



**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

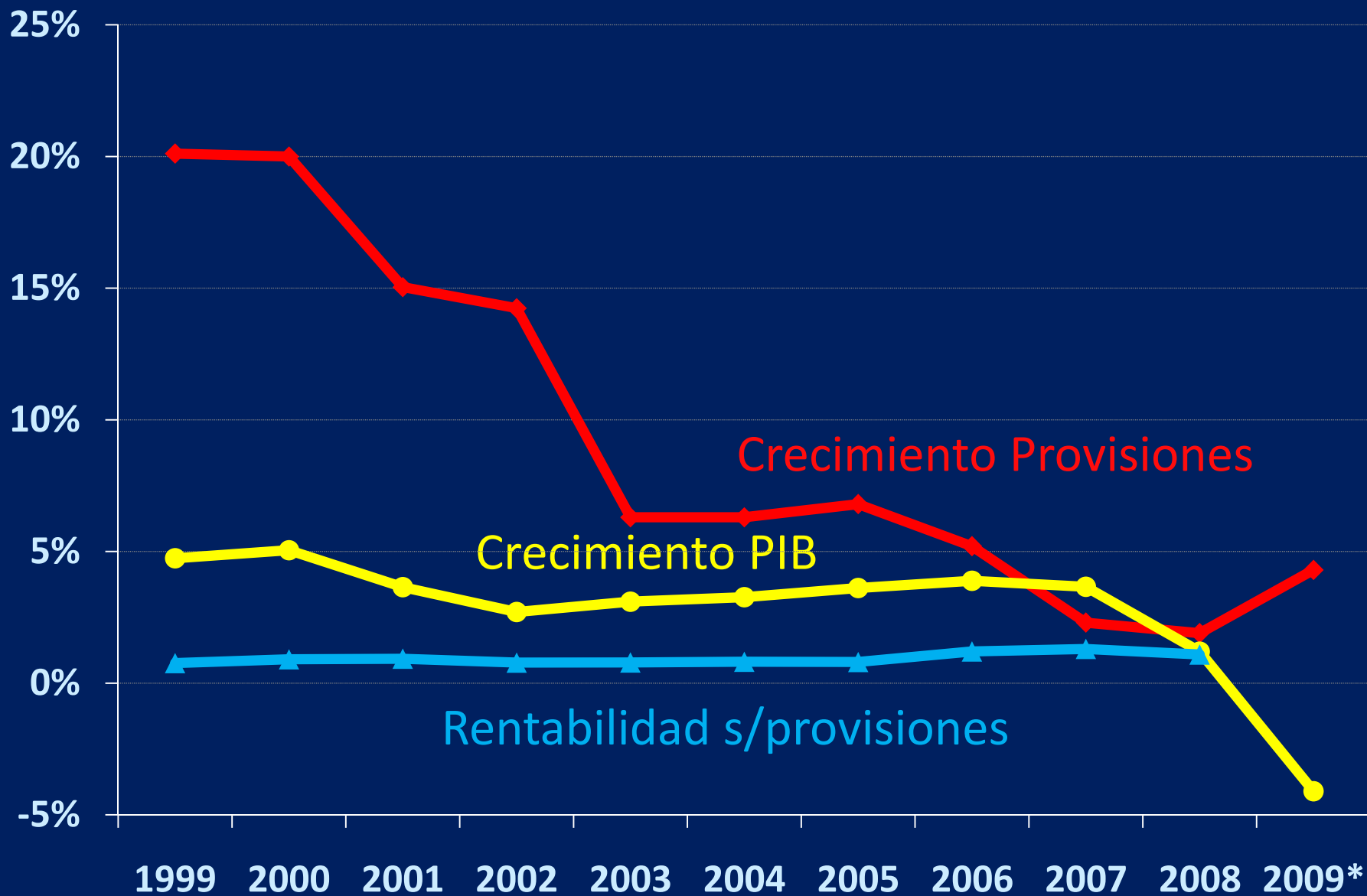
## MERCADO MUNDIAL (4,27 BILL \$): -2%

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

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

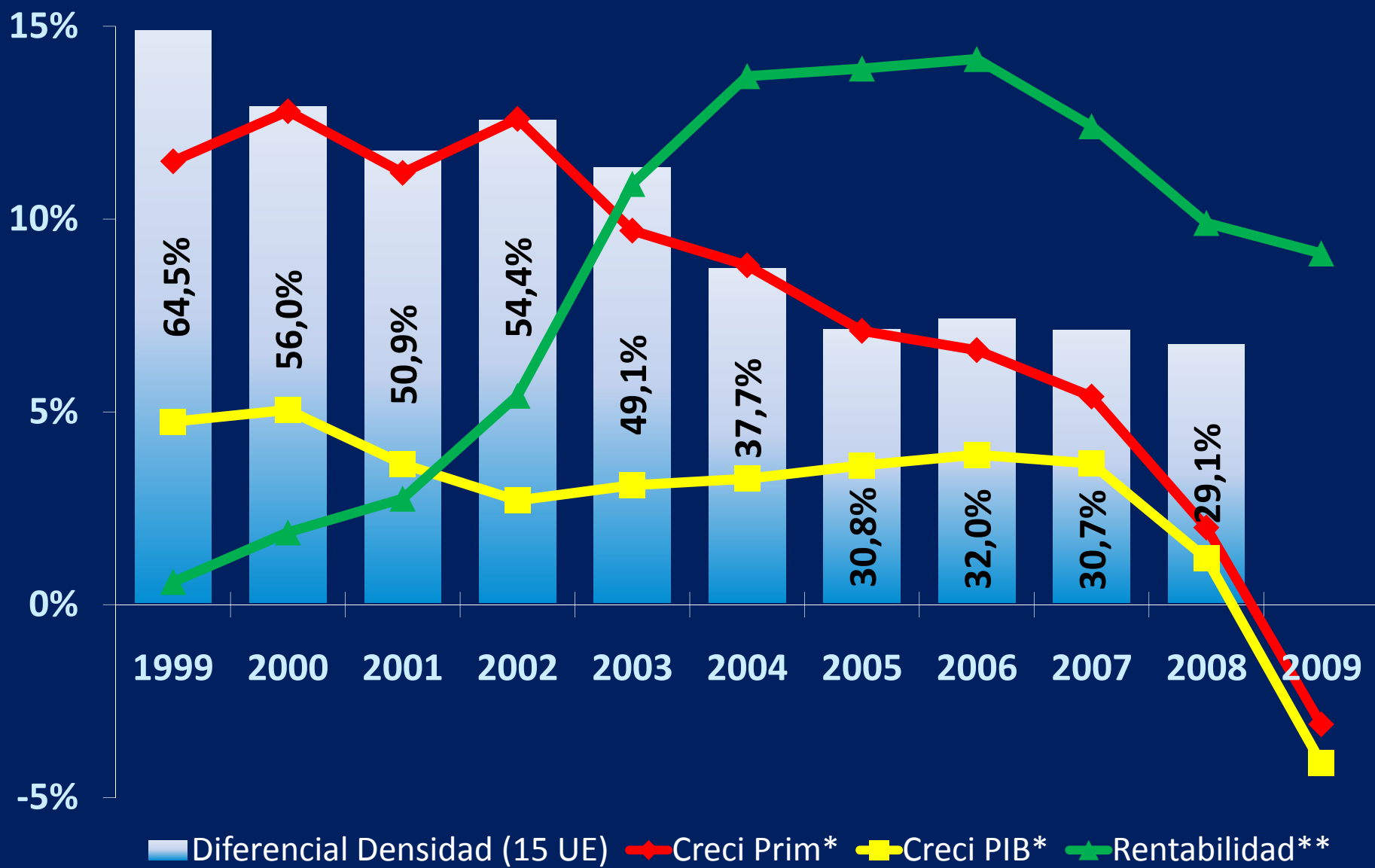
- Ranking 11 mundial (13 en vida y 9 en no vida)
- Teórico potencial de desarrollo: Ratio de penetración (puesto 27) y ratio de densidad (puesto 25) especialmente en vida
- Mercado concentrado (10 grupos el 63%), y a la vez muy atomizado (75 grupos menos del 10%)

# EVOLUCIÓN VIDA



\*Datos a septiembre de 2009 3

# EVOLUCIÓN NO VIDA

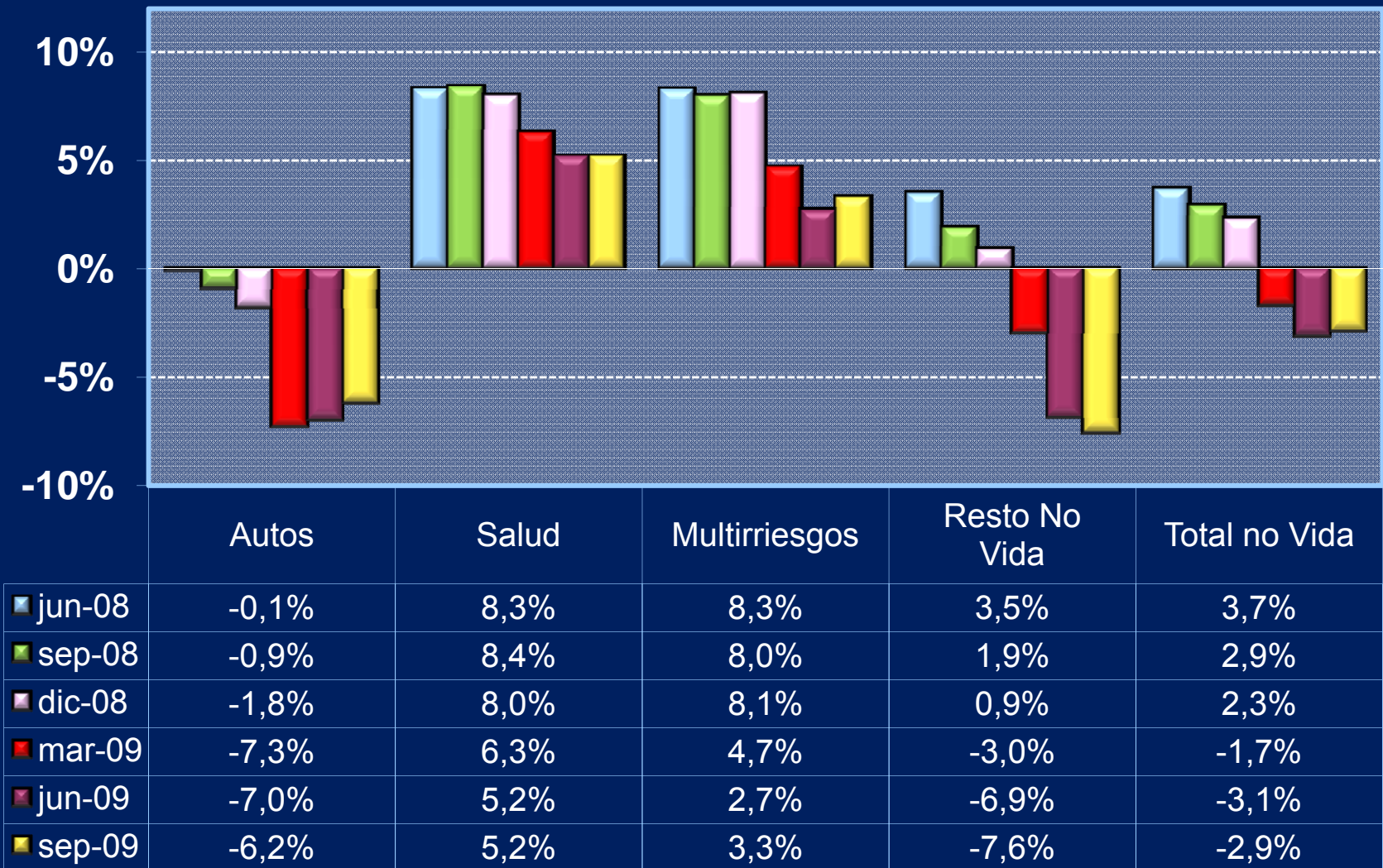


■ Diferencial Densidad (15 UE) 
 ◆ Creci Prim\* 
 ■ Creci PIB\* 
 ▲ Rentabilidad\*\*

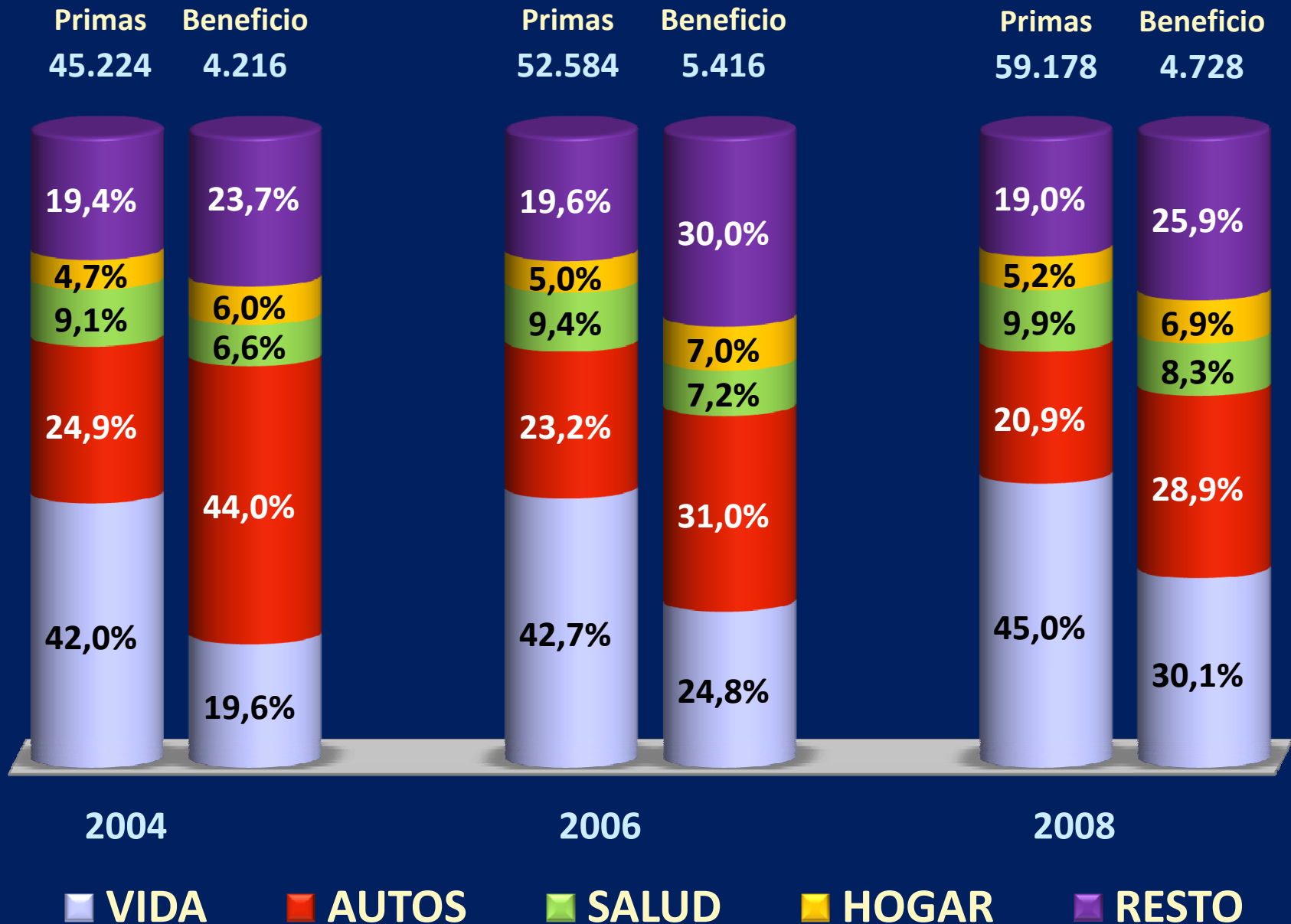
\* Datos a septiembre de 2009

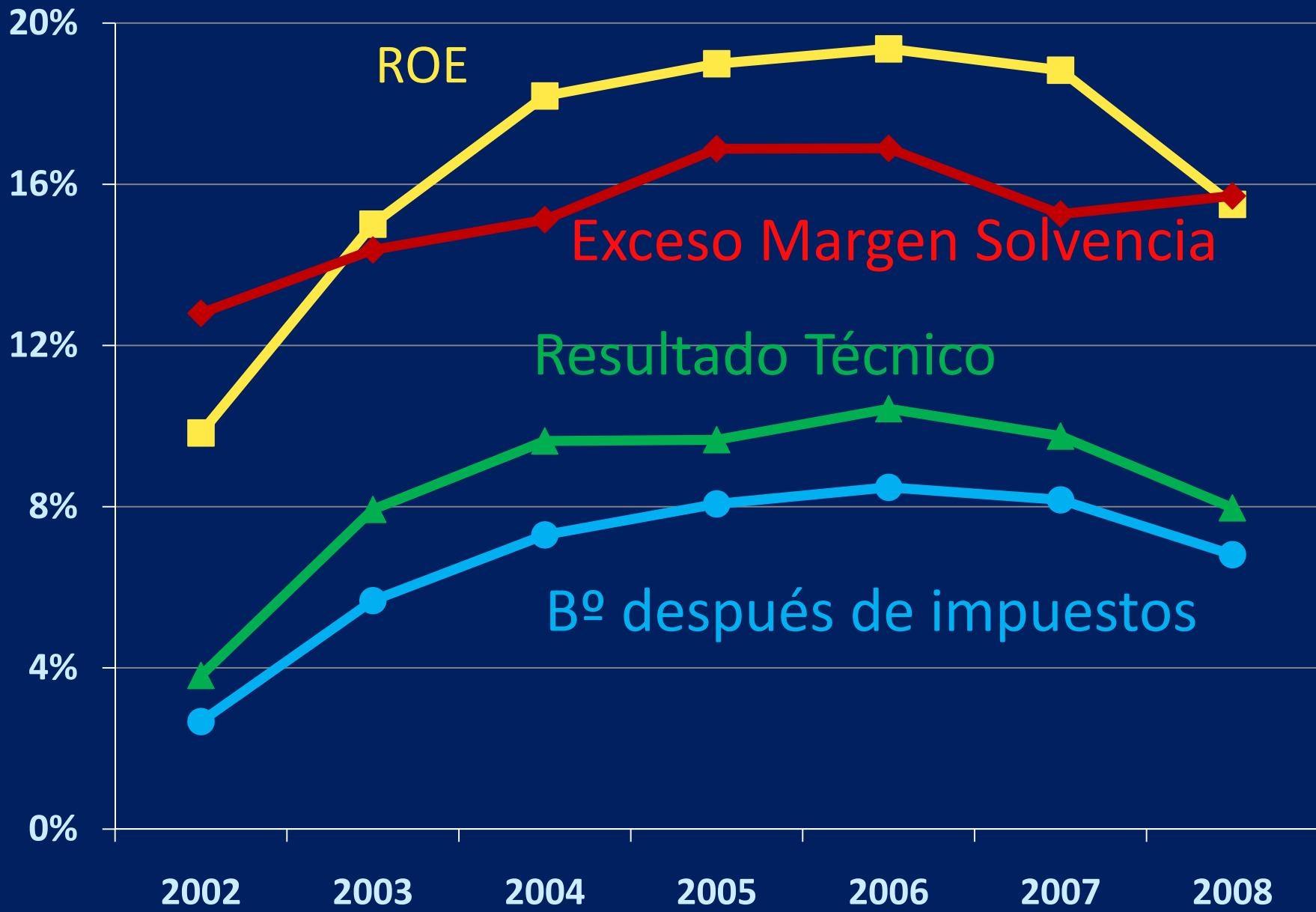
\*\* Datos a junio de 2009

# Evolución de No Vida



# CUOTA Y APORTACIÓN AL BENEFICIO TÉCNICO









# CLIENTE COMO CENTRO DEL UNIVERSO

**DE LOS  
ALCÁNTARA  
A LA  
ABUNDANCIA**

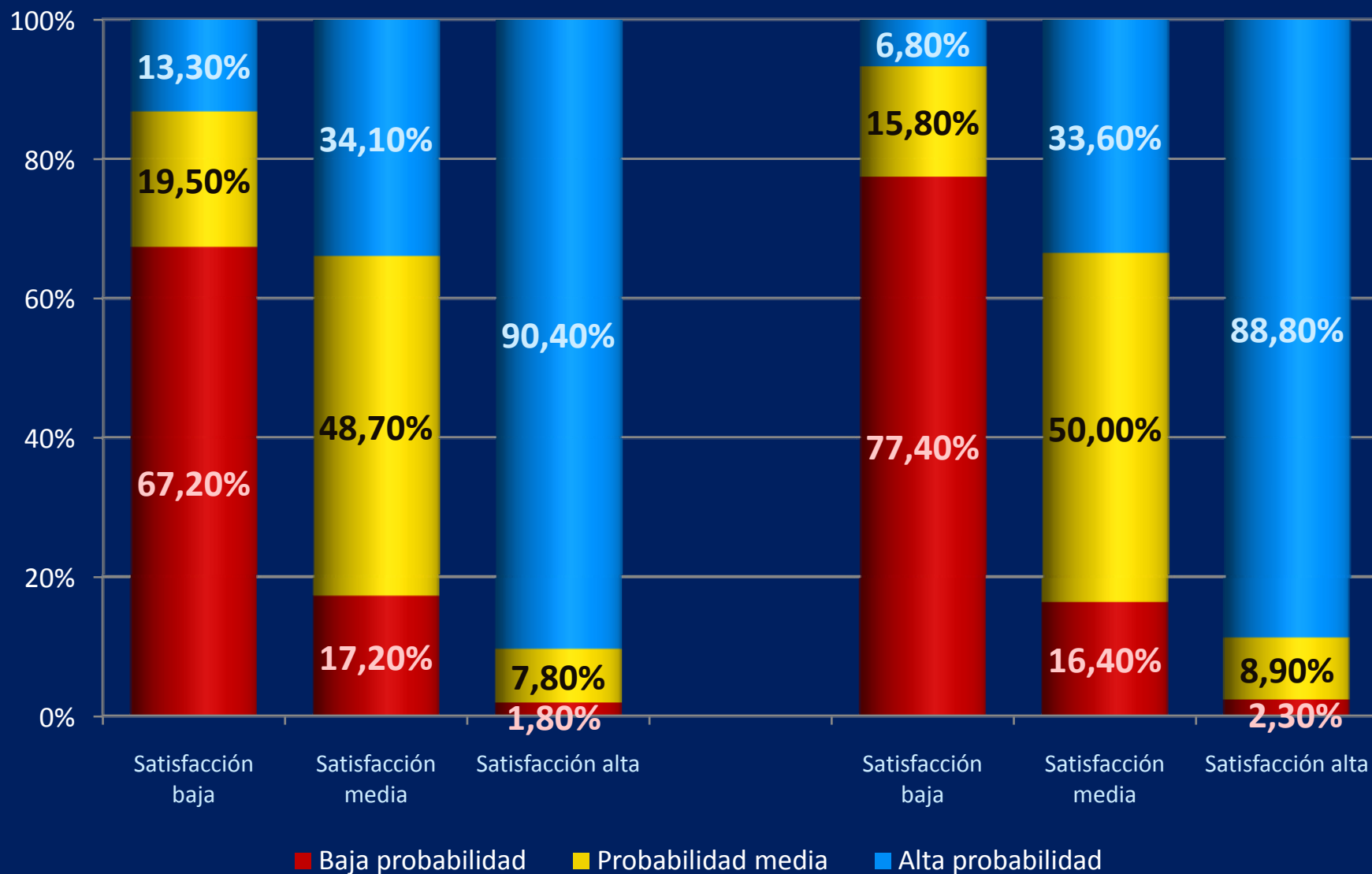
**DE LA  
ABUNDANCIA  
AL  
HEDONISMO**

**¿CLIENTES DUROS?**

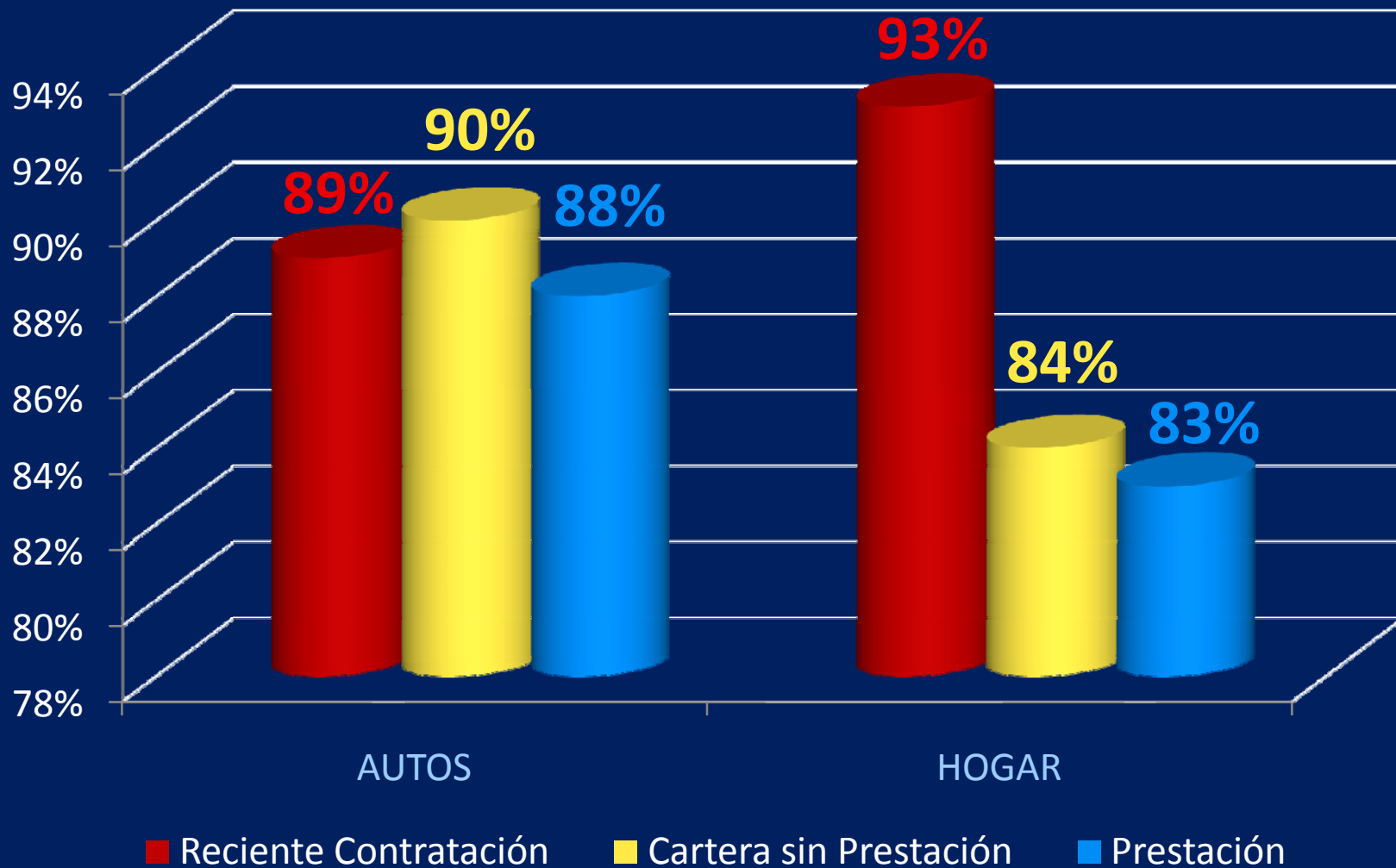
**TODAVÍA NO  
HEMOS VISTO  
NADA**

**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%**

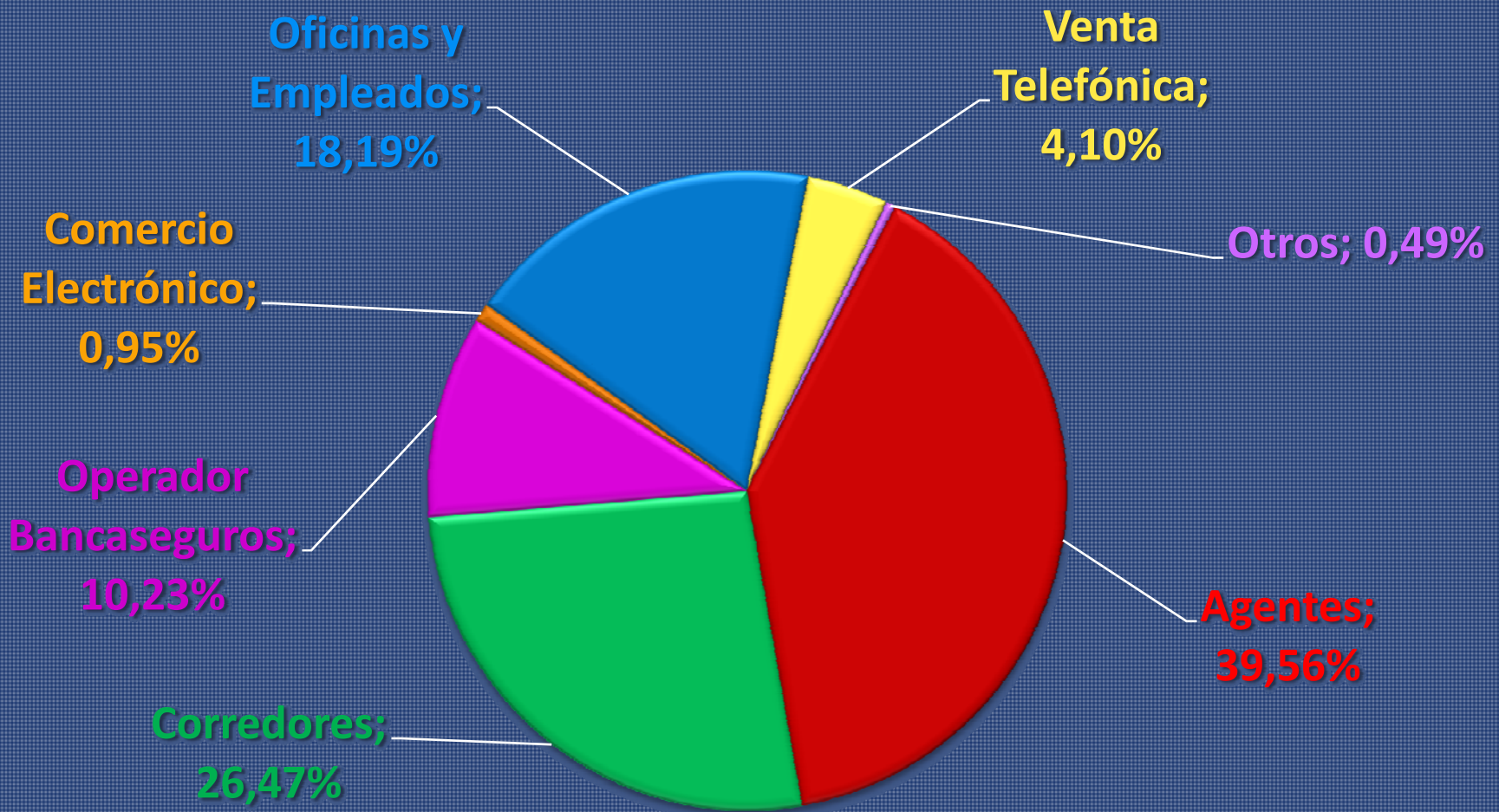
# **Incidencia de las previsiones demográficas: Luces y sombras**

**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**

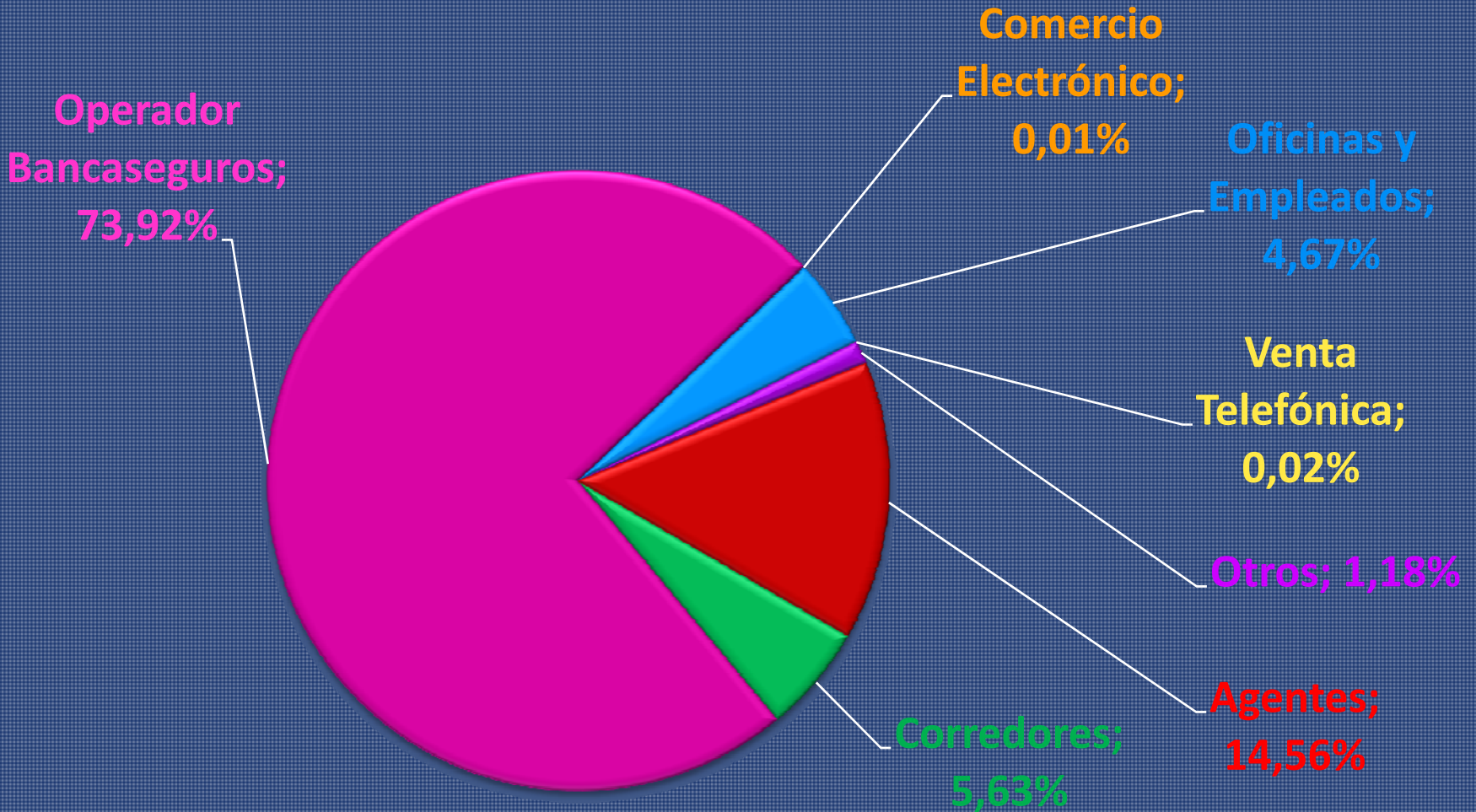
# Canales de distribución en no vida

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

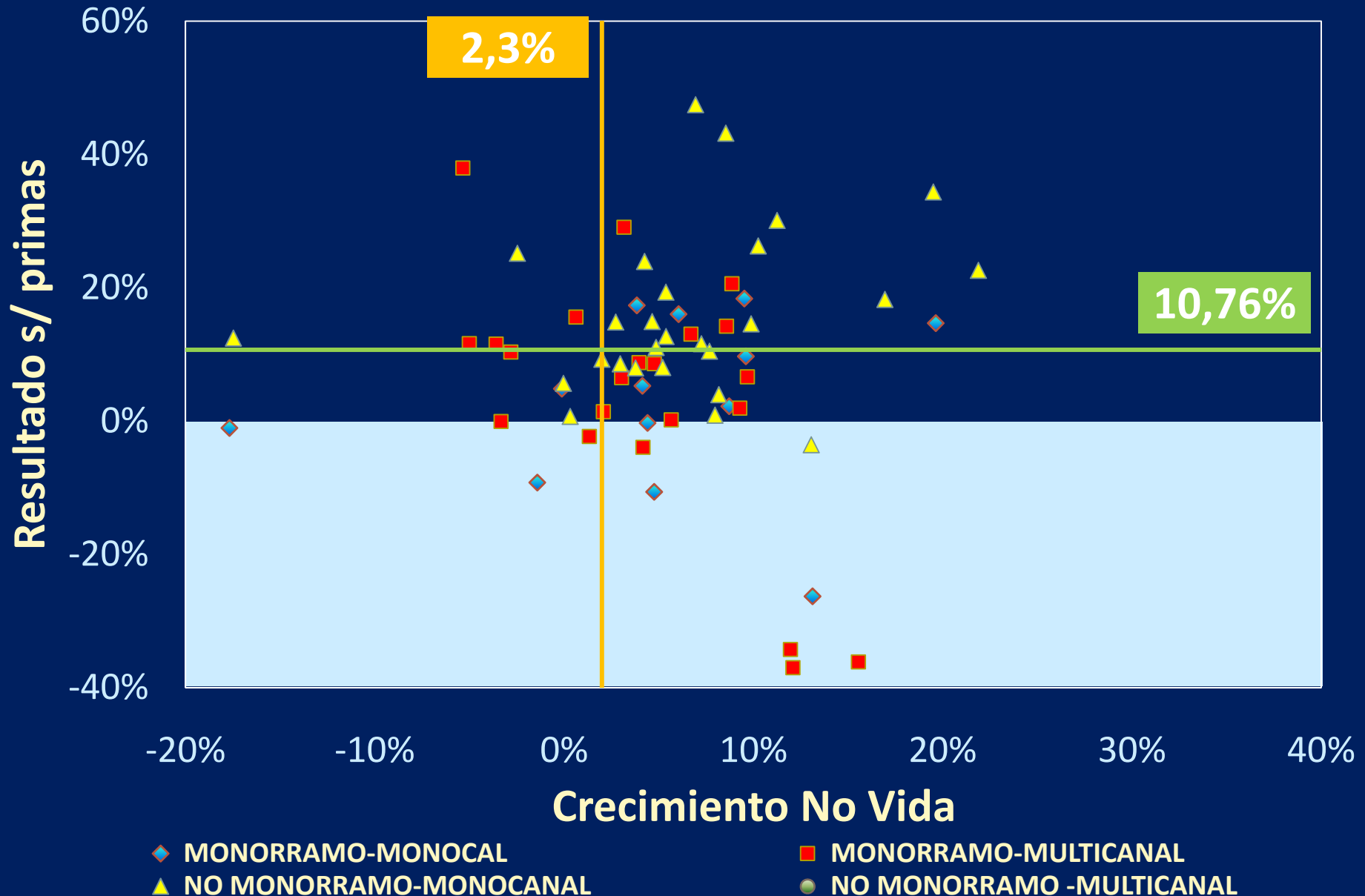
***Harley Davidson  
no vende  
motocicletas***



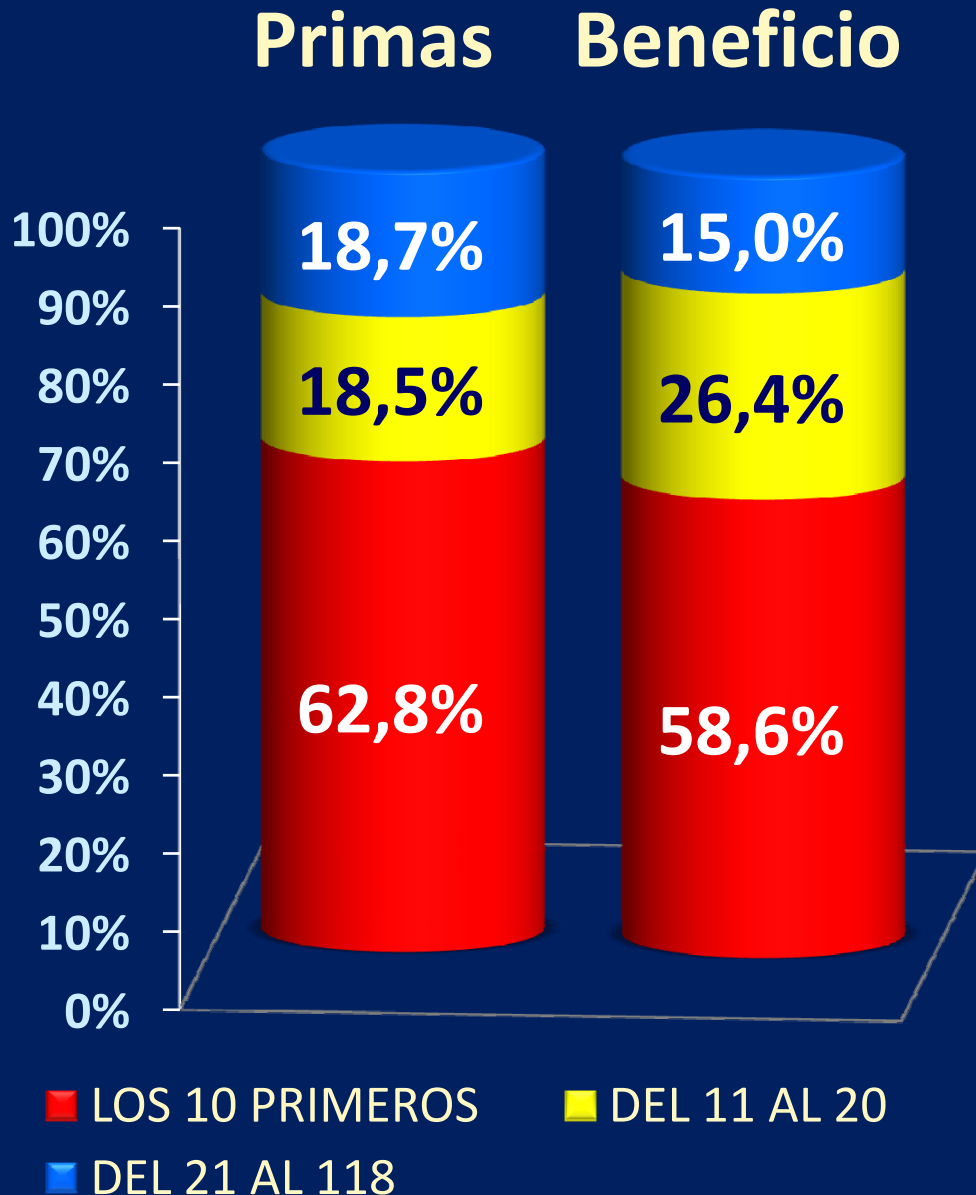
***Starbucks no  
vende cafés***



# EFICIENCIA: PRESERVAR EL EQUILIBRIO TÉCNICO



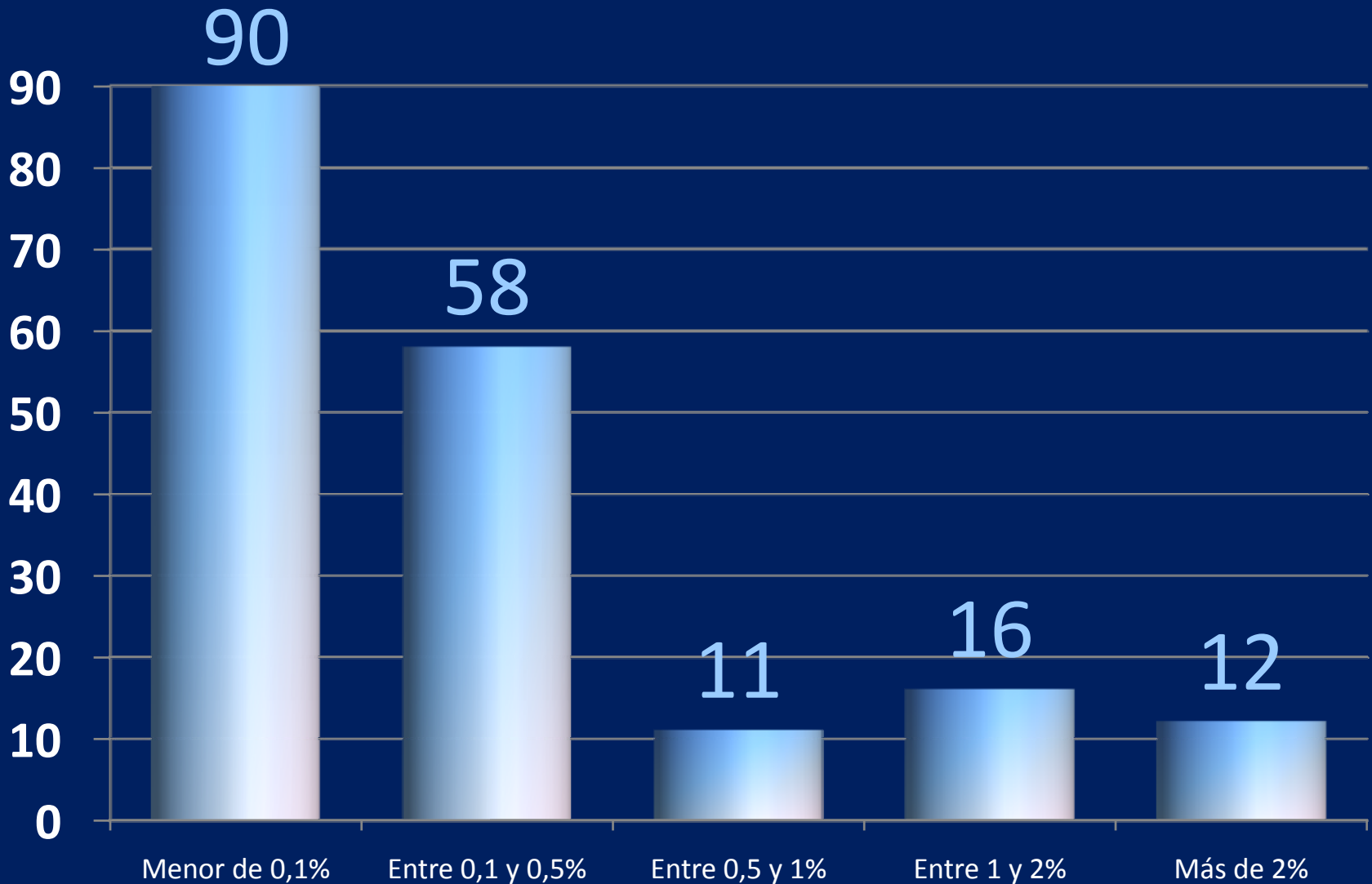
# EFICIENCIA: IMPORTANCIA DEL TAMAÑO CRÍTICO



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

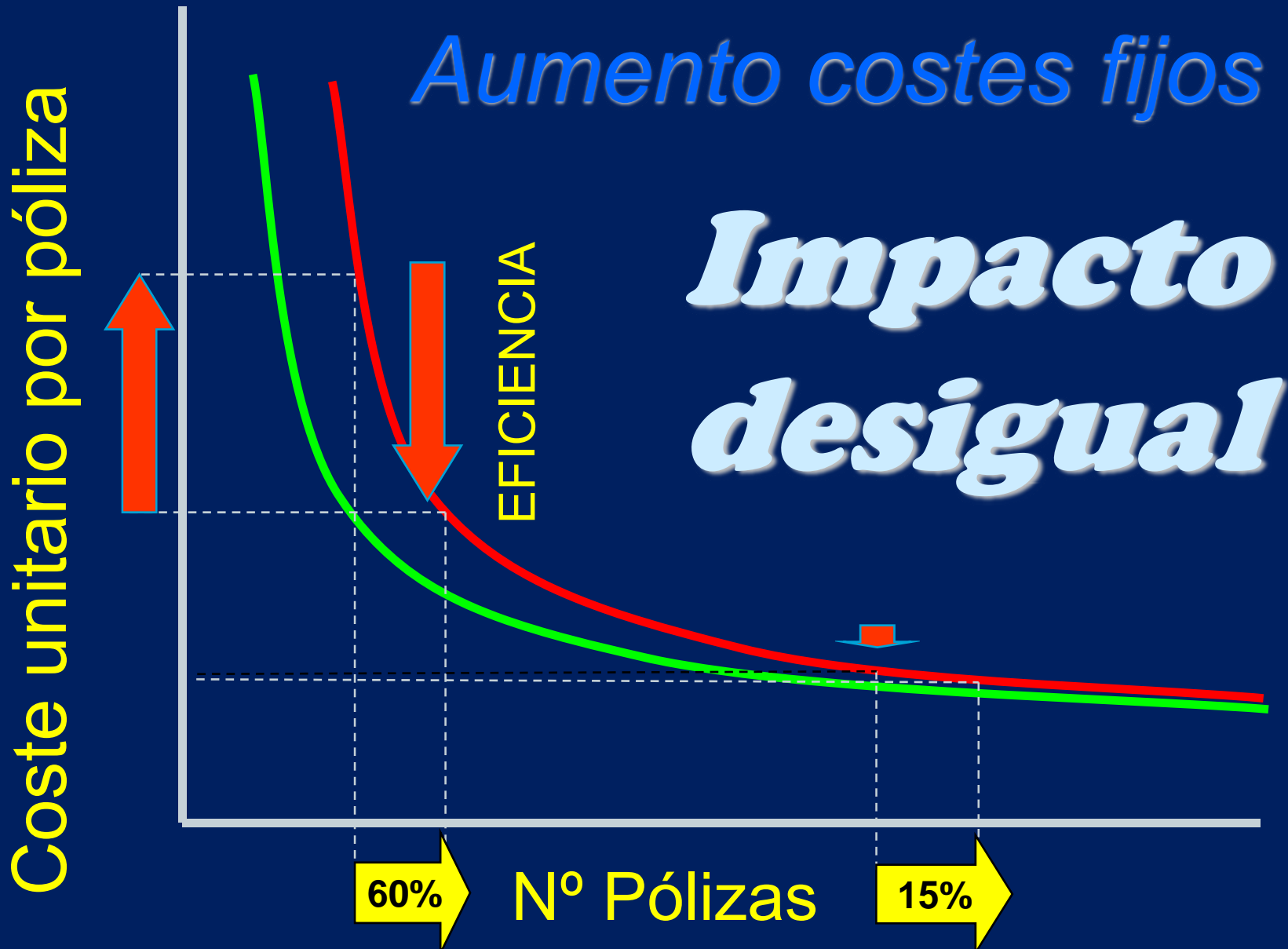
Camino amplio por recorrer. Todavía mercado muy atomizado.

# Distribución de entidades por cuota de mercado





# AUMENTO COSTES FIJOS



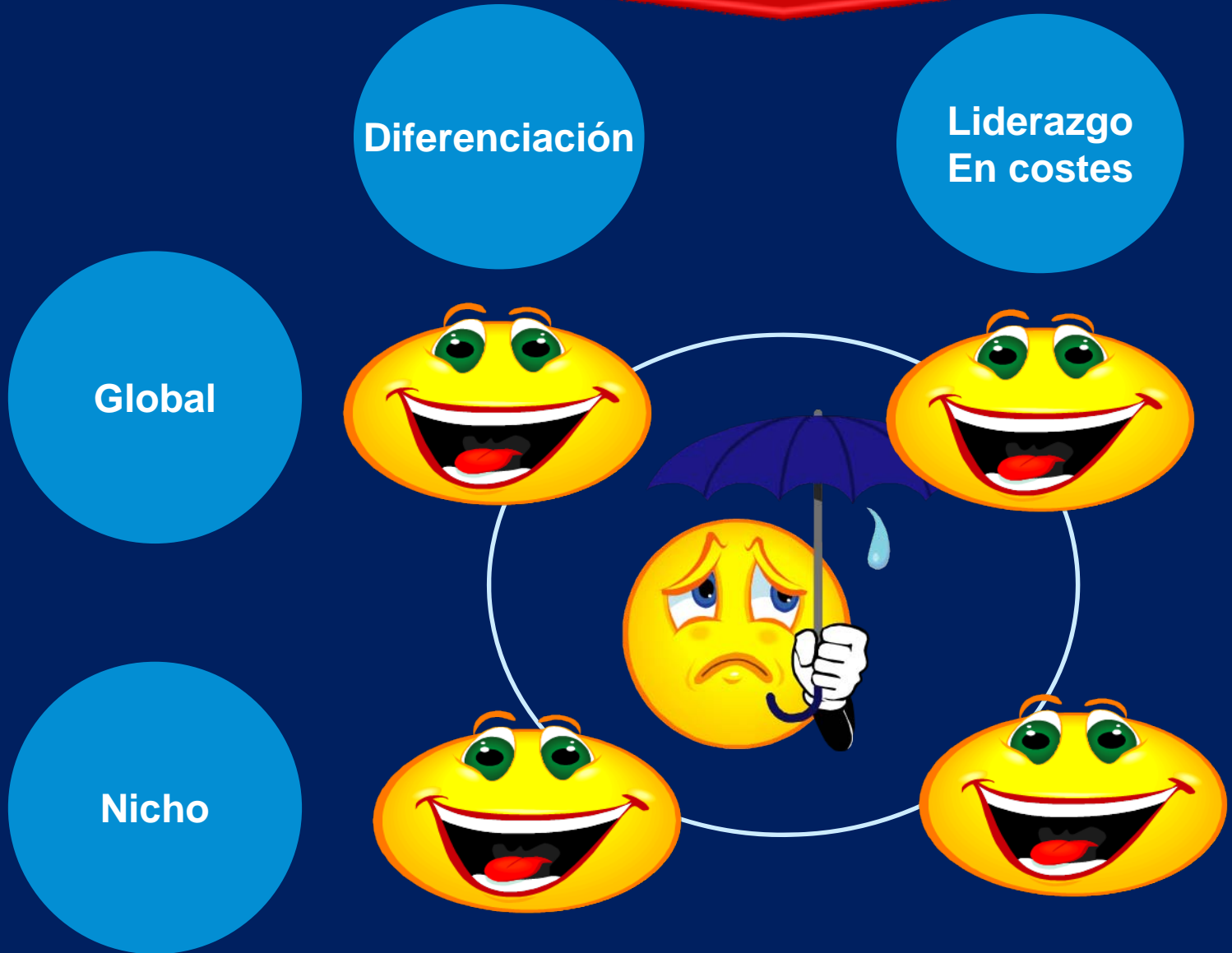
# ¿INVERTIR EN TECNOLOGÍA? SÍ, PERO DE FORMA EFICIENTE

- 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**