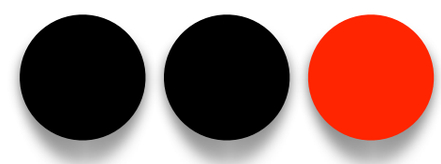
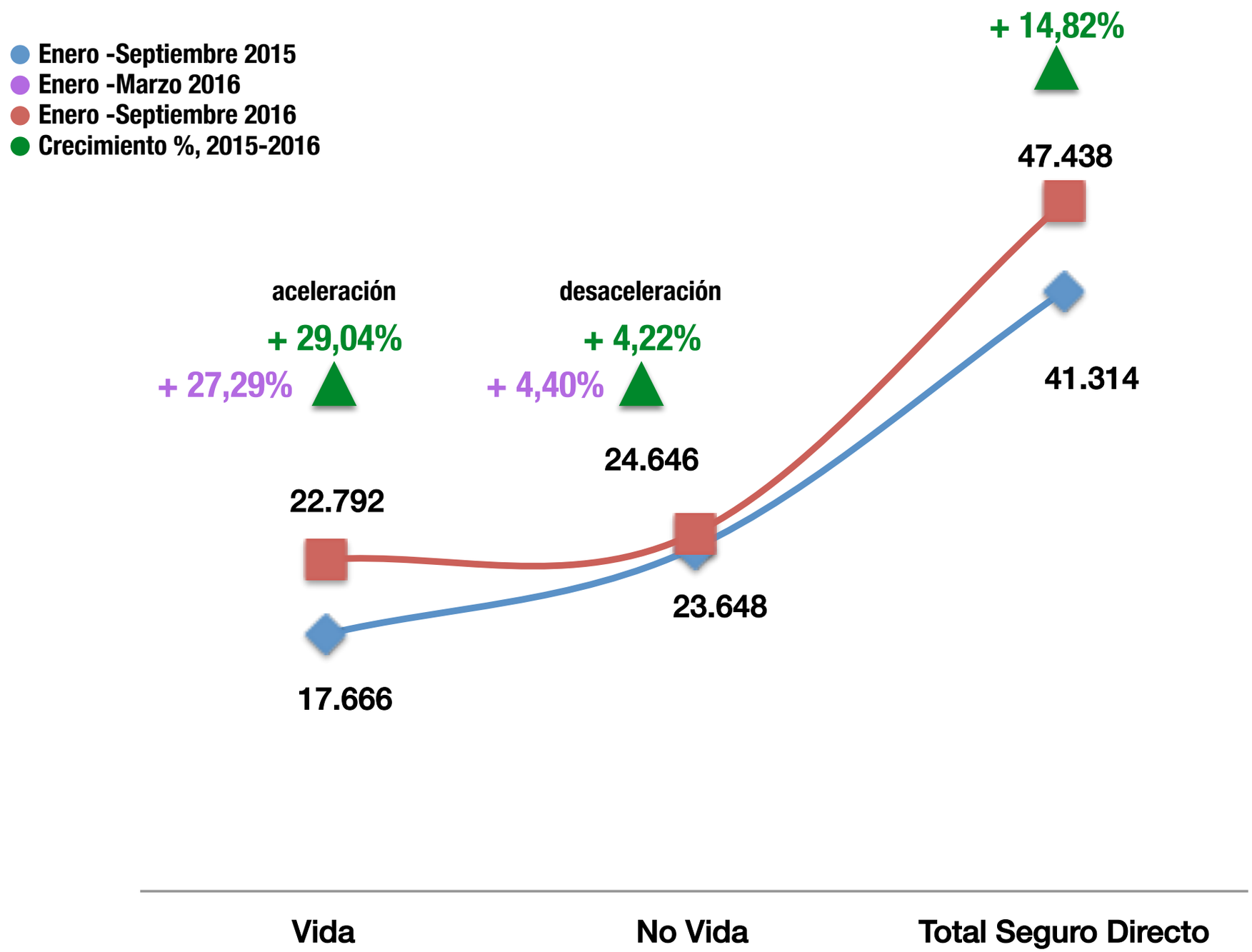
seguros 2016 análisis

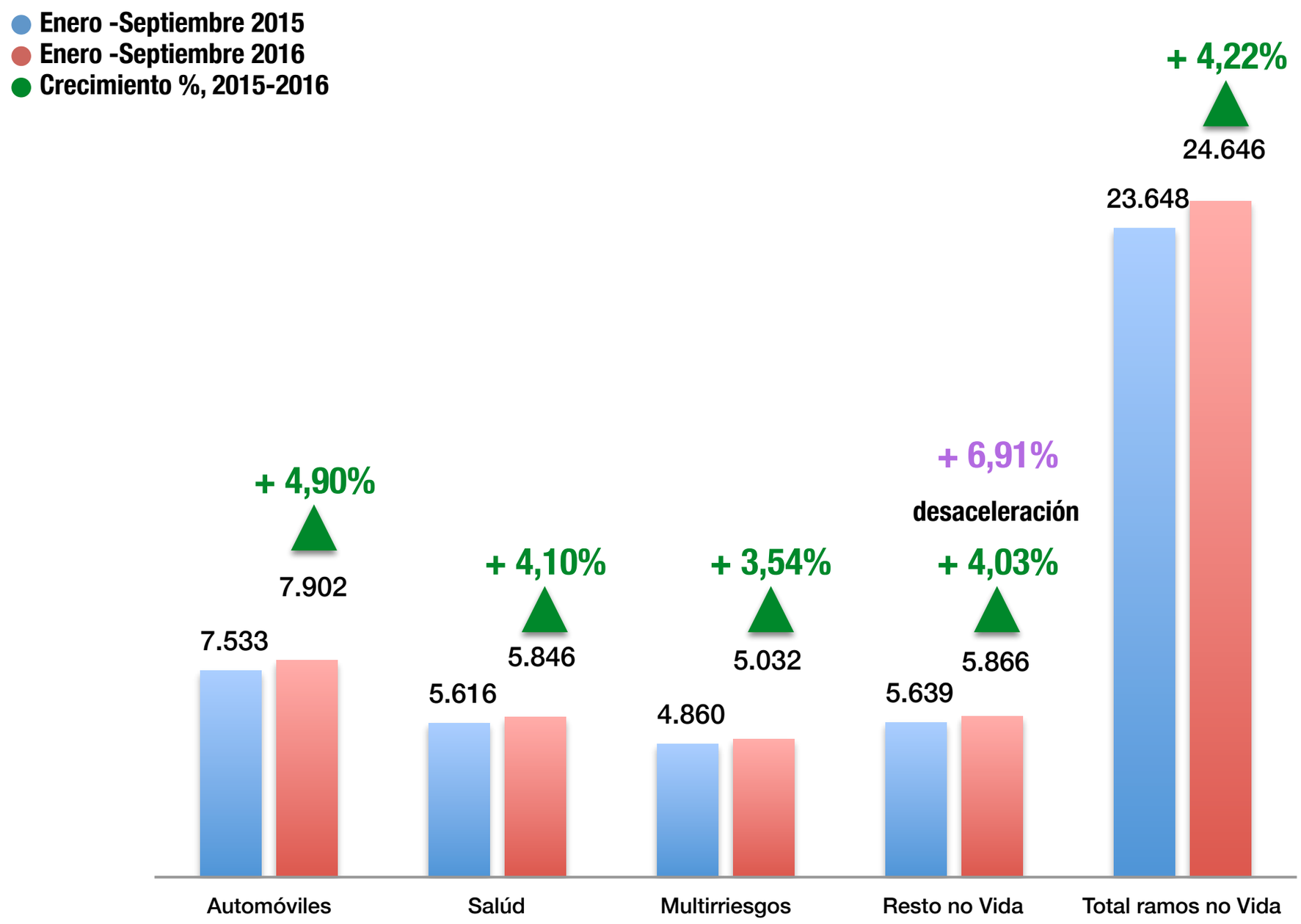


fesinvad

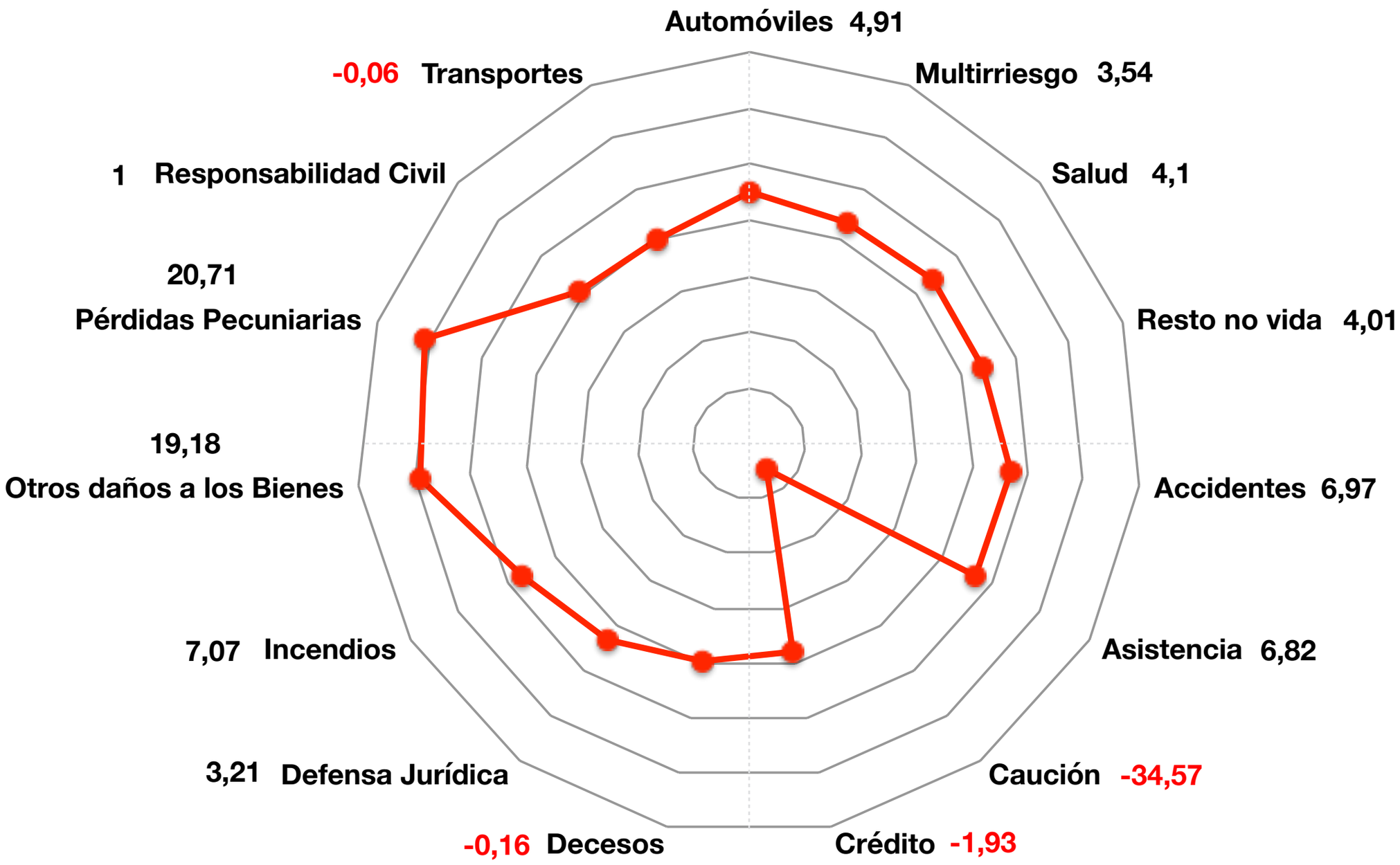
Joseba G. Angulo



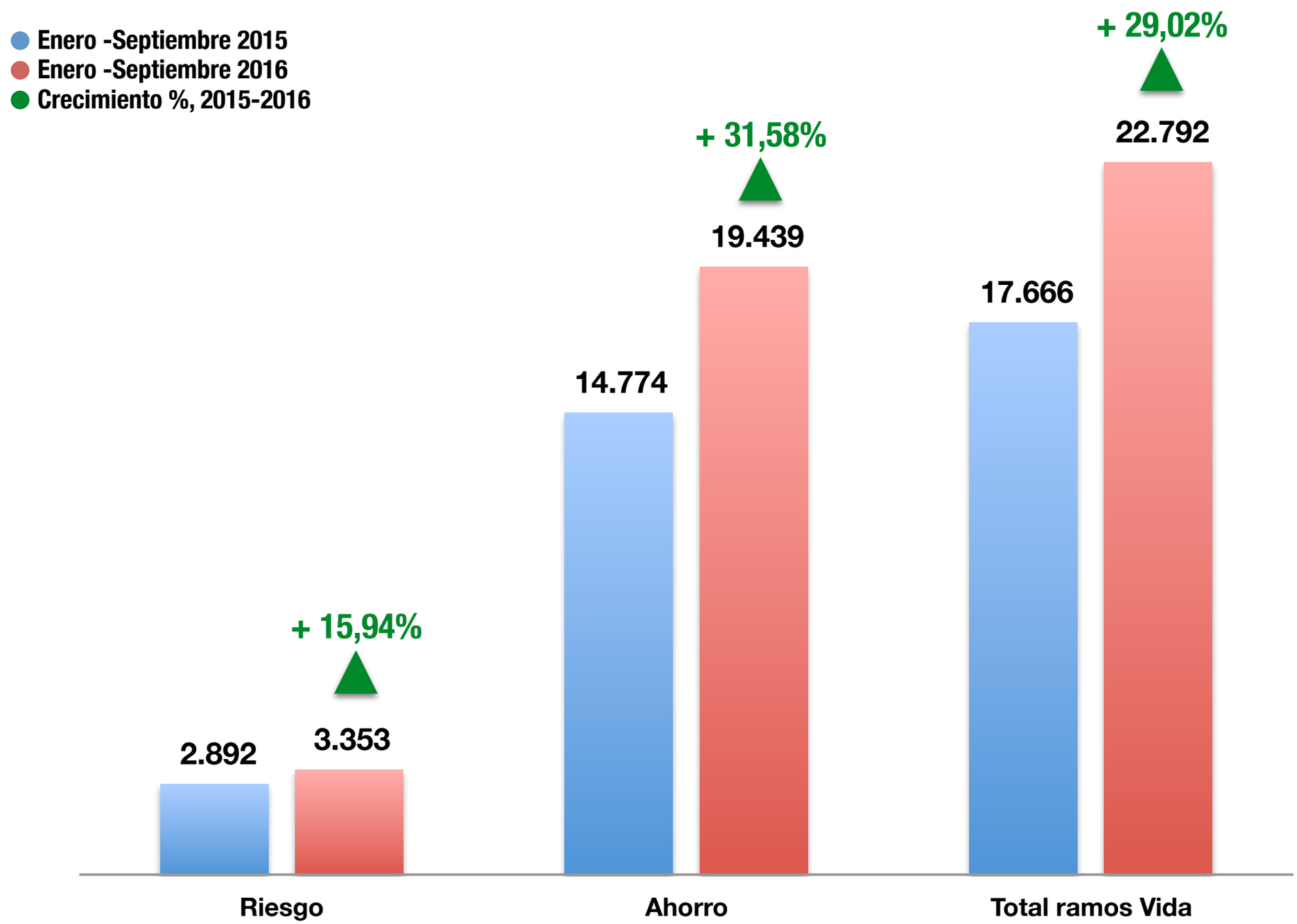
Evolución del seguro directo



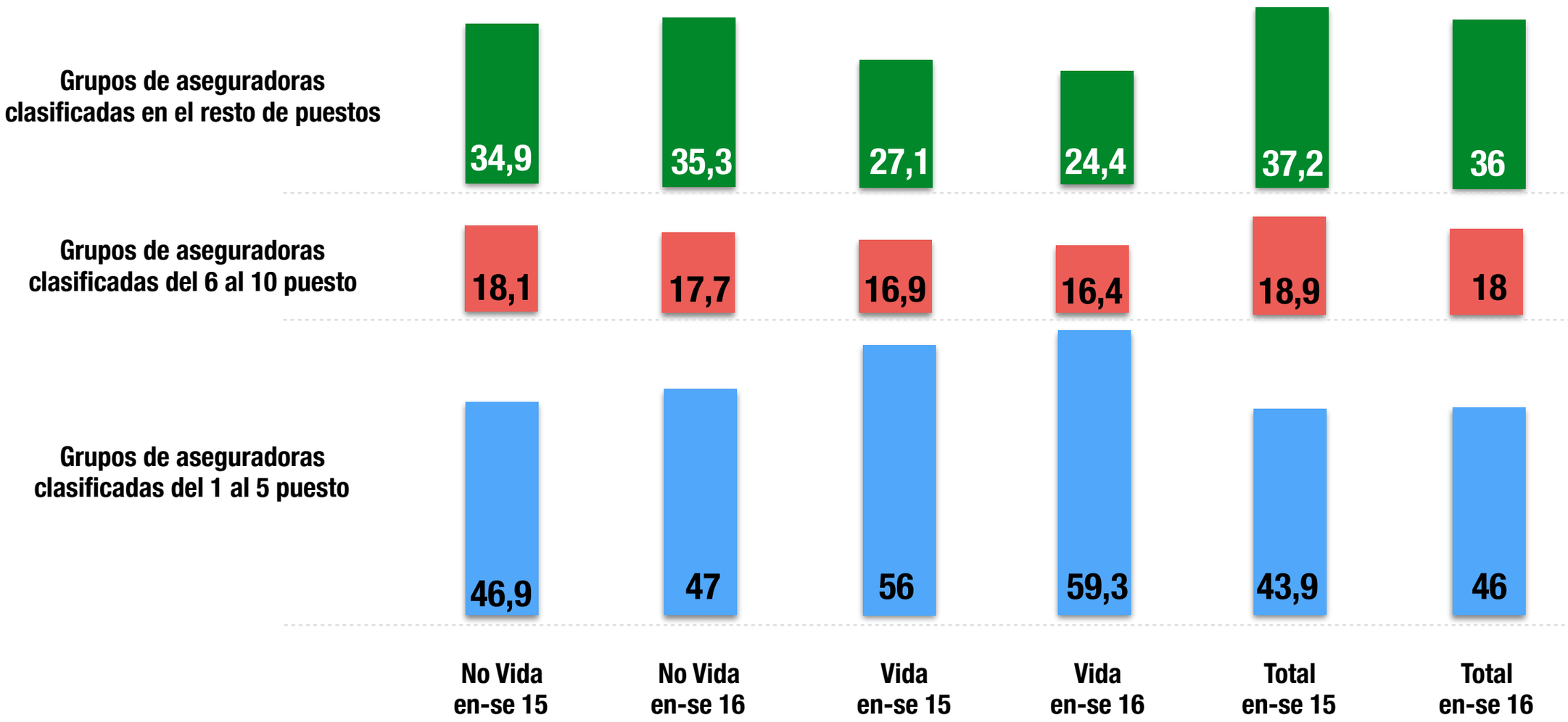
Evolución por ramos no vida



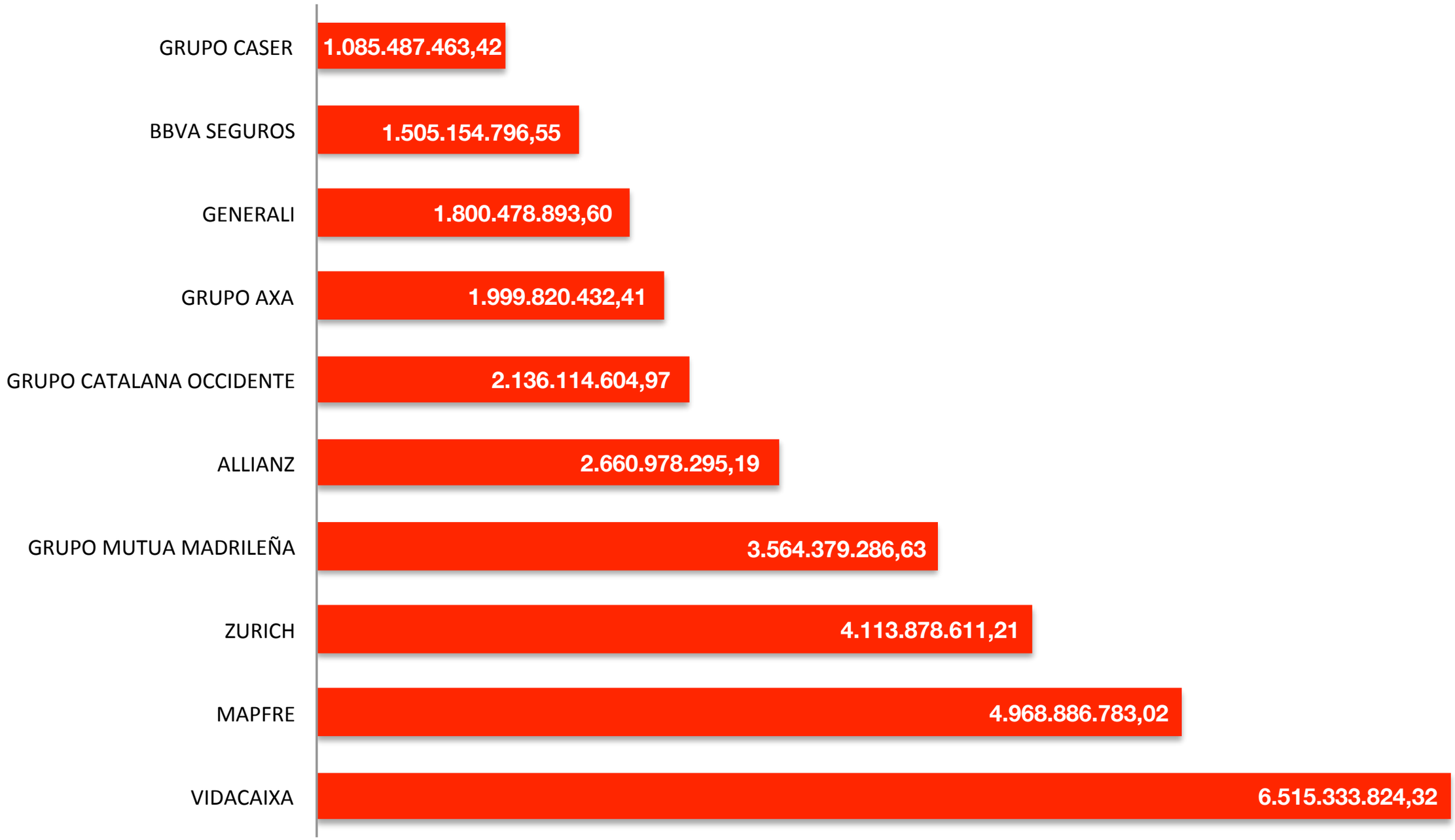
Evolución por ramos no vida



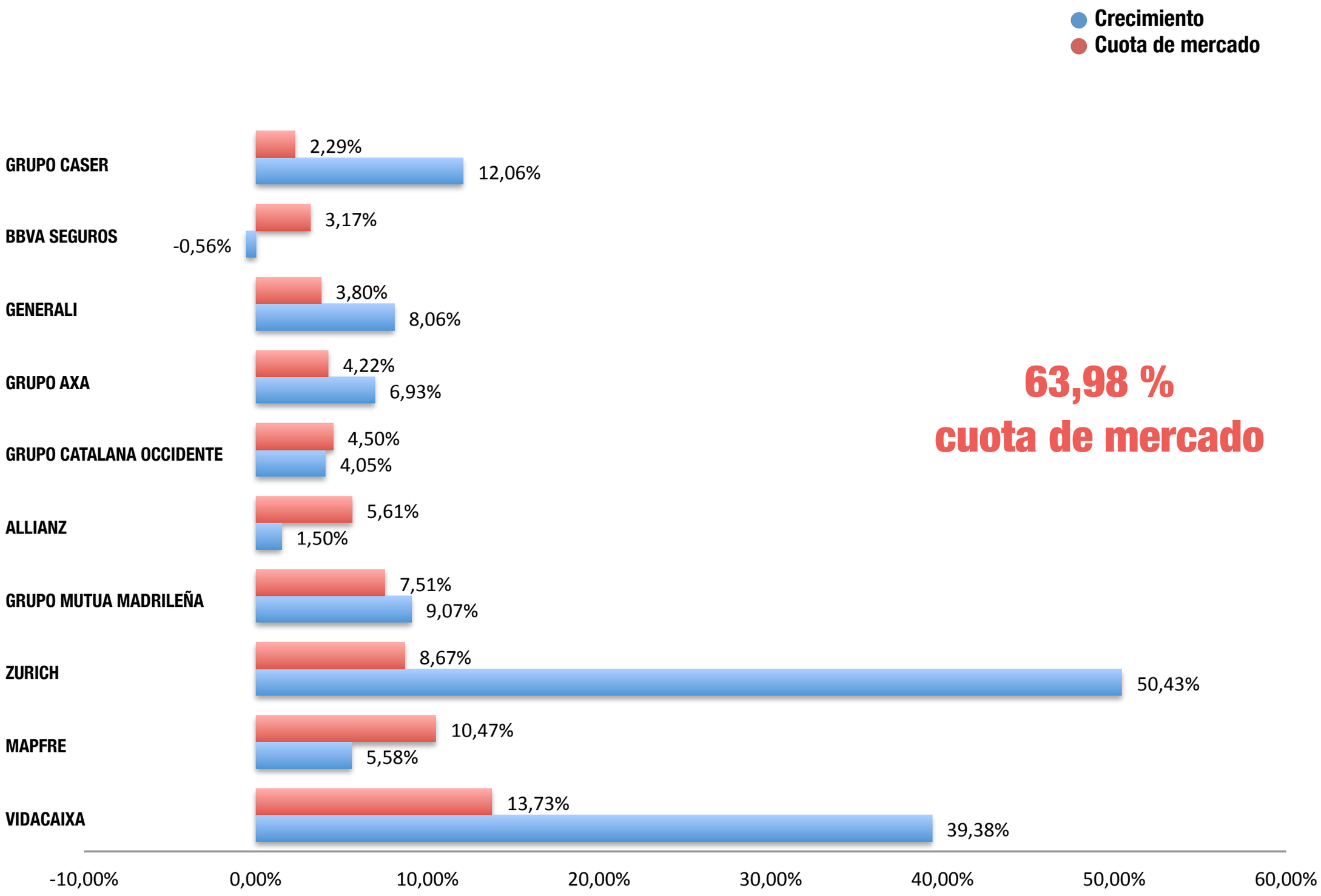
Evolución por ramos vida



Evolución por grupos, concentración



Evolución por grupos, concentración



63,98 %
cuota de mercado

Evolución por grupos, concentración

1 VidaCaixa
Beneficio: 312,39
%/Volumen: 4,53

2 BBVA
Beneficio: 248,96
%/Volumen: 15,80

3 MAPFRE vida
Beneficio: 245,03
%/Volumen: 19,76

4 Generali
Beneficio: 215,61
%/Volumen: 11,08

5 MAPFRE España
Beneficio: 198,08
%/Volumen: 5,20

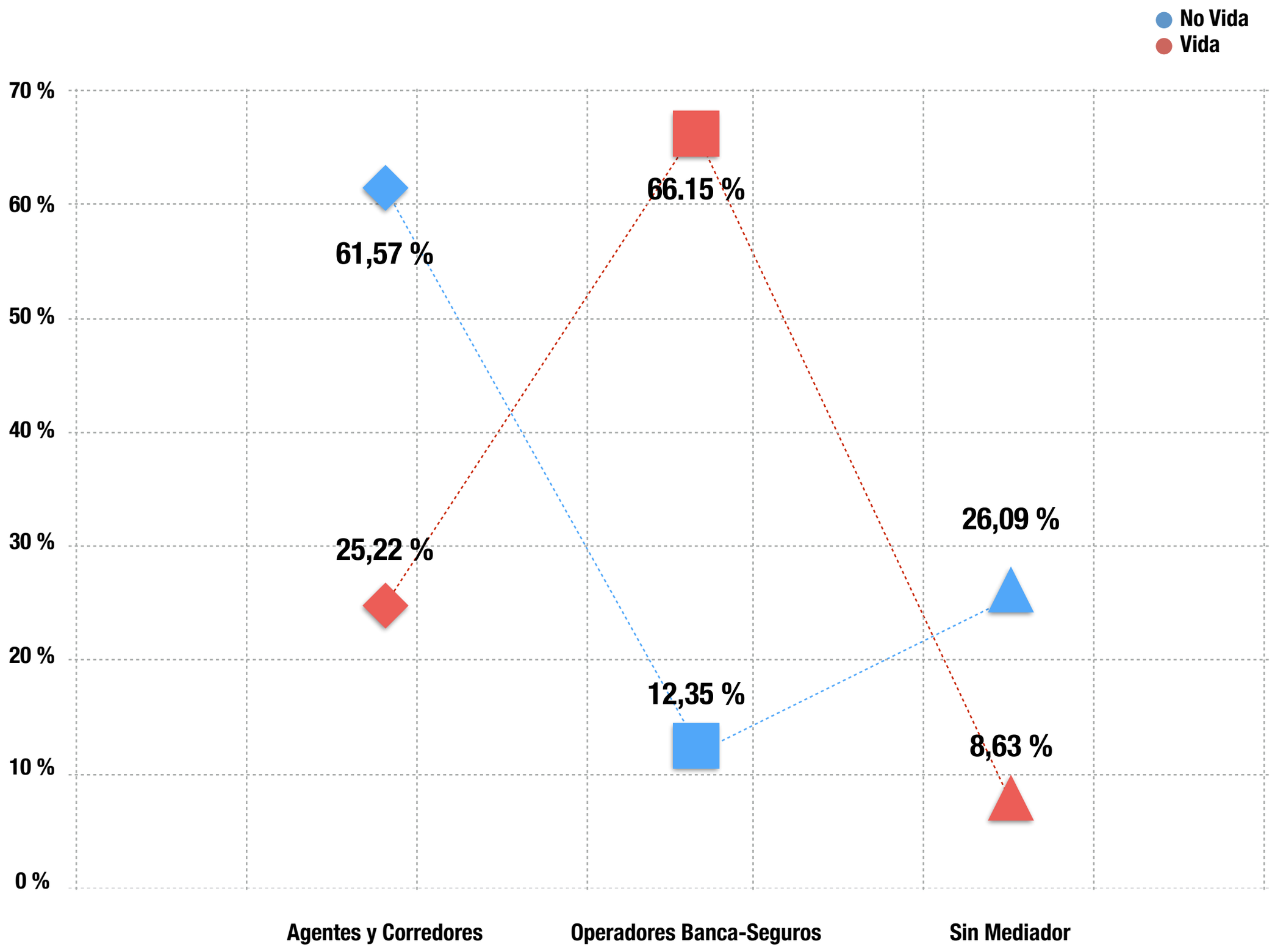
6 SegurCaixa Adeslas
Beneficio: 190,80
%/Volumen: 6,82

7 Mutua Madrileña
Beneficio: 168,59
%/Volumen: 14,36

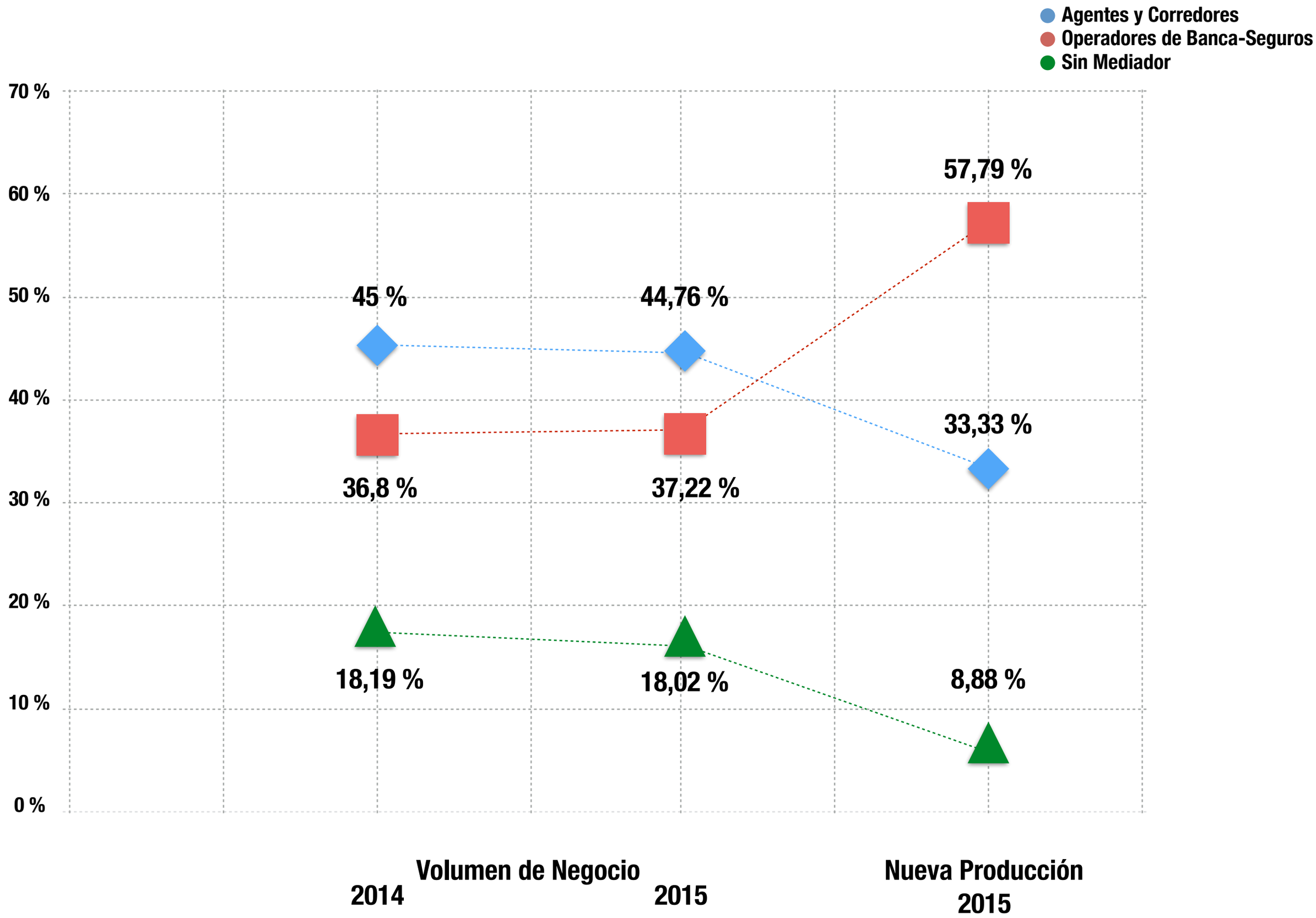
8 MAPFRE re
Beneficio: 146,76
%/Volumen: 6,63

9 Allianz
Beneficio: 129,77
%/Volumen: 4,91

10 Catalana Occidente
Beneficio: 128,80
%/Volumen: 11,23



Evolución producción por canales de distribución


Agentes y Corredores
Operadores de Banca-Seguros
Sin Mediador
70 %
60 %
50 %
40 %
30 %
20 %
10 %
0 %
45 %
44,76 %
33,33 %
57,79 %
36,8 %
37,22 %
18,19 %
18,02 %
8,88 %
Volumen de Negocio
2014
2015
Nueva Producción
2015

74,78 %

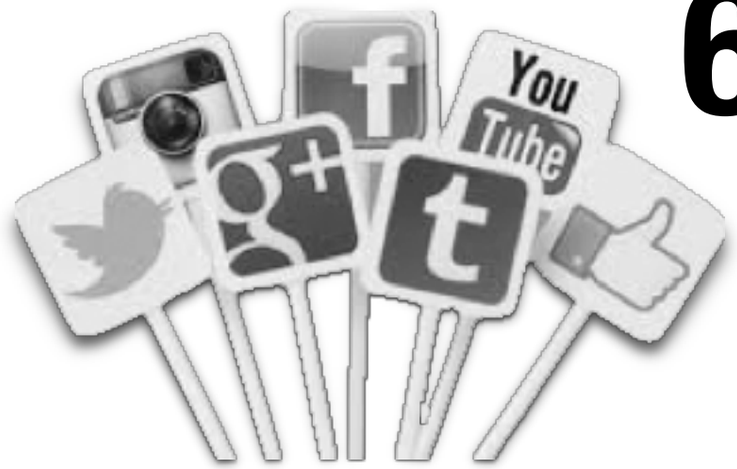
25,22 %

Estructura de la cartera

Europa > 18%

España > 16%

20.000 millones de euros en ventas on line



68%

Redes sociales

73%

Fuerza de ventas

60%

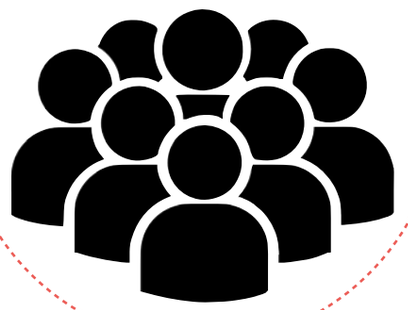
Plataformas móviles

Evolución canales de distribución

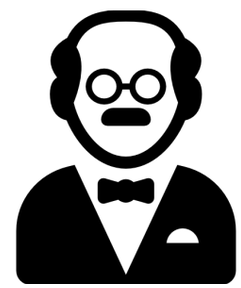
- El sector ha tenido en los 9 primeros meses del año, en cuanto al incremento de volumen de negocio y nueva producción un comportamiento excelente, crecimiento muy sólido del 14,82% sobre el mismo periodo del año anterior.
- El ramo de Vida se ha mostrado como el elemento tractor del sector: crecimiento del 29,04%.
- El crecimiento tiene un impacto importante en los operadores de banca-seguros, distanciándose del resto de operadores en la consecución de la nueva producción. Demostrando el acierto de sus nuevas estrategias de comercialización.
- Las políticas del “miedo” empleadas por el lobby formado por la Banca y las Aseguradoras, acompañado de la inacción del Gobierno, sobre las “incertidumbres que generan” las pensiones públicas, hacen crecer el ahorro en un 31,58% liderando este ramo el comportamiento positivo del sector.

Crecimiento de la plantilla

0,49%



digitalización
externalización

	Indefinido	Temporal	Total
	48,74%	2,03%	50,77%
	47,83%	1,40%	49,23%

Edad media

43 años

Antigüedad media

13,73 años

Nº de horas

1.679

Altas	Bajas	Promociones
8,61%	8,12%	3,33%

substituciones

Analizar horas extraordinarias sectoriales.
Incremento de la media jornada o sistemas alternativos. ?

Inversión en formación/Masa salarial*

1,30%

Inversión en formación/Masa salarial bruta**

1,05%

Plantilla formada/Total Plantilla

92,71%

Horas de Formación/Jornada Anual Laboral

1,90%

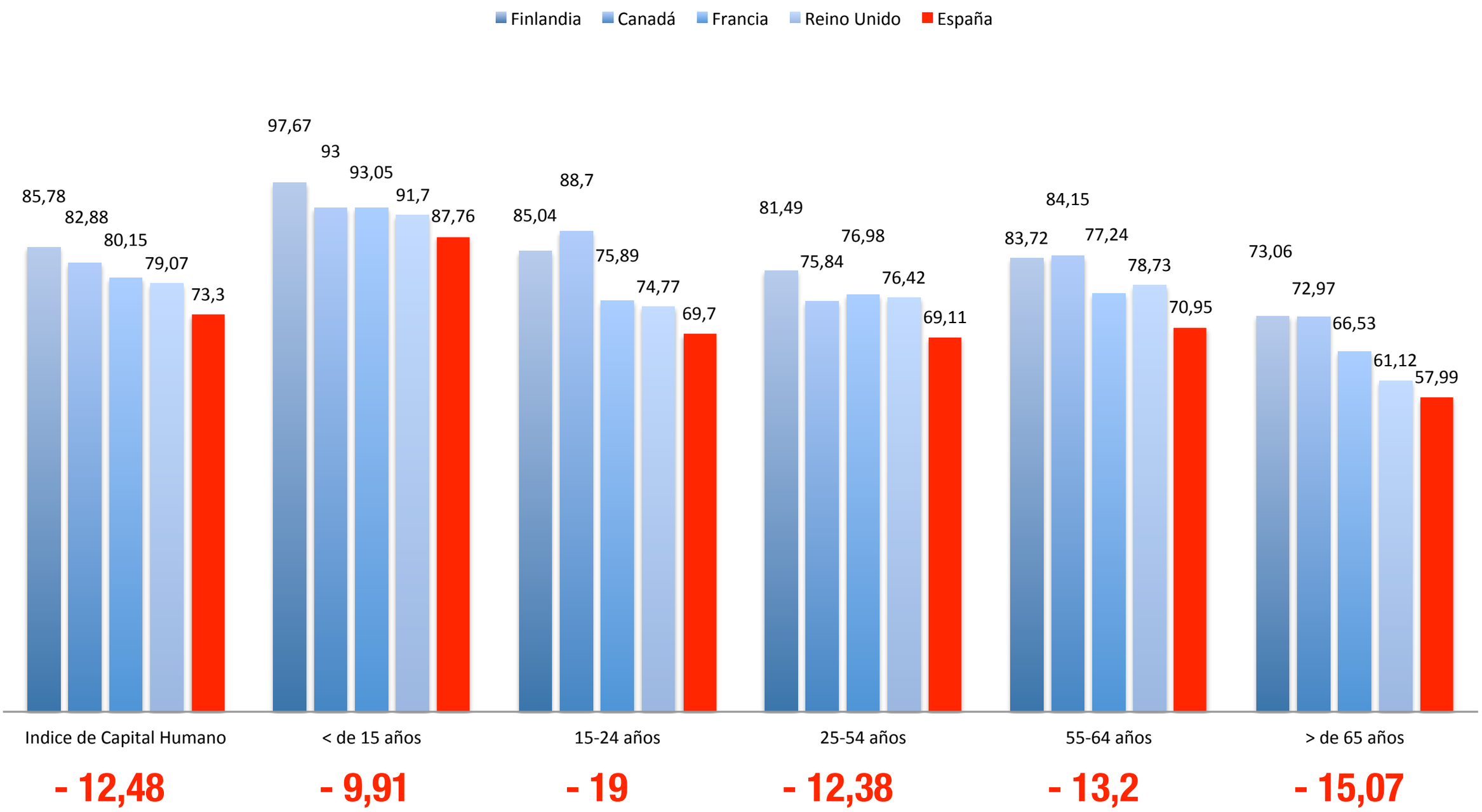
	Formación presencial	Formación e learning	Formación a distancia
Alumnos	40,74 %	50,02 %	0,24 %
Horas de formación	63,73 %	34,38 %	2,25 %

- Depende de la D. General 9,43 %
- Depende de RR.HH. 81,13 %
- Depende de Marketing/Comercial 1,89 %
- Depende de otros departamentos 7,55 %

Organigrama/Dependencia del D. de Formación

*Masa Salarial: Se contemplan los sueldos y salarios y las pagas por participación en primas.

**Masa Salarial Bruta: Se contemplan los sueldos y salarios, las pagas por participación en primas y la seguridad social a cargo de la empresa.



Indice de Capital Humano, pilares de medición: educación, salud y bienestar, trabajadores y empleo, entorno facilitador.
Fuente Foro Económico Mundial, elaboración propia.

- **A pesar del incremento de primas recaudadas, y evidentemente por su efecto: el incremento del ratio de volumen de primas gestionadas por trabajador. La plantilla aumenta un exiguo 0,45%, lo cual abre varias posibilidades:**
    - **Se cubren las bajas, substituciones, no hay creación de puestos de trabajo.**
    - **Se han incrementado las externalizaciones de diversas labores de administración.**
    - **Las políticas de digitalización de actividades de gestión empiezan a ser una realidad sectorial.**

- **¿Es adecuado invertir un 1,30% en formación, teniendo en cuenta los retos que plantean las nuevas tecnologías y las nuevas formas de comunicación con el Cliente, sabiendo que el personal en plantilla no es tecnológico nativo?.**

- **¿Debemos mantener la inversión en formación, después de conocer los datos del estudio sobre el índice de capital humano?**

Agentes con un volumen de primas emitidas < 30.000 €

34.758 **54,51 %**

Agentes con un volumen de primas emitidas entre 30.000 y 150.000 €

15.972 **25,05 %**

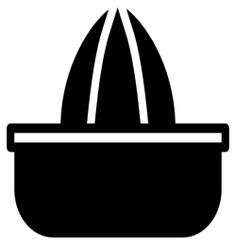
Agentes con un volumen de primas emitidas entre 150.000 y 300.000 €

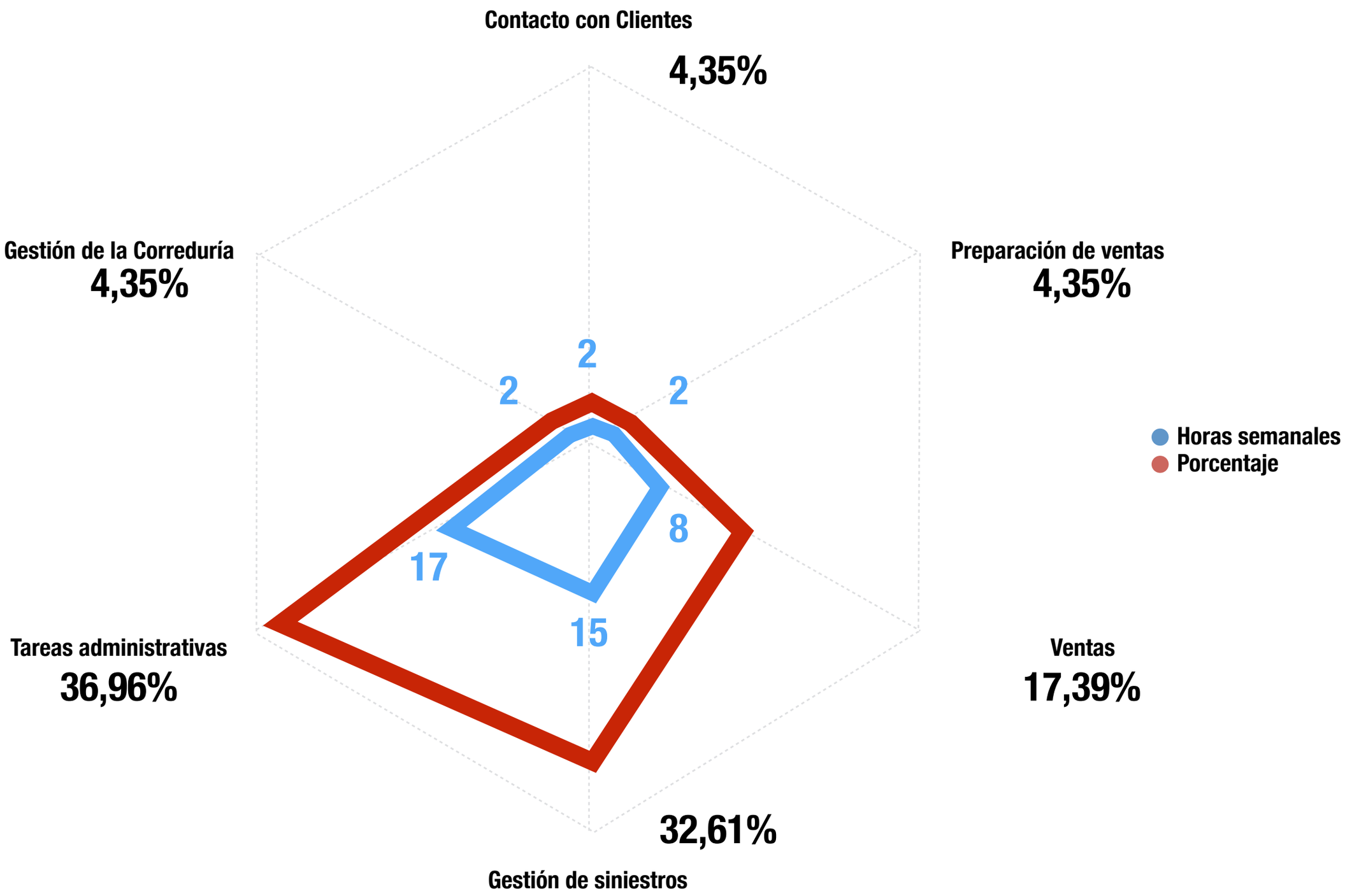
5.492 **8,61 %**

Agentes con un volumen de primas emitidas de más de 300.000 €

7.541 **11,83 %**

Total Códigos de Agentes Exclusivos, por volumen de primas. **63.763**





Planificación del trabajo, Corredores

- **Las entidades aseguradoras siguen utilizando la crisis como caladero de captación de Agentes, sin implantar modelos de profesionalización de las personas que utilizan en la comercialización de sus productos.**
- **El 54,51 de los Agentes Exclusivos, los que pertenecen a la “nómina y responsabilidad” directa de la Entidad, perciben como máximo 300 € mensuales, es decir menos de la mitad del SMI y además no cotizan en ningún régimen de la S.S. El sector asegurador es el mayor nicho de trabajo informal del tejido industrial del país.**
- **¿Se verá reflejado el incremento de los beneficios en el salario directo de los trabajadores?.**
- **¿Se ha medido el impacto de las nuevas tecnologías, la digitalización de las entidades aseguradoras, en el diseño de la futura estructura de las plantillas?.**

- Maximización y defensa de los ingresos.
- Siniestralidad y gastos de gestión internos.
- Ahorro de capital.

Objetivos

- Tecnología.
- Clientes.
- Canales.

- Internet de las cosas
- Customer centricity
- Omnicanalidad

Políticas/tendencias

- Cambios organizativos
- > Economía sumergida
- < Plantillas
- < Salarial

Resultados ?

competencia

- clientes
- producto
- tecnología
- conocimiento

- crm
- big data…

- técnico
- comercial

Futuro

- Desarrollo de productos sencillos de interpretar.
- Utilización de la vanguardia tecnológica:
    - Mejor distribución de cargas.
    - Abaratamiento de costes de gestión.
    - Mayor conocimiento de la estructura comercial.
    - Mejora de la comunicación con el Cliente.
- Saber “vender” la necesidad de la Intermediación.
- Utilización de herramientas para el conocimiento del negocio y la toma de decisiones.
- Ser más eficientes.

Futuro

- **Banca- Seguros:**
  - **> profesionalidad.**
  - **> fidelización / situaciones crediticias.**
  - **abaratamiento de costes / crosseling.**
- **Externalización de servicios. Tarificación y selección de riesgos/ E + Med**
- **Formación.**
- **Organización del trabajo. BBVA, Todos los trabajadores dedican 2 horas al día a vender.**
- **Digitalización. Gestor/Comercializador on line.**
- **Adecuación legislativa.**

- **Solvencia II, entró en vigor el 1 de enero de 2016. El objetivo principal consiste en mejorar el control y medición de los riesgos (de mercado, operacionales, de crédito y de liquidez) a los que están expuestos las aseguradoras.**

Se estructura en tres pilares o principios:

  - **Pilar I: Medida de activos, pasivos y capital.**
  - **Pilar II: Proceso de Supervisión.**
  - **Pilar III: Requerimientos de transparencia.**

- **Directiva de Distribución (IDD), en vigor desde el 2 de febrero de 2016, publicada en el Boletín Oficial de la UE el texto definitivo.**

  - **La protección del cliente.**
  - **Intermediarios: mayor ámbito de actuación.**
  - **Profesionalidad y formación.**
  - **Objetivo de la Directiva de Distribución de Seguros: poner fin a los conflictos de intereses: las compañías "deben también estar obligadas a facilitar a los clientes información sobre la naturaleza de remuneración que reciben sus empleados por la venta de productos de seguro".**
  - **Información al usuario: clara y precisa.**

- A partir del 18 de noviembre de 2016, entra en vigor la nueva normativa del EIOPA:
  - Gobernanza en la comercialización de operaciones de seguro:
    - Mistery Shopping:
      - Sucursales/Agencias
      - Call Center
      - Comparadores/Web
      - Corredores, Agentes Vinculados y Exclusivos, personal de las Entidades.

- Nueva Ley de Ordenación y Supervisión de Seguros:
- Entrada en vigor el 23 de febrero de 2018, debe recoger las recomendaciones del IDD.

Europa

- **El fintech, que sería la transformación integral en procesos digitales de los servicios financieros, el insurtech representa lo mismo en el sector asegurador:**
  - **un cambio en la mentalidad de la gente asociado a la evolución tecnológica.**
  - **la necesidad de asegurar no solo objetos, sino también estilos de vida.**
  - **la irrupción de modelos económicos distintos, como la economía colaborativa.**

- **Es decir, el fenómeno insurtech se puede definir como la transformación de las compañías tradicionales de seguros adaptadas al nuevo entorno tecnológico en toda su dimensión; así como la llegada de startups que ofrezcan nuevos productos digitales, o bien aporten valor añadido a las empresas ya existentes.**

- **El fintech tardó siete años (2006 – 2013) en conseguir el volumen de inversiones que el insurtech ha conseguido en sólo 4 años (2011 – 2015), concretamente unos 2.500 millones de dólares (Fuente: 'Venture Scanner' y 'CB Insights'). Según un informe de la consultora Everis, en comparación con 2013, la financiación de startups insurtech ha aumentado un 7% en 2015, llegando a los 3.100 millones de dólares a nivel mundial**

- **Cakehealth: Se trata de una startup que ayuda a buscar un seguro de salud que permita llevar la gestión de todos los gastos. Para ello da consejos en su contratación y las necesidades que cada cliente pueda tener.**

- **Insly: Al igual que ocurre en el fintech, no todo es producto final. Es decir, en esta startup han desarrollado un software de gestión para otras aseguradoras con el fin de facilitar su trabajo y la relación con el cliente.**

- **Guevara: En este caso se suma el concepto de economía colaborativa. Concretamente lo que hacen es reunir a grupos de gente con una especie de fondo común para asegurar, por ejemplo, el vehículo. Con ello consiguen un ahorro bastante importante.**

- **Friendsurance: También bajo el paraguas colaborativo, el trabajo que llevan a cabo consiste en agrupar a asegurados para que puedan recuperar el dinero que no llegan a gastar en su compañía.**

- **Alibaba es un ejemplo más. Su caso muy directo, ya que a través de sus afiliados en el sector financiero, asegurador y de medios sociales ha establecido Zhong An, una aseguradora online que gestiona pólizas y asegura contra riesgos. Asimismo ha lanzado un "joint venture" especializado en operaciones de seguro de salud online en China.**