



IMPRESINDIBLE para los que quieran saber dónde estamos

El pasado 8 de septiembre la Fundación MAPFRE presentó su estudio “El mercado español de seguros en 2009”. El informe realiza un diagnóstico que, en el ambiente generalizado de tristeza ambiental que domina nuestra situación económica, olvidamos frecuentemente: 2009 fue un buen año para el sector, que consiguió un razonable crecimiento y unos resultados excelentes, dada la coyuntura, al mismo tiempo que reforzó su solvencia. Como dijo Filomeno Mira en la presentación: “lo mejor que te puede pasar es que las crisis te “pillen” trabajando en una aseguradora seria”.

El sector sigue constituyendo una pequeña isla verde dentro de un panorama global desolador. El paciente goza de buena salud, pero las miasmas generalizadas que flotan en el ambiente económico hacen pensar que seguramente se pondrá peor.

Del informe, aparte de este diagnóstico inicial, a mi juicio acertado, cabe destacar su eficiencia. Conseguir meter en 73 páginas toda la información necesaria para hacerse una idea precisa de la situación del contexto económico y de la evolución del mercado asegurador, incluido un análisis por ramos y las novedades legislativas, es elogiable. Cualquier estudioso hubiera tenido la tentación, manejando una información tan completa, de confeccionar una publicación “importante”, por encima de las 250 ó 300 páginas. El estudio es modesto en estos términos y su practicidad le convierten en un imprescindible libro de cabecera de los aseguradores, que podemos recurrir a él para tener una información completa de la situación al cierre de 2009.

Revisemos algunos datos básicos que conviene siempre tener presentes. En 2009, el mercado asegurador mundial se situó en unas primas de 2,9 billones de euros, con un decrecimiento de un 1,1%, después del descenso del 3,5% en 2008. Algunas consideraciones. Primero, el mercado español ha crecido un 9% en 2008 y un 1,5%

en 2009, lo cual nos da una visión muy positiva de nuestra situación y, en segundo lugar, nuestro mercado es aún insignificante a nivel mundial ya que representamos poco más del 2% de las primas totales.

El crecimiento del mercado español en 2009 estuvo sustentado por Vida, ya que No Vida tuvo un decrecimiento del 2,2%. Los seguros de Vida siguen, en 2010, según las cifras publicadas recientemente por ICEA, en crecimiento, aunque éste se ha ralentizado en un 0,6% a nivel de primas, si bien, y eso creo que es mucho más significativo, el ahorro gestionado crece un 3% en el primer semestre.

Quiero apuntar que la forma de controlar la evolución del negocio de Vida, generalmente admitida, a través de las primas, es una deformación que proviene de nuestro oficio asegurador de No Vida. En Vida, las primas no tienen ningún sentido dada la mayor preponderancia de los seguros de Vida Ahorro. Pongo un ejemplo: si nosotros hacemos una operación de prima única de vida a un año, y

“Los ingresos de la Mediación han tenido descensos muy significativos. Las dificultades son cada día más numerosas. La necesidad de mejorar la eficiencia de las organizaciones es patente y si no fuera porque algunas compañías, en su deseo de captar mercado, están ofreciendo comisiones más altas, las situaciones de insolvencia habrían aparecido ya”

la renovamos anualmente, el importe total figurará como prima durante los próximos 10 ejercicios. Sin embargo, si decidimos hacer una prima única a 10 años, este importe desaparecerá de las primas y solamente aparecería si controlamos el negocio a través del ahorro gestionado, es decir, de las reservas constituidas por las compañías de seguros.

En el mismo sentido, una información muy útil sobre el ranking de los grupos aseguradores, que sitúa a ZURICH como primer grupo asegurador de Vida en España, con 4.114 millones de euros en primas, desbancando al grupo asegurador del BANCO DE SANTANDER, deja la incertidumbre de si efectivamente es así en términos de volumen de ahorro gestionado.

MAPFRE sigue manteniendo su liderazgo en todos los productos No Vida, pero efectivamente el avance de las entidades ligadas a Bancaseguros, le hacen aparecer en el puesto número 4 en los ranking de Vida, después de los dos citados y LA CAIXA.

La información sobre canales de distribución es escueta y se limita a reproducir la información elaborada por ICEA, referida al año 2008, que confirma la tendencia habitual. Agentes y Corredores son el principal canal de distribución, si bien los bancos y cajas suponen el 40% del volumen total y más de un 70% en el negocio de Vida. Un único comentario sobre este tema. La información sobre canales de distribución, curiosamente, es la menos actualizada de todo el estudio, ya que los datos corresponden a 2008. La primera aproximación que tendremos sobre los datos de 2009 será el informe de ICEA que se publicará próximamente. Tengo que apuntar, una vez más, el "ninguno" que sufre la información sobre canales de distribución respecto a cualquier otra información sectorial. Nadie valoraría información del sector referente a 2008, salvo en el tema de canales de distribución en el que, de una forma resignada, parece que seguimos aceptando que la información aparezca con enorme retraso.

Un aspecto reseñable de los cuadros simples, y muy bien elaborados, es que, a pesar del descenso del Seguro de Automóviles de más de un 5%, el Seguro en su conjunto

creció más que el Producto Interior Bruto y, por lo tanto, aumentó su peso del 5,3% al 5,6% durante el año 2009.

Por último, un cuadro resumen, que condensa la situación de resultados del sector, expone con claridad que los resultados sectoriales antes de impuestos superaron los 5.000 millones de euros, con un incremento del 4% sobre el año anterior, y que el ROE, es decir, la rentabilidad sobre fondos propios, aunque descendió ligeramente (un 1,6%), sigue manteniéndose en una cifra claramente positiva del 14,3%.

No me queda más que felicitarnos por poder disponer de este estudio sintético, que nos permite, a la vuelta de las vacaciones, tener una visión clara de la situación de nuestro mercado y de nuestro posicionamiento a nivel internacional. Tal vez cabe animar a la Fundación MAPFRE para que analice los zarpaos de la crisis en los mediadores. Los ingresos de la Mediación han tenido descensos muy significativos. Las dificultades son cada día más numerosas. La necesidad de mejorar la eficiencia de las organizaciones es patente y si no fuera porque algunas compañías, en su deseo de captar mercado, están ofreciendo comisiones más altas, las situaciones de insolvencia habrían aparecido ya. Un tema de fondo que arroja incertidumbre sobre el panorama global positivo. Porque estamos sorprendentemente bien, la salud financiera de las aseguradoras no se ha visto afectada por la mayor crisis en los últimos 80 años. Sólo cabe apuntar que es una pena que, en estas circunstancias, el sector, con UNESPA al frente, no haya sabido hacer ver a la sociedad la importancia de que el Seguro español se mantenga como un bastión de solvencia y garantía hacia todos los asegurados, lo que redundaría seguramente en una mejora de nuestra tradicional pésima imagen ante la sociedad.

Pero, tal vez todavía estemos a tiempo.

Nota.- *Un consejo: dejen de hacer zapping en su televisor y si tienen suerte podrán ver el excelente anuncio de LIBERTY. Pocas veces se ha conseguido, de una forma tan fácil e ingeniosa, poner de relieve el extraordinario valor del trato personal que ofrecen los mediadores de seguros.*