



AGERS

Asociación Española de
Gerencia de Riesgos y Seguros

El sector asegurador español: perspectivas de futuro

José Antonio Sánchez Herrero
Director General
ASOCIACIÓN ICEA



JORNADA EXPECTATIVAS RENOVACIÓN – *Madrid, 12 de noviembre de 2009*

Donación de AGERS al Centro de Documentación de Fundación MAPFRE

CONTEXTO INTERNACIONAL 2008

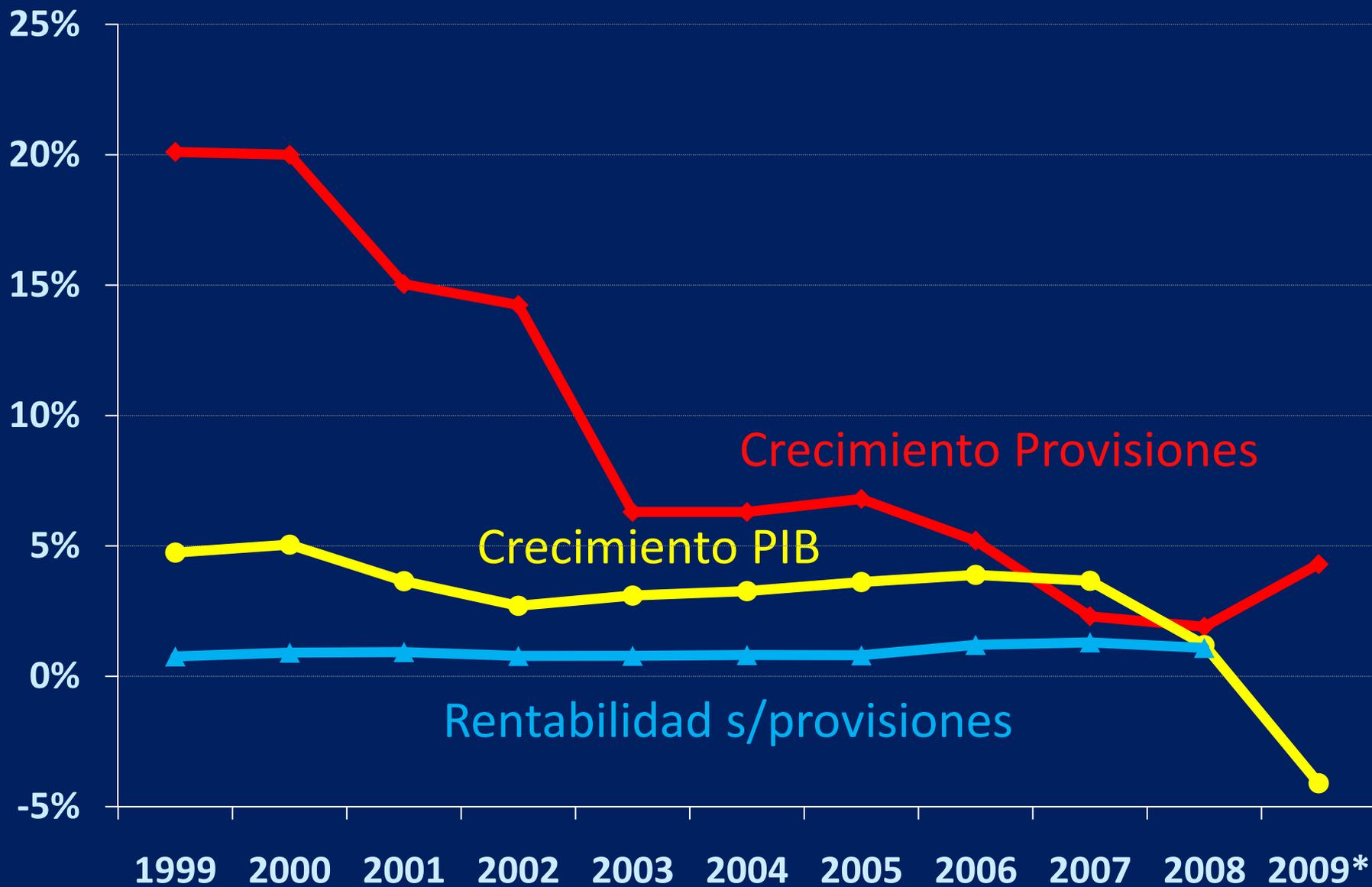
MERCADO MUNDIAL (4,27 BILL \$): -2%

- VIDA (-3,5%) , -0,8% NO VIDA (-0,8%)
- USA 29,06%, Europa 41 %

ESPAÑA (87.000 MILL \$): +7,8%: CUOTA 2%

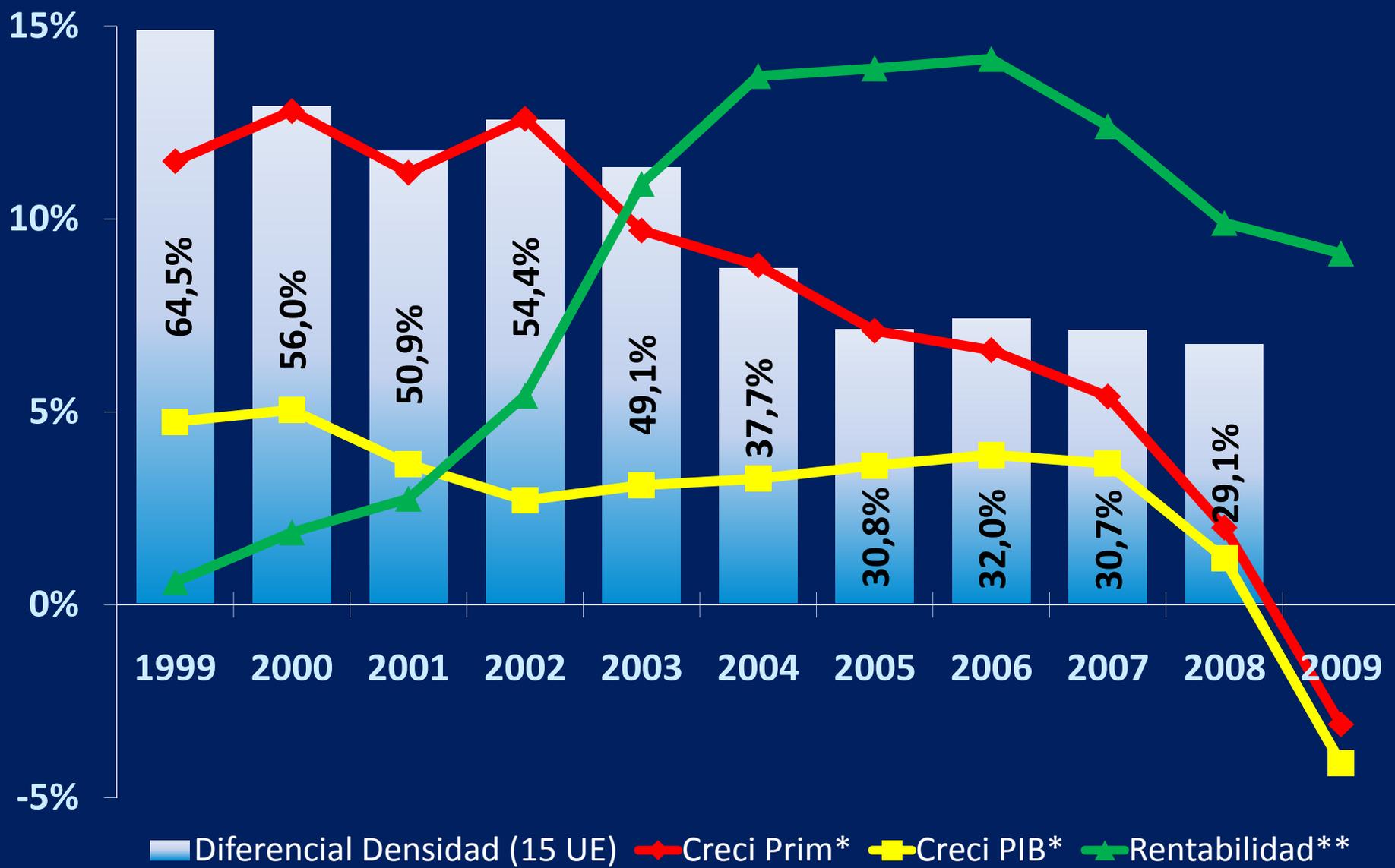
- Ranking 11 mundial (13 en vida y 9 en no vida)
- Teórico potencial de desarrollo: Ratio de penetración (puesto 27) y ratio de densidad (puesto 25) especialmente en vida
- Mercado concentrado (10 grupos el 63%), y a la vez muy atomizado (75 grupos menos del 10%)

EVOLUCIÓN VIDA



*Datos a septiembre de 2009 3

EVOLUCIÓN NO VIDA

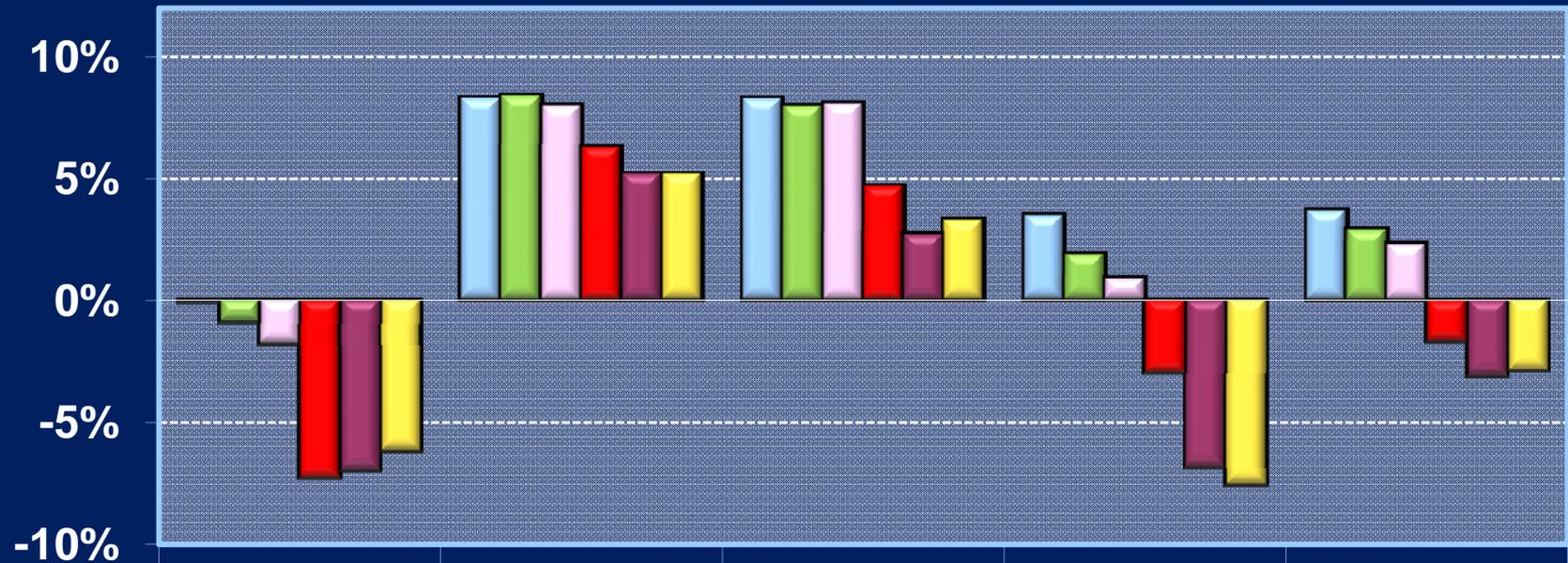


■ Diferencial Densidad (15 UE)
 ◆ Creci Prim*
 ■ Creci PIB*
 ▲ Rentabilidad**

* Datos a septiembre de 2009

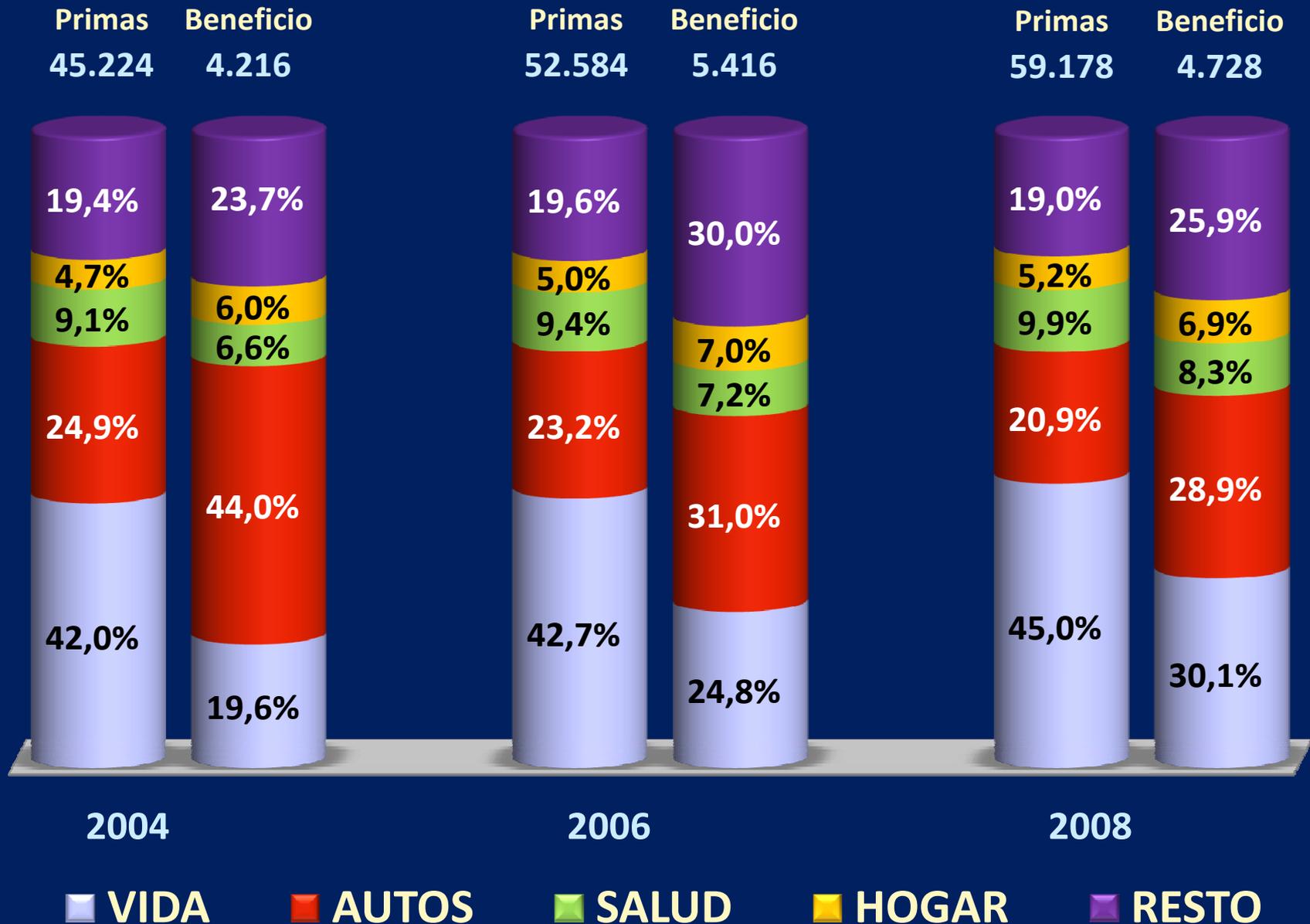
** Datos a junio de 2009

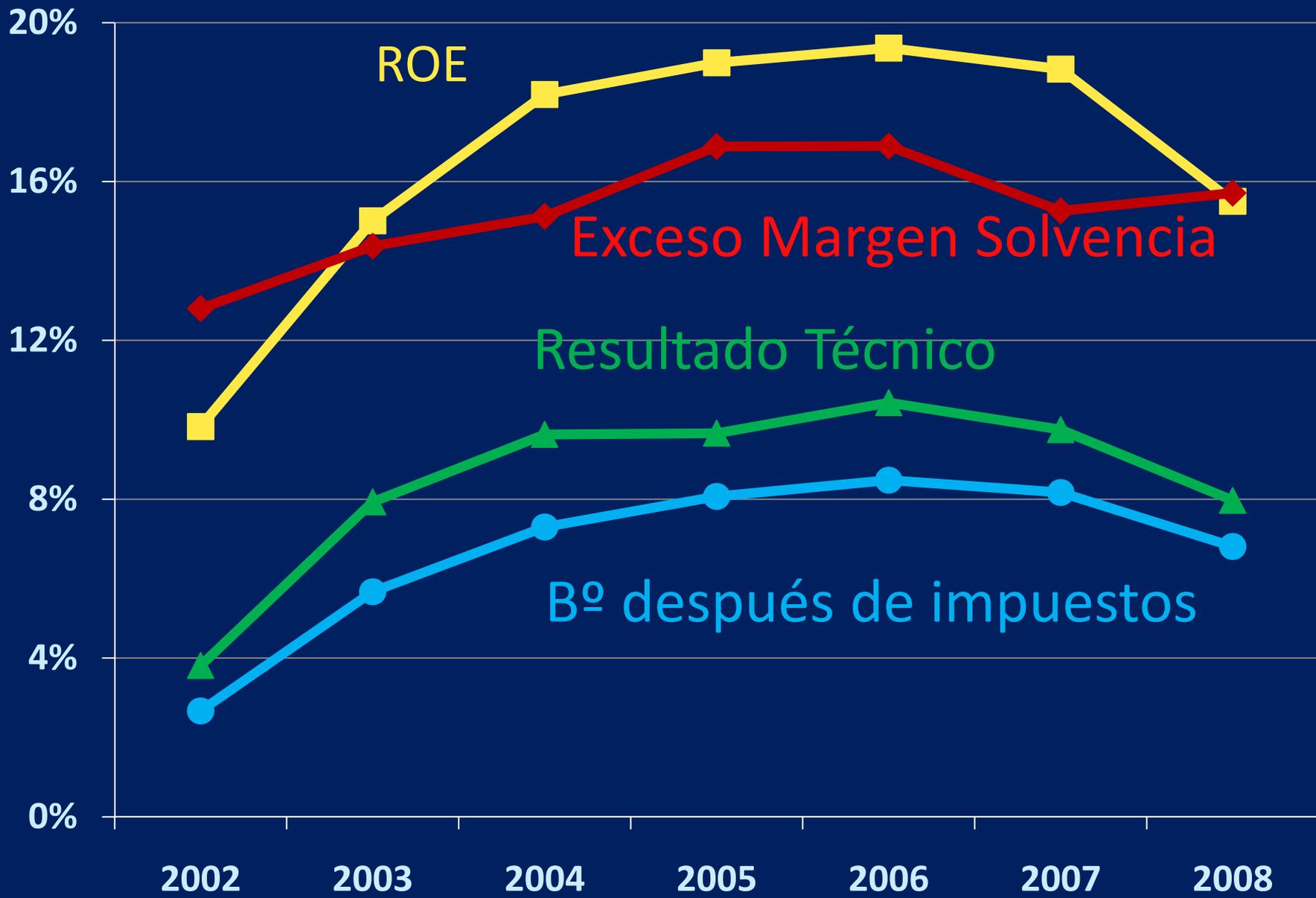
Evolución de No Vida



	Autos	Salud	Multirriesgos	Resto No Vida	Total no Vida
■ jun-08	-0,1%	8,3%	8,3%	3,5%	3,7%
■ sep-08	-0,9%	8,4%	8,0%	1,9%	2,9%
■ dic-08	-1,8%	8,0%	8,1%	0,9%	2,3%
■ mar-09	-7,3%	6,3%	4,7%	-3,0%	-1,7%
■ jun-09	-7,0%	5,2%	2,7%	-6,9%	-3,1%
■ sep-09	-6,2%	5,2%	3,3%	-7,6%	-2,9%

CUOTA Y APORTACIÓN AL BENEFICIO TÉCNICO







CLIENTE COMO CENTRO DEL UNIVERSO

**DE LOS
ALCÁNTARA
A LA
ABUNDANCIA**

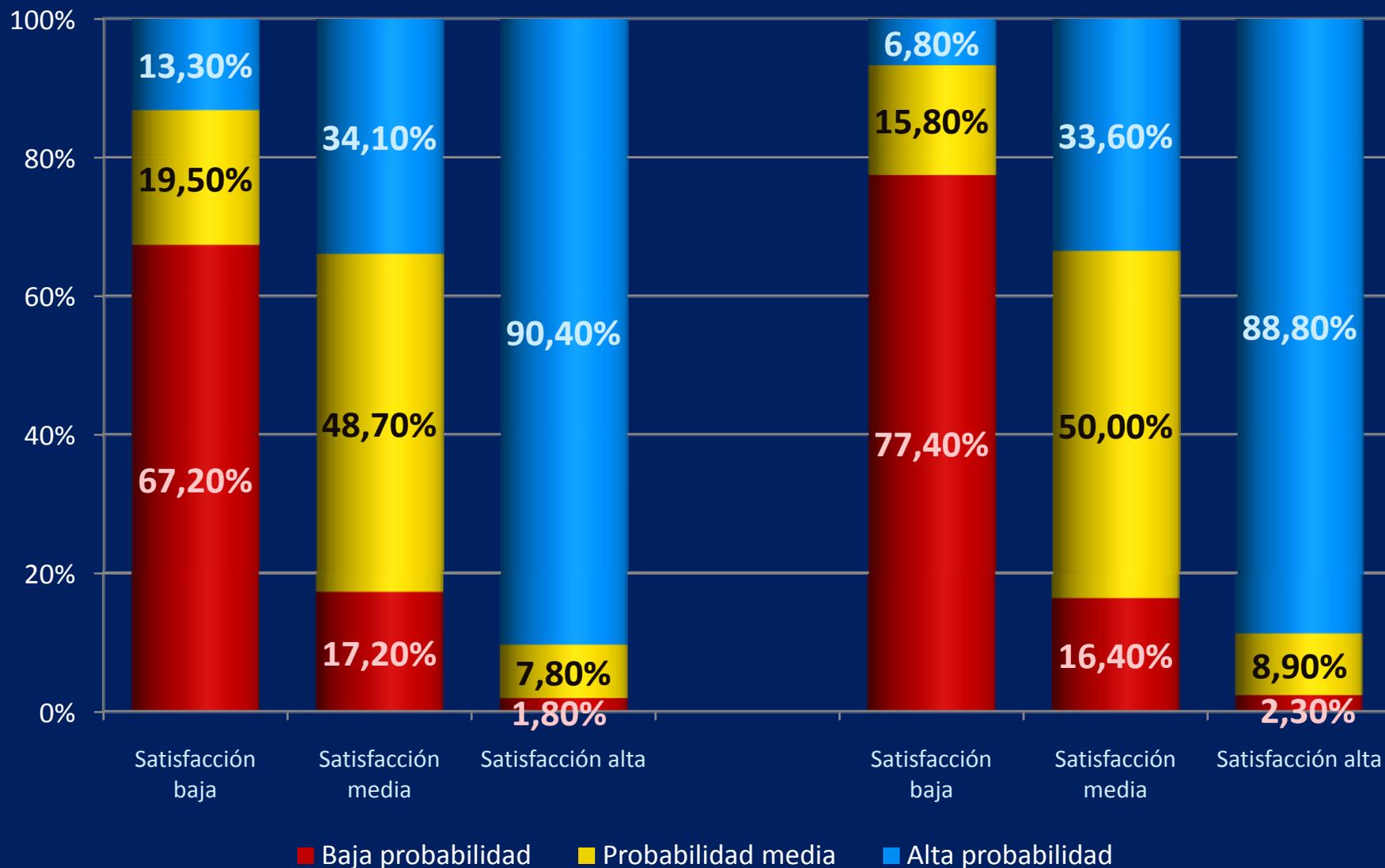
**DE LA
ABUNDANCIA
AL
HEDONISMO**

¿CLIENTES DUROS?

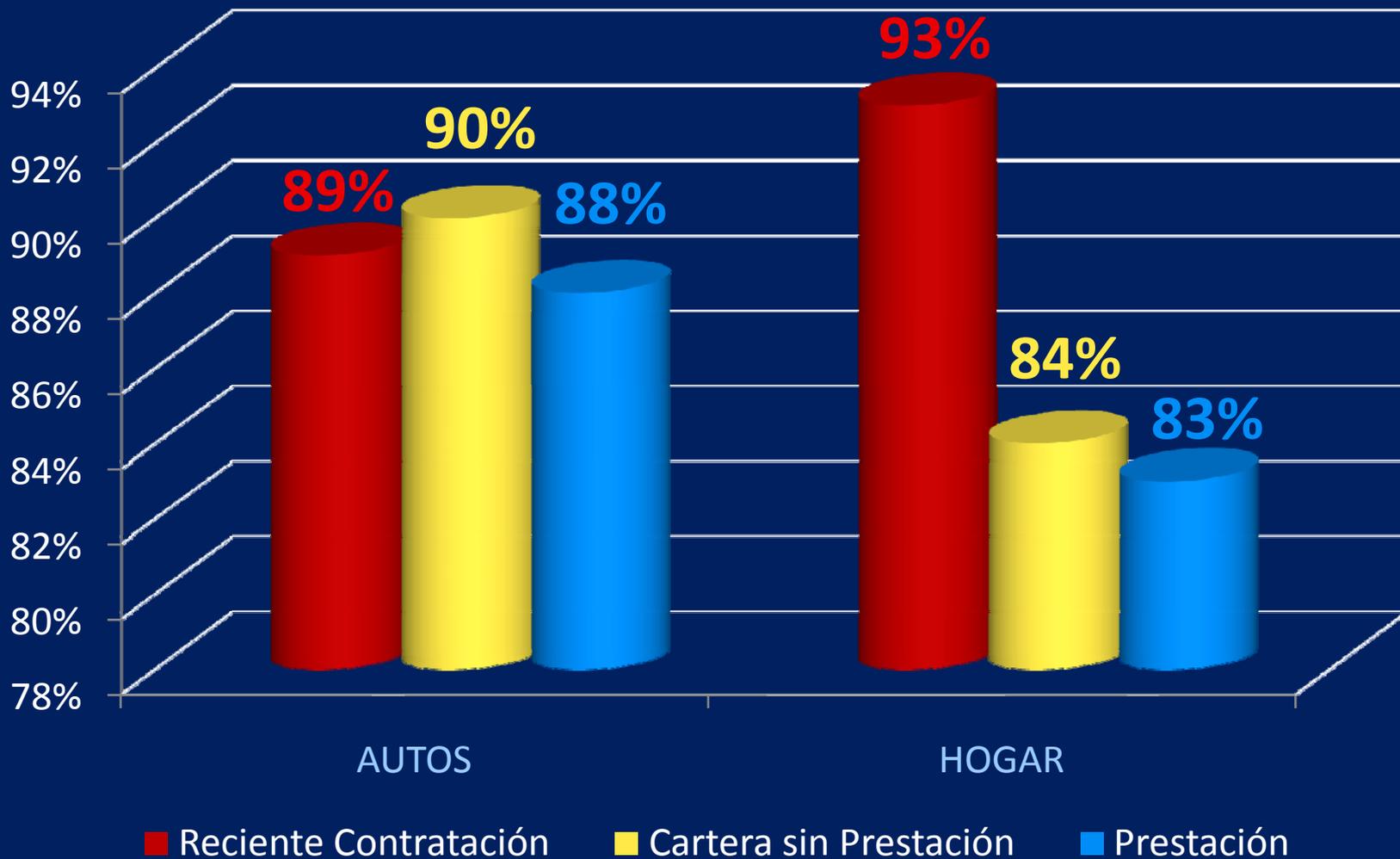
**TODAVÍA NO
HEMOS VISTO
NADA**

**JÓVENES
DEPENDIENTES
INMIGRANTES
SINGLES, DINKIS
PINK MARKET**

PROBABILIDAD DE FUGA



SATISFACCION DEL CLIENTE



PREVISIONES DEMOGRÁFICAS U.E.

DISMINUIRÁ LA POBLACIÓN:

2008: 457 MM. – 2050: 450 MM.

**SERÁ MÁS ANCIANA: En España en 2050
casi el 36% jubilados**

**Menos trabajadores y por tanto menor
crecimiento**

2031 – 2050 crecimiento medio 1,2%

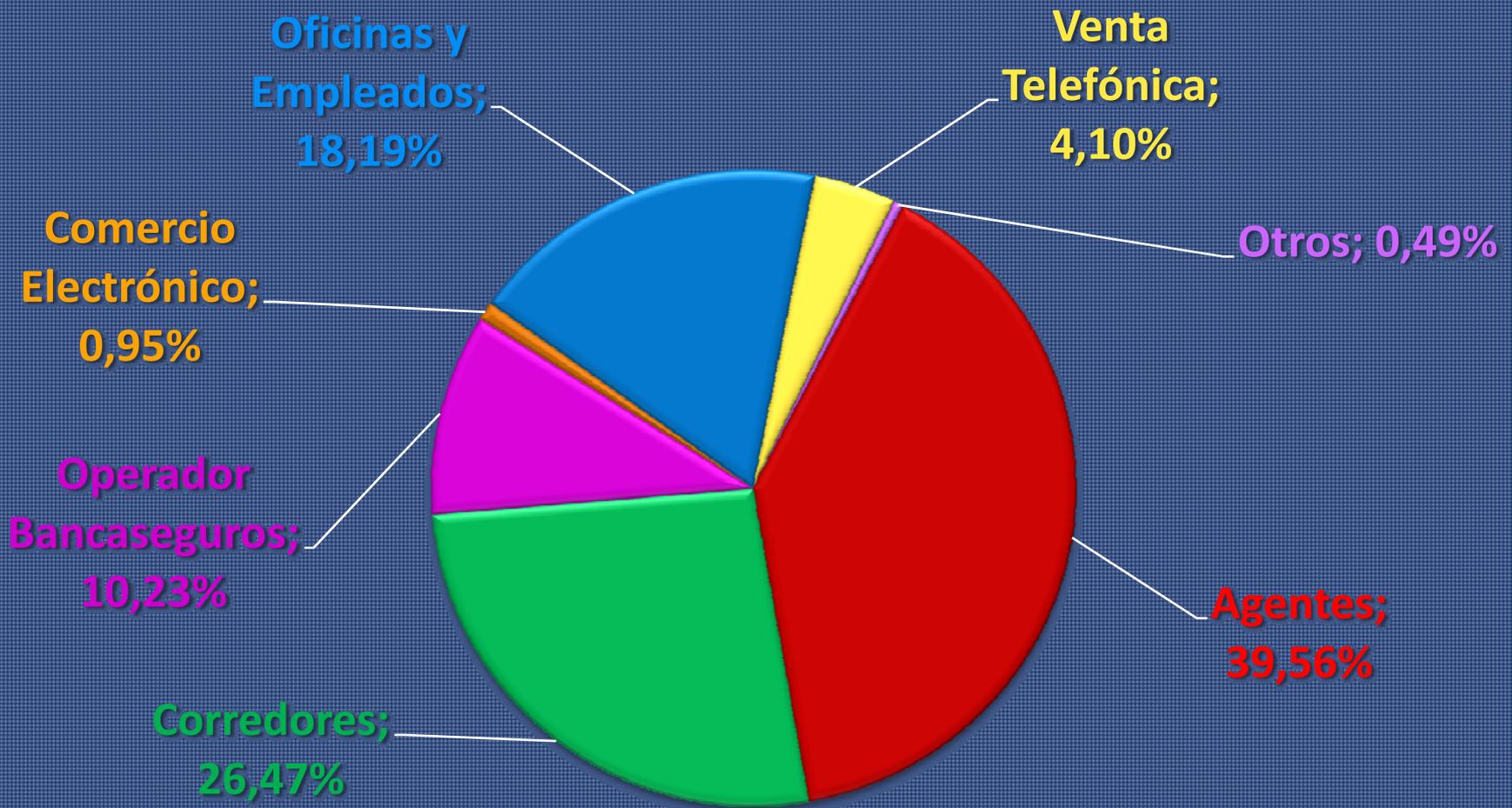
Incidencia de las previsiones demográficas: Luces y sombras

**Dificultades en ramos no vida con cliente
target potencial de menos de 65 años y/o
muy dependientes del crecimiento
económico**

**Cambio demográfico como gran
oportunidad para el desarrollo de la
previsión social complementaria**

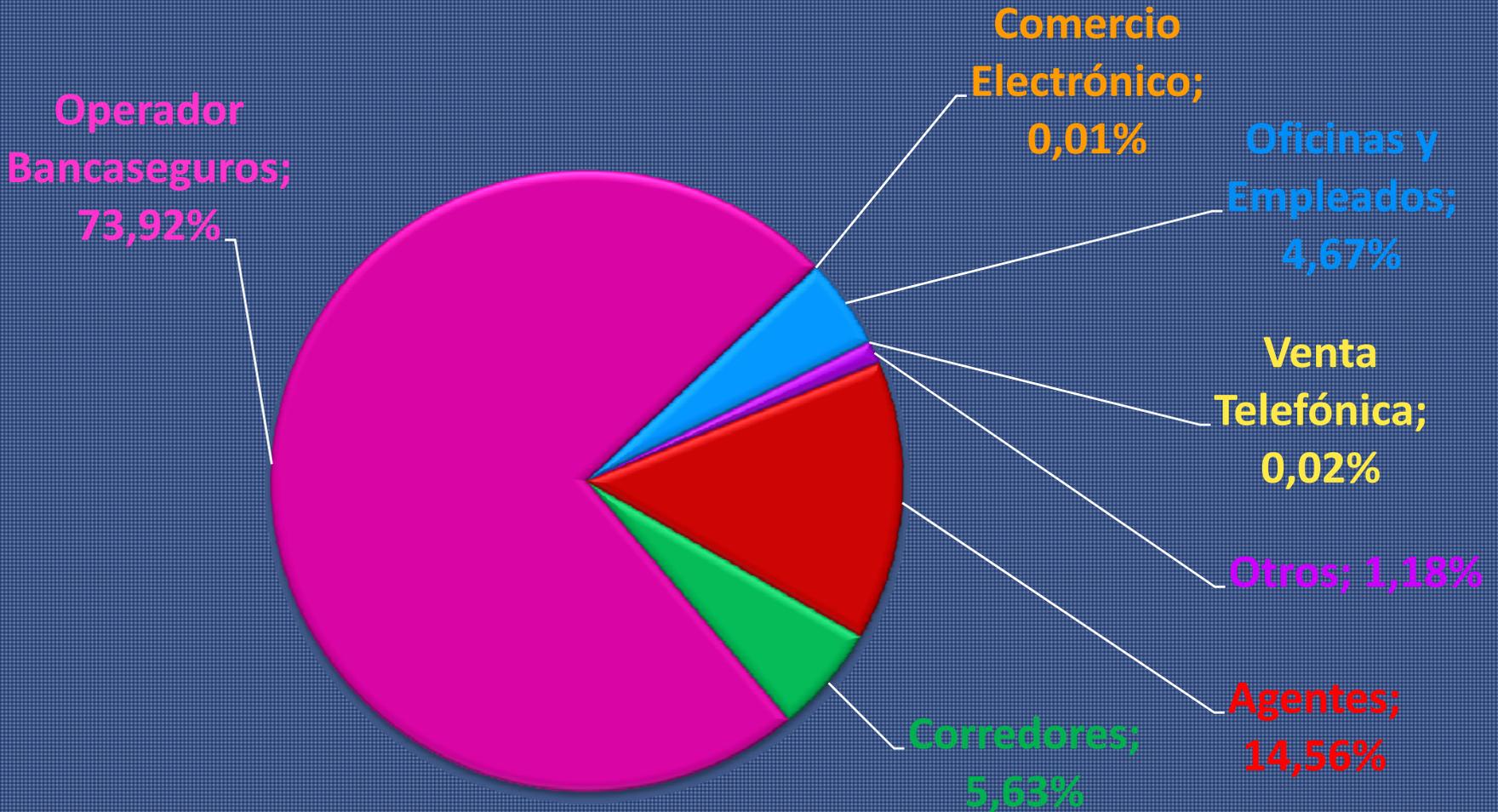
Canales de distribución en no vida

VOLUMEN DE NEGOCIO. RAMOS NO VIDA.
CUOTA DE MERCADO POR CANALES. DATOS 2008 (% PRIMAS)



Canales de distribución en vida

VOLUMEN DE NEGOCIO. RAMO DE VIDA.
CUOTA DE MERCADO POR CANALES. DATOS 2008 (% PRIMAS)



INTERNET ES IMPARABLE VS Alta cuota de distribución a través de mediadores

Contraste con otros mercados aseguradores: Autos en Reino Unido el 61% a través de canal directo

Contraste con otros sectores: Venta creciente de servicios a través de la Web: Avión y tren (15%); Hoteles (11%); Espéctaculos (9,2%); ... Servicios financieros (2,4%)

**Para crecer será
necesario avanzar
hacia una
composición
distinta de la oferta**

INNOVACIÓN



An iceberg floating in the ocean. The tip of the iceberg is visible above the water, while the much larger, submerged part is below the surface. The text is overlaid on the submerged part of the iceberg.

***LA MAYORÍA
OCULTA***

SEGMENTACIÓN



El Mundo de Sonrisas Agradables

Donación de AGERS al Centro de Documentación de Fundación MAPFRE

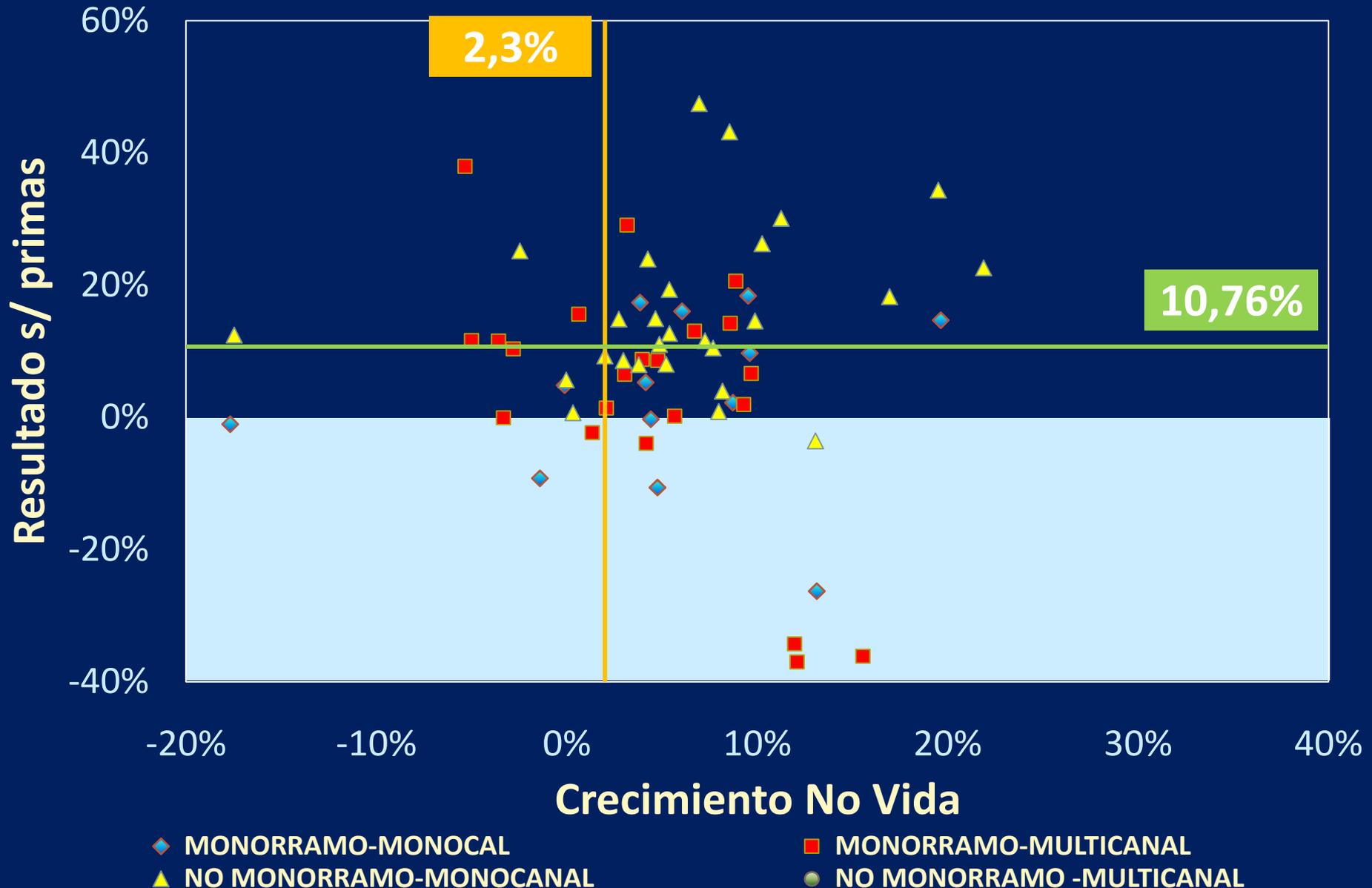
***Harley Davidson
no vende
motocicletas***



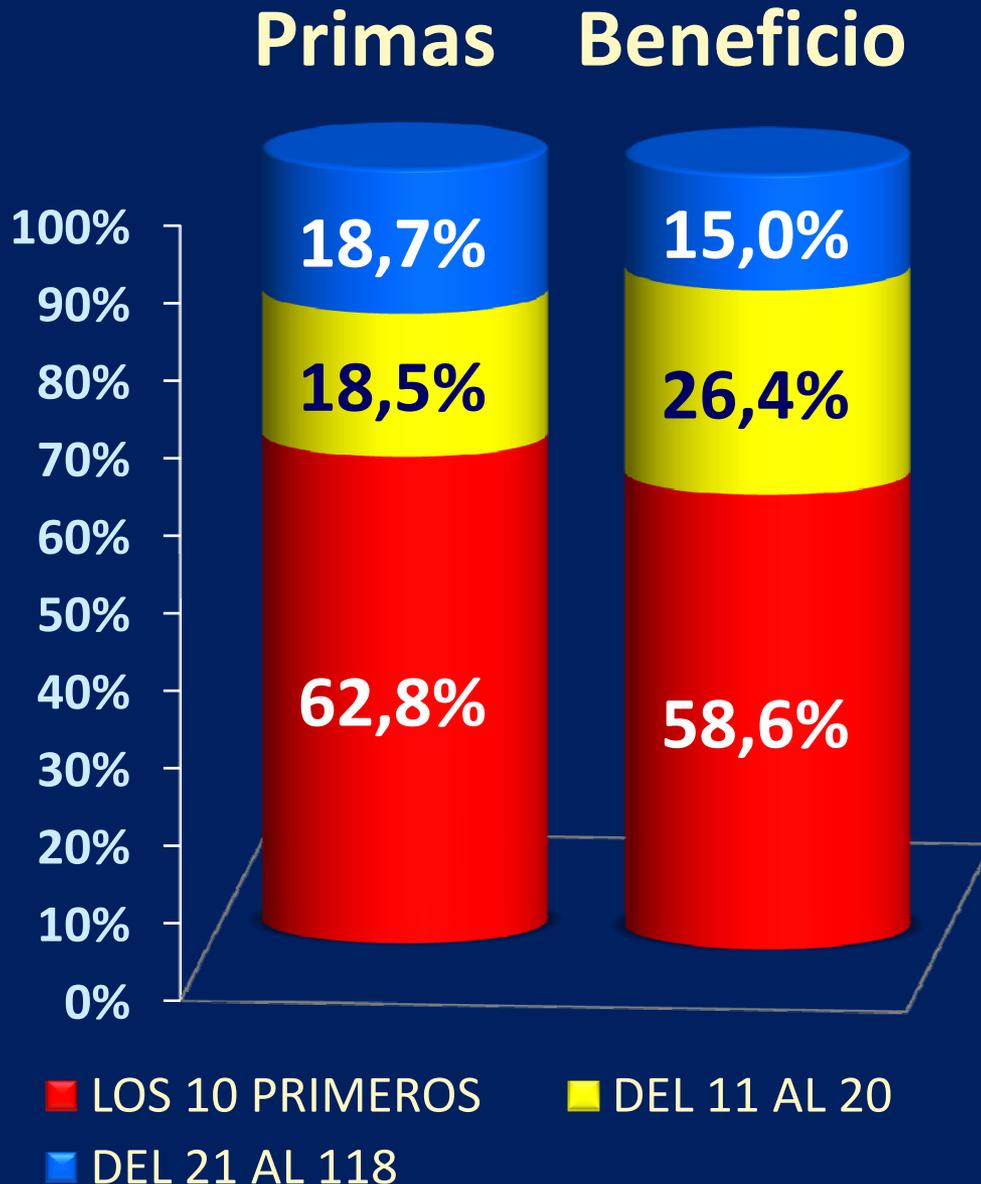
***Starbucks no
vende cafés***



EFICIENCIA: PRESERVAR EL EQUILIBRIO TÉCNICO



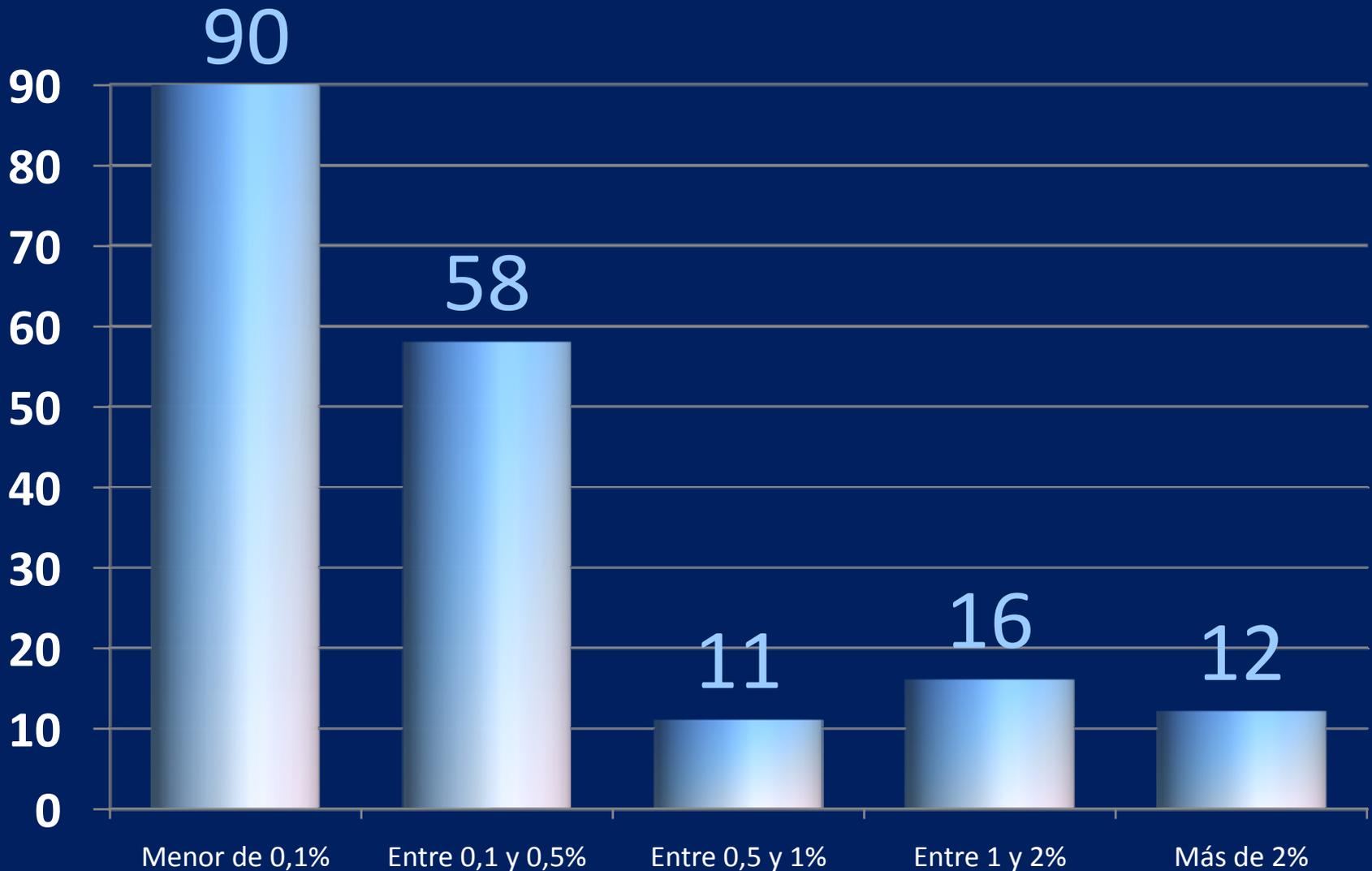
EFICIENCIA: IMPORTANCIA DEL TAMAÑO CRÍTICO



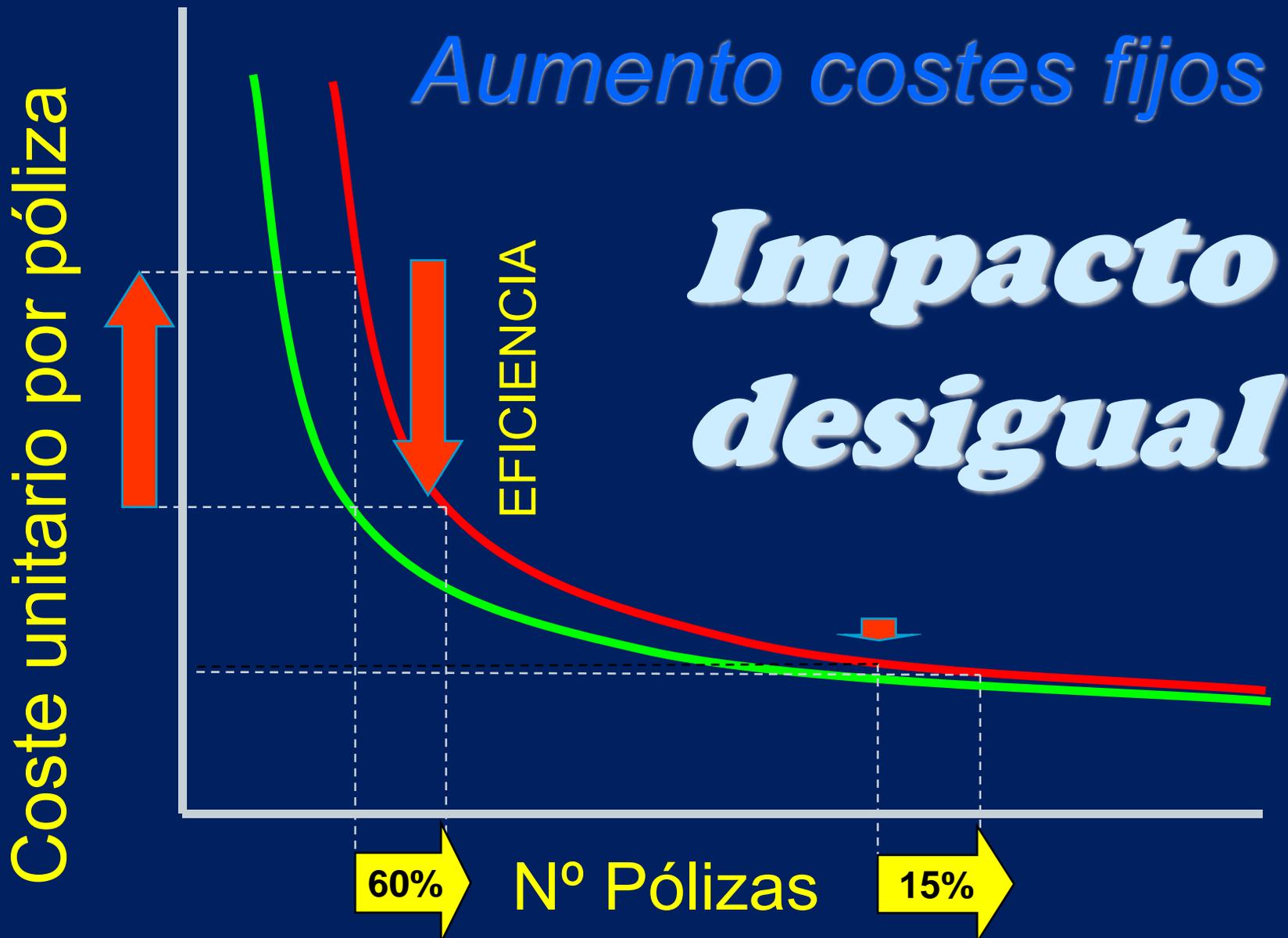
Tamaño y eficiencia suelen ir de la mano. Además, los grandes crecen más.

Camino amplio por recorrer. Todavía mercado muy atomizado.

Distribución de entidades por cuota de mercado



AUMENTO COSTES FIJOS



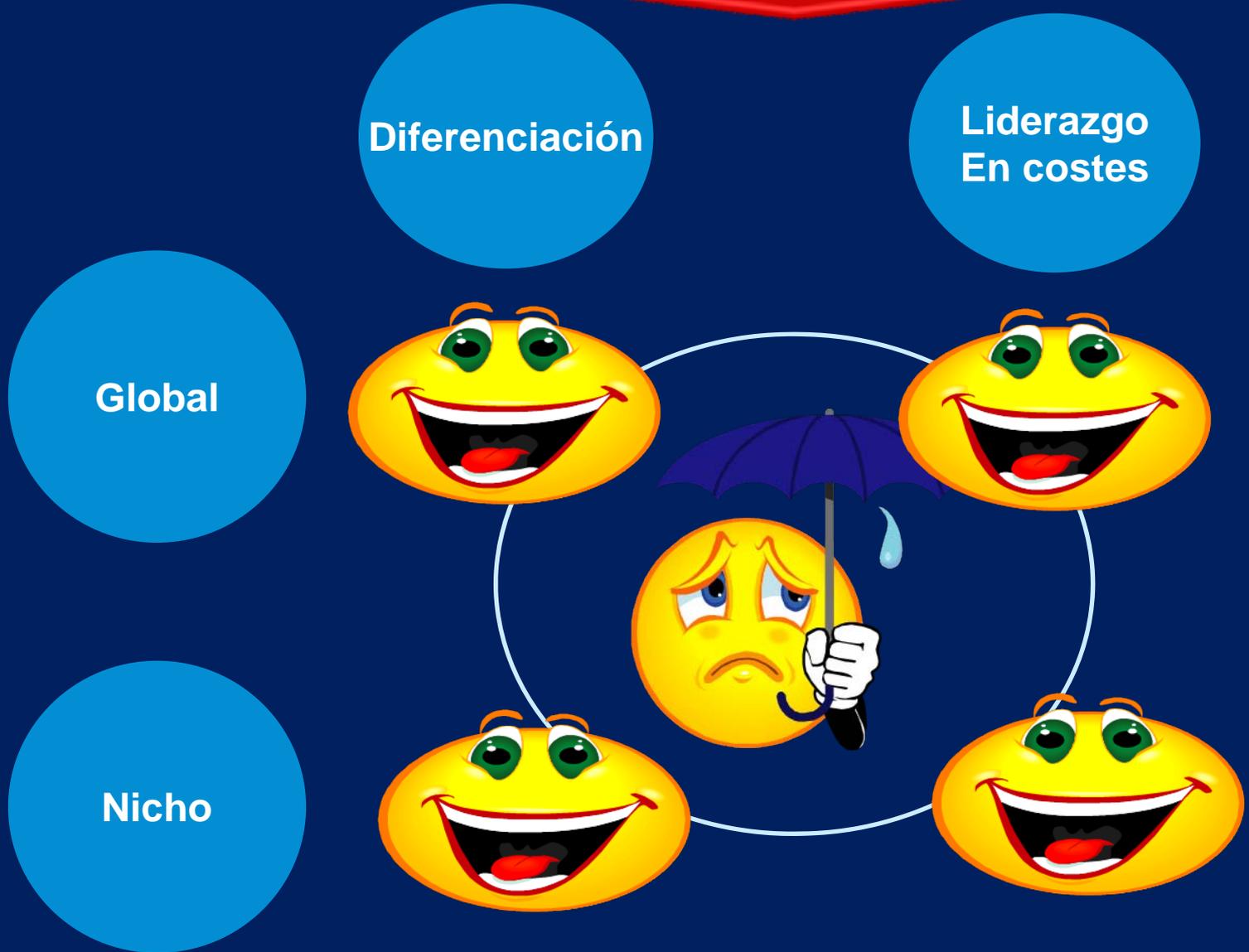
¿INVERTIR EN TECNOLOGÍA? SÍ, PERO DE FORMA EFICIENTE

- REDUCIR DIVERSIDAD DE SISTEMAS
- SOLUCIONES STANDARD VS. DESARROLLOS A MEDIDA
- STANDARIZACIÓN DE PROCESOS TECNOLOGÍA
- ESTRUCTURA DEL PERSONAL DE SISTEMAS



ESTRATEGIA COMPETITIVA

ALCANCE



CONCLUSIONES

ENTORNO FUTURO

- Dificultad de crecimiento
- Estrechamiento de márgenes

CRECIMIENTO SOSTENIBLE Y RENTABLE

- Posicionamiento estratégico claro
- Crear nueva demanda
- Cliente como centro: Calidad servicio
- Equilibrio técnico y eficiencia operativa

PALANCAS

- Innovación
- Segmentación
- Inversión Tecnológica
- Retención del talento

**MUCHAS
GRACIAS**