

COMPASS 2021- SECTOR SEGUROS

Exploring new tendencies, data analysis and publicity research



El **sector** de los **SEGUROS** conforma un **espacio económico y de mercado estable y afianzado**, que en el momento actual parece enfrentarse a diferentes **opciones de desarrollo y expansión**.

Algunos rasgos que lo caracterizan:

- La **estabilidad del negocio**: los **riesgos** constituyen una **dimensión de la realidad inherente a ella**, siempre hay una **potencial necesidad que asegurar**.
- La **apertura al dinamismo**: las compañías muestran una cierta adaptación de sus productos y coberturas a los **cambios en los modelos sociales** y en la **percepción de los riesgos**.
- Un **mercado altamente competitivo**: está saturado de compañías y productos, la **diferenciación** resulta **complicada**.
- Tendencia a la **especialización**: productos y servicios cada vez más **segmentados y personalizados**, aumentando la competitividad.
- La **digitalización como respuesta**: las demandas de **anticipación** de los posibles riesgos llevan a la **tecnología como garante y solución**.

Los informes **COMPASS** realizados por CIMOP ofrecen:

- **Una reflexión estratégica** sobre la situación de los diferentes sectores
- Una panorámica sobre las **tendencias de cambio en el mercado**.
- Una comprensión de las tendencias a través de su enraizamiento en **los cambios sociales**.



Fuente: UNESPA 2019

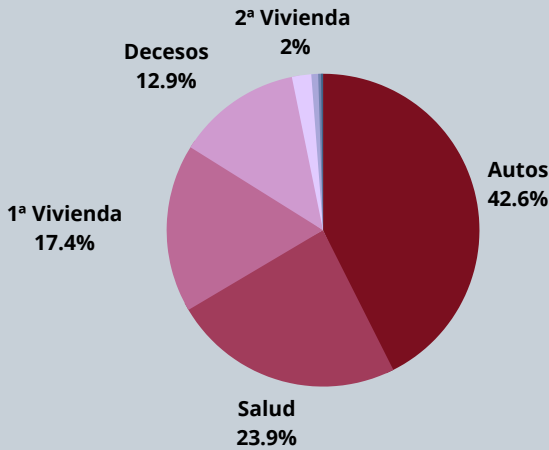
ALGUNOS DATOS SOBRE EL SECTOR

Según la información ofrecida por **UNESPA**, la **penetración del sector asegurador** en España presenta la siguiente distribución:



Fuente: El DNI del seguro español 2020. UNESPA

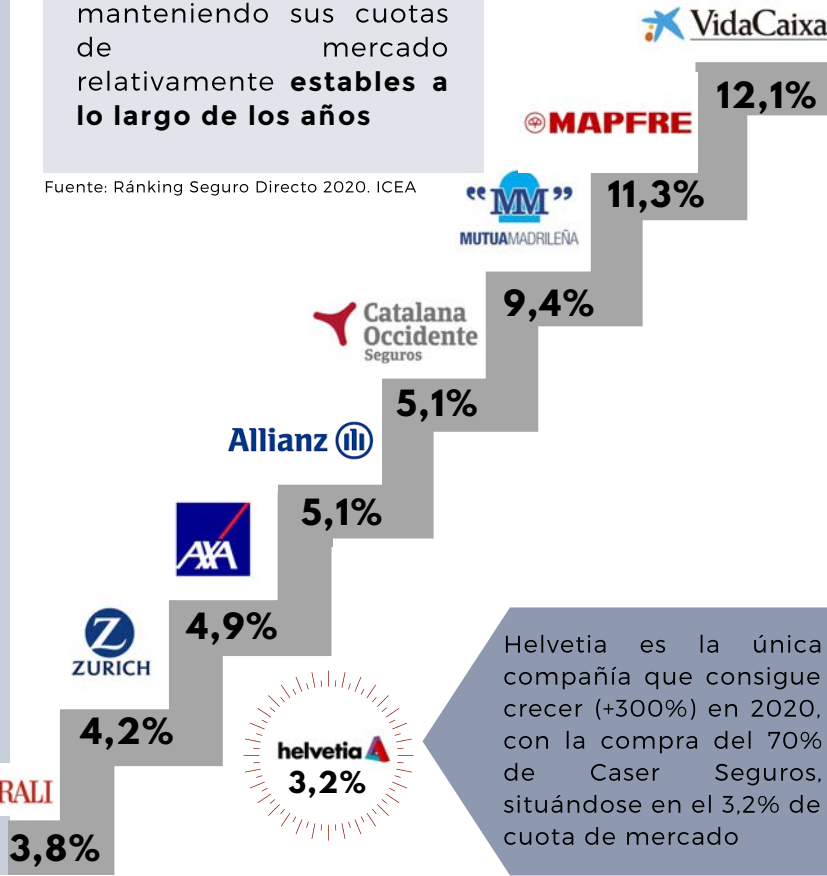
El **presupuesto familiar** destinado a **seguros** representa un **4,3%** del total del presupuesto, y se distribuye del siguiente modo:



Fuente: Elaboración propia a partir de datos UNESPA. El Seguro en los Hogares 2019

El **ránking de las compañías** está liderado por **Vida Caixa, Mapfre y Mutua Madrileña**, manteniendo sus cuotas de mercado relativamente **estables a lo largo de los años**

Fuente: Ránking Seguro Directo 2020. ICEA



Helvetia es la única compañía que consigue crecer (+300%) en 2020 con la compra del 70% de Caser Seguros, situándose en el 3,2% de cuota de mercado

EL IMPACTO DE LA PANDEMIA

El **seguro español** ganó **5.797 millones** en **2020**, un **16,6%** más que el año anterior según datos de ICEA.

Resultado del negocio retenido (millones de €)

	Dic 2019	Dic 2020	Incremento %
Cuenta técnica (vida y no vida)	5.863	6.291	7,3
VIDA	2.397	2.125	-11,4
TOTAL AUTOMÓVILES	898	1.697	67,8
TOTAL MULTIRRIESGO	534	472	-11,8
TOTAL SALUD	631	944	49,5
RESTO NO VIDA	1.403	1.245	-11,3
TOTAL NO VIDA	3.466	4.166	20,2
Cuenta no técnica	4.970	5.797	16,6

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ICEA

El sector seguros consigue generar en 2020 una **mayor rentabilidad**, por delante del sector de la banca, y mantiene la previsión para próximos años

Rentabilidad media esperada por dividendo:	2020	2021	2022
Bancos	4,0	6,3	7,9
Aseguradoras	6,8	7,4	7,8

Fuente: Elaboración propia a partir de FactSet

- Auto**: Aumenta el negocio por la **disminución de la siniestralidad** durante el **confinamiento**.
- Salud**: Aumenta el negocio: **más pólizas** por la **saturación de la sanidad pública** y **menos uso del servicio** por el **miedo al contagio**.
- Hogar**: **Disminuye el negocio**: hogares con **más vida y más usos**. **Más contratos** pero también **más percances**.
- Vida**: **Disminuye el negocio de forma contenida**: **menos contratos nuevos** y **más percances**.

EL CAMBIO SOCIAL Y EL SECTOR ASEGURADOR



EL PROYECTO VITAL Y LOS MODELOS FAMILIARES

- **Emancipación tardía** del hogar familiar
- Constitución nuevos **núcleos familiares** más **reducidos** en personas y en tamaño de la vivienda
- La **mascota** como un **miembro más**
- **Situaciones** laborales más **inestables**
- **Familias más precarias** económicamente
- **El riesgo de inestabilidad del proyecto vital**
- **Demanda de flexibilidad y adaptabilidad**



EL OCIO Y LOS ESTILOS DE VIDA

- **Hogares** más **polivalentes**: vivienda, oficina, ocio...
- **Modo de vida** más **urbano** y **cosmopolita**
- **Consumo** más vinculado al **uso** y la **experiencia** que a la **posesión** y el **producto**
- Tendencia a la **digitalización**
- Las **experiencias** y el **crecimiento personal** como expectativas vitales
- **El riesgo** es más **cotidiano** y **recurrente**
- **Demanda de inmediatez, eficiencia y dinamismo**



EL ÁMBITO SOCIAL Y SANITARIO

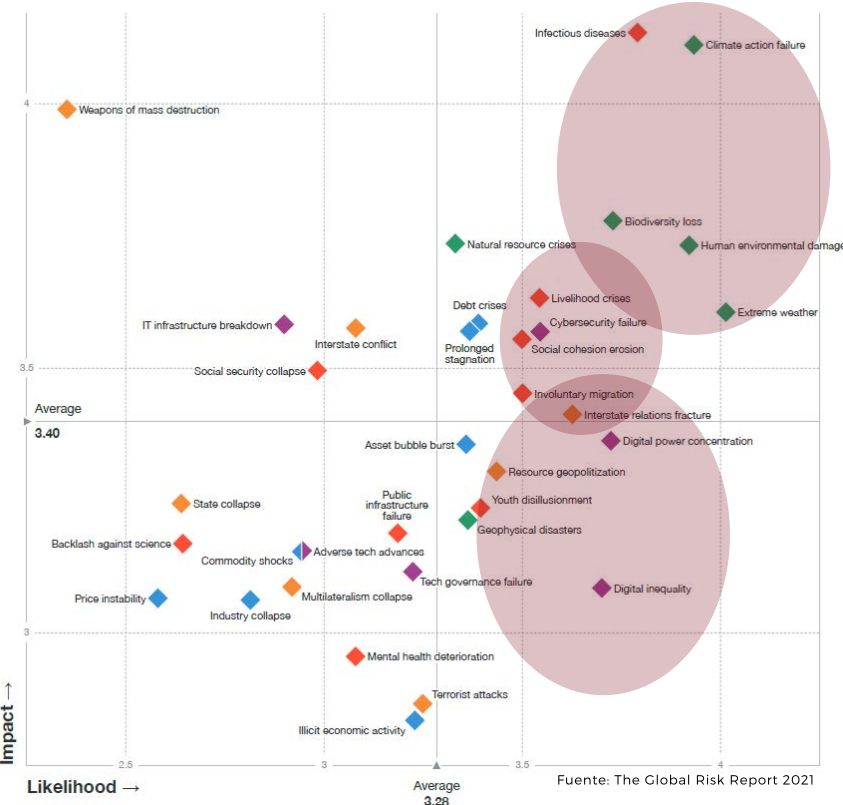
- **Problemáticas sociales** relevantes: la **soledad**, los **cuidados** a los **mayores**, la **violencia contra la mujer**,...
- **Seguimiento y vigilancia**, para anticiparse a los problemas
- **La Covid-19** evidencia la **vulnerabilidad** de "lo humano"
- La digitalización y el **avance tecnológico** como **solución**
- **El riesgo de lo humano**
- **Demanda de previsión y anticipación**



- ¿CÓMO SE ADAPTAN LOS PRODUCTOS Y LAS MARCAS A LOS CAMBIOS SOCIALES?
- ¿QUÉ CONCEPCIÓN DEL RIESGO PREDOMINA Y QUÉ NECESIDADES GENERA?
- ¿QUÉ LÍNEAS DE CAMBIO SON MÁS RELEVANTES?
- ¿CÓMO SE RE-CONFIGURA EL ESCENARIO DE COMPETENCIA ENTRE LAS COMPAÑÍAS?
- ¿QUÉ CAMINOS TOMARÁ EL SECTOR EN EL CONTEXTO DE LA DIGITALIZACIÓN?

EL SEGURO Y LA CONCEPCIÓN DEL RIESGO

THE GLOBAL RISK LANDSCAPE



- La **Global Risk Perception Survey** muestra los **riesgos percibidos** por la población mundial, por probabilidad de ocurrencia e impacto.
- **El factor humano** tiende a emerger **asociado** a muchos de los **riesgos** percibidos:
 - Pasan de vincularse a factores externos como "extreme weather"...
 - ...a centrarse en la responsabilidad humana: "human environmental damage", "biodiversity loss", "cybersecurity failure"...
 - La **vulnerabilidad de lo humano** se afianza a través del riesgo de "infectious disease"
 - Los **riesgos** asociados al **proyecto de vida** y las relaciones o **vínculos sociales** ganan importancia: "livelihood crisis", "social cohesion erosion", "youth disillusionment"...
- Asistimos a una **cierta crisis del proyecto humano**

LA EMERGENCIA DE NUEVOS RIESGOS

DESDE LOS DISCURSOS SOBRE EL COLAPSO

- El **cambio climático**
- La **pérdida** de **biodiversidad**
- La **crisis de recursos**
- La **crisis humanitaria**

DESDE EL POSTHUMANISMO

- Lo **humano** como **vulnerable**
- Los **nuevos límites** entre el **humano y la máquina**
- Los límites de la vida
- Los **cambios** en la **concepción** de la **salud**

DESDE EL PARADIGMA DEL AVANCE TECNOLÓGICO

- La **relativización** de los **riesgos** de la **tecnología**
- La **legitimación** de las lógicas de **vigilancia** y **control**
- **Riesgos** asociados a la **digitalización de vida**

Personificar el riesgo

De los riesgos ajenos y puntuales a los cotidianos: **la persona porta el riesgo**

Asegurar lo intangible

Necesidad de certezas ante la incertidumbre: **asegurar el proyecto de vida**

El Smartcontract

Eficiencia del seguro: personalizado, en tiempo real, adaptado

Del objeto al uso

Tendencia a **asegurar más los usos** y actividades que los objetos en propiedad

Asegurar la vida digital

Protección de datos y huella digital, asegurar la marca, la identidad,....

Anticipación vs. Respuesta

Acompañamiento continuado, lógicas de **seguimiento y vigilancia**

Auge del ramo salud

Digitalización de la salud
Procesos de gamificación

De lo estático a lo dinámico

Coberturas y **soluciones flexibles e inmediatas**

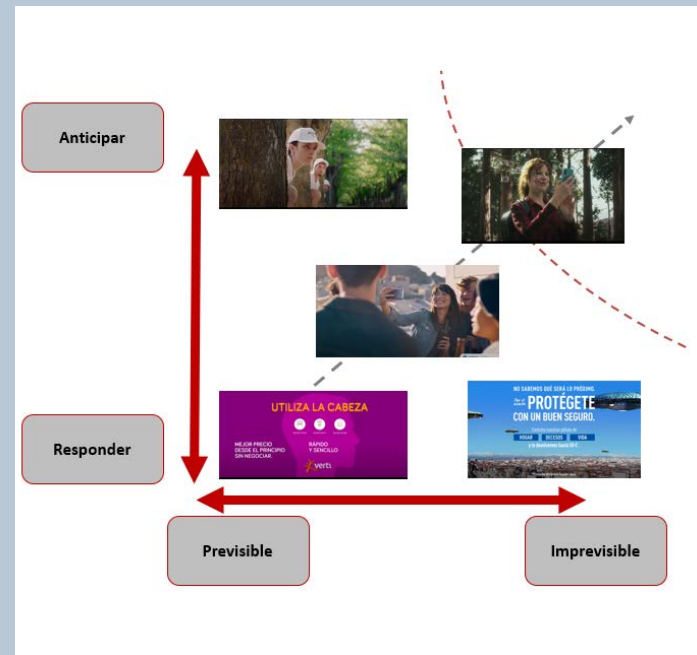
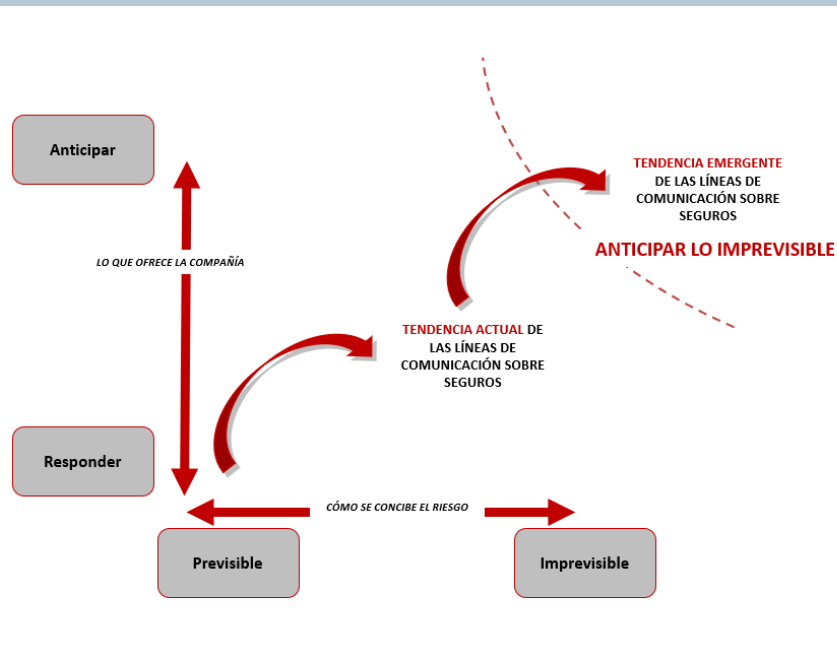
La trazabilidad

El **blockchain** como garante de soluciones eficientes

ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN EN LOS SEGUROS

EJES EXPLICATIVOS Y TENDENCIA DEL DISCURSO PUBLICITARIO

POSICIONAMIENTO DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS



Fuente: Elaboración propia

PREVENCIÓN

- Lógica del seguimiento y el **acompañamiento**
- **Miedo** al riesgo
- El riesgo es **pronosticable** y se puede amortiguar o minimizar
- **El riesgo** de lo **biológico/humano**
- Búsqueda de sensación de **cuidados**
- **ASEGURAR LO HUMANO Y LA SALUD**

PREDICCIÓN

- Lógica de las **certezas**
- **Superar** el riesgo
- El riesgo se puede **predecir** y **evitar**
- **El riesgo** de lo **incierto**
- Búsqueda de sensación de **control y estabilidad**
- **ASEGURAR EL PROYECTO VITAL Y LA PERSONA**

PERFORMATIVIDAD

- Lógica del **dinamismo**
- **Adaptarse** al riesgo
- **El riesgo** es continuo y **cambiante**
- El riesgo de lo **cotidiano** y lo "normal"
- Búsqueda de flexibilidad y **personalización**
- **ASEGURAR EL ESTILO DE VIDA: LOS USOS, LAS ACTITUDES, LOS VALORES...**

PROMOCIÓN

- Lógica de las **facilidades** y el **precio**
- **Racionalizar** el riesgo
- El riesgo es **inevitable** y se responde con soluciones concretas
- **El riesgo** de **accidente**
- Búsqueda de la **mejor opción**
- **ASEGURAR LO QUE SE TIENE: LOS OBJETOS**

PROTECCIÓN

- Lógica de la solvencia y las **garantías**
- **Aceptar** el riesgo
- El riesgo es **imprevisible** y se responde con cobertura total
- **El riesgo** que te **rodea**
- Búsqueda de **tranquilidad**
- **ASEGURAR LAS CONDICIONES DE VIDA Y LA FAMILIA**

Fuente: Elaboración propia