



Conocimiento compartido de seguros en RED  
[www.communityofinsurance.es](http://www.communityofinsurance.es)

Documentos COI nº 8 / 2015

# Perspectivas del seguro español 2015

*17* dirigentes del seguro español nos ofrecen sus  
útiles pronósticos en unos momentos de cambio de  
tendencia de la economía pero llenos de  
incertidumbres sociales y políticas

**La comunidad iberoamericana  
de los profesionales de seguros**

*Pensar y hacer diferente*

© 2015 Community of Insurance S.L.

Se autoriza la difusión parcial de este documento siempre que se cite la fuente y en las publicaciones se enlace a nuestra web.

Síguenos:

- [www.communityofinsurance.es](http://www.communityofinsurance.es)
- @communinsurance

## Nota del editor

**Carlos Biurrun**, fundador de Community of Insurance.

### 1. Resumen ejecutivo.

**Por tercer año consecutivo ofrecemos a nuestros lectores información sobre las perspectivas del seguro para 2015, año que puede ser el que marque el punto de inflexión en la senda del crecimiento positivo que no conocemos desde 2011.**

**17 Dirigentes del sector hacen sus pronósticos sobre los temas que preocupan al Sector asegurador, crecimiento, cambios y nuevas exigencias legislativas, oportunidades, competencia, resultados, coexistencia de canales, eficiencia y procesos, coherencia ética, transparencias, imagen y necesidad del Corredor, prevención y asesoramiento...**

**Ofrecemos un documento lleno de sentido común, riguroso y lleno de esperanza.**

### 2. Optimismo moderado con incertidumbres

Optimismo contenido con preocupación por la incertidumbre política y social, especialmente por una tasa de paro intolerable para una sostenibilidad económica.

Un crecimiento de primas moderado, una continuación de la competencia en algunos ramos que se mitigará como consecuencia del incremento de la frecuencia siniestral y el impacto del aumento de costes de siniestros.

Aprovechar las oportunidades Previsión, salud y ahorro es uno de los retos coincidentes de todos los que han participado en la encuesta que hemos realizado, además de prepararse para aplicación de Solvencia II en 2016 y de los efectos que pueda tener la aprobación de la nueva ley del baremo de valoración de daños corporales.

El reto de mayor transparencia, mejora de la imagen sectorial, mejor atención a unos clientes más exigentes mediante los avances necesarios en inversiones tecnológicas, en una formación más eficaz y una convergencia de procesos que ayuden a la mejora de la productividad.

Se apuntan otros retos para 2015 como los de afrontar los cambios legislativos, unos locales y otros provenientes de la UE, y su impacto en las actividades de Compañías y Corredurías.

Igualmente, dando por hecho la realidad de la existencia de diferentes canales, se manifiestan serios deseos de total respeto a las reglas de la competencia y a la introducción de códigos éticos de autorregulación.

### **3. Metodología aplicada en la elaboración del presente informe.**

Si en las ediciones anteriores optamos por pedir la opinión a cuatro expertos en los grandes bloques de ramos del seguro, autos, multirriesgos, vida /salud y otros no vida, en este caso hemos preferido cambiar la metodología.

La metodología aplicada se basa en dos pilares fundamentales:

- El primero hemos dirigido una encuesta de 3 preguntas a un número de dirigentes suficientemente representativo de la actividad aseguradora, abriendo más, por lo tanto, la posibilidad de matices y opiniones. Sin duda contamos con reflexiones y observaciones interesantes.
- El segundo pilar metodológico es la incorporación a la encuesta de las opiniones de empresarios de seguros representativos de las Corredurías.

Somos conscientes de que faltan algunas opiniones necesarias para afinar mejor la percepción de las expectativas del seguro; esperamos poder contar con ellas en ediciones futuras.

No obstante lo anterior, sí podemos afirmar que los que nos han contestado, 17 representantes de Compañías, de Asociaciones de Corredurías y de Corredurías, y a quienes agradecemos su tiempo y colaboración, conocen perfectamente la actividad y nos ofrecen ideas, valoraciones y pronósticos sumamente útiles en temas relacionados con el crecimiento de primas, los retos más importantes a los que se enfrenta el sector y la evolución de los resultados.

## Entrevistados

**Pilar González de Frutos**

Presidenta de Unespa

**Antonio Trueba**

Director General de VidaCaixa

**Jean-Paul Rignault**

Consejero Delegado de AXA Seguros

**Julián López Zaballos**

Consejero Delegado de Zurich España

**José Boada**

Presidente de Seguros Pelayo

**Pablo Mongelos**

Director General de Lagun Aro Seguros

**Josep Santacreu**

Consejero Delegado de DKV

**Christopher Bunzl**

Director General de Mutua de  
Propietarios

**Enrique Huerta**

Consejero Delegado de Liberty Seguros

**Martín Navaz**

Presidente de ADECOSE

**Tomás Rivera**

Presidente de FECOR

**Lluís Ferrer**

Presidente del Colegio de Mediadores  
de Barcelona

**Elena Jiménez de Andrade**

Presidenta del Colegio de Mediadores  
de Madrid

**María Ameijeiras**

Consejera Delegada de NB21

**Aurelio Gil**

Consejero Delegado de Gilwin C.S.

**Antonio Muñoz – Olaya**

Consejero Delegado de T.A.T. C.S.

**Higinio Iglesias**

CEO ebroker y de E2000 Financial  
Investments S.A.



*Conocimiento compartido de seguros en RED*  
[www.communityofinsurance.es](http://www.communityofinsurance.es)

## **Cuestiones planteadas**

- 1) Desde la perspectiva de crecimiento de primas, ¿cómo crees que evolucionará 2015 y cuáles pueden ser los productos tractores?
- 2) ¿Cuáles son, a tu juicio, los principales retos a los que se tendrá que enfrentar el sector en el nuevo año?
- 3) Todos tenemos algún deseo cuando comienza una nueva etapa, Como profesional de seguros comprometido y en relación al seguro, ¿nos puedes desvelar cuál es tu deseo para 2015?

## **Pilar González de Frutos**

Presidenta de Unespa

- 1) El ejercicio 2015 mostrará un cambio de tendencia en las primas de seguro no vida que, impulsadas por el seguro de autos y combinados industriales y de comercio, alcanzarán crecimientos de entre 0,5 y 1% sobre el mismo dato del 2014.

Por lo que se refiere al ramo de vida, las primas se mostrarán estables si bien, como conoces, este dato no es el más representativo de los seguros de vida, siendo que lo es el volumen de ahorro gestionado que, de nuevo, tendrá crecimiento positivo.

- 2) El principal reto que tiene que emprender el Sector en el 2015 es la coordinación del proceso de adaptación a Solvencia II cuya entrada en vigor definitiva será el 1 de enero de 2016.

En paralelo la probable revisión del Sistema de Valoración de Daños Corporales para los Accidentes de Tráfico implicará también un esfuerzo de adaptación y formación para las entidades aseguradoras.

- 3) Mi deseo para el 2015 es crecimiento rentable y, desde el punto de vista regulatorio, que se inicie un proceso de aplicación y consolidación de las normas antes de explorar nuevas iniciativas.

## Antonio Trueba

Director General de Vidacaixa

- 1) Vida y Pensiones se encuentra un año más ante un escenario con fuerzas divergentes pero que en conjunto ofrecen más oportunidades que amenazas para nuestro sector.

Por un lado tenemos la tasa de ahorro que sigue disminuyendo por la falta de crecimiento de la renta disponible de los hogares lo que unido a una percepción sobre la mejora de las condiciones económicas está produciendo un repunte del consumo que está dificultando aún más que se recupere aquel indicador. Sin embargo, estos últimos años una parte importante de ese ahorro ha ido destinado a la reducción de deudas dejando los flujos destinados a productos financieros en mínimos. Es muy probable y se observa ya un ligero cambio de tendencia, que la mejora en las expectativas económicas frene el acusado despalancamiento de las familias y permita que estas vuelvan a invertir en productos financieros.

Otro factor determinante serán los bajísimos tipos de interés que afectan a una parte importante de la propuesta de valor del sector: Los productos garantizados. En este escenario, que impacta también a los depósitos, serán clave tanto el diseño de productos como la capacidad de asesorar a los clientes en la adecuada asunción de riesgos y la planificación financiera de su patrimonio y su ahorro. Posicionar la propuesta de valor en el largo plazo, el asesoramiento y las necesidades derivadas de la macro tendencia del envejecimiento es sin duda una oportunidad que va tomando fuerza cada año y marcará el crecimiento del sector.

Por último, la reforma fiscal debería favorecer a las rentas al abrir la posibilidad de licuar de forma eficiente los patrimonios acumulados para los mayores de 65 años y por contra tendrá un impacto negativo tanto en las aportaciones a planes de pensiones y PPAs por la reducción de límites como en los PIAS que han quedado desposicionados con la aparición de los planes de ahorro a 5 años.



Precisamente, una incógnita que dependerá mucho de las estrategias comerciales de las entidades financieras, será el papel que jugará el recién nacido SIALP que potencialmente, a pesar de no estar especialmente enfocado al largo plazo, puede tener un gran recorrido comercial.

2) Creo que el sector tiene tres grandes retos.

El primero ya apuntado, es abordar en el cortísimo plazo la abrupta bajada de los tipos de interés y prepararnos para una larga temporada de convivencia con este escenario.

El segundo, más de largo plazo pero que hay que trabajar desde ya, es ser capaz de aprovechar y capitalizar el impacto que el envejecimiento tendrá en nuestra sociedad. Podemos hacerlo nosotros, tenemos las capacidades y los argumentos para ello, o lo harán otros competidores como tradicionalmente lo ha hecho el sector inmobiliario en España o como lo ha conseguido la industria de fondos de inversión en EEUU. Hacia ese objetivo debemos ordenar nuestras estrategias y recursos.

Finalmente, en parte debido al deterioro de la imagen del sector financiero estos últimos años pero también a la creciente importancia de nuestra actividad en el bienestar y la vida de las personas, tendremos que preparar nuestras compañías para vivir en un entorno que nos va a exigir mucho, tanto desde el punto de vista regulatorio como desde el escrutinio público de nuestros comportamientos.

3) Mi deseo es que seamos entre todos capaces de conseguir que nuestro sector sea reconocido por la sociedad y los agentes sociales como útil, importante y alineado con sus intereses. El cambio de paradigma que significa el envejecimiento necesita de manera urgente soluciones y cambios de comportamientos muy relevantes. Nosotros tenemos parte de las respuestas pero necesitamos crear un marco de confianza para que estas se desarrollen y sus beneficios lleguen a las personas. La sociedad entera se juega mucho en ello.

## Jean – Paul Rignault

Consejero Delegado de AXA España

1) En AXA, estamos convencidos de que Salud, Vida y Empresas junto a Auto son los ramos con mayor potencial de futuro, con una clara perspectiva de crecimiento y con superior rentabilidad, especialmente para los mediadores. Para nosotros, se trata de ramos estratégicos que responden a nuevos comportamientos en los consumidores, cada vez más tecnológicos pero que, por otro lado, necesitan del asesoramiento en determinados ramos. Diversos estudios concluyen que la cuota de Salud y Vida en la mediación puede crecer entre tres y cinco puntos porcentuales en los tres próximos **años**.

2) Este año, las aseguradoras tendremos que estar muy pendientes de cumplir con los requerimientos de Solvencia II, que entra en vigor en 2016, para lo que habrá que trabajar en adaptarnos al nuevo entorno, como ocurre con la reforma del baremo, todavía más cerca.

Además, este año está aún más cerca el cese de la lucha de primas y de las caídas de precios en los seguros de auto; podría decirse que en 2015 llega definitivamente **el cambio de tendencia**.

3) Mi deseo para 2015 se resume en dos conceptos que marcan nuestro día a día: prevención y protección. Es necesario que la cultura de la prevención y la protección esté presente en la vida social como algo casi natural. Debemos ser conscientes de los riesgos que asumimos, preverlos y mitigarlos en todos los aspectos de la vida, desde el punto de vista financiero hasta en la salud o seguridad vial. Esa es nuestra profesión y con ese espíritu trabajamos para nuestros clientes y para la sociedad con proyectos como Ponle Freno o Constantes y Vitales.

## **Julián López Zaballos**

CEO del grupo Zurich en España

- 1) El sector asegurador se vio afectado por la crisis pero no la hemos vivido con grandes caídas, sino más bien con una atonía en el crecimiento debido a una caída de la prima media sustancial en algunos ramos como el de auto durante los últimos años. El reto ahora es crecer, y estamos convencidos de que es posible porque ya estamos notando el cambio de tendencia.

La situación está mejorando de forma moderada pero constante y nosotros creemos que en este contexto, un importante potencial de crecimiento para Zurich será el apoyo a las pequeñas y medianas empresas, a las que podemos hacer un acompañamiento desde su creación hasta su internacionalización.

Además, hay áreas como la seguridad cibernética en la que estamos desarrollando soluciones a diferentes niveles para empresas e instituciones para gestionar los riesgos que pueden afectar a su negocio negativamente, y así poder asistirlos durante la gestión global de las crisis originadas por la exposición al ciberespacio.

Otra de las áreas que me gustaría destacar como motor de crecimiento sería la del ahorro para la jubilación, que sigue siendo una clara necesidad en España. La nueva reforma fiscal dota de medidas que ayudarán al impulso del ahorro a largo plazo y aunque todavía estamos lejos de reformas más estructurales, ésta allana el camino y las condiciones para impulsar el ahorro a largo plazo.

- 2) Estamos en un entorno cambiante y el principal reto al que nos enfrentamos como sector gira hoy en día en torno a la gestión del cliente. Las compañías debemos conocer a nuestros clientes y estar al servicio de sus necesidades cambiantes a lo largo de todo su ciclo de vida. Las circunstancias, y por lo tanto las necesidades de aseguramiento, no son las mismas en una persona joven que comienza a trabajar que en una persona madura con responsabilidades familiares.

Por lo tanto, la segmentación es la clave y ligado a ésta, la tecnología. Las compañías debemos apostar y adaptarnos a las nuevas tecnologías para atender las necesidades del mercado y del cliente.

Para mí, la gran transformación que ya se está produciendo es que el cliente quiere acceder a nosotros cómo y cuándo desee. Nuestro gran reto no es sólo gestionar un buen servicio, sino gestionar las expectativas, la experiencia del cliente, y tratar de excederlas.

Pero más que en productos, el futuro está en desarrollar nuevos conceptos asociados a la cobertura. Y para ello, nuevamente la visión integral del cliente se convierte en una pieza clave para conocer cuál es su unidad familiar y qué necesita, por un lado y por otro, qué necesidades tienen nuestras empresas sea cual sea su tamaño.

En esta área, es fundamental recordar que somos y seguiremos siendo una compañía multicanal, pero con un especial enfoque en la mediación tradicional. Nuestro apoyo a la mediación es porque tenemos la ambición de ayudar a nuestros clientes a entender sus riesgos y a protegerlos de los mismos. Y para ello, el canal por excelencia es la mediación.

- 3) Somos una empresa con una solvencia financiera y técnica a todos los niveles, donde tenemos la oportunidad y la capacidad de poder compartir experiencias y conocimiento con 170 países. Por ello, una de nuestras grandes obsesiones es la formación constante y a todos los niveles, para que conozcamos las mejores prácticas y para conseguir el reto de mejora constante. Este sería mi deseo: “que la Zurich conozca todo lo que la Zurich conoce”.

Aunque si hablamos de objetivos, que también es mi deseo cumplirlos, lo tengo claro: seguir creciendo en nuevo negocio, manteniendo nuestros ratios de rentabilidad y competitividad, para seguir en la línea del crecimiento sólido y sostenible, y siempre pensando en el cliente final de la mano de nuestra distribución.

## **José Boada**

Presidente de Seguros Pelayo

- 1) Estimo que en 2015 se empezará a notar ligeramente la recuperación económica, si bien no podremos decir que estamos en una situación óptima hasta que no haya una reducción significativa del alto nivel de paro. Esa recuperación permitirá que el seguro crezca en 2015, tanto en empresas, como en particulares, pero con incrementos muy suaves.
- 2) Algunos retos a los que nos enfrentamos en 2015: la adaptación total a Solvencia II y a sus requerimientos de capital; los menores ingresos de las inversiones, por la bajada de los tipos de interés, y una mayor volatilidad de las carteras de inversión; el incremento de la siniestralidad por un mayor consumo y una mayor actividad empresarial; la búsqueda de nuevos productos, sobre todo en Vida, con nueva fiscalidad y mayor riesgo financiero; y la necesidad de profundizar en el conocimiento y fidelización del cliente.
- 3) Mi principal deseo para 2015 es que la ansiada recuperación llegue a las familias y a las empresas, permitiendo reducir considerablemente el dramático nivel de paro actual.

## Pablo Mongelos

Director General de Lagun Aro Seguros

- 1) Creo que este año 2015 va a ser un año positivo en el crecimiento de primas de autos y hogar dado que la economía parece que puede empezar a tirar. Creo que estos productos más que tractores, pse pueden ir a otros como el de salud, para llegar a ayudar en ese crecimiento que yo espero de nuestro sector.

Desde el Negocio que nosotros tenemos, esperamos que autos hogar y vida puedan ser tres productos que tiren de nuestras crecimiento.

Esperamos una mejora en la economía, con un crecimiento en venta de coches nuevos y un crecimiento en las hipotecas, que tiraran de nuestros productos de hogar y vida riesgo.

- 2) Creo que hay varios retos este año:
  - i. Es el año de implantación de Solvencia II y si o si, hay que llegar a tiempo.
  - ii. Es probable que desde primeros del año 2016 entre en vigor el nuevo baremo. El reto será ver como se traslada al precio esa nueva situación.

Nueva situación con los productos de ahorro desde el punto de vista tanto de tipos de interés como desde el punto de vista fiscal.

- 3) Todos tenemos algún deseo cuando comienza una nueva etapa, Como profesional de seguros comprometido y en relación al seguro, ¿nos puedes desvelar cuál es tu deseo para 2015?

Que el año 2016 sea el año de esa tan deseada recuperación!!

## **Josep Santacreu**

Consejero Delegado de DKV

- 1) Los seguros de Salud mantendrán un crecimiento en primas similar al del año anterior. Sin embargo, el crecimiento en asegurados quedará estancado, con un ligero aumento en contratación colectiva. Los productos del ramo de Subsidio y Reembolso reducirán relativamente su volumen, mientras que el producto de asistencia sanitaria seguirá siendo el principal.
  
- 2) Algunos de los retos principales del sector se relacionan con la digitalización, regulación, el anteproyecto de ley de Seguros y la aplicación de Solvencia II. Las tensiones fruto del aumento de costes (por el IVA sanitario, por concentración de proveedores, por innovación tecnológica y nuevas prestaciones) seguirán siendo mayores que el año anterior.
  
- 3) Una de mis aspiraciones sería que el sector asegurador desarrollara un esfuerzo conjunto de auto-regulación con el objetivo de alejar determinadas prácticas y mejorar la reputación sectorial.

## **Christopher Bunzl**

Director General de Mutua de Propietarios

- 1) Desde una perspectiva macroeconómica, ayudado sin duda también por las recientes bajadas continuadas del petróleo y del euro, el panorama económico del 2015 será un año mucho mejor que lo que hemos visto desde el inicio de esta ya larga crisis. A nivel micro esto se traducirá que la mayoría de los grandes ramos tengan crecimientos positivos en el 2015, pero probablemente sólo Salud, Vida, Decesos y en menor medida Hogar serán productos tractores.
  
- 2) Desde nuestra perspectiva los principales restos del sector en el 2015 serán:
  - Solvencia II, tanto el elevado esfuerzo de su implantación como las posibles consecuencias de los requerimientos de SCR.
  - La digitalización de los procesos, en lo que se están haciendo importantes esfuerzos, pero que aún requerirán un mayor esfuerzo de las organizaciones.
  - La utilización de las herramientas de Big Data de una manera efectiva.

Y todo lo anterior desde una perspectiva de aportación de valor a la mediación a nivel de productos, servicios y herramientas.

- 3) Que los requerimientos de Solvencia II ayuden realmente a que seamos un sector más sólido y con prácticas coherentes con la salud a largo plazo del mismo.



## Enrique Huerta

Consejero Delegado de Liberty Seguros

- 1) Después de varios años viendo muchas cifras en rojo, pensamos que habrá más cifras positivas, aunque aún modestas. En No Vida esperamos crecimientos en torno al 2%, con Salud creciendo entre 3%-4%, Diversos entre 1,5%-3% y Autos entre 0% y 1%. Estas estimaciones podrían variar en función de que la economía se acelere o se ralentice (esperemos que lo primero) y de que se apruebe finalmente la reforma del baremo en esta legislatura.
- 2) La situación de tipos de interés, una mejora de la situación económica unida a precios de combustibles bajos que puedan llevarnos a potenciales subidas de frecuencias en autos, la adaptación a Solvencia, la posible reforma de baremo y las novedades legislativas que afectarán a algunos productos de vida. Y por encima de todos los retos anteriores, unos **clientes** (tanto particulares como empresas) que seguirán siendo muy exigentes y harán que tanto la mediación como las compañías debamos seguir haciendo deberes en nuestra orientación hacia ellos.
- 3) Que los que trabajamos en seguros seamos más conscientes de nuestra aportación a la sociedad para que la sociedad reconozca más nuestro papel; y en un plano más general, que mejore la situación de empleo, y que seamos felices con las pequeñas cosas.

## **Martín Navaz**

Presidente de ADECOSE

- 1) La verdad es que no percibo para 2015 factores, ni internos ni externos, que indiquen cambio de tendencia en el mercado en cuanto a crecimiento de primas.

El mercado asegurador es anticíclico, razón por la que en el caso de que sea cierto que la recuperación económica está en camino, tardara al menos unos dos años en llegar a nuestras cuentas de resultados.

Sí que resaltaría que a determinadas cuentas en función a su siniestralidad y a su complejidad, el mercado está empezando a ponerles precios más acordes al coste de las mismas, pero ello no está generalizado por desgracia.

Creo que todos estamos de acuerdo en que el cliente tiene derecho a tener el mejor precio que el mercado pueda proporcionarle, y para ello los corredores somos los más eficientes, pero ello no es óbice como para que ese precio se corresponda con un cálculo técnico.

- 2) Los retos son los clásicos de nuestro mercado, por otro lado ejemplar tanto en su comportamiento durante la crisis, como ayudando a proteger los patrimonios de las personas y las empresas, sus responsabilidades y hasta sus créditos sin hacer dejación de su importantísimo papel en la sociedad y su normal funcionamiento, al contrario de otros....

Creo que el reconocimiento de este papel es una asignatura pendiente, así como el rol del corredor como correa de transmisión.

Desde nuestra asociación este tema es un punto crucial a seguir desarrollando, tanto a nivel nacional como internacional.

- 3) Habiendo respondido a las preguntas anteriores como lo he hecho, es fácil de adivinar. No me repetiré. Solo añadiré que espero que las cuentas de resultados de mis colegas de Adeco se vean positivamente influidas por la recuperación económica, la mayor actividad de nuestros clientes y la entrada en segmentos de mercado en los que históricamente no hemos tenido una gran penetración, pero que seguro que con nuestra profesionalidad y buen hacer, nos hará entrar en ellos con el mismo éxito.

## Tomás Rivera

Presidente de FECOR

- 1) Parece lógico pensar que el crecimiento de primas en 2015 vendrá asociado a sectores en los que la reactivación económica sea una realidad. Entiendo que los Multirriesgos, Pymes e Industriales, pueden contribuir a ese crecimiento. El ramo de salud, por su gran potencial de crecimiento en el mercado español y en las carteras de los mediadores profesionales, puede formar parte de los productos que tiren de las primas. Es de esperar, y sería deseable, que el ahorro privado se vea favorecido por esa reactivación económica si logramos que la misma llegue a las familias; en tal caso, los planes de pensiones, planes de previsión asegurada y seguros de ahorro-jubilación también deberían aportar en este sentido.

Si bien es cierto que no se prevé que la situación de mercado blando cambie y, por tanto, se abre la incógnita respecto a cuál será la realidad de las primas medias, fundamentalmente en autos (donde llevamos escuchando varios años que se acaba la guerra de precios y espero que 2015 sea un punto de inflexión en este ramo) y también en empresas, pues hay datos apuntan a que las tasas se mantendrán en los términos actuales e incluso pueden continuar disminuyendo.

Ramos asociados a la defensa/protección jurídica también deberían ayudar al crecimiento de las primas. Concretamente, dado el giro que el mercado inmobiliario ha experimentado en los últimos años, los seguros de Protección de Alquileres también cuentan con un gran potencial de crecimiento.

- 2) A bote pronto, citaré cuatro:
  - El primero, iniciar una recuperación equilibrada y sostenida que tenga su base en unas primas suficientes, en general. Todo ello adecuadamente combinado con un fortalecimiento de la confianza del cliente en nuestro

sector y, lógicamente, en todos los actores que formamos parte de él.

- El segundo, la planificación de la trasposición de la Directiva Europea de Distribución (IDD). Este es un importantísimo reto que nos afecta directamente a los mediadores y, por extensión, a todo el sector.
- El tercero, seguir trabajando con fuerza todos aquellos que formamos parte del sector en crear cultura de previsión social y ahorro de cara a la jubilación.
- El cuarto, en lo que se refiere a las aseguradoras, la importante labor que realizan y tendrán que seguir realizando para su adaptación a Solvencia II.

3) Son muchos los deseos que tengo para el mundo del seguro. Si únicamente he de expresar uno, como representante que soy de los Corredores y Corredurías de Seguros en mi condición de Presidente de Fecor, me gustaría que la mediación profesional de seguros siga siendo capaz de actual cada vez mas unida en defensa de sus intereses, continúe mejorando en la gestión empresarial de sus negocios y perciba lo antes posible esa reactivación económica que se prevé en sus cuentas de resultados.

## **Lluís Ferrer**

Presidente del Colegio de Mediadores de Barcelona

- 1) Creo que el crecimiento de primas, si se produce, será muy moderado y en todo caso estará liderado por el automóvil.
- 2) Compaginar un posible incremento de la frecuencia siniestral, si la actividad económica empieza a repuntar, con el estancamiento de las primas.
- 3) Son dos deseos en primer lugar y por encima de todo que el sector después de aguantar estos años como lo ha hecho, tenga como principal objetivo el mantenimiento de los puestos de trabajo  
En segundo lugar que no caigamos en la banalización del producto asegurador aceptando que todo es válido en su comercialización.

## **Elena Jiménez de Andrade**

Presidenta del Colegio de Mediadores de Madrid

- 1) Los indicadores parecen presagiar un crecimiento de primas moderado superior casi en dos puntos más al registrado en años anteriores. En mi opinión, el 2015 tendrá una evolución positiva que reforzará la dinámica de recuperación del sector y los productos de los ramos de Vida y Salud serán los “motores” de venta y distribución.
  
- 2) Adaptarse y prepararse ante los futuros cambios normativos que afectarán al sector es una tarea que debemos trabajar con la debida antelación y preparación adecuada. El sector tiene en el crecimiento su gran reto para el futuro, un crecimiento que vendrá reforzado por la apuesta en la innovación en la distribución y la manera de acercarnos al cliente y acompañarle en la toma de decisiones responsables.
  
- 3) En realidad tengo dos deseos. En primer lugar la definitiva implantación del Plan estratégico de la Mediación para que los mediadores de seguros se posicionen en el mercado asegurador con garantías de futuro sostenible en el tiempo. Y también y no menos importante, la apuesta decidida y contundente de las compañías por los mediadores de seguros con una mejora continua en el canal de comunicación y distribución de los seguros.

## María Ameijeiras

Consejera Delegada de NB21

- 1) Es difícil aventurarse y hacer predicciones ya que estamos viviendo en un entorno económico muy vulnerable y sensible a infinidad de factores externos. Si realmente la salida de la crisis se consolida como todos los indicadores macroeconómicos indican parece lógico pensar que existirá un crecimiento paulatino generalizado en el entorno empresarial e industrial, sobre todo si de una vez por todas el crédito empieza a fluir. Ello implica crecimiento en :

Multirriesgos industriales, Responsabilidad Civil, Comercio, Transportes incluso, aunque la tendencia de este último año a diferencia del resto de ramos nombrados ha sido negativa. Sin embargo con la recuperación económica y la logística que e-commerce demanda son dos factores que deberían ser motores de crecimiento de dicho ramo.

Por otro lado el crecimiento de las primas entiendo vendrá liderado por el automóvil. La tendencia ya lo indica, por un lado está el aumento del parque automovilístico y por otro lado por la subida de la prima media. Los movimientos de las aseguradoras van en esa línea, obligadas en gran parte por los cambios legislativos y por los resultados de sus cuentas técnicas.

Salud va a ser otro producto que todo indica seguirá tirando del crecimiento como lo ha venido haciendo este último año. Quizás en un inicio crezca más el producto de reembolso cuyo público objetivo es un segmento de la población con mayor capacidad económica y a los que la crisis no le ha afectado tanto, pero en cuanto a crecimiento absoluto y a medida que la situación económica mejore el producto de asistencia sanitaria despuntará aún más de lo que lo ha hecho hasta el momento. El aumento de la prima media y la situación de la sanidad pública propiciarán esta situación.

El ramo de ahorro debería ser también motor de crecimiento en cuanto la gente



tenga capacidad para ahorrar por la concienciación que se está haciendo en la población de las dificultades de sostenibilidad de nuestro sistema de pensiones y la necesidad de ahorrar.

Y espero y deseo que en algún momento crezca con fuerza vida riesgo, pero no el vida riesgo cautivo, sino el convencido como digo yo. Para mi, vida riesgo es quizás uno de los ramos, cuando se contrata voluntariamente que mejor indica el nivel de madurez de la sociedad en cuanto al verdadero valor que aporta el seguro. Estos dos últimos son más un deseo que una creencia a que ocurra a corto plazo, aunque yo siempre digo que nosotros, profesionales del seguro, somos también actores del cambio y los primeros responsables en el fomento de dicho cambio.

- 2) El sector en general se enfrenta en primer lugar a una necesidad de modernización e innovación importante. Algunos estudios mundiales indican que los consumidores están menos satisfechos con las relaciones que tienen con sus proveedores de seguros en relación a otros sectores. Les gustaría tener una relación más sencilla y más transparente con ellos. Hay avances tecnológicos importantes en los que el sector va a estar, se habla mucho del internet de las cosas, de big data, avances tecnológicos en el campo de la conectividad que son un verdadero desafío para toda la cadena de valor de toda la industria del seguro. En este sentido creo que se debería tener una estrategia bien definida, teniendo en mente siempre el largo plazo ahora bien sin descuidar el corto. En el reto de la digitalización se deben medir mucho las inversiones, el éxito en todo esto es implantar ciertos avances tecnológicos en el momento de maduración óptimo, ni antes ni después y esto a veces no es una decisión sencilla porque además implica verdaderas reformas estructurales. Creo además que todo el sector debería de poner más empeño en la formación de las personas que forman las organizaciones de nada sirve invertir en innovación si la gente no está preparada/concienciada para ello, hay mucho que invertir también en sistemas centrales, en buenas gestiones documentales, en conectividad entre las aseguradoras y los canales de distribución tradicionales.

Por otro lado entiendo como otro reto que las aseguradoras se esfuercen en mejorar

la coexistencia de los distintos canales de distribución. Es deseable que todos los canales de distribución puedan convivir con unos códigos éticos y profesionales respetados por todos. Además entiendo que en este caso el papel de las aseguradoras y sus políticas de distribución serán determinantes.

Otro reto importante es equilibrar las cuentas de resultados con los requisitos de solvencia, la implantación del baremo y la demanda del mercado.

- 3) Pues de alguna manera mis deseos ya los he expresado en las respuestas anteriores. Desearía que nosotros profesionales del seguro fuésemos capaces de transmitir y aportar a la sociedad el verdadero valor que aporta el seguro. Que los clientes compren sus seguros con pleno convencimiento y no por obligación y que la cultura del seguro avance en nuestra sociedad al nivel de las sociedades más maduras y avanzadas en este terreno.

Por otro lado me gustaría que se respirasen aires nuevos en nuestro sector, que nos profesionalicemos más. Que seamos capaces de coexistir los distintos canales de distribución con códigos éticos respetados por todos. Que las aseguradoras sean transparentes y claras con sus políticas de distribución y que los canales de distribución cumplamos también con las reglas establecidas, conocidas y aceptadas por las partes. Que los clientes elijan libremente un seguro, no por imposición sino por convencimiento de que es el que más le conviene y el canal que mejor se adapta a sus circunstancias.

## Aurelio Gil

Consejero Delegado de Gilwin C.S.

- 1) En 2015 el incremento de primas debería empezar a producirse, debido a cuatro conceptos: Se espera una mayor frecuencia de siniestralidad por el uso de vehículos, más actividad industrial, la modificación en el baremo de autos, y finalmente el efecto de mayor coste en la subida del IVA de años anteriores. Todos estos factores conllevará supuestamente a que la prima media actual sea inadecuada para la estabilidad en la cuenta de resultados positiva de las entidades aseguradoras.

Estos últimos años de poca actividad industrial las entidades Aseguradoras han provocado un dumping en los precios, habiendo estado poco acertadas las aseguradoras por estas prácticas de trabajo al pretender no perder cuota de mercado en momentos de poco crecimiento.

También en el ramo de salud aunque este en crecimiento , opino que la prima es insuficiente debido al uso actual que realiza el cliente de hoy en día. Las entidades deberían dar soluciones con una prima adecuada y sostenible, para dar un servicio eficaz, menores exclusiones y evitar incrementos desmesurados en la prima de las renovaciones.

Respondiendo a cuales pueden ser los productos tractores, deberían continuar en crecimiento los seguros de asistencia sanitaria privada (complementarios a la sanidad pública ) y empezar a desarrollarse más los productos de ahorro (igualmente complementarios y tan necesarios al sistema público de pensiones).

Durante los próximos años irán adecuándose las primas de los diversos ramos de seguro (difícil será regresen las primas como épocas anteriores) y deben crecer ante la necesidad actual el seguro de salud y el seguro de ahorro.

Aunque políticamente no se realiza un trabajo adecuado respecto a facilitar la contratación de estos productos , tan interesantes que desaturan el sistema sanitario y además complementan las pensiones públicas, algo totalmente inaceptable e incomprensible.

- 2) En mi opinión , algunos retos del sector asegurador serán:
- Mantener la cuota de mercado los distintos canales de distribución.
  - Incrementar la prima media, concepto importante.
  - Adecuarse respecto a productos ,distribución y forma de comunicación, según perfil del cliente.
  - Desarrollar comercialmente productos de salud y vida/ahorro.

En definitiva aguantar la fuerte competencia, ser mas profesionales en nuestro trabajo orientándonos más hacia el cliente y ofertar / asesorar / distribuir mayor variedad de productos aseguradores.

- 3) Anualmente mi deseo siempre es pedir salud y después continuar seguir sabiendo adecuarme a los cambios del sector asegurador.

Profesionalmente hablando sería pedir dos asuntos al nuevo año:

- Un cese de bajada de primas ya insostenible que perjudica la imagen del sector .
- Solicitar que algunas Aseguradoras sean mas profesionales / respetuosas en sus acciones de marketing y en su captación de agentes comerciales de red directa.

Todo ello ha dañado muchísimo al sector asegurador y a su vez lo ha desprestigiado, sin merecerlo ni el sector ni los profesionales que pertenecemos a este.

## Antonio Muñoz – Olaya

Consejero Delegado de T.A.T.

- 1) La evolución de las primas, como desde el inicio de la crisis, vendrá condicionada por la evolución del consumo de las familias y de las empresas.

La recuperación del empleo será determinante. Además, en mi opinión, lo serán los indicadores de confianza, que se verán influenciados no sólo por aspectos económicos puros, sino también por el efecto político de los procesos electorales previstos para este año.

Desde mi punto de vista, el resultado global será positivo.

Analizándolo por productos:

- En AUTOS continuaremos en tasas próximas a cero, aunque el aumento del consumo de combustible, y su efecto en la siniestralidad, provocará a final de año, aunque tímidos, incrementos de tarifas.
- En DIVERSOS, HOGAR y COMUNIDADES, tasas bajas, pero positivas. La actividad en nueva construcción sigue siendo baja, con una reactivación incipiente de los precios medios, pero mayor reactivación en rehabilitación.
- En EMPRESAS continúa la baja actividad industrial y el comercio minorista avanza en ventas, pero poco. Por tanto, previsión de tasas aún negativas de facturación a nivel de mercado.
- En SALUD, el incremento de siniestralidad producido estos últimos ejercicios, con su consecuente aumento de tarifas hará que sea el ramo con mejores perspectivas de crecimiento en primas individuales. No obstante, en Colectivos, puede que le afecte negativamente los cambios fiscales producidos, especialmente en las retribuciones en especie.

- VIDA RIESGO continuará en tasas negativas debido a su excelente siniestralidad, lo que permite realizar descuentos aún a la tarifa ahora única (sin diferencia de sexos).
- En VIDA AHORRO, la nueva regulación de la TAE de seguros puede traer transparencia a un mercado de ahorro con tipos de interés nunca vistos tan bajos que desmotivan su contratación.

Veremos cómo evoluciona en nuestro sector asegurador el tan aireado Plan 5, con apariencia más bancaria que aseguradora.

Los Planes de Pensiones se verán afectados negativamente por los cambios fiscales definidos en la reciente reforma fiscal.

Los PIAS y los PPA's, si mantienen atractivas sus rentabilidades, pueden continuar siendo productos estrella en un mercado de valores como el Ibex 35, a pesar de su gran volatilidad.

Por Canales:

- **MEDIADORES:** Corredores, con más peso relativo en empresas, y Agentes, con más peso relativo en familias, continuarán luchando por fidelizar y mantener clientes, que hasta la fecha lo hemos conseguido con notable éxito.  
  
Incremento del Asociacionismo “porque estar solo no es bueno”, especialmente en tiempos complejos y cambiantes, como los actuales.
- **BANCOS:** Continuarán en su línea, y aunque el grifo del crédito empieza a abrirse, una vez aterrizados en el Seguro, no lo abandonarán, han llegado para quedarse: seguirán siendo exigentes con sus objetivos por sucursal y empleado.
- **COMPARADORES:** Están ampliando la gama de productos aseguradores, y se abrirán a otros sectores (financiero, telefonía, energía, etc.): conseguido el cliente, “crecer a lo ancho” en todo lo que se le pueda ofrecer.

- INTERNET/LÍNEAS DIRECTAS: La oferta por Internet crecerá, pero es un mercado “estrecho”, no tanto por la oferta como por la demanda. El cliente se informa en Internet pero contrata donde piensa que tendrá una mejor relación primas/servicio. Algunas entidades ya han cerrado sus líneas de Internet (Click Seguros, Zurich Connect, etc.). No todos caben en este target, porque “la hora de la verdad del seguro es cuando se produce el siniestro”.

2) Reto Sectorial nº 1: Mantenimiento de la rentabilidad con la conjunción de un aumento de la siniestralidad y un mercado blando.

¿Cómo combinarlo? “Si subo tarifa se van a la competencia, y si mantengo precio entro en pérdidas”.

Nos encontraremos, previsiblemente, con tres opciones - no excluyentes entre sí -:

- Opción 1: Aplicando medidas para la reducción del coste de los siniestros (ya se está haciendo en muchos casos).
- Opción 2: Subiendo tarifa las grandes aseguradoras y manteniéndolas las medianas y pequeñas. Pero, ¿hasta cuándo aguantarán unas perdiendo cuota y otras generando pérdida?
- Opción 3: *Wait and see*, “esperar y mirar”, y si conviene, después del verano: ¡tarifazo!

Reto Sectorial nº 2: El impacto regulatorio que se avecina.

Cualquier cambio, de manera natural, produce tensión. Las modificaciones legislativas del sector asegurador y de la mediación seguirán generando atención, preocupación y dedicación de recursos, tanto para la negociación previa como para la adaptación que deba hacerse al final. Sin duda, con esfuerzo, lo superaremos satisfactoriamente, aseguradoras y mediadores.

Reto Sectorial nº 3: Mejorar la competitividad de nuestras empresas.

Tanto aseguradoras como mediadores. Para ello, es fundamental que sigamos invirtiendo en formación, innovación y en I+D. Es capital que convengamos, aseguradoras y mediadores, la revisión de procesos en los que nos podamos beneficiar mutuamente, que erradiquen la duplicidad por ambas partes y que aporten valor mediante la confluencia de sinergias sobre el conocimiento e información del cliente: confianza y lealtad serán principios básicos para llevarlos a cabo.

3) Dos deseos que van de la mano:

Primero: Una plataforma de actuación coordinada y con una sola voz unificada de nuestro Canal de Corredores.

Segundo: Viene de la mano del primero. Que esta plataforma contribuya decididamente a que nuestro Canal de Corredores sea percibido nítidamente por la ciudadanía, como el canal de calidad, de servicio y de asesoramiento en materia aseguradora.



## Higinio Iglesias

CEO ebroker y de E2000 Financial Investments S.A.

- 1) Los últimos informes disponibles ponen de manifiesto una dinámica de recuperación del sector que en 2104 se ha materializado en un incremento del 3%, que lo sitúan en un volumen de primas de unos 54.483 millones de euros, y unas previsiones de crecimiento del 5% para 2015, que lo proyectan hacia los 57.178 millones de euros de primas.

Será preciso que dicha tendencia de crecimiento se mantenga dos años más para recuperar los niveles absolutos alcanzados en 2011 superiores a los 58.500 millones.

La recuperación de la confianza en la economía, la mejora de renta media disponible en las familias, las expectativas favorables sobre la estabilidad del empleo y su crecimiento, unido ello a una mayor sensibilidad e incertidumbre sobre el sistema público de prestaciones relacionado con las pensiones y sanidad, puede crear un entorno favorable y de oportunidad para los ramos de Vida y Salud, que se estima crecerán a razón de un 4,6% y un 7% respectivamente.

El ramo de automóviles estará marcado por la necesidad de las aseguradoras de sostener sus márgenes, en el marco de una política de precios que ha tocado fondo y en la que el repunte de la frecuencia en la siniestralidad será un elemento determinante; ello unido al incremento de las matriculaciones, motiva una expectativa de crecimiento para 2015 un 7,6%, a partir del 3,4% ya alcanzado en este 2014.

- 2) En general, para la industria; incrementar su competitividad; mejorar su eficiencia; adaptarse a las demandas de la sociedad inmersa en un nuevo modelo de economía digital; impulsar la innovación; la fidelización del cliente; la gestión de los distintos intereses en la distribución dentro del entorno de la multicanalidad.

En particular, para la mediación; la adaptación de las estructuras empresariales a modelos eficientes; la apuesta por la transformación de la información en conocimiento como soporte a la toma de decisiones; la competencia con otros canales; la conciliación con las aseguradoras del concepto fidelización del cliente; la gestión de la marca como elemento de reputación; el avance en la aplicación de las nuevas tecnologías y la social media en el ámbito operacional y estratégico.

- 3) Eficiencia y políticas coherentes y respetuosas entre canales.

## ¿Qué es Community of Insurance?

El camino de la excelencia en la sociedad civil y en las empresas pasa por la difusión del conocimiento.

En los momentos actuales, de crisis generalizada, la dinamización de programas para la implantación de un conocimiento compartido es fundamental. Los avances tecnológicos ayudan a comunicarse más y mejor, al intercambio de ideas en cualquier parte y en cualquier momento. Las empresas que aplican programas innovadores de formación están siempre liderando la sostenibilidad y los mejores resultados.

**Community of Insurance**, se alinea con esta forma de pensar empresarial y “**responde a nuestra preocupación por la formación, por la innovación entendida como hacer las cosas mejor y de manera diferente, es el punto de encuentro y lugar de referencia para los profesionales de seguros para compartir el conocimiento de seguros en RED y para el intercambio de experiencias en el desempeño asegurador**”.

**Community of Insurance**, es una realidad consolidada con cuatro áreas de actividad (ver la presentación corporativa):

- ✓ **Comunicación,**
- ✓ **Consultoría,**
- ✓ **Gestión del conocimiento y**
- ✓ **Eventos profesionales**

Con esta forma de pensar empresarial damos respuesta a las necesidades de formación y a la innovación entendida como **hacer las cosas mejor y de manera diferente**. Constituimos un punto de encuentro y lugar de referencia para los profesionales de seguros para **compartir el conocimiento de seguros en RED** y para el intercambio de experiencias en el desempeño asegurador.



*Conocimiento compartido de seguros en RED*

[www.communityofinsurance.es](http://www.communityofinsurance.es)

Síguenos:

- [www.communityofinsurance.es](http://www.communityofinsurance.es)
- @communinsurance

**Enero de 2015**