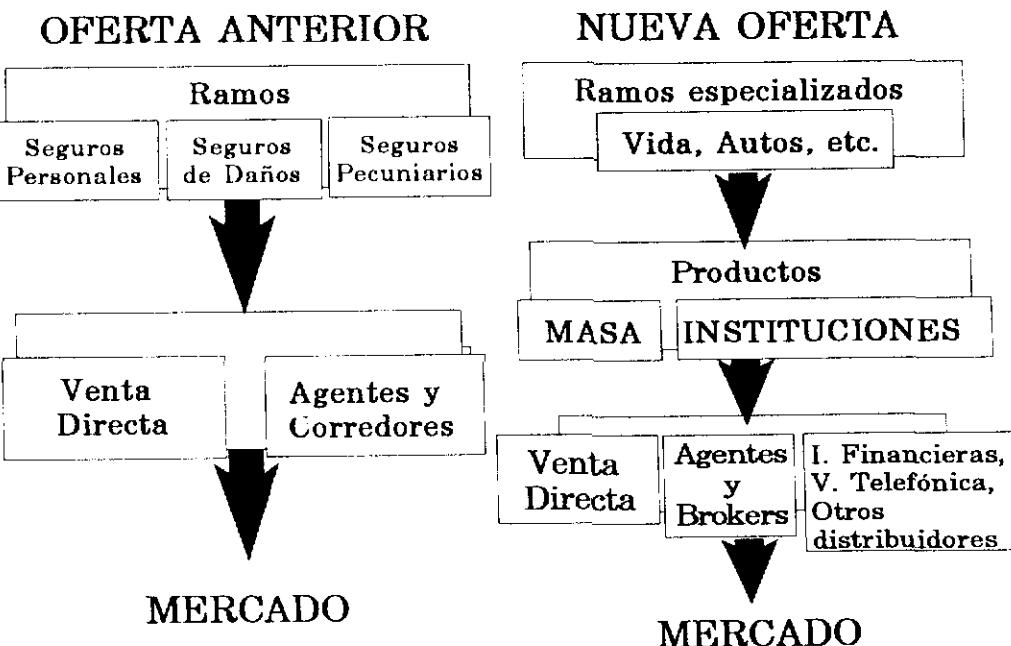
6. LA ESTRUCTURA DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La normativa española reciente ha liberado realmente el sector en cuanto a sus formas de distribución, de tal manera que se puede afirmar que el mercado está buscando un **nuevo modelo** que trate de hacer llegar sus productos a los clientes con redes comerciales diversas y en condiciones competitivas.

Este modelo rompe con la imagen tradicional de un sector estable de empresas, que colocaba sus productos casi exclusivamente a través de redes agenciales no propias (en muchos casos no exclusivas) y que adaptaba su **estructura organizativa**, con direcciones comerciales comunes para todos los productos.

La "nueva oferta" de distribución del seguro tiene presente una doble consideración:

- **ESPECIALIZACION TÉCNICA Y COMERCIAL** (como respuesta a mercados más exigentes y complejos y como necesidad de rentabilizar cada ramo o negocio singular).
- **SEGMENTACION DE LA CLIENTELA** con redes de distribución que ocupen una mayor cuota de mercado.



Este cambio de orientación supone para las compañías de seguros un reto de cuyo resultado dependerá el éxito de las mismas.

Resumimos las estadísticas de los canales de distribución para los principales ramos sacadas del informe de ICEA, con datos de 1994.

Importancia relativa de los canales de distribución del Seguro en España

CANALES	% TOTAL	VIDA	AUTOS
VENTA DIRECTA	20,4	8,1	28,9
AGENTES EXCLUSIVOS	42,8	31,9	47,8
CORREDORES	17,5	5,7	20,7
INSTITUCIONES FINANCIERAS	15,0	46,9	0,5
OTROS	4,3	7,6	2,3

Fuente: ICEA. Nov. 1995.

En los párrafos que siguen comentamos cada modalidad de distribución con sus características más relevantes:

A) VENTA DIRECTA

A través de sus propios establecimientos y empleados, las entidades de seguros colocan (Datos ICEA'94) **una media estable de un 20,4%** de su producción(4) aunque con la nueva producción este canal supone tan sólo un 11,5%. No obstante, las modalidades de seguro que preferentemente afectan a la venta directa son los de Autos (28,8%) y Salud (38,0).

El elevado coste de implantación de las oficinas directas limita el crecimiento de esta modalidad a entidades con **fuerte cuota de mercado** o que por el tipo de seguro (por ejemplo, en el ramo de Salud) precisan incorporar servicios propios para el asegurado.

Estos establecimientos son usados, en la mayoría de los casos, tanto para su venta directa como para la sede de sus organizaciones comerciales y administrativas.

(4) Alguna gran empresa del sector de Autos, como **MUTUA MADRILEÑA**, vende toda su emisión directamente.

B) AGENTES

El canal de agentes exclusivos vinculados a una compañía es el preferido para los riesgos de masa. En la actualidad, el 42,8% de la producción global aseguradora de primas periódicas se coloca por esta vía, aunque perdiendo peso en su conjunto a causa de la "importancia que adquieren las redes bancarias y el resto de canales de distribución".

La tendencia actual de los aseguradores es fidelizar sus redes agenciales a tiempo completo, convirtiéndolas en "branch office", suministrando formación y otro tipo de ayudas o incentivos a sus titulares, y buscando una contención de sus gastos de gestión externa que hasta 1994 fueron altos. Las siguientes cifras son indicativas de los mismos para toda la producción (incluido brokers, etc.):

GASTOS EXTERNOS	% sobre primas
Autos 12,5
Enfermedad 19,8
Incendios 15,9
Vida primas pensiones 9,4

Datos de 1994

C) BROKERS

Principalmente concentrados en los riesgos industriales y empresariales distribuye un 17,5% en 1994 del total. El sector está dominado por los grandes brokers extranjeros y en algunos casos por corredurías bancarias. A pesar de no disponer de datos precisos sino para el año 1993, el siguiente cuadro da una idea de su estructura:

CORREDURIAS DE SEGUROS EN ESPAÑA
Primas intermediadas relativas al negocio directo consolidado
Fuente: Adecoose, 1993

	Grupo	Mill. Ptas.	Mill. \$USA
1.	Gil y Carvajal	Johnson & Higgins (EE.UU.)	38.275 272,7
2.	Deutsche Bank Broker	Deutsche Bank (Alemania)	19.262 137,2
3.	Marsh & McLennan España	Marsh & McLennan	17.500 124,7
4.	Centro de Seguros	El Corte Inglés (España)	13.176 93,9
5.	S & C	Willis Correen (EE.UU. - R.Unido)	9.520 67,8
6.	BBV Brokers	BBV (España)	6.856 48,8
7.	Ibercecar	Cecar (Francia)	6.485 46,2
8.	Gras Savoye Española	Unyson (Francia)	6.453 46
9.	Central Hispano	BCH (España)	6.257 44,6
10.	Alexander & Alexander	Alexander & Alexander (EE.UU.)	5.700 40,6
11.	Prossa	BCH (España)	5.146 36,6
12.	Seguraltántica	Banco Atlántico (España)	3.757 26,7
13.	Sedgwick	Sedgwick (Reino Unido)	3.700 26,3
14.	Cogrup	Rollins Hudig Hall (RHH) (EE.UU.)	2.747 19,6
15.	RHH España	Rollins Hudig Hall (RHH) (EE.UU.)	2.646 18,9

Los brokers de Reaseguro sólo han tenido sólo cierta importancia debido a la atomización del sector asegurador, aunque la concentración del mismo y la libertad de establecimiento de compañías europeas hacen incertas sus expectativas al menos para los brokers domésticos.

D) INSTITUCIONES FINANCIERAS

En los años 80 y anteriores, la mayoría de los grandes bancos españoles eran propietarios o controlaban compañías de seguros sin que ello supusiera que en todos los casos hubiese una sinergia común de producción-venta. Sólo en alguna ocasión la oficina bancaria era usada para vender seguros, especialmente de Vida, y en muchos otros, las compañías de seguros aprovechaban un cierto mercado "cautivo" generado en sus operaciones financieras.

La situación ha cambiado bruscamente; en primer lugar, por la desinversión de muchos bancos españoles en las compañías de seguros a favor de compañías extranjeras y en segundo lugar, porque a pesar de lo anterior, el fenómeno de la "bancassurance" en España crece en bancos y cajas de ahorro con estrategias específicamente destinadas a su desarrollo comercial y a la diversificación del negocio financiero.

Aunque en 1992 y para el total del sector asegurador, este canal sólo representaba el 11%, su crecimiento ha sido continuo hasta situarse en el 15% durante 1994, con una cuota del 28,4% cuando se habla de la

nueva producción. Su verdadera transcendencia se da en el **seguro de Vida**, donde el canal alcanzó el 46,5% de todo el volumen de negocio y ello en claro aumento.

En otros ramos del **seguro No Vida** esta participación es más modesta (por ejemplo, en los seguros "multirriesgos del hogar" con el 9,6%), aunque con cierta tendencia a aumentar en los seguros de masa; este crecimiento está limitado fundamentalmente a causa de la complejidad en la administración de las pólizas y de los problemas relacionados con las reclamaciones, siniestros, etc.

Volveremos a este tema en el apartado 8 de este documento.

E) OTROS CANALES ALTERNATIVOS

Los nuevos modos de distribución aseguradora presentan aún cifras muy bajas: cerca del 4,3% del total de primas, para la venta a través de colectivos institucionales, de "direct mail", por teléfono, en grandes distribuidores comerciales o simplemente en tiendas, etc., aunque la cifra real seguramente es difícil de calcular.

Podemos reflejar algunos ejemplos de recientes implantaciones comerciales que sin duda, para riesgos sencillos, tendrán gran desarrollo:

- El Grupo Zurich puso en marcha este año el servicio "Zuritel" para venta telefónica de seguros de vehículos de alto nivel con importantes niveles de servicio al asegurado.
- Las "Boutiques aseguradoras" enclavadas en centros comerciales, siendo la Mutua Pelayo la pionera en esta nueva forma de distribución.
- Las tarjetas de crédito internacionales, que a través de acuerdos directos con entidades aseguradoras, ofrecen productos competitivos.
- Grandes centros comerciales, tales como "El Corte Inglés", crean una división especializada en seguros para sus clientes, incluso vinculada a otros servicios financieros y a sus tarjetas de crédito.
- Grandes compañías de seguros que implantan teléfonos directos para contratación y servicios, etc.

El futuro inmediato ha de consolidar algunas de estas formas de distribución, hoy aún incipientes en España.

7. LA ESTRUCTURA BANCARIA

Las instituciones financieras en España operan como bancos, cajas de ahorro y compañías financieras y de crédito.

Tanto en la captación de pasivo como en las operaciones de activo, bancos y cajas de ahorro operan indistintamente, teniendo estas últimas una mayor implantación entre el pequeño ahorrador (especialmente en la España rural).

La Banca ha sufrido recientes e importantes movimientos de concentración para mejorar su competitividad respecto el resto de la Unión Europea y a pesar de ello, aún tiene problemas de eficiencia debido a los altos costes de intermediación.

La Banca extranjera no tiene gran penetración en el mercado; la Banca europea en particular representa el 8% al 9% del total español.

El ranking de las principales entidades financieras en España es el siguiente:

PRIMERAS 10 ENTIDADES FINANCIERAS			
(Activos totales: Bancos a 30/9/95 - Cajas de Ahorro a 31-10-95)			
	ENTIDADES	ACTIVOS	Cuota Mercado
1.	B. BILBAO VIZCAYA	10.216.745	9,5
2.	B. CENTRAL HISPANO	9.624.976	9,0
3.	BANCO SANTANDER	8.387.079	7,8
4.	LA CAIXA	7.832.249	7,3
5.	BANESTO	5.264.672	4,9
6.	B. EXTERIOR	5.076.698	4,7
7.	CAJA MADRID	4.798.492	4,4
8.	CAJA POSTAL	2.722.485	2,5
9.	B. POPULAR	2.154.368	2,0
10.	B. HIPOTECARIO	2.027.200	1,8

Fuente: Anuario EL PAÍS

Cifras en millones de Pesetas

estando agrupados en bloques financieros con la siguiente dimensión:

GRANDES GRUPOS BANCARIOS ESPAÑOLES (1)						
GRUPOS	Activos Totales	Depósitos	Recursos Propios	Beneficio Neto	Oficinas	Plantilla
1. SANTANDER - B. Santander - Banesto - Open Bank						
2. B.B.V. - Banco Bilbao Vizcaya - Banca Catalana - Banco de Comercio						
3. ARGENTARIA - B. Exterior - Caja Postal - B. Hipotecario						
4. CENTRAL-HISPANO - B. Central-Hispano - Banif - B. de Fomento						
5. LA CAIXA - La Caixa - B. Herrero - Caixabank						
6. CAJA MADRID (2) - Cajamadrid - B. Crédito y Ahorro						
7. POPULAR - B. Popular - B. de Vasconia - B. de Crédito Balear						

Cifras en miles de millones de Pesetas.

- (1) Se incluyen las entidades financieras más importantes que forman parte del grupo.
 (2) Beneficios brutos.

Fuente: Cinco Días

8. LA VINCULACIÓN BANCA-SEGURO

8.1. Antecedentes

La venta por parte de instituciones financieras de productos etiquetados clasicamente como "seguros" es un episodio relativamente reciente, quizás con la excepción de EUROSEGUROS, compañía subsidiaria del Banco de Bilbao Vizcaya en el seguro de Vida.

La mayoría de los productos aseguradores vendidos por este canal están próximos al ahorro-inversión, donde las afinidades entre ambos sectores son mayores: "previsión, ahorro, fiscalidad, rentabilidad (interés técnico) y liquidez (rescate) son algunos de estos conceptos comunes" (5). Un dato sobre su transcendencia es que según ICEA, las instituciones financieras en 1994 controlaban ya el 68% de las pólizas de **nueva producción** del ramo de Vida, después de un gran crecimiento.

Esta evolución se debe a diversos sectores estratégicos que han presionado a la banca en dirección a captar una parte del negocio asegurador:

- La necesidad de mejorar la eficiencia y resultados de las redes bancarias.
- La enorme red de oficinas capilares que bancos y cajas de ahorros poseen en España (una por cada 1.150 habitantes).
- El conocimiento de su clientela (nóminas, créditos, etc.).

No obstante, este crecimiento requiere esfuerzos importantes en formación de empleados y en servicios para el cliente y tiene un freno importante en la complejidad de los ramos de seguros patrimoniales que requieren técnicos y profesionales especializados así como mayores servicios complementarios al seguro.

8.2. Modalidades de vinculación

Hasta ahora y como ejemplos más significativos de esta relación Banca-Seguros se han articulado diversas estrategias de vinculación:

(5) Vila, D.: A. Aseguradora (3 julio 1995)

- a) Sociedades en cartera (por adquisición o constitución): Ha sido el modo convencional empleado por la Banca, tal y como representaron en el pasado los casos de *Euroseguros, Aurora, Banco Vitalicio, Caser, Caja Madrid Seguros, Caixa Seguros, Unión Fénix, etc.*
 - b) Creación de empresas conjuntas como el "joint-venture" de Génesis entre "Metropolitan Life" y el Banco de Santander o el de "Direct Line" y Bankinter, etc.
 - c) La fórmula "Segur-finance" caracterizada por la adquisición de un Banco ya existente por parte de una aseguradora, y adoptada por la aseguradora líder del mercado español, MAPFRE, que incorpora los productos bancarios a sus ofertas de seguros.
 - d) Otros acuerdos de colaboración y comercialización como el relativo a la venta de seguros entre el Banco Popular y Allianz.
 - e) Especial mención merecen también en este apartado otros bloques de estrategias empresariales específicas:
 - La participación de la banca pública (parcialmente privatizada) ARGENTARIA, con la entidad "Argentaria Seguros" que integra la compañía de vida "Postal-Vida" (unida a las veteranas cajas postales de ahorro) y Hércules Hispano (seguros generales) principalmente.
- En este grupo la "Bancassurance" es promovida a través de los bancos públicos del grupo: Banco Exterior, Caja Postal y Banco Hipotecario, así como a través de una propia "correduría técnica de seguros".
- El impulso particular de la "bancassurance" por las cajas de ahorro españolas en diversas modalidades; en un caso a través de la participación de 35 cajas de ahorro confederadas en la creación de CASER (una de las primeras 12 compañías del sector) especializada en Vida y Salud principalmente y en otro caso la CAIXA, creando sus propias entidades ligadas a las oficinas comerciales e incluso participando en un "joint-venture" con "Fortis".

Concluimos este apartado dedicado a la vinculación Banca-Seguros con el cuadro siguiente donde se exponen los casos más significativos del mercado español:

VINCULACIONES ENTRE ASEGURADORAS Y BANCOS/CAJAS	
SISTEMA MAPFRE	Ha desarrollado el Banco MAPFRE.
GENERALI	Ha tenido un holding durante varios años con el BCH, con el que comparte ahora diversos acuerdos, uno de ellos en una compañía específica de "bancassurance".
EUROSEGUROS Y SENORTE	100% del BBV.
AXA/AURORA	Con participación del BBV.
AGF UNION FÉNIX	Contaba con Banesto entre sus accionistas iniciales, además de otros acuerdos de comercialización.
WINTERTHUR	Tenía una pequeña participación en Abbey Bank.
U.A.P.	Tenía una pequeña participación cercana al 2% del BCH.
HÉRCULES/CAJA POSTAL VIDA	Pertenecen a Argentaria, en cuya red de bancos distribuyen sus productos.
BANSABADELL VIDA Y BANSABADELL GENERALES	Son propiedad del Banco de Sabadell.
GÉNESIS	Holding Banco Santander y METROPOLITAN LIFE al 50%.
ATHENA	Pequeña participación en Fibank, en el que vende Vida.
BARCLAYS VIDA Y PENSIONES	Pertenece al Barclays Bank.
EUROVIDA	50% Banco Popular y 50% ALLIANZ.
DB VIDA	Propiedad del Deutsche Bank.
LINEA DIRECTA ASEGURADORA Y BANKINTER VIDA	Bankinter controla el 50% de la primera y el 100% de la segunda.
CENIT	Propiedad del Banco de Santander.
BANKPYME VIDA	Pertenece al Banco de la Pequeña y Mediana Empresa (Bankpyme).
CASER	Cuenta entre sus accionistas con 35 cajas de ahorros.
MEDITERRANEO VIDA	Pertenece a la Caja de Ahorros del Mediterráneo.

MNA/ASCAT VIDA/ASCAT PREVISIO	Caja Cataluña controla la mayor parte de las acciones de la primera y el 100% de las dos entidades ASCAT.
CAJA SALUD/CAJA MADRID VIDA Y CAJA MADRID SEG. GENERALES	Pertenecen a Caja de Madrid.
CEP VIDA/CEP GENERALES	Pertenecen a Caja del Penedés.
ESTALVIDA	Propiedad de la Caja de Tarragona.
CATALONIA VIDA	Pertenece a la Caja de Tarrasa.
UNION DEL DUERO VIDA/UNION DEL DUERO SEG. GENERALES	Pertenece a Caja de Salamanca y Soria.
ASEG. VALENC. (ASEVAL)	Propiedad de Bancaja.
UNICORP	Controlada por Unicaja.
BIHARCO VIDA	Pertenece a las Cajas de Bilbao Vizcaya/Guipúzcoa/Vitoria y Alava.
GAN/UNIVYP	El grupo francés tiene significativas participaciones en los Bancos Guipuzcoano y Zaragozano, que distribuyen productos de UNIVYP.
VIDACAIXA-SEGUR CAIXA Y RENTACAIXA	Controladas por Caixa.
	Controladas por la Corporación Financiera Mondragón.
SA NOSTRA VIDA	Pertenece a la Caja Baleares.
CES VIDA	Propiedad de Caja Sabadell.
SEGUROS NAVARRA	Propiedad de Caja de Navarra.
CASTILLA LA MANCHA VIDA	Pertenece a Caja Castilla La Mancha.

Fuente: Revista Actualidad Aseguradora de 3 de Julio de 1995.

9. CONCLUSIONES

Para terminar resumimos, a modo de síntesis, las tendencias de la distribución del Seguro en España y en especial del fenómeno de la "Bancassurance":

1. El mercado español posee **importantes potenciales de crecimiento en seguros generales (de masa), vida y fondos de pensiones**. En los dos últimos casos, la Banca está jugando un importante papel.
2. Las redes de agentes exclusivos de las principales compañías está sufriendo una profunda transformación en su formación y adaptación a un mercado enormemente competitivo y donde, por tanto, su papel de asesores de la clientela se convierte en decisivo.
3. La influencia de las entidades multinacionales en la gestión de las compañías tiende a crecer por lo que se "universalizan" las modernas estrategias de gestión empresarial.
4. Se multiplican los canales de distribución para una misma compañía, que ha de especializar sus redes en cuanto a segmentos de clientela y sus necesidades particulares.
5. La rapidez en la atención al cliente es apreciada como arma de fidelización muy importante (especialmente en seguros patrimoniales o de prestación de servicios).
6. La Banca-Seguros no es en sí mismo un único "canal de distribución" sino un conjunto de acuerdos de colaboración y participación en la colocación de seguros en los mercados a través de fórmulas diversas.
7. En la venta de seguros, junto a ventajas que para los bancos suponen factores como el conocimiento de la clientela o los hábitos de visita a las oficinas (aunque cada vez menos), existen riesgos tales como estos:
 - El hecho de que, hoy por hoy, no exista una "economía rentable" en el sector que la haga atractiva.
 - El problema de la falta de "criterios para establecer una adecuada selección de riesgos".
 - El problema de la atención a servicios y siniestros que pueden enrarecer la relación cliente-banco.

8. Es difícil para los bancos (y las compañías de seguros) integrar ambas culturas empresariales ya que se trata de entidades con diferente perspectiva técnico-comercial.
9. Los productos aseguradores de riesgos sencillos seguirán siendo muy atractivos para las instituciones financieras, mientras que otros ramos, tales como Autos y otros seguros Patrimoniales representan todavía un fuerte reto sin fácil estrategia de convergencia Banca-Seguros.

Miguel Angel Martínez
FUNDACION MAPFRE ESTUDIOS

23 de mayo de 1996