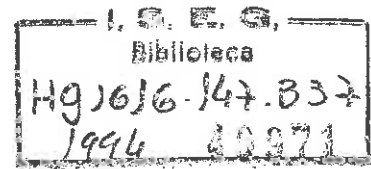


**LAS RELACIONES BANCA-  
SEGUROS  
UNA PERSPECTIVA DESDE EL SECTOR  
ASEGURADOR**

UNIVERSIDAD DE NAVARRA  
Facultad de Ciencias Económicas  
y Empresariales



**LAS RELACIONES BANCA-SEGUROS: UNA  
PERSPECTIVA DESDE EL SECTOR  
ASEGURADOR**

*Trabajo presentado por Maria de Nazaré Rala Esparteiro  
Barroso (\*) para optar al grado de doctor en Ciencias  
Económicas y Empresariales, bajo la dirección del Profesor  
Doctor D. José Miguel Ponce Núñez.*

(\*) Becada por INICT (Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica)

Pamplona, Octubre de 1993

*A mis hijos, Rui, António y Leonor.  
A Manuel.*

*A mis padres.*

ISEG

e doutoramento  
de Fevereiro.  
n.º 16101  
consentimento  
do Código do

2001



## AGRADECIMIENTOS

Muchas son las personas y instituciones a quién debo agradecer por su apoyo a lo largo de este trabajo.

El primer agradecimiento es para mis hijos y mi marido, por su presencia y comprensión y también para mis padres, por el ánimo y ayuda en el desarrollo de esta investigación. A Manuel quiero agradecer especialmente el apoyo logístico en el campo informático y en el aspecto gráfico de este trabajo.

También quiero agradecer al Instituto de Seguros de Portugal por todo el apoyo prestado, especialmente por el suministro de bibliografía actualizada para la realización de este trabajo y a la Junta Nacional de Investigaçao Científica e Tecnológica (JNICT), de Portugal, por la participación económica concedida.

De la misma forma agradezco a ICEA, al INESE y a CAPA, por la bibliografía que amablemente sugirieron y facilitaron.

Deseo expresar un especial agradecimiento a todas las entidades y grupos aseguradores que amablemente accedieran a participar en la parte empírica de este estudio: AGF Seguros, Ascat Vida, La Unión y el Fénix, La Estrella, Hércules Seguros, Aurora Seguros, Euroseguros, Génesis, Vidacaixa, Seguros Bilbao, Catalana Occidente, Intercaser y Mapfre Vida. Entre todas las entidades aseguradoras que hayan colaborado en esta investigación, he de manifestar la particular ayuda de D. Salvador Tello de Meneses (Director General de CEP - Caixa de Penedès) por las aportaciones de su experiencia empírica en el campo de la banca-seguros.

---

Mis agradecimientos también al Profesor Doctor D. Antonio Alegre, de la Universidad de Barcelona, al Profesor Doctor D. Francisco Bosh, de FRS Ibérica, a la Profesora Doctora Dña Reyes Calderón (mi tutora en estos años) y a D. Enrique Días, Subdirector General de la Vasconavarra, por toda su colaboración y la dedicación generosa de su valioso tiempo.

De modo destacado deseo mencionar toda la ayuda e impulso al Profesor Doctor D. Rafael Morales-Arce, Director-General del BBV, por el ánimo en el proseguimiento del estudio de este tema, que en su momento fueron decisivos para llevar a término esta investigación.

No puedo dejar de expresar aquí, mi agradecimiento muy particular al Profesor Doctor D. José Miguel Ponce, por todo el ánimo que me ha inculcado a lo largo de estos años, todas sus gestiones tanto para acceder a bibliografía como para contactos con empresas y Universidades y su buena voluntad y ayuda en la corrección seguramente menos fácil de un texto escrito por una persona que no domina como quisiera la lengua de Cervantes.

Un agradecimiento también para todos los compañeros de doctorado, y a la Universidad de Navarra por la grata acogida que me ha facilitado estos años de vida en esta bella tierra de Navarra, y también (¿por qué no referirlo?) a la belleza y ambiente de trabajo del *campus* de esta Universidad y al magnífico entorno en que se sitúa.

**INDICE GENERAL**

**ÍNDICE GENERAL**

Página

**INTRODUCCIÓN**

1.	Elección y valoración del tema	3
2.	Fuentes bibliográficas	5
3.	Marco general de la tesis	8
4.	Marco espacial y temporal	13
5.	Metodología y estructura del trabajo	14

**CAPÍTULO I****1. - BANCA Y SEGUROS: FRONTERAS Y RELACIONES**

1.1	Introducción	21
1.2	Bancassurance, allfinanz, assurfinanz	23
1.3	Bancos y aseguradoras: participaciones recíprocas en el capital	26
1.4	Reglamentación de la creación de bancos por compañías de seguros y viceversa	30
1.5	Separación entre Vida y No Vida	32
1.6	Aseguradoras y bancos. Ventajas relativas	35
1.7	Aseguradoras y bancos: algunas cifras comparativas	38
1.7.1	Capitalización bursátil de los principales bancos y aseguradoras	38
1.7.2	Primas de seguros de vida y depósitos bancarios	40

**ÍNDICE GENERAL**

Página

**INTRODUCCIÓN**

1.	Elección y valoración del tema	3
2.	Fuentes bibliográficas	5
3.	Marco general de la tesis	8
4.	Marco espacial y temporal	13
5.	Metodología y estructura del trabajo	14

**CAPÍTULO I****1. - BANCA Y SEGUROS: FRONTERAS Y RELACIONES**

1.1	Introducción	21
1.2	Bancassurance, allfinanz, assurfinanz	23
1.3	Bancos y aseguradoras: participaciones recíprocas en el capital	26
1.4	Reglamentación de la creación de bancos por compañías de seguros y viceversa	30
1.5	Separación entre Vida y No Vida	32
1.6	Aseguradoras y bancos. Ventajas relativas	35
1.7	Aseguradoras y bancos: algunas cifras comparativas	38
1.7.1	Capitalización bursátil de los principales bancos y aseguradoras	38
1.7.2	Primas de seguros de vida y depósitos bancarios	40

	Página
1.7.3 Tratamiento fiscal de los seguros en la CEE	43
1.8 Relaciones posibles entre los bancos y las compañías de seguros	45

## CAPÍTULO II

### 2. - ANALISIS DEL SECTOR ASEGURADOR: PANORAMICA INTERNACIONAL

2.1 Introducción	67
2.2 Las primas de seguros de los principales mercados internacionales	68
2.3 Reparto del mercado de los seguros	79
2.4 Densidad de seguros	84
2.5 Penetración del seguro	91
2.6 Los seguros en el mundo: distribución por continentes	96
2.7 Los seguros en el mundo: organizaciones mundiales y regiones	103

## CAPITULO III

### 3. - ANALISIS DE LAS RELACIONES BANCA-SEGUROS EN LA CEE

3.1 Introducción	113
3.2 Número de entidades aseguradoras	115
3.3 Estructura del mercado asegurador	119
3.4 La banca y los seguros en los países europeos	
3.4.1 La banca y los seguros en los países de la CEE: frontera entre las dos actividades	123

	Página
3.5 La banca-seguros en Francia, Alemania, Reino Unido y Portugal	131
3.5.1 - Francia	131
3.5.2 - Alemania	134
3.5.3 - Gran Bretaña	137
3.5.4 - Portugal	139
3.6 Las directivas comunitarias sobre seguros	145
3.6.1 - Objetivo de las directivas sobre seguros	145
3.6.2 - Principales directivas sobre seguros	150

#### CAPITULO IV

#### 4. - LOS SEGUROS EN ESPAÑA Y SU DISTRIBUCIÓN

4.1 Los seguros en España	159
4.1.1 - Estructura del negocio asegurador	164
4.1.1.1 - Estructura por ramos	164
4.1.1.2 - Estructura por segmentos	166
4.1.1.3 - Estructura por entidades	167
4.1.2 - Los diez principales grupos del mercado español	169
4.1.3 - La banca en el seguros español	171
4.1.4 - Algunas relaciones banca-seguros en España	179
4.1.5 - Control del mercado	182
4.2 Distribución de seguros en España	185
4.2.1 - Distribución de seguros - la reglamentación del seguro privado	185
4.2.2 - Mediadores de seguros	188
4.2.2.1 - Ejercicio de la profesión de Agentes de Seguros	190

	Página
4.2.3 – Reacción de los agentes y corredores a la entrada de la banca en el negocio asegurador	192
4.2.4 – La nueva ley de distribución de seguros privados	207
4.3 Los canales de distribución en España	212
4.3.1 – Importancia relativa de los diversos canales de distribución	212
4.3.2 – Clarificación de conceptos	214
4.3.3 – Los canales de distribución y su peso en los diversos ramos	216
4.3.4 – Distribución por ramos: instituciones financieras, corredores independientes, grandes almacenes	227

## CAPÍTULO V

### 5. – BANCA-SEGUROS: SITUACION ACTUAL Y TENDENCIAS

5.1 Introducción	237
5.2 El cuestionario empleado en el análisis	238
5.3 Definición de las variables empleadas	242
5.3.1 – Variables sobre la situación de la entidad	243
5.3.1 – Variables sobre las motivaciones	245
5.3.3 – Variables sobre las expectativas	249
5.4 Características generales de las aseguradoras estudiadas	253
5.4.1 – Relación con grupos extranjeros y bancarios	253
5.4.2 – Dimensión de las aseguradoras	255
5.4.3 – Número de empleados, agentes y corredores	258

	Página
5.4.4 – Distribución	260
5.5 La banca-seguros: situación actual (motivaciones, problemas, productos más relevantes)	264
5.5.1 – Motivaciones	265
5.5.2 – Problemas de la distribución bancaria	272
5.5.3 – Productos más adecuados para la distribución bancaria	276
5.5.4 – Factores que han contribuido al desarrollo de la banca-seguros	280
5.6 La banca-seguros: expectativas (distribución de los seguros de vida, tipos de productos, amenazas, perspectivas de futuro)	284
5.6.1 – Distribución de los seguros de vida	284
5.6.2 – Características de los productos de vida	287
5.6.3 – Amenazas para las aseguradoras	291
5.6.4 – Futuro de la banca-seguros	293
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>299</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>311</b>
<b>GLOSARIO</b>	<b>343</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>353</b>

## INDICE DE CUADROS

## ÍNDICE DE CUADROS

## CAPÍTULO I

	Página	
1.1	Los tres nuevos conceptos en banca-seguros	26
1.2	Reglamentación de las participaciones recíprocas de bancos y aseguradoras (países no comunitarios)	28
1.3	Reglamentación de las participaciones recíprocas de bancos y aseguradoras (países comunitarios)	29
1.4	Creación de bancos por compañías de seguros de vida y viceversa	31
1.5	Separación entre Vida y No Vida y entre banca y seguros	33
1.6	Capitalización bursátil: aseguradoras y bancos	40
1.7	Crecimiento de las primas de seguros y de los depósitos bancarios 1989-1990	41
1.8	Tratamiento fiscal de los seguros de vida	44
1.9	Banca y seguros: producto y subproducto	46
1.10	Intervención de los bancos en el área de los seguros	49
1.11	La "integración" banca-seguros	67

## CAPÍTULO II

2.1	Mercados Internacionales de Seguros: Primas (1990)	69
2.2	Seguros de Vida y Seguros no Vida (1990)	72
2.3	Mercados Internacionales de Seguros. Crecimiento de las Primas (1979-1985)	78
2.4	Reparto del mercado de los seguros (1960-1990)	81
2.5	Seguros per cápita (1990)	86

	Página
2.6 Las primas en relación con el PIB. Comparaciones internacionales (1990)	93
2.7 Los seguros en el mundo: continentes 1990 (Vida y no Vida)	97
2.8 Los seguros en el mundo: continentes 1990 (no Vida)	99
2.9 Los seguros en el mundo: continentes 1990 (Vida)	102
2.10 Los seguros en el mundo: organizaciones y regiones 1990 (Vida y noVida)	104
2.11 Los seguros en el mundo: organizaciones y regiones 1990 (Vida)	107

### CAPITULO III

3.1 Número de entidades aseguradoras (1989)	
3.2 Estructura del mercado asegurador en los países de la CEE (1989)	
3.3 La "integración" banca-seguros	125
3.4 Primas de seguros e inflación	141

### CAPÍTULO IV

4.1 El sector asegurador en relación con el PIB	160
4.2 Estructura del mercado asegurador - 1992	164
4.3 Las diez mayores aseguradoras vida - 1991	168
4.4 Los diez primeros grupos del mercado español	170
4.5 Principales grupos o entidades aseguradoras con capital bancario (de bancos)	176
4.6 Principales grupos o entidades aseguradoras con capital bancario (cajas)	177
4.7 Relaciones banca/seguros en España	178
4.8 Composición de la cartera	213
4.9 Distribución - diversos canales - ramo vida	217

	Página
4.10 Distribución: diversos canales (ramo multirriesgos)	219
4.11 Distribución: diversos canales (ramo autos)	221
4.12 Distribución: diversos canales (ramo industrial y otros)	223
4.13 Distribución: diversos canales (total)	224
4.14 Distribución por canales	226
4.15 Distribución ramo vida (desglose por corredores)	228
4.16 Distribución ramo multirriesgos (desglose por corredores)	230
4.17 Distribución ramo autos (desglose por corredores)	231
4.18 Distribución ramo industrial (desglose por corredores)	232
4.19 Distribución ramo otros (desglose por corredores)	233
4.20 Distribución: total de los ramos (desglose por corredores)	234

## CAPÍTULO V

5.1 Correlación: pólizas y primas	263
5.2 Resumen estadístico (variables B11.1 a B11.13)	268
5.3 Resumen estadístico (variables B12.1 a B12.7)	273
5.4 Resumen estadístico (variables B13.1 a B13.10)	277
5.5 Resumen estadístico (variables B14.1 a B14.9)	281
5.6 Resumen estadístico (variables C15.1 a C15.7)	285
5.7 Resumen estadístico (variables C16.1 a C16.4)	288
5.8 Resumen estadístico (variables C17.1 a C17.9)	291
5.9 Resumen estadístico (variables C18.1 a C18.8)	293

## INDICE DE GRAFICOS

## INDICE DE GRAFICOS

	Página
<b>CAPÍTULO I</b>	
1.1	Capitalización bursátil de los principales bancos y aseguradoras europeos (1990) 40
1.2	Crecimiento de los depósitos bancarios respecto a las primas de seguros de vida (1989-1990) 42
<b>CAPÍTULO II</b>	
2.1	Primas - 30 primeros países (1990) 71
2.2	Primas vida y no vida (1990) 74
2.3	Reparto de primas - (1960-1990) 82
2.4	Reparto de primas - (1960) 83
2.5	Seguros per cápita (1990) 87
2.6	Densidad de seguros: vida y no vida 88
2.7	Densidad de seguros: media europea 90
2.8	Primas en relación con el PIB (1990) 94
2.9	Primas vida en relación con el PIB (1990) 95
2.10	Los seguros en el mundo: continentes (1990) 98
2.11	Los seguros no vida en el mundo: continentes (1990) 100
2.12	Los seguros de vida en el mundo: continentes (1990) 103
2.13	Los seguros en el mundo: organizaciones y regiones (1990) 109
2.14	Los seguros de vida en el mundo: organizaciones y regiones (1990) 109

	Página
2.15 Los seguros en el mundo: densidad y penetración del seguro (1990)	129

### CAPITULO III

3.1 Número de aseguradoras, entidades exclusivamente de vida y control extranjero (1989)	139
3.2 Dimensión media de las entidades aseguradoras (1989)	143

### CAPÍTULO IV

4.1 El sector asegurador en relación con el PIB (1981-1991)	161
4.2 Estructura del mercado asegurador español: ramos (1992)	165
4.3 Estructura del mercado asegurador: distribución por segmentos (1990)	166
4.4 Entidades con capital bancario en el seguro español (1983-1988)	173
4.5 Grado de penetración de la banca: ramos/nº entidades (1989)	174
4.6 Grado de penetración de la banca: ramos/primas (1989)	175
4.7 Cuotas de mercado (1990)	183
4.8 Cuotas de mercado: principales bancos (1990)	184

### CAPITULO V

5.1 Relaciones con bancos y grupos extranjeros	254
5.2 Aseguradoras: volumen total de primas	256
5.3 Aseguradoras: primas vida	257
5.4 Aseguradoras: primas únicas en el volumen total del ramo vida	258

	Página
5.5	Canales de distribución utilizados 261
5.6	Importancia relativa de cada canal 262
5.7	Motivaciones (medias) 269
5.8	Clusters 1 y 2 (medias) 270
5.9	Problemas de la distribución bancaria (medias) 275
5.10	Productos más adecuados para la distribución bancaria (medias) 279
5.11	Principales factores que han contribuido al desarrollo de la banca-seguros (medias) 282
5.12	Canales de distribución preferenciales para seguros de vida (medias) 286
5.13	Características de los productos de vida a distribuir por los bancos (medias) 289
5.14	Amenazas para el sector asegurador (medias) 292
5.15	Futuro de la banca-seguros (medias) 294

## INTRODUCCION

## **1. Elección y valoración del tema**

La elección del tema de esta tesis supone un especial interés por los asuntos relacionados con la actividad aseguradora, debido a, entre otros motivos, la situación profesional y la formación de postgrado de la doctoranda en el área de los seguros.

La penetración de la banca en el campo de los seguros es un fenómeno que comenzó a ser relevante a partir de los años ochenta y que por los datos disponibles parece irreversible, tanto por parte de los bancos como por las aseguradoras.

El protagonismo de la banca en la distribución de seguros es sobretodo notoria en el ramo vida, para el cual se encuentra especialmente orientada debido, entre otras razones que oportunamente indicaremos, a la semejanza de los seguros de vida con otros productos financieros propios de la actividad bancaria.

Si hasta hace poco tiempo, la legislación española se encontraba en desacuerdo con algunas formas de participación de las entidades bancarias en el negocio asegurador (prohibiendo su

actuación directa como canal de distribución de productos aseguradores) en la actualidad, ya es la propia legislación vigente la que permite que los bancos se presenten como agentes de seguros, al englobar en la nueva ley que regula la distribución de seguros, la figura del agente persona jurídica.

Este trabajo tiene como objetivo suministrar una contribución al estudio y a un más profundo conocimiento del fenómeno de la banca-seguros, de la penetración de la banca y de entidades análogas en el negocio asegurador, de la competencia o cooperación entre las dos actividades y de las sinergias que pueden surgir de la interacción entre entidades bancarias y aseguradoras.

Aceptando, pues, las entidades bancarias como un nuevo canal de distribución de productos aseguradores que compite con los demás canales en la captación de los diversos seguros, partimos de la hipótesis de que los bancos van a aportar un mayor volumen de negocio a las compañías de seguros lo que, en última instancia, las beneficiará; las Compañías Aseguradoras tendrán ventajas en aceptar a la banca como distribuidora de productos de seguros, especialmente del ramo Vida, para los cuáles se encuentra más orientada y a cuyos potenciales clientes puede acceder con mayor facilidad.

## 2. Fuentes bibliográficas

Para la realización de esta tesis se utilizó bibliografía de diversas procedencias. Se consideramos que el asunto tratado es de gran actualidad y tiene un pasado todavía reciente, entendemos por qué, a la hora de buscar referencias sobre el tema nos encontramos con una bibliografía más bien escasa, tanto a nivel de España, como en otros países con una experiencia algo mayor en este campo.

Pero si los libros que tratan sobre banca-seguros son escasos, sucede lo contrario con los artículos de revistas y periódicos especializados que tratan este tema: existe una proliferación de referencias sobre el tema de la banca-seguros, en publicaciones especializadas de seguros de diversos países y también en periódicos económicos.

Otra fuente bibliográfica que hemos consultado con frecuencia se refiere a las diversas publicaciones que reúnen las ponencias o comunicaciones en conferencias y seminarios del sector de seguros, organizadas por diversas entidades de los varios países y dónde, además de escritos de expertos de diversas Universidades, se recogen las opiniones, puntos de vista y expectativas de directivos de compañías aseguradoras, lo que siempre nos acerca a la realidad y a los problemas percibidos no solo teóricamente, sino también en el desarrollo de la propia actividad de los seguros.

En este contexto hemos de hacer referencia a las conferencias y congresos organizados por *ICEA*<sup>1</sup> (España) y por el *I.I.R.E.*<sup>2</sup>, los de *CAPA*<sup>3</sup> (Francia) o a los seminarios de *ESOMAR*<sup>4</sup>.

Estas han sido las fuentes de la bibliografía que principalmente hemos consultado en la elaboración de este trabajo, en lo que concierne a su idea básica y al marco conceptual. En los diversos capítulos, utilizamos a veces a fuentes bibliográficas muy precisas; así, en el segundo capítulo, dónde presentamos el entorno de la actividad aseguradora, empleamos los datos de Sigma - Suisse de Réassurances<sup>5</sup> para las cifras de los seguros a nivel internacional y para los países de la Comunidad Europea. Los datos sobre la situación de los

---

<sup>1</sup> ICEA - Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras, Madrid. ICEA es una organización que se dedica a la investigación y a la formación en el campo de los seguros.

<sup>2</sup> I.I.R.E. - Institute for International Research Madrid, S.A., Madrid.

<sup>3</sup> CAPA - Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, Paris. Tiene como objetivos favorecer el cambio y la difusión de ideas dentro del sector europeo de los seguros.

<sup>4</sup> ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam. Es una asociación fundada en 1948 que representa a los profesionales de marketing y a los especialistas en investigación o estudios de mercado.

<sup>5</sup> Entidad, con sede en Suiza, que anualmente publica los datos y diversas investigaciones sobre el sector asegurador internacional.

seguros en España, los recogemos sobre todo de los Boletines Estadísticos de la Dirección General de Seguros y también de los avances estadísticos de UNESPA<sup>6</sup>.

La información sobre la situación de los seguros en la legislación comunitaria procede, tanto directamente de las directivas sobre seguros publicadas en los diarios de la CEE, como de compilaciones de leyes en libros sobre derecho comunitario y también de informaciones de algunas entidades representativas de los seguros en España, como ICEA y UNESPA.

En el cuarto capítulo, dónde ponemos de manifiesto la situación de la distribución de los seguros frente a la ley española, hemos buscado la información en las fuentes originales, diversos Boletines Oficiales del Estado (B.O.E.) y también en algunas publicaciones sobre seguros. Para la segunda parte de este capítulo, sobre la situación de los diversos canales de distribución en España, nos hemos basado sobre todo en las publicaciones de ICEA.

Para la elaboración del quinto capítulo recurrimos a la información directa, conseguida a través de encuestas a directivos de las principales compañías de seguros de vida en España.

---

<sup>6</sup> UNESPA - Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras, Madrid. Es una asociación de empresarios aseguradores españoles encargada de defender los intereses del sector.

Una última fuente que hemos consultado y que no queremos dejar de mencionar, ha sido el intercambio directo de impresiones con directores de algunas compañías de seguros y también con profesores de algunas Universidades que amablemente nos han dado algunas sugerencias y nos manifestaron sus posiciones sobre el objeto de esta investigación.

### **3. Marco general de la tesis**

La banca y los seguros han sido durante muchos años actividades bien distintas: los seguros se dedicaban a la asunción de riesgos y los bancos a su actividad tradicional de créditos/depósitos. La legislación vigente en los diversos países tampoco permitía una mayor correlación de las dos actividades.

Los cambios ocurridos a nivel internacional provocaron alteraciones profundas en la macroeconomía y en el comportamiento de los diversos agentes económicos: la inflación, la disminución de los sueldos reales, el envejecimiento de la población y los problemas resultantes, suscita en los individuos de los países industrializados una mayor preocupación por el futuro y lleva a un aumento de la búsqueda del ahorro individual, materializado no sólo en los tradicionales depósitos en entidades bancarias o análogas, sino a través de seguros de vida o fondos de pensiones.

Las innovaciones tecnológicas, sobre todo el gran desarrollo de los medios informáticos, han propiciado la aparición de nuevos productos y servicios financieros integrados, difícilmente concebibles, hace unos años, sin el recurso a estas nuevas tecnologías.

La conjunción de todos los factores referidos implican cambios significativos en los mercados financieros, donde los bancos y las compañías aseguradoras van a tomar un papel relevante. Surgen nuevos productos y servicios financieros en los cuales ya no se distingue claramente, como solía pasar antes, su especificidad para la banca o como producto de seguro.

La aparición de nuevos términos en la literatura financiera, como *bancassurance*<sup>7</sup>, *assurbanque*, *assurfinance*<sup>8</sup> o *allfinanz*<sup>9</sup> reflejan bien la importancia de las nuevas relaciones entre entidades financieras y compañías aseguradoras.

---

<sup>7</sup> *Bancassurance* - término vulgarizado por los franceses para referirse al fenómeno de la integración de las actividades bancaria y aseguradora. Se refiere, como curiosidad, que el término *bancassurance* ha sido introducido por Allegre, Richer, en 1989.

<sup>8</sup> *Assurfinance* - término correspondiente en francés de *Allfinanz*.

<sup>9</sup> *Allfinanz* - término utilizado por los bancos alemanes. Expresa la idea de que se puede ofrecer a los clientes, conjuntamente, una gama completa de productos financieros.

Los bancos presentan, respecto a las compañías de seguros, y para el público en general, una mejor imagen. En encuestas realizadas en diversos países, los individuos afirman conocer los nombres de los bancos con los cuáles trabajan, dónde tienen domiciliadas sus nóminas, sus pagos, sus tarjetas de crédito/débito, pero en pocas ocasiones recuerdan el nombre de la compañía de seguros en la cual tienen asegurados sus bienes o su futuro. Además, los bancos se han incorporado a la evolución de las técnicas y de los medios informáticos mucho antes que las aseguradoras y generalmente disponen de bases de datos que permiten la identificación de sus clientes, que les facilita conocer a cada uno de ellos, sus necesidades y aspiraciones financieras.

De acuerdo con lo anteriormente expuesto, se puede entender como los bancos pueden acceder más fácilmente a sus clientes, y en el ámbito de una oferta integrada presentarles, además de sus tradicionales depósitos, otros productos financieros como los seguros.

Está claro, que las entidades bancarias no van a entrar en el negocio asegurador sólo para ayudar a la industria aseguradora, sino también por los beneficios que puedan obtener por estar en dicho negocio. En esta tesis nos vamos centrar en la actividad de la banca como distribuidora, y no como posible productora de seguros, problema que, además, parece no ser demasiado atractivo para las entidades de crédito, como afirma Ortega<sup>10</sup> en

---

<sup>10</sup> ORTEGA, J. F., *Posibilidades de la banca en el negocio asegurador*, Tesis Doctoral, Barcelona, julio de 1991.

su tesis doctoral. Además interesa señalar que en esta investigación apenas mencionamos la distribución a través de entidades bancarias de los seguros no vida, porque, en nuestra opinión, los seguros no vida presentan problemas de posventa que merecen ser analizados con más detalle en un estudio especialmente dedicado a ellos.

El negocio asegurador representa, sin duda, un mercado atractivo para que las entidades bancarias lo miren con interés e intenten participar como vendedoras de productos de seguros, especialmente del ramo vida. Si nos fijamos en el volumen del negocio asegurador, tanto a nivel internacional o de la propia Comunidad Europea, comprenderemos por qué a los bancos les interesa participar en dicha actividad.

A nivel de España, sí bien el volumen de primas de seguros es significativo, nos encontramos frente a un negocio todavía poco desarrollado y con fuertes posibilidades de expansión, debido a varios factores que oportunamente comentaremos.

Así, también en España, los bancos encuentran ventajas en actuar como distribuidores de productos de seguros, pues pueden acceder a un mercado todavía bastante inexplorado y con potencialidades de crecimiento. Esta "intromisión" de la banca en el negocio asegurador es un hecho desde hace unos años, pero no ha tenido especial relevancia hasta la década de los ochenta. Todo

nos parece indicar que la presencia de la banca como canal de distribución de seguros es un fenómeno irreversible.

La legislación española no estaba, sin embargo, de acuerdo con el desarrollo de los hechos que se presentaban en el mercado, al no permitir la entrada de los bancos directamente como distribuidores de seguros. Éstos sólo podían actuar a través de corredurías que formaban y, en ningún caso, como agentes de una compañía de seguros. Pero la nueva ley de distribución de seguros aprobada en Abril de 1992 aporta un nuevo concepto de "agente persona jurídica"<sup>11</sup>, lo que abre el campo para la entrada de los bancos u otras entidades<sup>12</sup> como agentes de cualquier aseguradora.

Dicha ley viene, pues, a reglamentar lo que la práctica ya había aceptado. La entrada de la banca en el negocio asegurador se ha convertido en un hecho consumado.

Las entidades bancarias habían conseguido una cuota de cerca del 8 por cien del total de las primas de seguros recaudadas en el año 1990, lo que representa primas por valor de 1.011.919 millones de pesetas; en lo que respecta al ramo Vida, las oficinas

---

<sup>11</sup> Ley 9/1992, de 30 de abril, sobre Mediación en Seguros Privados, BOE nº 106, de 2 de mayo de 1992.

<sup>12</sup> Además de la banca, cualquier entidad podrá ser agente de una compañía de seguros, sea una gasolinera que pretende vender seguros, sea un hipermercado que también los comercializa en sus establecimientos.

bancarias alcanzaron el 21,65 por cien de la producción de este ramo, por un total de 230.513 millones de pesetas<sup>13</sup>.

#### **4. Marco espacial y temporal**

Por tratarse de un tema todavía reciente en el mercado financiero, no podemos hacer un largo historial sobre la banca-seguros; por ello, se ha realizado un análisis de la situación de los seguros a nivel internacional y de España de acuerdo con los últimos datos publicados, o sea los del ejercicio 1990<sup>14</sup>.

La encuesta utilizada en el quinto capítulo de esta tesis ha sido enviada a las entidades correspondientes en febrero de 1993 y las respuestas se recibieron entre febrero y abril del mismo año. La recogida de información se dió por finalizada en junio de 1993.

---

<sup>13</sup> Los valores presentados corresponden a la información recogida por ICEA y representan el 53,84% del total de primas del sector asegurador en el año 1990; en ellos no se han tenido en cuenta las primas únicas del ramo de vida ni los ramos específicos - asistencia, crédito y caución, decesos, defensa jurídica y seguro agrario.

<sup>14</sup> Para el caso de España ya podemos contar, en algunos casos, con datos de 1992, publicados por UNESPA en un avance estadístico.

## 5. Metodología y estructura del trabajo

En este estudio se empleó la metodología que a continuación resumimos:

a) Análisis teórico del fenómeno de la banca-seguros, que basamos en diversas consultas bibliográficas, con especial referencia a las mencionadas en el punto 2 de esta Introducción (página 5).

b) Análisis cuantitativo del sector asegurador a nivel internacional, de la Comunidad Económica Europea y de España, esencialmente a través de los datos publicados por Sigma Suisse de Réassurances, Dirección General de Seguros de España y UNESPA. Se utilizó un análisis estadístico univariante para el tratamiento de estos datos.

c) Análisis empírico de las relaciones banca-seguros en España, a través de las opiniones de los directores generales de las principales compañías aseguradoras de España, que representaban en 1991 más del sesenta por cien del mercado de seguros de vida español. Utilizamos como técnica de investigación la encuesta por correo, que dirigimos en el mes de febrero a estas entidades y cuyas respuestas recibimos en los meses de febrero a abril de 1993. En la segunda parte del último capítulo, indicamos algunas políticas que pueden llevar al éxito

en las relaciones banca-seguros; nos basamos, para ello, en un estudio empírico, realizado por la empresa Coopers & Lybrand; estas entrevistas fueron dirigidas a altos ejecutivos de las oficinas centrales de cincuenta bancos y compañías de seguros de varios países europeos, y tuvieron lugar en los meses de octubre y diciembre de 1992. Se utilizaron técnicas de análisis estadístico univariante y también, en algunos casos, de análisis estadístico multivariante (análisis *cluster*) en el tratamiento de los datos.

Esta tesis se divide en cinco capítulos. El primer capítulo trata de establecer un marco que facilite el análisis del problema de la banca-seguros, los principales eventos de la macroeconomía que condujeron al desarrollo de productos situados en la frontera entre las dos actividades y que llevaron a una mayor relación entre las entidades bancarias y aseguradoras. Por ello tratamos también de mostrar algunas de las posibles relaciones entre ambas entidades y, finalmente, poner de relieve algunos ejemplos de productos/servicios que se encuentran directamente ligados a esta actividad de banca-seguros. Los ejemplos se refieren a diversos países; hemos intentado también buscar referencias desde los primeros años de la década de los ochenta, cuando el fenómeno empezó a tener importancia en todo el mundo.

El segundo capítulo pone de manifiesto la importancia de la actividad aseguradora a nivel mundial, haciendo especial hincapié en los seguros de vida, principal producto del área de los seguros distribuido por entidades bancarias. En este capítulo

pretendemos dar cuenta del peso del sector asegurador en la economía mundial, para demostrar por qué los bancos pueden estar interesados en entrar en el negocio de los seguros.

En el tercer capítulo se refieren las relaciones banca-seguros en algunos países europeos donde el fenómeno se manifestó de forma más inequívoca (Francia, Reino Unido y Alemania) y también en Portugal, país de origen de la autora de esta investigación. Mencionamos también algunas de las principales directivas comunitarias sobre seguros y su importancia en el desarrollo tanto de la actividad aseguradora como también en el contexto de la banca-seguros.

El cuarto capítulo se refiere concretamente a la actividad aseguradora en España, a su menor desarrollo respecto a los demás países de la Comunidad y a los principales mercados mundiales y, por consiguiente, el mercado potencial que se vislumbra en este país y que lo convierte en atractivo para aseguradoras internacionales y también para entidades fuera del campo asegurador, como es caso de la banca. Aquí hacemos también referencia a las relaciones banca-seguros en este país.

También en el capítulo cuarto se trata resumidamente la situación respecto a la legislación vigente sobre la distribución en el área de los seguros, su evolución y las reacciones favorables o negativas de los órganos relacionados con los agentes y corredores de seguros, como el Colegio de Agentes y Corredores

de España, entidad relevante en este asunto, ya que representa al conjunto de agentes y corredores españoles.

Por último, se describe la situación de los diversos canales de distribución en España, su importancia relativa y sus posibilidades futuras, tratando de comparar el canal "oficinas bancarias" con los demás canales existentes en el panorama asegurador español.

El quinto y último capítulo de este estudio recoge la opinión de expertos españoles sobre el tema de la banca-seguros, las tendencias y las perspectivas de futuro para el referido fenómeno. Las opiniones fueron recogidas a través de cuestionarios dirigidos a los directores generales de las entidades aseguradoras más relevantes en el negocio de vida, y que representaban en el año 1991 más del sesenta por cien del mercado de ese ramo<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup> Datos del ranking de seguros 1991, *Ranking Seguros - Volumen de negocio y estructura de balance*, publicado en la revista *Ranking de la Economía Española*, septiembre de 1992.

**CAPITULO I**

**LAS RELACIONES BANCA-SEGUROS:  
PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION,  
CONCEPTOS Y HECHOS**

## 1.1 - INTRODUCCION

A partir de los años ochenta se ha producido, en los países industrializados, una alteración profunda en la macroeconomía y en el comportamiento de los principales agentes económicos.

La inflación, la disminución de los sueldos reales, los problemas surgidos y ampliamente divulgados por la prensa en los sistemas tradicionales de la Seguridad Social, la pérdida de la vigencia de la idea del Estado protector, ya que debido a los movimientos demográficos el Estado ya no puede ser el que tenga a su cargo el sostenimiento de los jubilados dentro de algunos años<sup>15</sup>, han hecho cambiar algunas actitudes de los agentes económicos frente al ahorro.

Las personas se preocupan más por el futuro, la noción de riesgo está más presente en la mente de los individuos. Así, surge una mayor propensión a la búsqueda de activos financieros líquidos y rentables, y una creciente preocupación por el tercer pilar de la Seguridad Social, o sea el ahorro individual, a través de seguros o Fondos de Pensiones.

---

<sup>15</sup> Éstos y otros factores han hecho cambiar las actitudes de los agentes económicos. Vease, a este proposito, AURTENECHEA, J. L., *Planes y Fondos de Pensiones Privados, Manual General de Técnicas Actuariales de Evaluación*, Ed. Caser, Madrid, 1988; ARAUJO, J.M., *Fondos de Pensões: Breve Análise da sua Problemática*, Lisboa, 1986; LAFUENTE, A., *Estudios sobre planes y Fondos de Pensiones*, Ariel Derecho, 1989, Barcelona.

Para las empresas, la gestión financiera ha cobrado una mayor importancia y el recurso al mercado financiero ha aumentado, mientras que la financiación a través de la banca es cada vez menor. Así, para la banca, su negocio tradicional de recolectar depósitos - hacer préstamos (el proceso de intermediación clásico) pierde relevancia y nuevas formas de intermediación en los mercados financieros van ganando posición.

El déficit público también ha provocado la creación de nuevos instrumentos financieros para captar los ahorros de los particulares y de las empresas, recurriendo menos a la creación monetaria como se solía hacer.

En el contexto internacional, la fluctuación cambiaria y el nivel de la deuda externa tienen grandes repercusiones en los mercados financieros.

También las innovaciones tecnológicas de los últimos años han contribuido a un mayor desarrollo de los mercados financieros, permitiendo la aparición de nuevos productos y servicios que, sin el desarrollo de la informática y de las nuevas tecnologías, no hubieran podido alcanzar la eficacia que actualmente tienen y todos reconocen.

## 1.2 - Bancassurance, allfinanz, assurfinanz

Todos los factores anteriormente citados van a explicar una mudanza significativa en los mercados financieros, donde los bancos y las empresas de seguros van a asumir una importancia primordial. La creación de nuevos productos y servicios produce una distinta interrelación entre las entidades financieras, haciendo que las antiguas fronteras se atenúen y haya un mayor intercambio de las actividades, como en el caso de los seguros y la banca<sup>16</sup>.

Como refiere Michel Badoc, *"la aparición de nuevas palabras-claves como "bancassurance"<sup>17</sup> en el vocabulario de las dos profesiones ¿no es testimonio de esta interrelación?"<sup>18</sup>*

---

<sup>16</sup> René DESSAL, director general de CAPA, refiere que *"la generación de profesionales que ha iniciado su actividad a principios de los años 60, ha visto como el seguro iba adoptando un modelo de gestión de tipo industrial, ..., introduciendo innovaciones, productos y servicios, canales de distribución ... y ... llevando a cabo ... acuerdos con sectores próximos: bancos (concepto banca-seguros)."*, DESSAL, René, 1993, *25 años en el CAPA*, XXVIII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, ICEA, marzo 1993, pp. 3 - 5.

<sup>17</sup> - El término *"bancassurance"* fue empleado por ALLEGRE, Richer Associés, en 1989.

<sup>18</sup> BADO, M., *Banques et Assurances - réussir l'Europe*, Les Éditions d'Organisation, Paris, 1990, pág. 15. Traducción libre.

Estas relaciones nuevas entre banca y seguros, no han difundido sólo el término *bancassurance*, sino también los nombres *allfinanz* y *assurfinance*<sup>19</sup>.

El primero término, *bancassurance*, ha sido vulgarizado en Francia y se inició con la creación de una aseguradora por un banco<sup>20</sup>; esta estrategia se debió a las particularidades del mercado asegurador francés, y se constituyó como canalizador del ahorro de los particulares hacia seguros de vida. Jean-Pierre Daniel, en su libro sobre la banca-seguros, refiere que, dentro de algún tiempo, se podrá tal vez encontrar en el Petit Larousse la siguiente definición para *bancassurance*:

*Bancassurance: sustantivo femenino. Neologismo que designa la distribución de contratos de seguros a través de las ventanillas de los bancos o de establecimientos financieros*<sup>21</sup>.

---

<sup>19</sup> Hay que señalar que cualquiera de estos términos todavía no consta del nuevo diccionario de seguros, publicado en 1992 por Editorial Mapfre, y que actualiza las ediciones anteriores del Diccionario Mapfre de Seguros de 1988 (1ª edición) y de 1990 (2ª edición); en la bibliografía se encuentra la referencia completa de este diccionario.

<sup>20</sup> VELASCO, E., *Las tres caras ¿de una misma moneda?*, Marketing y Ventas, nº51, septiembre 1991, pp. 22-23.

<sup>21</sup> DANIEL, J. P., *La bancassurance, fin de la première étape ou dernière étape avant la fin?*, Éditions de Verneuil, Paris, 1992, p. 13. Traducción libre.

El concepto de *allfinanz* se ha generalizado en Alemania, y se refiere a la entrada de las compañías de seguros en el negocio bancario y a la consecuente respuesta de las entidades bancarias en la creación de compañías de seguros. La idea es ofrecer conjuntamente una gama completa de productos financieros. Su inicio se relaciona con la compra de un banco por parte de una compañía de seguros, que ha creado una red de ventas integral para ofrecer productos de seguros, financiación y ahorro<sup>22</sup>.

El último concepto, *assurfinance*, corresponde a "una nueva concepción en la utilización de las redes de distribución de una compañía de seguros al dotar a dicha red de productos financieros generados por la propia aseguradora"<sup>23</sup>. Según la opinión de Jean-Pierre Daniel, *assurfinance* es de alguna forma la correspondiente palabra francesa para el término alemán *allfinanz*.

---

<sup>22</sup> Esta definición de *allfinanz* está de acuerdo con la idea expresada por VELASCO, E., *Las tres caras ¿de una misma moneda?*, Marketing y Ventas, nº51, septiembre 1991, pp. 22-23. Emilio Velasco es profesor-colaborador de Marketing del Instituto de Empresa.

<sup>23</sup> VELASCO, E., obra citada.

**CUADRO 1.1**  
**Los tres nuevos conceptos en banca-seguros**

<b>BANCASSURANCE</b>	Distribución de seguros por la banca
<b>ALLFINANZ</b>	Ofrecer conjuntamente una gama completa de productos financieros
<b>ASSURFINANCE</b>	Distribución de productos financieros por la red de distribución de una compañía de seguros

### **1.3 - Bancos y aseguradoras: participaciones recíprocas en el capital**

Durante muchos años, como hemos indicado, la banca y los seguros se han desarrollado como actividades muy distintas y la propia legislación de los países impedía que las dos actividades se pudiesen interrelacionar. Los seguros se interesaban especialmente por la asunción de riesgos materiales y la banca se dedicaba a su actividad de depósito - crédito.

Pero las transformaciones sufridas por los mercados financieros vienen a modificar la situación: la banca ve

disminuido su papel de intermediario y los seguros dejan de situar su principal objetivo en los resultados técnicos<sup>24</sup> que, durante años, fueron los que definían completamente la rentabilidad del negocio asegurador y pasan a centrar su atención en los resultados financieros, resultantes de la aplicación de los resultados técnicos. El negocio asegurador pasa a ser, cada vez más, un negocio financiero típico; las diferencias entre banca y seguros comienzan a atenuarse, pues se trata de dos negocios financieros, además de las especificaciones de cada sector.

La legislación de los diversos países no permitía que las dos actividades, banca y seguros, se relacionaran; sin embargo, y debido al desarrollo del propio mercado financiero, los países han adaptado sus legislaciones a las nuevas realidades y en la mayoría de ellos se permite, en la actualidad, que los bancos participen en el capital de las aseguradoras o bien al revés, o sea, que las aseguradoras mantengan una participación en el capital social de las entidades bancarias.

Los cuadros 1.2 y 1.3 presentan la situación actual (1991) en diversos países, en lo que respecta a las participaciones recíprocas de bancos y compañías de seguros. Esta legislación, conviene hacerlo notar, evoluciona con cierta celeridad, y los países van cada vez alargando más el abanico de posibilidades de participación.

---

<sup>24</sup>  $\frac{\text{Resultados técnicos}}{(\text{Indemnizaciones} + \text{Comisiones} + \text{Gastos generales})} = \frac{\text{Primas recibidas}}{\text{Primas recibidas}}$  /

**CUADRO 1.2**  
**Reglamentación de las participaciones recíprocas de bancos y**  
**aseguradoras**  
**Países No Comunitarios**

	<b>Bancos en Entidades Aseguradoras</b>	<b>Entidades Aseguradoras en Bancos</b>
<b>Australia</b>	autorizado	el 10% de las acciones; debe ser sometido a autorización
<b>Austria</b>	debe ser sometido a autorización	debe ser sometido a autorización: el 10% de las acciones de la banca o el 10% de las acciones de la aseguradora
<b>Estados Unidos</b>	prohibido, excepto: "credit life insurance", "municipal bonds guarantee insurance"	prohibido
<b>Japón</b>	el 5%; debe ser sometido a autorización	el 10% de las acciones del banco
<b>Noruega</b>	el 10% de las acciones, hasta el 100% del capital de la compañía de seguros	el 10% de las acciones
<b>Suecia</b>	prohibido	el 5% de las acciones con derecho a voto
<b>Suiza</b>	autorizado	el 10% de las acciones; debe ser sometido a autorización

Fuente: OCDE, *Financial Market Trends*, junio 1991, nº49, Paris 1991, pp.41-48.

**CUADRO 1.3**  
**Reglamentación de las participaciones recíprocas de bancos y**  
**aseguradoras**  
**Países Comunitarios**

	<b>Bancos en Entidades Aseguradoras</b>	<b>Entidades Aseguradoras en Bancos</b>
<b>Alemania</b>	el 10% de las acciones; debe ser sometido a autorización	el 10% de las provisiones técnicas; más 10% de las acciones y reservas libres
<b>Bélgica</b>	debe ser sometido a autorización	reservas libres: sin límite provisiones técnicas: con límite
<b>Dinamarca</b>	autorizado desde que el banco y la aseguradora puedan ser filiales de <i>holding</i>	autorizado
<b>España</b>	d.n.c.	el 15% de las acciones del banco; debe ser sometido a autorización
<b>Francia</b>	ilimitado	dentro de ciertos límites
<b>Gran Bretaña</b>	autorizado; el 15% de participaciones de control	el 10%: obligación de informar
<b>Holanda</b>	el 5% de las acciones derecho de voto, bajo autorización	el 5% del capital-acciones derecho de voto, bajo autorización
<b>Portugal</b>	autorizado	autorizado
<b>Italia</b>	desde 1990: sujeto acuerdo banco central	d.n.c.

Fuente: OCDE, Financial Market Trends, junio 1991, nº49, Paris 1991, pp.41-48.

(Nota: d.n.c. - datos no conocidos)

Como se puede ver en los cuadros anteriores, las participaciones recíprocas en el capital de los bancos y de las compañías de seguros están previstas en la ley de cada país y en casi todos existe la posibilidad de participación, aunque dentro de determinados límites, de una entidad en el capital de la otra. En Italia, sin embargo, solo a partir de mayo de 1990 el banco central ha aprobado participaciones de control de bancos en el capital de entidades de seguros. No obstante, 16 bancos adquirieron, sin autorización, participaciones en 20 compañías de seguros y 11 aseguradoras hicieron lo mismo, comprando participaciones en el capital de 13 bancos<sup>25</sup>. También en Estados Unidos, a pesar de la prohibición existente (las entidades aseguradoras no pueden tener filiales bancarias), veinte compañías de seguros poseen bancos, de los denominados "instituciones no bancarias"<sup>26</sup>.

#### **1.4 – Reglamentación de la creación de bancos por compañías de seguros de vida y viceversa**

En la mayoría de los países europeos, los bancos y las compañías de seguros pueden crear conglomerados de banca-

---

<sup>25</sup> SIGMA - Suisse de Réassurances, 2/92, *Bancassurance: banques et assurances entre concurrence et coopération*, Zurich, 1992, p.19.

<sup>26</sup> Idem, p.20.

seguros, encuadrándose en el marco legal del principio de especialización, a través de la creación de holdings financieros. A veces se plantean algunos problemas, cuando en el holding participan empresas de distintas nacionalidades.

Las directivas de la Comunidad Económica Europea intentan de alguna forma facilitar, para los países comunitarios, el problema de las fusiones, cesiones, aportaciones de activos entre las sociedades de Estados-miembros distintos, armonizando sus legislaciones y liberando de algunos problemas de índole fiscal.

**CUADRO 1.4**  
**Creación de Bancos por Compañías de Seguros Vida (CSV)**  
**y viceversa**

	Banco por CSV	Participación máxima (%)	CSV por banco	Participación máxima (%)
Alemania	X	100	X	100
Austria	X	100	X	100
Belgica	X	100	X	100
Dinamarca	X	100	X	100
Finlandia	X	20	X	10
Francia	X	100	X	100
G. Bretaña	X	100	X	100
Italia	X	100	X	100
Holanda	X	100	X	100
Suiza		10	X	100

Fuente: Comité Européen des Assurances, *Décloisonnement de L'assurance vie et autres secteurs des services financiers*, Paris, 1991; Sigma, 2/92.

### 1.5 – Separación entre Vida y No Vida

Uno de los objetivos de la banca-seguros es que las compañías de seguros puedan utilizar como canal de distribución a los bancos y que éstos también puedan utilizar las redes de distribución de las aseguradoras para colocar sus productos.

De acuerdo con el informe de Sigma sobre *Bancassurance*, "uno de los aspectos importantes del concepto de *bancassurance*, la distribución de productos de vida y no vida a través de sociedades de seguros no vida y vida, obedece al principio de la separación de los ramos"<sup>27</sup>.

Este principio de separación de los ramos de seguros Vida y no Vida se encuentra en vigor y es obligatorio para todas las entidades aseguradoras de la Comunidad Europea, desde la entrada en vigor de la Primera Directiva relativa a los seguros de vida<sup>28</sup>, y se aplica a las empresas creadas después del 13 de marzo de 1979. Esta separación, sin embargo, no es obligatoria en todos los países europeos no comunitarios. También las posibilidades de cooperación entre entidades aseguradoras y la

---

<sup>27</sup> SIGMA, Suisse de Réassurances, *Bancassurance: banques et assurances entre concurrence et coopération*, Zurich, 1992, p.23. Traducción libre.

<sup>28</sup> En el segundo capítulo de este estudio hablaremos más detalladamente de las Directivas Comunitarias y sus consecuencias.

banca son distintas en los diversos países considerados. En el cuadro 1.5 se resume la situación en algunos países europeos, comunitarios y extra-comunitarios.

**CUADRO 1.5**

**Separación entre Vida y No Vida y entre banca y seguros**

<b>País</b>	<b>Vida/No Vida</b>	<b>Cooperación Aseguradoras Vida (AV)/Instituciones Financieras</b>
<b>Alemania</b>	Separación de ramos	AV no pueden practicar operaciones ajenas a los seguros. Los bancos deben crear su propia AV. Intermediación autorizada.
<b>Austria</b>	No es obligatorio separar los ramos. Balance por ramos.	Posibilidad de distribuir seguros a través de los bancos.
<b>Belgica</b>	Separación de ramos.	Cooperación en distribución y tecnología.
<b>Dinamarca</b>	Separación de ramos. se puede distribuir Vida y No Vida desde que la AV pertenezca al mismo grupo.	Cooperación en el campo de la distribución. Las aseguradoras pueden ofrecer otras prestaciones financieras.
<b>Finlandia</b>	No es obligatorio separar los ramos.	En evolución.
<b>Francia</b>	Separación de ramos. Las AV pueden ofrecer garantías complementarias no Vida en una póliza Vida.	Pueden ofrecer participaciones a "fonds de placement ouvert" o a sociedades inmobiliarias.

**Cuadro 1.5 (continuación)**

<b>País</b>	<b>Vida/No Vida</b>	<b>Cooperación Aseguradoras Vida (AV)/Instituciones Financieras</b>
Gran Bretaña	Separación de ramos.	Combinación de productos Vida y No Vida en materia de préstamos hipotecarios; distribución efectuada también por los bancos.
Italia	Separación de ramos.	Poca evolución.
Noruega	Separación de ramos.	Los bancos venden seguros de vida de grupo ligados a préstamos hipotecarios y seguros de renta en cuanto agentes de AV.
Países Bajos	No separación de ramos.	Cooperación entre AV y bancos.
Suécia	Separación de ramos, mismo en un grupo.	Se espera revisión de la reglamentación.
Suiza	Separación de ramos.	Supresión de acuerdos entre bancos y aseguradoras No Vida. Flexibilización de las participaciones entre bancos y AV.

Fuente: Comité Européen des Assurances. *Décloisonnement de L'assurance vie et autres secteurs des services financiers*, Paris, 1991; Sigma, 2/92.

## **1.6 – Aseguradoras y bancos. Ventajas relativas**

Si bien los dos sectores de actividad se van aproximando, es obvio que cada uno mantenga sus ventajas respecto del otro. Se suele afirmar que, para el público en general, los bancos presentan una mejor imagen que las compañías de seguros, pues los primeros desarrollan políticas de "marketing" más agresivas y siempre se consideran instituciones de más confianza. En las encuestas realizadas en diversos países para saber la opinión de las personas sobre los bancos y las compañías de seguros, siempre sale como resultado que los encuestados dicen confiar en los bancos y conocen bien los nombres de los bancos con los cuáles suelen trabajar; por el contrario, la mayoría dice no confiar mucho en las compañías de seguros<sup>29</sup> (¡siempre quieren defender sus intereses y no los de los asegurados!) y muchos no conocen los nombres de las compañías donde tienen sus seguros.

---

<sup>29</sup> Como ejemplo, podemos referir los resultados de una encuesta realizada en Francia, en 1980; a la pregunta "¿ En quién tienes confianza?", las respuestas fueron:

- el 44%, en la banca;
- el 41%, en las cajas de pensiones;
- el 32%, en las cajas de ahorro;
- y sólo el 8%, en las compañías de seguros.

Encuesta referida en la revista "L'Argus", "Seminaire Marketing du CAPA, Banque et Assurance: menace ou Association?", número 5670, 28 de noviembre, 1980, pág. 2604.

Los bancos también presentan una ventaja muy relevante: su magnífica base de clientes. Los bancos conocen la situación patrimonial de cada individuo que tiene una cuenta en una de sus oficinas: cuánto es su nómina, los rendimientos familiares, qué préstamos ha pedido, cómo paga los préstamos, qué dinero disponible tiene para invertir, etc. .

Parece claro que comunicar estos datos a otras empresas no sería correcto y presenta problemas éticos. Pero el banco, sin comunicar estos datos a otros, puede él mismo utilizar esta base de clientes para ofrecerles nuevos productos y posibilidades de inversión.

En el campo de las nuevas tecnologías y gracias al desarrollo informático alcanzado, los bancos también presentan ventajas respecto a las compañías de seguros, pues comenzaron a utilizar las nuevas tecnologías más pronto que la mayoría de las aseguradoras.

Mientras los bancos tienen una gran red de distribución, que permite obtener una amplia cobertura, las compañías de seguros tienen una red de distribución menos extendida. Sin embargo, tienen en su favor una mayor preparación de sus empleados para explicar los productos a los clientes potenciales y para continuar con el apoyo posventa, pues los productos de seguros no terminan en el momento de su venta, sino que necesitan seguimiento por parte de los agentes de seguros, para hacer frente a las actualizaciones necesarias, a las

regularizaciones de siniestros, etc.. Como decía Jacques Lallement en una conferencia destinada a los alumnos y profesores de la Universidad Paris-X de Nanterre, *"la red de distribución de las compañías aseguradoras conoce mejor el territorio... La red de distribución de los seguros puede aportar a los clientes un servicio personalizado mejor que lo ofrecido por las ventanillas automáticas de los bancos..."*<sup>30</sup>

La banca y los seguros han vivido "de espaldas" uno a otro, pero la situación está cambiando. En los primeros años de la década de los ochenta, Jacques Delors, en un coloquio sobre seguros, refería, dirigiéndose a las compañías aseguradoras: *"Estaréis en competición directa con la banca... Es necesario prepararse... Banca y seguros, os pongo en la misma línea... Y que gane el mejor!"*<sup>31</sup>.

En nuestra opinión, ambas entidades pueden interrelacionarse en varios puntos, tanto en los aspectos financieros, como en los comerciales, con el fin de aprovechar sinergias y a desarrollar formas de cooperación en las que se beneficien mutuamente.

---

<sup>30</sup> LALLEMENT, J., (presidente de la Fédération Française des Sociétés d'Assurance), citado en la revista "L'Assurance française", número 476, 16/31, mayo, 1984. Traducción libre.

<sup>31</sup> DELORS, J., "Colloque Socialiste" sobre seguros, Clichy, 1984 (citado en L'Assurance Française, nº 476, 16/31, mayo, 1984.

## **1.7 - Aseguradoras y Bancos: algunas cifras comparativas**

### **1.7.1 - Capitalización bursátil de los principales bancos y aseguradoras**

Los principales sectores del mercado de servicios financieros son el sector bancario y el sector asegurador. En la Comunidad Económica Europea los dos sectores son aproximadamente equivalentes. Eso se puede demostrar a través de la capitalización bursátil de los diez mayores bancos de la Comunidad y de la capitalización bursátil de las diez mayores compañías de seguros: 73.391 millones de ECU para los bancos, 67.632 millones de ECU para las aseguradoras.

En el cuadro 1.6 se hace el desglose de las cifras respectivas a la capitalización bursátil de los diez mayores bancos y aseguradoras europeas, con fecha de enero de 1990.

La primera aseguradora, Allianz, presentaba, en enero de 1990, una capitalización bursátil superior a la del primer banco europeo, el Deutsch Bank (19.747 y 15.730 millones de ECU, respectivamente). La aseguradora que se sitúa en la segunda posición, Generali, también presenta una capitalización bursátil bastante superior a la verificada por el segundo banco, el Barclays Bank (14.626 y 8531 millones de ECU, respectivamente). A partir del cuarto lugar del ranking, ocupado

por la aseguradora Prudential y por el banco español BBV, la situación se invierte y las capitalizaciones bursátiles de las aseguradoras son sensiblemente más bajas que las correspondientes a los bancos situados en la misma posición de este ranking.

**CUADRO 1.6**  
**CAPITALIZACIÓN BURSÁTIL**  
**Bancos (15/01/90) y Aseguradoras (12/01/90)**

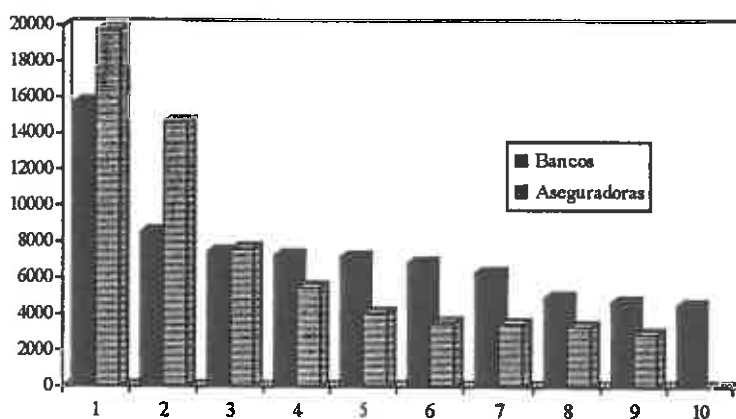
(millones de ECU)

1.	Deutsch Bank	15.730,0	1.	Allianz	19.746,9
2.	Barclays	8.531,0	2.	Generali	14.625,5
3.	Nat West	7.442,0	3.	Munich Re	7.602,1
4.	BBV	7.248,0	4.	Prudential	5.482,9
5.	Dresdner	7.168,0	5.	Nation. Ned.	4.067,7
6.	Paribas	6.822,0	6.	Royal Ins.	3.537,6
7.	Suez	6.280,0	7.	Sun Alliance	3.463,3
8.	Lloyds	4.939,0	8.	Gen.Accident	3.323,3
9.	Soc.Generale	4.712,0	9.	LloydsAbbey	2.928,3
10.	Santander	4.519,0	10.	Com. Union	2.854,9
	TOTAL	73.391,0		TOTAL	67.632,5

Fuente: European Banker, 29 de enero de 1991.

En el gráfico 1.1 se representan los datos anteriores sobre la capitalización bursátil de los principales bancos y aseguradoras con el fin de facilitar el análisis comparativo.

**GRÁFICO 1.1**  
**Capitalización bursátil de los principales bancos y aseguradoras europeos**



Fuente: European Banker, 29 de enero de 1991.

### 1.7.2 – Primas de seguros Vida y depósitos bancarios

La liberalización y las innovaciones financieras iniciadas en la década de los ochenta han provocado fuertes cambios en los mercados financieros. La separación estricta entre bancos y seguros estaba cada vez más alejada de la realidad de dichos mercados. También los cambios demográficos, la consecuente erosión de las pensiones del Estado para los que habían alcanzado la edad de jubilación, y también razones de orden fiscal provocaron el traslado de los ahorros de los individuos desde los productos tradicionales de ahorro vendidos por los bancos, a

productos de seguros de vida, fondos de pensiones y jubilación ofrecidos por las compañías de seguros.

Como podemos ver en el cuadro 1.7 y en el gráfico 1.2, en todos los países considerados los depósitos<sup>32</sup> en los bancos han crecido menos que los seguros de vida.

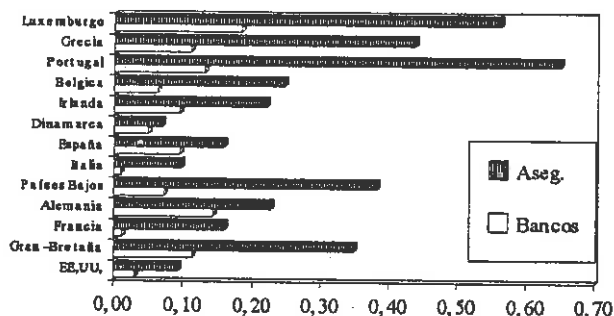
**CUADRO 1.7**  
**Crecimiento de las primas de seguros de vida y de los depósitos bancarios 1989-1990**

	Bancos	Aseg.
EE.UU.	0,03	0,09
Gran-Bretaña	0,11	0,35
Francia	0,01	0,16
Alemania	0,14	0,23
Países Bajos	0,07	0,38
Italia	0,01	0,10
España	0,10	0,16
Dinamarca	0,05	0,07
Irlanda	0,10	0,22
Belgica	0,06	0,25
Portugal	0,13	0,65
Grecia	0,11	0,44
Luxemburgo	0,18	0,56

Fuentes: Sigma Suisse de Réassurances 2/91.  
Sigma Suisse de Réassurances 4/92.  
Statistiques Financières Internationales,  
Fondo Monetario Internacional, 1992.  
Elaboración propia.

<sup>32</sup> Se ha considerado como valor aproximado de los depósitos el agregado monetario "Quasi-money", de acuerdo con la definición del Fondo Monetario Internacional (comprende los depósitos de ahorro a plazo más los depósitos en moneda extranjera - definición del FMI, International Financial Statistics, febrero 1992, p.12).

**GRÁFICO 1.2**  
**Crecimiento de los depósitos bancarios respecto**  
**a las primas de seguros de vida**  
**(1989-1990)**



Fuentes: Sigma Suisse de Réassurances 2/91.  
Sigma Suisse de Réassurances 4/92.  
Statistiques Financières Internationales,  
Fondo Monetario Internacional, 1992.

Este movimiento ha provocado, en la mayor parte de los países, una regresión de los depósitos en los bancos frente a los seguros de vida, pensión y jubilación.. No es extraño, pues, que los bancos intenten acaparar parte de este mercado de seguros de vida para, entre otras razones, recuperar parte del negocio perdido.

### 1.7.3 – Tratamiento fiscal de los seguros

Como ya hemos mencionado, los seguros de vida en diversos países han tenido un crecimiento más acentuado que los depósitos en los bancos debido a, entre motivos, razones de índole fiscal, o sea, tratamiento preferencial respecto a otros productos financieros, en lo que respecta a deducciones en los impuestos sobre la renta<sup>33</sup>.

En todos los países considerados, a excepción de Gran Bretaña, las cotizaciones son deducibles dentro de ciertos límites. Las prestaciones están exentas de impuesto en casi todos ellos; sin embargo, en varios países (Bélgica, Francia, Holanda) las prestaciones están exentas de impuesto solo cuando hayan transcurrido varios años. Un resumen de dicho tratamiento se presenta en el cuadro 1.8 .

---

<sup>33</sup> En España, como en los demás países comunitarios, los seguros de vida disfrutan de determinadas ventajas a nivel de la fiscalidad. Las figuras impositivas que afectan al seguro de vida en España son el Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones y los Impuestos sobre la Renta y sobre el Patrimonio. Sin embargo, se considera que *"tanto del punto de vista del tomador ... como desde el punto del beneficiario ... el tratamiento que se da a los seguros de vida podría mejorar sustancialmente, aún cuando no podamos olvidar la clara voluntad de Bruselas en equiparar los tratamientos fiscales de los productos bancarios y aseguradores cuando haya una evidente similitud en sus características"*, GONZALEZ, G., 1993, *El seguro de vida en España. Reflexiones y estrategias de futuro*, XXVIII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, ICEA, marzo 1993, pp. 11 - 19.

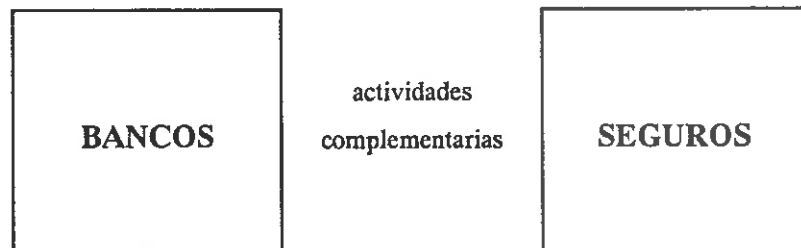
**CUADRO 1.8**  
**Tratamiento fiscal de los seguros de vida**

País	Cotizaciones	Prestaciones
Alemania	deducible dentro del límite autorizado	exentas de impuesto
Bélgica	deducible dentro del límite autorizado	exentas de impuesto después de 10 años
Dinamarca	deducible dentro del límite autorizado	SCC exentos de impuesto SR sujeto a impuesto
España	deducible dentro del límite autorizado	Renta: 20% de impuesto en el origen En caso de vida: impuesto sobre la renta
Francia	deducible dentro del límite autorizado	exentas de impuesto SCC después de 6 años Capitalización después de 8 años
Gran-Bretaña	después de 1984: ningún privilegio para los negocios nuevos	exentas de impuesto
Italia	deducible dentro del límite autorizado	12,5% de la participación en los beneficios
Holanda	deducible dentro del límite autorizado	Prestaciones en capital a partir de 12 años: exentas de impuesto Rentas: sometidas a impuesto
Portugal	deducible dentro del límite autorizado	exentas de impuesto

Fuente: Sigma/Suisse de Réassurances, 2/92.  
SCC - seguros constitutivos de capital; SR - seguros de renta.

## **1.8 – Relaciones posibles entre los Bancos y las Compañías de Seguros**

La banca y los seguros tienen entre sí una conexión muy estrecha, principalmente a partir de los años ochenta. Son, como ya hemos expresado, actividades complementarias. El seguro se dedica a los riesgos físicos, pero tiene implicaciones financieras. Los aseguradores tienen que hacer provisiones antes de los siniestros. Pero estas provisiones pueden – y deben – ser invertidas de forma rentable; la importancia creciente de las plusvalías generadas ha conducido a los aseguradores a prestar una atención cada vez mayor a la gestión de sus activos.



La banca, por su parte, trabaja básicamente con préstamos. Cuando éstos carecen de una garantía real o de una garantía personal, los bancos deben asegurar sus préstamos – así surge la necesidad de los seguros en la banca; pero a la banca le gustaría ella misma hacer sus seguros, pues sería más rentable – de aquí su primer interés por la actividad aseguradora; además del aseguramiento de los créditos, se vería también la posibilidad de captar el ahorro a través de operaciones de seguro, como son los

planes de jubilación, los Fondos de Pensiones, los seguros de renta, etc..

**CUADRO 1.9**  
**Banca y Seguros – Producto y Subproducto**

	Producto	Subproducto
Banca	Dinero	Riesgo (crédito no reembolsado por cliente)
Seguros	Riesgo (evento que responde a leyes estadísticas)	Dinero

Fuente: VELASCO, Emilio, *Las tres caras ¿de una misma moneda?*, Marketing y ventas, nº51, septiembre 1991.

Los objetivos perseguidos por los bancos al entrar en el negocio de los seguros son, entre otros:

1. Mantener sus clientes, al ofrecerle una gama completa de servicios financieros de valoración y protección del patrimonio;
2. Aumentar la cuota del mercado de ahorro a largo plazo;
3. Crear nuevas fuentes de beneficio.

También para las aseguradoras, entrar en el mundo bancario presenta múltiples atractivos: la riqueza de las bases de datos de clientes a que pueden tener acceso si hay algún tipo de

relación con un banco, la inmensa red de distribución que poseen los bancos y, no olvidemos, la buena imagen de la banca que tienen los clientes actuales y potenciales, respecto a una imagen de menos confianza en las aseguradoras.

Así, a ambas entidades les interesa interrelacionarse de alguna forma. Podemos distinguir tres tipos de relación entre banca y seguros:

1. La estrategia más simple sería que cada entidad intenta optimizar su gestión, ampliando su gama de productos nuevos. La agencia bancaria vende productos de seguros y la agencia de seguros vende productos financieros.

En este tipo de relación, los bancos y las aseguradoras pueden tener acuerdos comerciales con terceros, sin que haya una relación de exclusividad.

2. Un banco hace un acuerdo de cooperación con una determinada aseguradora y vende sus productos en toda o parte de sus sucursales, ya sean del propio banco o en una de su grupo.

3. El banco entra en el capital de una Compañía de Seguros y así puede participar en su gestión, en la elaboración de objetivos, convirtiendo la relación

---

más efectiva. La participación en el capital es una opción con resultados más inmediatos que la creación de una nueva compañía; con todo, hay casos en que los bancos crean su propia compañía de seguros o, al revés, la aseguradora crea su propio banco (ejemplo: Banco Mapfre ).

Podemos ver algunos ejemplos de estrategia, seguidos por bancos y aseguradoras de países europeos:

- el Lloyds Bank tomó el control de una importante aseguradora inglesa, Abbey Life, y le delegó todas sus actividades en gestión de patrimonio;

- el Deutsch Bank y una aseguradora alemana, Allianz, intercambiaron participaciones minoritarias de su capital para facilitar la distribución de productos comunes;

- el Crédit Agricole, en Francia, creó una aseguradora cautiva, Predica, y la desarrolló fuertemente;

- uno de los principales aseguradores franceses, GAN, se hizo con la mayoría accionarial de un banco fuertemente implantado en el país, el C.I.C..

El cuadro 1.10 sintetiza algunas de las formas de intervención de los bancos en el sector asegurador:

**CUADRO 1.10**

**Intervención de los bancos en el sector de los seguros**

Los bancos actúan como agentes de seguros; sus empleados venden los productos de seguros	Francia, Holanda, Gran Bretaña
Los bancos tienen agentes de seguros en sus establecimientos para la venta de seguros individuales a clientes y empleados	Gran Bretaña
Los bancos contratan una póliza colectiva con una compañía de seguros y venden seguros individuales a sus clientes	Alemania, EE.UU, Francia, Gran Bretaña
Los bancos poseen compañías de seguros o "brokers"	EE.UU, España, Francia, Gran Bretaña
Las compañías de seguros son propietarias de bancos	EE.UU, Francia, Holanda, Gran Bretaña
El banco utiliza productos de seguros para promover servicios bancarios	España e Italia

Fuente: Boletín Trimestral del "Banco Português do Atlântico", junio/septiembre, número 12, año 4, 1986.

Las posibilidades de colaboración existentes entre las dos entidades, banca y seguros, parecen ser de gran relevancia, sobre todo en lo relativo al seguro de vida y a la distribución. También, como refieren algunos aseguradores, los bancos se interesan por esos importantes fondos propios que las aseguradoras tienen y que *"algunos banqueros "sueñan" sobre su posible mejor administración si estuviesen más directamente en sus manos"*<sup>34</sup>.

Cuando la banca y los seguros empiezan su relación, de inmediato surgen problemas: la formación del personal de las dos entidades es distinta, por eso cada uno se pregunta – ¿estará el personal preparado para vender productos que no conoce muy bien?. También en términos de motivación del personal y en los sueldos surgen diferencias que pueden ocasionar problemas.

Pero, desde otro punto de vista, también hay ventajas: los agentes de seguros tienen una relación más personal con sus clientes, existe un seguimiento post-venta (no podemos olvidar que los productos de seguros presentan características muy propias y muchos de ellos necesitan un seguimiento al cliente, para eventuales alteraciones, regulaciones de siniestros, etc.), están más preparados para explicar el funcionamiento de productos complejos. Como dice Denis Kessler, *"los*

---

<sup>34</sup> CERCOS, J., (delegado y director general para España del Grupo Winterthur), *Grupo Winterthur. Su estrategia y punto de vista en banca-seguros*, Seminario "Banca-Seguros: ¿Hacia una convergencia financiera y comercial?", Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Barcelona, julio, 1991.

*aseguradores están mejor posicionados que los banqueros que venden sus productos por detrás de sus ventanillas; ellos venden directamente, tienen agentes asalariados, independientes a contrato e independientes independientes... Ellos disponen de todos los medios para tocar a sus clientes*"<sup>35</sup>. Por su parte, los bancos disponen de una mayor red de distribución, poseen buenas bases de datos de clientes, tienen más contactos con éstos. Además, y esto es un punto importante que ya habíamos citado anteriormente, la imagen de los bancos para el público en general es mucho mejor que la de las aseguradoras.

Los productos estandarizados y muy simples son los más apropiados para ser vendidos por una de las entidades, aunque hayan sido diseñados por la otra. Aquí, las sinergias banca-seguros se destinan a evitar el desplazamiento de clientes para la competencia.

Resumiendo, los bancos venderán productos simples diseñados por las compañías de seguros, y éstas venderán productos financieros simples que tienen su origen en los bancos. Solo se trata de sinergia comercial: los bancos no van a proseguir con la atención al cliente después de la venta del producto, dejando ese papel al agente de seguros, que fue especialmente entrenado para hacerlo, mientras que los empleados de la banca no poseen esa preparación necesaria para un eficaz cumplimiento

---

<sup>35</sup> KESSLER, D., citado en la revista "La Tribune de L'Assurance", 2 de mayo, 1989, pág. 24.

de todo el papel del seguro, y no sólo al acto de su venta. Por eso se ha llegado a decir que, "*la oferta de productos de "distribución bancaria" ... se materializa bajo el concepto de productos masa, de diseño simples, que permita una amplia difusión. En otras palabras, que permita su comprensión, tanto para el gestor como para el cliente.*"<sup>36</sup>.

Pero los bancos, muchos de ellos sobredimensionados y con exceso de personal (debido entre otros hechos a la reglamentación laboral), no dejan de pensar en la posibilidad de reconvertir parte de su personal, y una de las hipótesis sería dar formación al personal, para que pudieran hacer frente a los problemas que se presentan a los agentes de seguros y que un empleado bancario no está preparado para resolver.

### **1.9 - Algunas interrelaciones entre banca y seguros**

Los bancos venden productos de seguros y las compañías de seguros venden productos bancarios. La aproximación banca-seguros se multiplica en diversas formas. La cooperación (¿o confrontación?) entre las dos actividades asume aspectos diversos:

---

<sup>36</sup> MARÍN, J., *Una realidad banca-seguros: formación y productos para una red financiera*, 7.e semaine internationale du marketing de l'assurance, Paris, Communication n°34 B, CAPA, mayo, 1990.

- los bancos se interesan por los productos de seguros de vida con características de ahorro, similares a los productos bancarios. Este interés ha despertado en la banca debido a incentivos fiscales que, en varios países (Portugal, Francia, España, etc.), los productos de seguro de vida presentaban en relación a los productos bancarios.

- la actividad financiera tanto de la banca como de los seguros genera enormes cantidades de capitales que necesitan ser invertidos; así, una cooperación natural nace entre las dos actividades, tanto en la gestión de fondos como en la participación en los mercados financieros o bien en las grandes "batallas" financieras.

- en general, los productos no vida sólo empezarán a ser comercializados por los bancos después de los productos de vida. No hay productos nuevos; la banca se limita a distribuir los productos clásicos de los seguros, sin apenas sinergia en el ámbito comercial.

- los aseguradores venden productos financieros; así, por ejemplo, ya existen compañías de seguros que están proponiendo a sus clientes tarjetas de crédito y servicios financieros personalizados. Las compañías de seguros escogen un "partenaire" en la banca, de acuerdo con su política general y su voluntad de satisfacer mejor los deseos de los clientes. Así se crean sinergias entre los diversos "partenaires", sea a nivel

comercial o también a otros niveles.

En la década de los ochenta, diversos productos nuevos y operaciones surgieron en el mercado. Como ejemplo, vamos a apuntar algunos de los más significativos:

**en el año 1983**

- el Barclays Bank, a través de su filial Barclays Life Insurance Company, comenzó a comercializar un nuevo producto: se trataba de una póliza de seguro de vida, llamada el "Maximum Cover Plan", que ofrecía una garantía durante los primeros diez años; transcurrido este plazo, la póliza sería revisada en función del rendimiento de las inversiones efectuadas por la Compañía de Seguros.

- en los EE.UU., Citibank se asoció a una Compañía de Seguros para hacer un test, con los clientes de la Compañía, con un producto de alta gama, "Asset Management Account", llamado Focus. La compañía debía utilizar el nombre del Citibank en su campaña promocional y, en cambio, percibiría una comisión del Banco.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Ejemplos referidos en el "Boletim Trimestral do Banco Português do Atlântico", número 12, año 4, junio/septiembre, 1986, Lisboa, pág.9.

. en el año 1984

- el Bank of América alquiló un espacio, en seis de sus agencias en California, a la Compañía de Seguros Capital Holding Company.

- En Francia, UAP lanzó el contrato "Librépargne", un nuevo contrato que posibilita a los inversores escoger entre una opción "vida" y una opción "capitalización". El ritmo de los depósitos es escogido por el propio cliente, con un mínimo de 500 FF. El ahorro puede ser recuperado en cualquier momento, parcial o totalmente, después de transcurrido el plazo de un año.

- También en Francia, el Banque Populaire du Nord constituyó, con Lloyd Continental, una compañía de seguros de vida, Fructuavie SA, que proporciona a los clientes del banco productos para la jubilación, como títulos de capitalización ("Fructuabon"), un contrato colectivo de renta diferida ("Fructuarente") y un contrato de seguro de vida de capital diferido ("Fructuavie").

- Aún en Francia, los hipermercados se lanzaron en la venta de servicios financieros. "Carrefour", asociado a un corredor de seguros, vende pólizas del ramo automóvil a sus clientes, en el hipermercado. "Habitat" propone un conjunto de servicios, llamado

"Basic Services", entre los cuales un seguro de vivienda multi-riesgos ("Basic-Assurance Domicile").

- La UAP, el primer grupo francés de seguros, tomó el control total del Banco Worms, el tercer banco de inversión francés.

Un estudio realizado en los E.E.U.U. en el año de 1984 revela el interés de los consumidores por la venta de productos de seguro de vida por los bancos. Según los resultados de la encuesta efectuada por una firma americana de consultores de New Jersey, del 5% de las familias americanas les gustaría suscribir un seguro de vida en un banco. En términos de volumen de negocios esto supondría, para los bancos, la posibilidad de recaudar cerca de 132 millones de dólares al año en comisiones.<sup>38</sup>

**en el año 1985:**

- Barclays Bank vendió el 34,3% de participación que tenía en el Bank of Scotland y el comprador ha sido una compañía de seguros de Edimburgo, Standard Life, que estudia la posibilidad de cooperación con el banco.

---

<sup>38</sup> Los ejemplos están referidos en el "Boletim Trimestral do Banco Português do Atlântico", número 12, año 4, junio/septiembre, 1986, Lisboa, pág.9.

- En Francia, el Groupe des Assurances Nationales - GAN, entra en el capital del Crédit Industriel y Commercial, cuyo anterior tenedor era el Estado (60%) y la Compagnie Financière du Suez (40%).

- En Dinamarca, las tres mayores compañías de seguros entran en el mercado de los servicios financieros: Top Danmark AS creó su propio banco, Top-Bank AS, y la Baltica Holding AS creó una filial financiera - Baltica Finans AS, mientras Hafnia Insurance AS ha constituido una nueva sociedad-madre, la Hafnia Invest<sup>39</sup>.

. en el año 1986:

- después de la entrada de capital de la aseguradora GAN en el banco CIC, surgió un nuevo producto dirigido a las pequeñas y medias empresas, el "Multinovation". Se trata de un producto con un componente de crédito (proyecto de innovación) y un componente de seguro (riesgo de crédito, muerte de los "hombres-llave" del proyecto, etc.).<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Los ejemplos están referidos en el "Boletim Trimestral do Banco Português do Atlântico", número 12, año 4, junio/septiembre, 1986, Lisboa, pág.9.

<sup>40</sup> Idem.

. en el año 1987:

- En Francia, surgen las tarjetas de seguros, que se vienen distribuyendo desde el final de 1987. La primera fue distribuida por el grupo Azur: se trató de la tarjeta "Diamant".

Estas tarjetas pueden ser solicitadas por cualquier persona, pero antes de emitir las, la compañía se asegura de la solvencia del cliente, sin la cual la adhesión no es posible.

Las tarjetas son distribuidas por los agentes que trabajan para la compañía, por sus propios empleados o bien por los agentes de corretaje que trabajan con la compañía.

Por tratarse de un producto nuevo, vamos a hacer referencia a algunas de estas tarjetas surgidas en Francia en los últimos años:

- tarjeta "DIAMANT" (Groupe Azur): surgió en Diciembre de 1987; su precio era de 125 francos el año. Se pretendió colocar, al final de 1989, las 100 000 tarjetas. El gestor de la tarjeta es Sofinco. Con esta tarjeta se puede acceder a los siguientes servicios de

seguros:

- fraccionar el pago de las cuotas de seguros
- pago al final del mes (o diferido) de las primas
- seguro de muerte accidental gratuito al portador de la tarjeta y a sus familiares
- el capital varía de 10 000 F a 100 000 F según la situación familiar
- balance de jubilación personal y gratuito para el que tiene la tarjeta y su cónyuge
- seguro escolar gratuito para los dos primeros niños del portador de la tarjeta si está asegurado en auto y vivienda en el Groupe Azur
- protección jurídica, seguro vivienda gratuito en el Groupe Azur
- reducción de el 50% en la cotización en caso de paro de más de treinta días ocurrido después de la suscripción de la tarjeta.

La tarjeta da acceso a un crédito gratuito al final del mes y permanente de 4000 F a 15 000 F máximo.

Se pueden hacer compras con la tarjeta en todos los puntos de venta afiliados en la red Diamant (diversos sectores: equipamiento del hogar, equipos de sonido, alquiler de vehículos, accesorios de vehículos, motos, hotelería, tiempos libres, cinema, relojes, bisutería).

La tarjeta presenta múltiples ventajas para sus poseedores: descuentos, tarjetas de fidelidad, ofertas especiales, buenas compras propuestas por los miembros del Diamants Club.

Los poseedores de la tarjeta tienen algunos privilegios: el cliente puede dialogar con el Groupe Azur y los otros socios del Club por el teléfono verde o por minitel. También recibe la revista de la familia activa "Pertinent", una vez al trimestre.

- "Carte Pluriel-MPF Finances": apareció al final de octubre/principio de noviembre de 1988. Es gratuita. El "partenaire" financiero gestor de la tarjeta es "Le CREG". Aporta los siguientes servicios:

- . fraccionar el pago de las cuotas de seguros
- . pago mensual

Sus poseedores pueden acceder a un crédito "revolving" bajo la forma de un descubierto autorizado de 30 000 F hasta 140 000F después del estudio del dossier.

La tasa de interés es variable en función del descubierto, desde el 13,92% hasta el 17,76%.

El portador de la tarjeta MPF Finance puede realizar sus compras en todos los almacenes con acuerdo

con el CREG y en otros sin acuerdo, hasta el límite del descubierto.

Recibe el boletín informativo del CREG y de MPF.

- " UAP nº1 " - surgió en enero de 1989. Es gratuita. El gestor de la tarjeta es Banque Worms (filial a 100% de l'UAP). Permite acceder a los siguientes servicios:

- . fraccionar el pago de las primas
- . diversas posibilidades de pago:
  - todas las primas del mes
  - en tres veces
  - en doce meses
- . dos seguros facultativos pueden ser suscritos con la tarjeta:
  - seguro de cuenta UAP nº1, para garantizar los reembolsos en caso de invalidez parcial o permanente y de muerte (0,49% de los gastos mensuales)
  - seguro de seguridad personal, garantía contra la pérdida de papeles, de la tarjeta, del contenido de la bolsa de mano.

El poseedor de la tarjeta puede acceder a préstamos personales, llamados "chèques projet", de 15.000 F hasta 140 000 F reembolsables en cinco años (para trabajos en el hogar, el pago de un viaje, la compra

de un coche). No es necesaria ninguna factura justificativa. Los intereses son desde el 12,90% hasta el 16,90%.

Con la tarjeta UAP nº1 se puede pagar la gasolina en las gasolineras Total, los viajes en las agencias Wagons-Lits Tourisme y gastos de hospitalización en las clínicas de la red HP. Para las compras, se puede comprar a crédito.

Además de las tarjetas ya citadas, algunas otras han surgido en el mercado francés: la tarjeta "Monceau Aurore", la tarjeta "Allianz", la tarjeta "Compte Axa Plus", la tarjeta "Carte Solidarité".

Los asegurados se han dejado seducir por estas tarjetas. Algunas presentan ventajas y privilegios exclusivos y son las más atractivas en el mercado. En general, todas las tarjetas proponen tres grandes tipos de prestaciones:

1. el fraccionamiento del pago de las primas de seguros
2. el crédito "revolving"
3. las tarjetas de seguros sirven también de medios de pago.

El lanzamiento de estas tarjetas, su concepción, su



elaboración, y su difusión ha supuesto una inversión muy grande. Pero los aseguradores creen que será amortizada rápidamente y que, con ellas, se persigue una mejor atención al cliente y un contacto más directo.

El lanzamiento de las tarjetas fue acompañado, por muchas aseguradoras, de una campaña promocional muy importante: juegos - concursos, campañas radiofónicas, etc..

Esta nueva dinámica de algunos aseguradores ha creado el deseo en las demás compañías de seguros de participar también en proyectos similares.

Con estas tarjetas, las compañías de seguros han entrado en una nueva etapa en los servicios financieros.

El desafío será desarrollar este tipo de servicio de forma eficiente y mantenerse en el mercado sirviendo al cliente y aportando ventajas obvias a las empresas comprometidas<sup>41</sup>.

**. en el año 1988**

- el Banco de Crédito Industrial (España), decidió

---

<sup>41</sup> Ejemplos referenciados en la revista "L'Argus", 3 de marzo, 1989, págs. 680-683.

vender contratos de seguros, aprovechando la confianza del público en la banca, a diferencia de la mala imagen de las Compañías de Seguros. La asociación con Euroseguros funciona bien, pero es la imagen del banco la que vende los productos.

En el año de 1988, el Banco de Crédito Industrial vendió ciento quince mil planes de jubilación.<sup>42</sup>

#### **en el año 1989**

– el Banco de Crédito Industrial, utilizando la misma estrategia del año anterior, vendió veinte mil pólizas de seguros multi-riesgos. Este número representa el 20% del portafolio de la Compañía Euroseguros.

– el Rabobank e Interpolis, de los Países Bajos, con un sólo producto nuevo que reunía características de producto bancario y de seguros ( ahorro y seguro de vida), consiguieron el 20% del mercado.

La década de los noventa nos ha aportado también nuevas relaciones entre banca y seguros; parece previsible que este movimiento no se detendrá, sino que la tendencia es a la expansión de estas relaciones banca/seguros.

---

<sup>42</sup> Ejemplos obtenidos de la revista "L'Argus", 8 de diciembre, 1989, pág. 3213.

**CAPITULO II**

**ANALISIS DEL SECTOR ASEGURADOR:  
PANORAMICA INTERNACIONAL**

## **2.1 - Introducción**

En el capítulo anterior hemos visto algunas de las razones que contribuyeron a la aparición del fenómeno de la banca-seguros. Si se tratara de un sector económicamente poco significativo, los seguros no despertarían el mismo interés que otros sectores de actividad. Sin embargo, el sector asegurador representa un peso significativo en la economía y de ahí el interés que ha despertado, especialmente en el sector bancario.

En este capítulo vamos a indicar algunas de las cifras más relevantes en la actividad aseguradora a nivel mundial, para dar cuenta de la importancia de este sector y para demostrar por qué a los bancos les interesa la actividad de los seguros.

La actividad aseguradora es uno de los principales sectores del mercado de servicios financieros. Las compañías de seguros son instituciones financieras que desempeñan un papel relevante en la asignación de recursos. A través de las primas, las compañías reciben regularmente grandes cantidades de capital, que deben invertir en diversos tipos de valores, según las normas

que regulen la actividad de estas entidades<sup>43</sup>. Como refieren algunos autores, "el sector asegurador está considerado como parte integrante del sistema financiero, es decir, como captador de ahorro y como inversor"<sup>44</sup>. Su importancia no puede ser relegada a un segundo plano, pues se trata de un negocio con un peso muy grande en la economía. A continuación pretendemos mostrar, a través de algunas cifras, la importancia de la actividad aseguradora en algunos países del mundo.

### 2.1.1 - Las primas de seguros de los principales mercados internacionales de seguros

En el cuadro 2.1 se presentan los treinta países con mayores niveles de recaudación de primas de seguros, en términos absolutos, en el año 1990 (en miles de millones de dólares).

---

<sup>43</sup> En España, esto se encuentra regulado por el Reglamento de Ordenación del Seguro Privado, de 1 de agosto de 1985, que establece que las provisiones técnicas de las aseguradoras se deberán invertir para garantizar el cumplimiento de cuatro principios fundamentales: congruencia, seguridad, liquidez y rentabilidad.

<sup>44</sup> MARTINEZ, A., *Competitividad en la empresa de seguros*, Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa, I Congreso Nacional, *Competitividad de la Empresa Española*, La respuesta directiva del empresario español, Universidad Alcalá de Henares, septiembre, 1991.

**CUADRO 2.1**  
**Mercados Internacionales de Seguros**  
**PRIMAS – 1990**

(miles de millones de dólares)

	Mercados	Total	%	% acumulada
1	EE.UU.	482,1	36,22	
2	Japón	278,3	20,91	57,13
3	G.Bretaña	101,7	7,64	64,77
4	Alemania	92,5	6,95	71,72
5	Francia	74,3	5,58	77,30
6	URSS	36,3	2,73	80,03
7	Canada	31,8	2,39	82,42
8	Italia	30,2	2,27	84,69
9	Corea Sur	27,4	2,06	86,75
10	Holanda	24,1	1,81	88,56
11	Australia	22,2	1,67	90,23
12	Suiza	19,6	1,47	91,70
13	España	16,8	1,26	92,96
14	Suecia	11,4	0,86	93,82
15	Africa Sur	10,9	0,82	94,64
16	Finlandia	9,4	0,71	95,34
17	Belgica	8,7	0,65	96,00
18	Austria	8,3	0,62	96,62
19	Taiwán	6,8	0,51	97,13
20	Dinamarca	6,3	0,47	97,60
21	Noruega	5,5	0,41	98,02
22	India	4,6	0,35	98,36
23	Irlanda	4,3	0,32	98,69
24	Israel	2,9	0,22	98,90
25	China	2,8	0,21	99,11
26	Jugoslavia	2,8	0,21	99,32
27	Mexico	2,6	0,20	99,52
28	Brasil	2,5	0,19	99,71
29	Portugal	2,2	0,17	99,87
30	N. Zelandia	1,7	0,13	100,00
	<b>TOTAL</b>	a) 1331	100,00	

Fuente: Sigma – Suisse de Réassurances, Études économiques 4/92, pp.22-23. Elaboración propia.

a) Este valor representa el 98 % del mercado internacional.

Como se puede ver en el cuadro, los Estados Unidos de América concentran la gran parte de las primas a nivel mundial, con el 36,22% de las primas del mercado internacional, seguidos por Japón, con el 20,91% y, a distancia, por Gran Bretaña, con tan solo el 7,64%.

La importancia de los primeros países en la recaudación de primas de seguros es tal que, como podemos constatar a través de los datos, los once primeros países consiguen, por si solos, ¡más de el noventa por cien de las primas a nivel mundial!

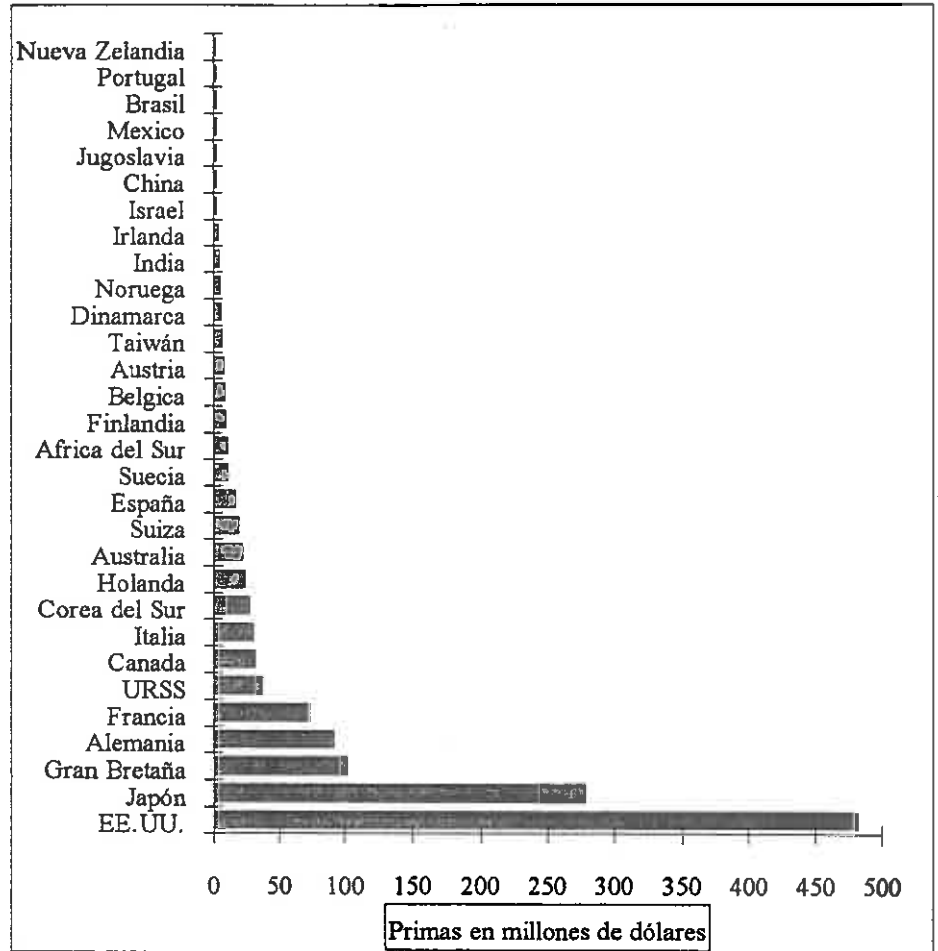
España se sitúa en la décima-tercera posición de este "ranking", con apenas 1,26% de las primas del mercado internacional.

En el gráfico 2.1 podemos observar como los primeros países recaudan una parte importantísima de las primas de seguros a nivel mundial, alcanzando los demás países una cuota poco significativa<sup>45</sup> del mercado internacional (sin considerar los 2% de las primas mundiales recaudadas por los restantes países no incluidos en este estudio).

---

<sup>45</sup> A los once primeros países corresponde el 90,23% de las primas totales, tomando como universo los 28 países representados en el cuadro. Para obtener información sobre los demás países, podrá consultarse el estudio de Suisse de Réassurances, Sigma, Études économiques 4/92, *L'assurance mondiale en 1990: stagnation des affaires - croissance réelle inférieure à 1%*, Compagnie Suisse de Réassurances, Zurich, 1992.

**GRÁFICO 2.1**  
**Primas 1990 – los 30 primeros países**



Fuente: Sigma/Suisse de Réassurances, Etudes économiques 4/92.  
 Elaboración propia.

El cuadro 2.2 nos presenta la situación de los diez primeros países en el ranking mundial (total del negocio) y sus respectivas posiciones cuando se separan los ramos vida y no vida; además de esos países, se consideran también las posiciones de los países ibéricos, España y Portugal.

**CUADRO 2.2**  
**Seguros de Vida y Seguros no Vida**  
**1990**

Rankin g Vida	Mercados	Vida	%	No Vida	%	Ranking No Vida
1	EE.UU.	205,8	42,69	276,3	57,31	1
2	Japón	203,3	73,05	75,0	26,95	2
3	G. Bretaña	65,7	64,60	36,0	35,40	4
5	Alemania	35,6	38,49	56,9	61,51	3
4	Francia	39,1	52,62	35,2	47,38	5
7	URSS	19,4	53,44	16,9	46,56	7
8	Canada	16,0	50,31	15,8	49,69	8
13	Italia	7,7	25,50	22,5	74,50	6
6	Corea Sur	22,4	81,75	5,0	18,25	16
9	Holanda	12,5	51,87	11,6	48,13	10
17	España	4,7	27,98	12,1	72,02	9
31	Portugal	0,5	22,73	1,7	77,27	28

Fuente: Sigma/ Suisse de Réassurances 4/92. Elaboración propia.

En lo que respecta a la separación de las primas percibidas en Vida y No Vida, la situación se presenta de forma distinta en

los principales países.

Los Estados Unidos presentan el 42,69% de sus primas en seguros de vida, mientras que los seguros No Vida representan casi el sesenta por cien del total de primas recaudadas en ese país.

Por el contrario, Japón presenta el mayor porcentaje en seguros de vida, con un setenta y tres por cien del total de sus primas; la misma tendencia se observa en países como Gran Bretaña, Francia, la ex-URSS, Corea del Sur y Holanda. Canadá distribuye equitativamente sus primas por los dos ramos de seguros. Los demás países tienen el mayor porcentaje de sus primas invertidas en seguros no vida.

En el gráfico 2.2 presentamos la desagregación Vida/ No Vida en los países considerados en el cuadro anterior, poniendo en evidencia como la mayoría presenta una mayor inversión en seguros No Vida.

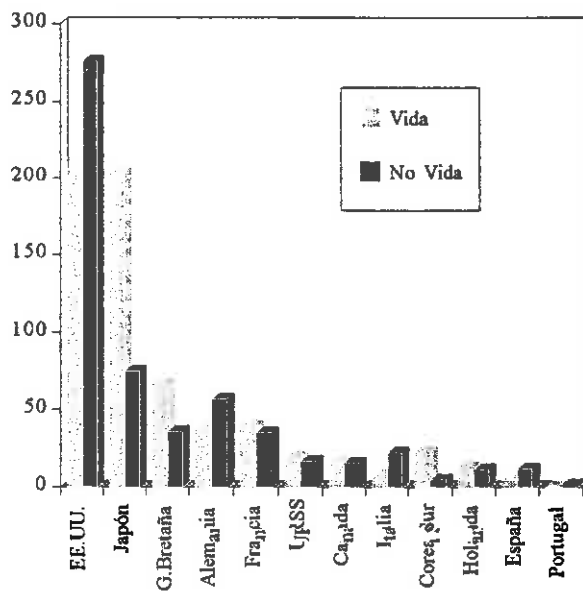
Como ya hemos hecho notar, Japón y Reino Unido presentan el gran porcentaje de sus primas en seguros de vida – respectivamente el 73,05% y el 64,60%; este hecho está relacionado con el desarrollo de la economía verificado en estos países en los últimos años<sup>46</sup>; la tendencia, sin embargo, es que los

---

<sup>46</sup> De acuerdo con los datos de la OCDE, Japón y Reino Unido fueron los países que mayor crecimiento económico tuvieron (datos de 1987). El crecimiento para los países industriales ha sido del 2,75%; Japón, sin embargo, ha crecido un 3,5% y Reino Unido, un 3,8%.

países presenten el mayor porcentaje en seguros no-vida.

**GRÁFICO 2.2**  
**Primas Vida y No Vida**  
**1990**



Fuente: Sigma/Suisse de Réassurances, Études économiques 4/92.

Elaboración propia.

Los países más industrializados presentan mercados de seguros bien desarrollados, tanto en el ramo Vida, como en el ramo No Vida.

La mayor inversión en productos Vida parece corresponder, en un primer análisis, a países con un mayor

rendimiento per cápita, dónde ya se encuentran satisfechas las necesidades básicas y se puede canalizar una parte importante del ahorro hacia productos de seguros con componentes de capitalización y donde los seguros No Vida, como son los seguros del automóvil, de hogar, etc., ya se encuentran ampliamente satisfechos.

Pero esta afirmación no siempre corresponde a la realidad: una mayor inversión en seguros de Vida puede también ser el resultado de incentivos fiscales localizados en el tiempo, que canalizan gran parte del ahorro hacia productos de seguros de Vida, por representar éstos una posibilidad de pagar menos impuestos y, algunas veces también, una evasión fiscal.

Recordemos lo que ocurrió en España con las "*primas únicas*"<sup>47</sup>, en las que se invirtieron miles de millones de pesetas. Como se decía en un documento de trabajo de la Secretaría de Estado de Hacienda (1990), "*el volumen de fondos captados por el sector financiero en pólizas de seguros de prima única hasta final de 1989 alcanza un valor de 2.189.395 millones de pesetas*

---

<sup>47</sup> Las pólizas de *prima única* son un producto financiero dirigido a los ahorradores en general, ampliamente divulgado en los años 1985-1989; fueron suscritas en su mayoría por pequeños ahorradores - 597.139 familias, representando el 84,9%, han suscrito el 42,9% del total de estos seguros, sobre el total de 940.027 millones de pesetas (datos recogidos del Informe de JACUOTOT, E., *Análisis del fraude fiscal procedente de las pólizas de seguros de prima única y las cesiones de crédito*, Documentos de Trabajo de la Secretaría de Estado de Hacienda, Instituto de Estudios Fiscales, Madrid, julio, 1990, pág. 10).

suscritos por 702.717 familias"<sup>48</sup>.

La casi totalidad de los contratos de esta naturaleza fueron emitidos por entidades aseguradoras participadas mayoritariamente por bancos y Cajas de Ahorro.<sup>49</sup>

La gran diseminación de este tipo de seguros se debió al tratamiento fiscal de que era objeto.<sup>50</sup> Esta situación ocurrió en un período bien delimitado, de 1985 a 1989, mientras no hubo una actuación de las autoridades fiscales. En los años que siguieron, las primas de seguro de vida, en España, sufrieron una disminución, pues las "primas únicas" fueron un producto que adquirió niveles muy elevados debido al aspecto fiscal y no a sus características como producto innovador o a una tendencia de hecho para una mayor inversión en productos de Vida.

También en Irlanda, como refiere Peter Sutherland<sup>51</sup>, en

---

<sup>48</sup> JAQUOTOT, E., *Análisis del fraude fiscal procedente de las pólizas de seguros de prima única y las cesiones de crédito*, Documentos de Trabajo de la Secretaría de Estado de Hacienda, Instituto de Estudios Fiscales, Madrid, julio, 1990.

<sup>49</sup> Se puede consultar, para mayor información, CARBAJO, F., *El Fraude Fiscal en los Seguros de Prima Unica*, Documento de Trabajo nº 18, Documentos de Trabajo de la Secretaría de Estado de Hacienda, Instituto de Estudios Fiscales, Madrid, noviembre, 1989.

<sup>50</sup> En el tercer capítulo hablaremos más detalladamente sobre las primas únicas.

<sup>51</sup> SUTHERLAND, P., *Banca y seguros: una perspectiva comunitaria*, "Revista da Banca", nº14, Lisboa, abril/junio, 1990, pág. 119.

(Nota: Peter Sutherland fue comisario de la CEE para la Política de

los últimos años los productos del ramo Vida fueron favorecidos por el sistema fiscal, en detrimento de los productos bancarios tradicionales. En el año de 1988, más del 50% de la totalidad del ahorro había sido canalizado hacia productos de seguro, principalmente para las "single premium investment bonds", por estar éstas exentas de impuesto personal, que alcanza niveles muy altos en ese país.

Los países con un menor nivel de primas, son también los que presentan mayores posibilidades de crecimiento y representan, por eso, mercados atractivos, si la tendencia del crecimiento económico es positiva, como es el caso de España, de Portugal, etc, durante los años analizados.<sup>52</sup>

En el cuadro 2.3 se recogen los datos sobre el crecimiento real de las primas, entre los años 1979 y 1985, separadas en Vida y No Vida. Las primas de seguros tuvieron, en el conjunto de los países mencionados, y para el período de 1979 hasta 1985, un crecimiento del 8,41% y del 3,21% para los ramos Vida y No Vida, respectivamente.

---

Competencia.)

<sup>52</sup> El crecimiento económico es un hecho en países como España, Portugal, etc. Como se refiere en el INFORME ECONOMICO - 1987, del Banco Bilbao Vizcaya, "Las economías más activas fueron la japonesa ... y la británica ... . Otros países de menor dimensión - Islandia, Portugal, España, Australia y Turquía - también presentaron un perfil claramente expansivo."

## CUADRO 2.3

**Mercados Internacionales de seguros**  
**Crecimiento real de las primas**  
**(1979 - 1985)**

Mercados		Crecimiento real de las primas ( % ) (1979 - 1985)	
		Vida	No vida
1	EE.UU. América	5.87	1.81
2	Japón	11.08	7.91
3	R. F. A	4.20	3.46
4	R. Unido	7.97	2.30
5	Francia	9.39	2.95
6	Canadá	5.84	0.87
7	Italia	6.36	3.95
8	Holanda	4.66	0.00
9	Suiza	5.87	3.19
10	Australia	2.78	4.66
11	Corea del Sur	30.00	12.12
12	Suecia	9.79	-2.54
13	Bélgica	1.30	0.38
14	Austria	2.78	4.66
15	España	6.05	3.01
16	Dinamarca	3.29	1.81
17	Finlandia	3.74	4.84
18	Noruega	10.81	0.37
19	AF. del Sur	..	..
20	Taiwán	..	..
21	Irlanda	14.92	5.05
22	India	..	..
23	Venezuela	..	..
24	Nueva Zelanda	..	..
25	Malasia	..	..
26	Portugal	14.04	9.55
27	Grecia	16.93	-0.49
28	Luxemburgo	4.20	2.38
	TOTAL	8.41	3.21

Fuente: Conferencia de la "Mercantile and General Re-Insurance Company Limited", noviembre, 1988

El mayor crecimiento del ramo Vida en el período citado se ha verificado en casi todos los países, a excepción de Australia, Austria, y Finlandia. El mayor crecimiento, sin embargo, se experimentó en países con un bajo nivel de aseguramiento, como Grecia, Portugal, Irlanda, Italia, España, donde el potencial de crecimiento es elevado, debido a la mejoría que han conseguido en sus economías en los últimos años y que facilitan que los individuos puedan adquirir productos de seguros, como forma de inversión, además de la protección y seguridad que estos productos presuponen. Un país que debemos hacer resaltar por el crecimiento de las primas del ramo Vida es Japón que, a pesar de ser una economía bien desarrollada y de presentar el mayor porcentaje de sus primas invertidas en el ramo Vida, tuvo un crecimiento en el período considerado de 11,08%, sin duda un valor significativo. Pero el crecimiento verificado en el ramo No Vida también es notorio, pues se trata de un país con un alto nivel de aseguramiento y que prosigue con dicha tendencia.

### **2.1.2 – Reparto del mercado de los seguros**

Los seguros no están igualmente repartidos en el mercado mundial. América del Norte acapara, porcentualmente, la mayor "parte de la tarta"; este porcentaje ha disminuido mucho en el período 1960-1970, pasando del 72% al 43,5% del volumen mundial de primas de seguros.

En 1980, sin embargo, ya se verificó un aumento, pasando a representar el 47,0% del volumen mundial; en 1990 se verificó un descenso en la cuota de mercado del norte del continente americano, situándose en el 37,9 por cien del volumen de primas mundial.

Los países de la CEE ostentan la segunda parte más importante: en 1960 representaban el 18,4% del volumen mundial, porcentaje este que ha subido al 21,2% y al 27,3%, en 1970 y 1980, respectivamente. En 1990 se ha verificado un ligero descenso, y la Comunidad se quedó con menos del 27 por cien del mercado.

Japón ha verificado un crecimiento sorprendente en la cuota de mercado mundial que le corresponde: de tan sólo el 2,2% en 1969, ha pasado al 7,0% en 1970 y sobrepasó el 13 por cien en el año de 1980. En el año 1990, Japón sobrepasó el veinte por cien de la cuota de mercado de seguros a nivel mundial.

Este crecimiento en el sector asegurador tiene relación, como anteriormente ya habíamos señalado, con el crecimiento verificado en la economía de este país y el gran dinamismo que Japón continua presentando, no solo a nivel del mercado de los seguros, sino que en todos los demás campos de la economía, con relación a las economías de todos los otros países.

**CUADRO 2.4**  
**Reparto del mercado de los seguros**  
**1960-1990**

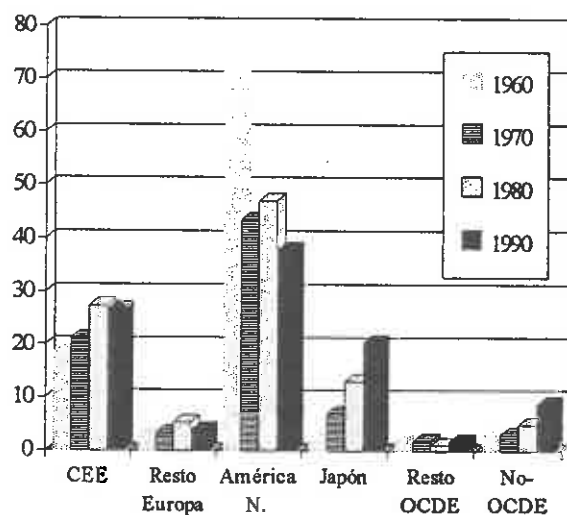
(parte del volumen mundial - %)

	1960	1970	1980	1990
CEE	18.40	21.20	27.30	26.74
Resto de Europa	3.00	3.40	5.30	4.01
América del Norte	72.00	43.50	47.00	37.91
Japón	2.20	7.00	13.10	20.53
Resto de la OCDE	1.80	1.90	1.10	1.81
No-OCDE	2.60	3.00	5.00	9.00
<b>Total</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Ch. Zwonicek, *Die EG - Ein Wachstumsmarkt für Versicherungen*, Versicherungswirtschaft, 1/84, pp. 58-62 / Panorama de la Industria Comunitaria, 1990; Sigma / Suisse de Réassurances 4/92, p.30.

En el gráfico 2.3 se puede observar la evolución verificada, en los años 1960, 1970, 1980 y 1990, para las distintas partes del mundo consideradas: CEE, Resto de Europa, América del Norte, Japón, Resto de la OCDE y los países no pertenecientes a la OCDE:

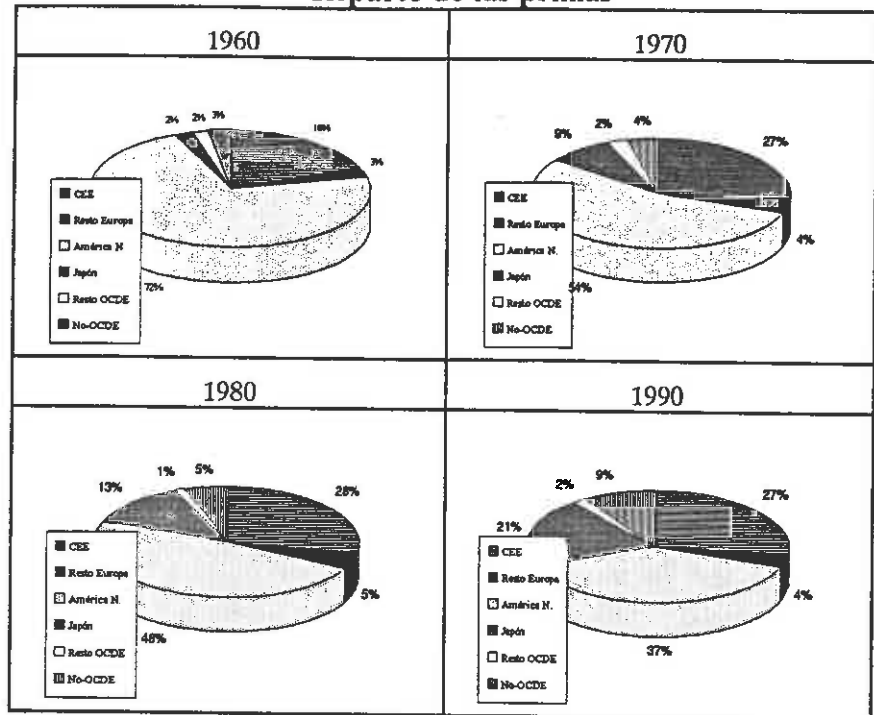
**GRÁFICO 2.3**  
**Reparto de las primas**  
**1960-1990**



Fuente: Ch. Zwonicek, *Die EG - Ein Wachstumsmarkt für Versicherungen*, *Versicherungswirtschaft*, 1/84, pp. 58-62 / *Panorama de la Industria Comunitaria*, 1990. Sigma/Suisse de Réassurances 4/92. Elaboración propia.

En el gráfico 2.4 podemos observar, también en los años 1960, 1970, 1980 y 1990, las distintas partes de la "tarta" del mercado de seguros que corresponden a los países de la CEE, a América del Norte, a Japón y al resto del mundo.

GRÁFICO 2.4  
 Reparto de las primas



Fuente: Ch. Zwoniczek, *Die EG – Ein Wachstumsmarkt für Versicherungen*, Versicherungswirtschaft, 1/84, Panorama de la Industria Comunitaria, 1990, pp. 58 – 62. Elaboración propia.

Cabe destacar, como ya habíamos advertido, el gran aumento de la cuota del Japón, la disminución del peso de América del Norte y la también significativa subida del porcentaje obtenido por los países de la CEE. Japón ha sido el país que, en las últimas décadas, ha revelado un mayor crecimiento, ocupando actualmente un lugar destacado en la producción mundial de seguros, siendo el tercero mercado, solo precedido por América del Norte y por la Comunidad Europea.

### 2.1.3 – La densidad de seguros

La densidad de seguros se refiere a las primas medias pagadas por individuo en la población; un factor muy importante para este indicador es, sin duda, el ingreso por habitante. Los países con una mayor renta per cápita suelen presentar también una densidad de seguros más elevada. En el cuadro 2.5 se apuntan las primas per cápita, en 1990, en dólares, para los países de la Comunidad Económica Europea y los primeros tres países en el ranking primas/habitante, respectivamente Suiza, Japón y Estados Unidos.

La media se sitúa, para las primas en general y los quince países considerados, en 1269 dólares, mientras que el valor medio para las primas del ramo Vida es de 638 dólares y las No Vida, de 631 dólares.

Suiza se presenta como el país con el nivel más elevado de primas per cápita (2927 dólares)<sup>53</sup>, teniendo los seguros de vida una mayor presencia en ese mercado, con 1635 dólares per

---

<sup>53</sup> A este propósito, el presidente del Consejo General de Colegios de Agentes y Corredores de España, Estebán Camarasa, contaba la anécdota siguiente: *"Dos niños, entre diez y doce años, patinan alegremente por la acera. De repente, chocan fortuitamente, rompiéndose uno de los patines del que parece mayor. Se miran fijamente y éste espeta al otro: "Tu compañía pagará". Como es lógico, la escena no tenía lugar en España, sino en Zurich, ciudad perteneciente al país con mayor índice de primas de seguro per cápita del mundo: Suiza."*, Actualidad Económica, 1991, nº 1721, 17 de junio, Madrid - Barcelona.

cápita, en comparación con los 1292 dólares correspondientes a los seguros No Vida. Esto tiene relación, sin duda, con el elevado nivel de renta de ese país. Es interesante notar que el total invertido en seguros de vida por los suizos casi duplica el total invertido en seguros de vida por los estadounidenses (1635 dólares y 823 dólares, respectivamente).

Los países comunitarios solo aparecen a partir de la quinta posición, ocupada por Gran Bretaña, el país de la Comunidad Europea con mayor índice de primas por habitante; en la Comunidad, además de Gran Bretaña, tan sólo los Países Bajos, Alemania y Francia sobrepasan la media de 1269 dólares per cápita considerada para los quince países.

En las últimas posiciones del "ranking" se sitúan España, (que ocupa el puesto 23 en una lista de sesenta y cuatro países<sup>54</sup>), Portugal (que ocupa la posición 28) y Grecia (en el lugar 31 en el ranking), con seguros per cápita de 431 , 206 y 117 dólares, respectivamente. En los tres países, los seguros no vida tienen mayor relevancia que los seguros vida. Pensamos que esto se debe a un nivel más bajo de renta en estos países que serán, sin embargo, mercados en expansión debido a la subida de la renta per cápita. Si además tenemos en cuenta la media de la densidad de seguros teniendo en cuenta solamente a los países comunitarios (993 dólares per cápita) vemos que los países

---

<sup>54</sup> Se puede consultar, para mayor información, el estudio de Sigma / Suisse de Réassurances, *Études économiques* 4/92.

mediterráneos - España, Portugal, Italia y Grecia se alejan considerablemente también de dicho valor. Además de estos cuatro países, también Bélgica presenta una densidad de seguros inferior a la media comunitaria, pero más próxima de ésta que los países anteriormente citados.

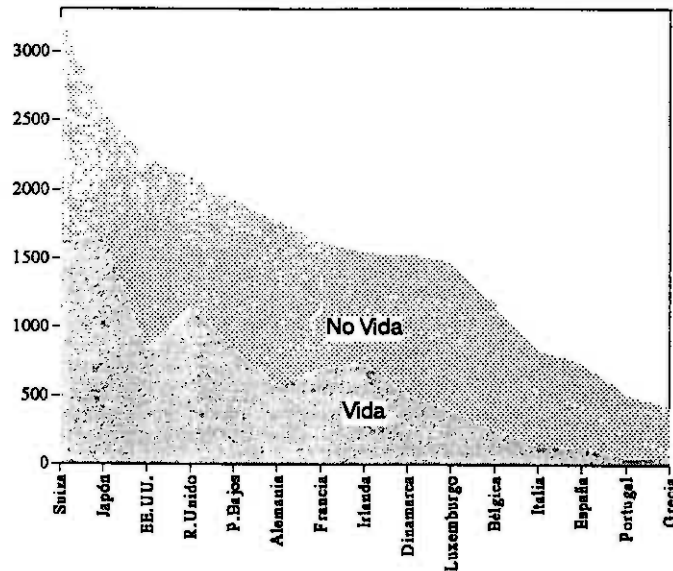
**Cuadro 2.5**  
**Seguros per cápita - 1990**

Ranking mundial	País	Primas per cápita (dólares)		
		Vida	No Vida	Total
1	Suiza	1635	1292	2927
2	Japón	1646	607	2253
3	EE.UU.	823	1106	1929
5	R.Unido	1146	630	1776
6	Holanda	835	778	1613
7	Alemania	563	900	1463
9	Francia	692	624	1316
12	Irlanda	733	499	1232
13	Dinamarca	506	713	1219
15	Luxemburgo	390	777	1167
17	Bélgica	251	617	868
21	Italia	133	391	524
23	España	120	311	431
28	Portugal	49	157	206
31	Grecia	44	61	105
	MEDIA	638	631	1269
	MEDIA CEE	455	538	993

Fuente: Revista Sigma/Études économiques 4/92, p.28.

En el gráfico 2.5 podemos observar lo que anteriormente mencionamos; ahí se muestra, de forma sugestiva, las diferencias existentes entre los diversos países:

**GRÁFICO 2.5**  
**Seguros per cápita**  
**1990**



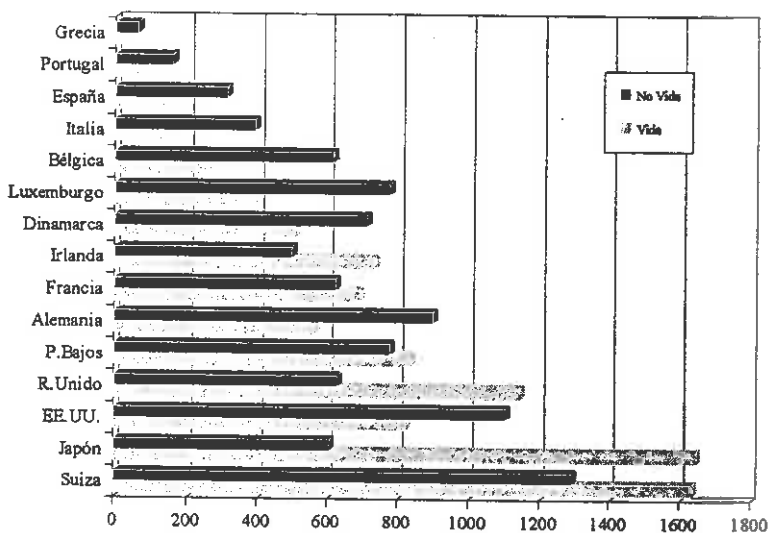
Fuente: Revista Sigma/Études économiques 4/92.

Elaboración propia.

Si tomamos en consideración las diferencias existentes entre la densidad de seguros, respecto a los ramos de vida y no vida, se muestra como evidente que los países con niveles de renta más elevados presentan el mayor porcentaje invertido en

seguros de vida; así, Suiza, Japón y Reino Unido son los países en los cuales las densidades de los seguros de Vida per cápita son superiores a las densidades de los seguros no vida. Los demás países presentan el mayor volumen de sus primas invertidos en seguros no vida.

**Gráfico 2.6**  
**Densidad de seguros**  
**Vida y No Vida**



Fuente: Revista Sigma/Études économiques 4/92.

Elaboración propia.

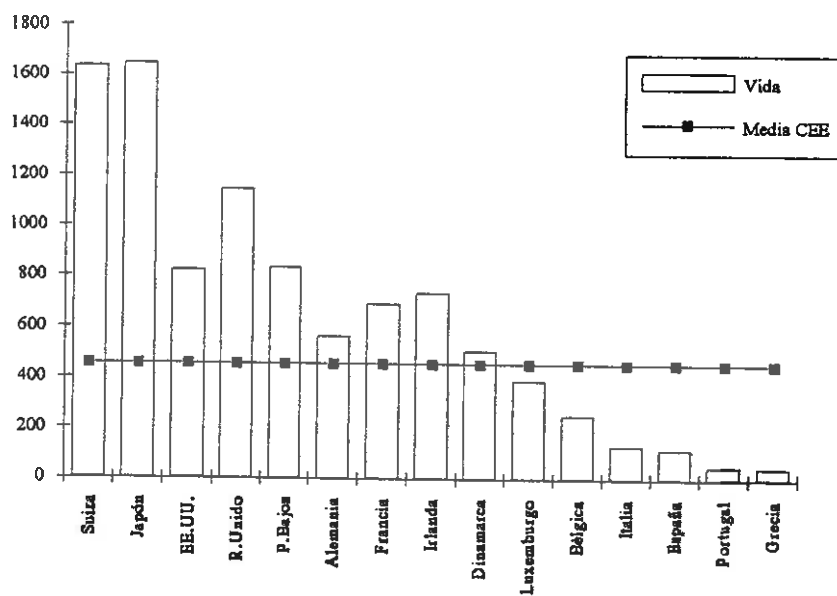
En el gráfico anterior podemos observar que sólo seis de los quince países considerados en este estudio presentan un

mayor importe de primas per cápita en seguros de vida que en seguros no vida. Japón es el país con mayor densidad de seguros de vida: con una prima per cápita (total) de 2253 dólares, sólo 607 dólares corresponden a seguros no vida, situándose la prima de vida por habitante en 1646 dólares; este valor representa exactamente el doble de la prima per cápita de vida en Estados Unidos, el país que se sitúa en el tercero lugar del ranking mundial (primas totales). Suiza también presenta una densidad de seguros de vida muy elevada, con 1635 dólares por habitante. De los países comunitarios, tan solo Gran Bretaña sobrepasa los 1000 dólares en seguros de vida por habitante; todos los demás países se sitúan por debajo de ese valor, observándose que Italia, España y Portugal apenas sobrepasan los 100 dólares por cápita en seguros de vida y Grecia, en la última posición del ranking comunitario, se encuentra por debajo de los 50 dólares por habitante.

En el gráfico 2.7 se visualiza con claridad la gran diferencia existente entre los diversos países presentados en el estudio: mientras que en Suiza los seguros de vida por habitante ascienden casi a los 2000 dólares, tenemos a Italia, España, Portugal y Grecia en la línea por debajo de los ciento y cincuenta dólares. Si tenemos en cuenta que la media de densidad de seguros de vida, para el conjunto de los doce países considerados, se sitúa en los 455 dólares, puede deducirse el gran potencial que existe para el mercado de seguros, especialmente del ramo vida, en los países mediterráneos y que, además, éstos se encuentran

muy lejos de estar en una situación de saturación de su mercado de seguros.

**Gráfico 2.7**  
Densidad de seguros vida/Media europea



Fuente: Revista Sigma/Études économiques 4/92.

Elaboración propia.

#### 2.1.4 – La penetración del seguro

La propensión a la contratación de seguros es medida por las primas de seguros como porcentaje del PIB; *"la implantación del seguro se calcula mediante la suma total de las primas percibidas por los aseguradores (que no sean el Estado) en porcentaje del PIB"*<sup>60</sup>.

En los mercados más desarrollados, como Reino Unido, EE.UU., Japón, Holanda, Suiza y Francia, las primas de seguro representan un porcentaje significativo del PIB, alcanzando el 9,67%, el 8,89%, el 8,78%, el 8,08%, el 8,03% y el 5,88%, respectivamente. En el medio se encuentran países como Alemania, Luxemburgo y Dinamarca, también con porcentajes elevados (5,75%, 4,78% y 4,47% del PIB, respectivamente).

En las posiciones extremas están, Portugal, España, Italia y Grecia, éste último país en las últimas posiciones del "ranking" mundial ocupando, con el 1,56% del PIB, el puesto 46 en una lista de 64 países.<sup>61</sup>

En España y Portugal, las primas de seguros solo representan el 3,25% y el 3,40% del PIB, respectivamente.

---

<sup>60</sup>PANORAMA DE LA INDUSTRIA COMUNITARIA - 1990, Seguros, pág. 26-31.

<sup>61</sup> Se puede consultar, a esto respecto, el estudio de la "Compagnie Suisse de Réassurances" ya citado.

Comparados con los otros países y con la media europea – 5,25% del PIB – sin duda que se encuentran en una posición que puede evolucionar favorablemente. La reciente evolución económica de los dos países hace prever y, en nuestra opinión, justificadamente, que se trata de mercados en expansión y con muchas posibilidades de desarrollo respecto a la actividad aseguradora. Así se justifica el gran interés de las aseguradoras internacionales por estos mercados.

En los países de la Comunidad Económica Europea, tan solo Gran Bretaña, Irlanda, Países Bajos, Francia y Alemania presentan una relación entre el producto interno bruto y el total de los negocios de seguros, superior a la media europea; Francia y Alemania se encuentran muy cerca de la media europea (5,25% del PIB) y, si consideramos la media incluido los Estados Unidos de América, Japón y Suiza, estos dos países se encuentran por debajo de dicha media (el 5,91 por cien del PIB); así, de los doce países de la Comunidad, solo Gran Bretaña, Irlanda y Holanda se encuentran en posiciones destacadas respecto a la generalidad de los países a nivel mundial en lo que se refiere a la penetración de los seguros.

Los países del sur de Europa – Portugal, España, Italia y Grecia, son los que se encuentran en una posición más alejada de la media, todos ellos con ratios Primas/PIB inferiores al 4 %.

## CUADRO N° 2.6

## LAS PRIMAS EN RELACIÓN CON EL PIB

## Comparaciones internacionales

1990

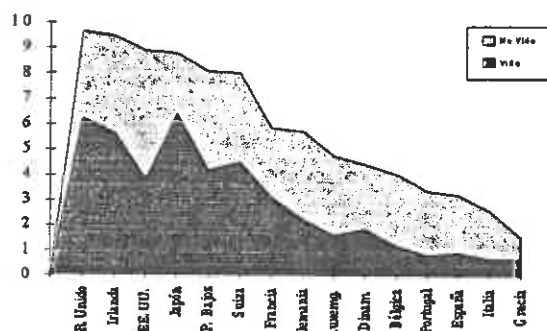
Ranking mundial	País	PRIMAS/PIB (%)		
		Vida	No Vida	Total
3	R.Unido	6,24	3,43	9,67
4	Irlanda	5,62	3,83	9,45
5	EE.UU.	3,79	5,10	8,89
6	Japón	6,42	2,37	8,79
7	P. Bajos	4,18	3,90	8,08
8	Suiza	4,49	3,54	8,03
11	Francia	3,09	2,79	5,88
12	Alemania	2,21	3,53	5,74
19	Luxemburgo	1,60	3,18	4,78
20	Dinamarca	1,85	2,61	4,46
22	Bélgica	1,18	2,90	4,08
24	Portugal	0,81	2,59	3,40
25	España	0,91	2,34	3,25
34	Italia	0,66	1,95	2,61
46	Grecia	0,65	0,91	1,56
	MEDIA	2,91	3,00	5,91
	MEDIA CEE	2,42	2,83	5,25

Fuente: Sigma - Études économiques 4/92, P.29.

Elaboración propia.

En el gráfico 2.8 podemos percibir con mayor facilidad lo que acabamos de comentar:

GRÁFICO 2.8  
Primas en relación con el PIB (1990)



Fuente: Revista Sigma – Études Économiques 4/92.

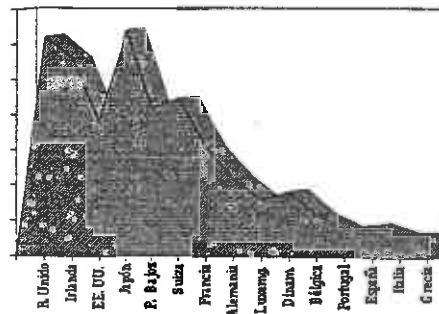
Elaboración propia.

Como se puede observar, los países con el mercado de seguros más desarrollado son Reino Unido, Irlanda, Estados Unidos y Japón. En estos países, las primas de seguros en comparación con el PIB sobrepasan la media encontrada para el conjunto de los países comunitarios, EE.UU., Suiza y Japón.; Portugal, España, Italia y Grecia están muy por abajo de la media Primas/PIB en los países referidos. Si atendemos a la discriminación seguros de Vida/seguros No Vida en porcentaje del PIB, la situación no presenta muchos cambios. A través del gráfico 2.9 podemos captar la situación en los diversos países; en Reino Unido, Irlanda, EE.UU., Japón, las primas de seguro de Vida en relación con el PIB son elevadas. En países como España, Portugal e Italia las primas de seguros de Vida

relativamente al PIB representan porcentajes extraordinariamente bajos, de 0,91%, 0,81% y 0,66%, respectivamente. Sí, además, tenemos en cuenta que la media europea para las primas de seguro de Vida en relación con el PIB se sitúa en los 2,9%, vemos como aquellos valores están bastante por debajo. Pero, y lo volvemos a mencionar, estos países presentan posibilidades de expansión en sus mercados, principalmente en los seguros del ramo Vida.<sup>62</sup>

### GRÁFICO 2.9

#### Primas Vida en relación con el PIB (1990)



Fuente: Revista Sigma – Études économiques 4/92. Elaboración propia.

<sup>62</sup> A este respecto pueden consultarse, entre otros, THE ECONOMIST PUBLICATIONS, *Insurance in a changing Europe 1990-95*, Special Report, nº 2068, noviembre, 1990; PEDRUJLO, J., *El broker de seguros*, Boletín de Estudios Económicos, nº 142, abril, 1991; PRAT DE LA RIBA, L. H., *Evolución del sector asegurador y previsión frente al "Mercado Unico de 1992*, Boletín de Estudios Económicos, nº 142, abril, 1991.

### 2.1.5 – Los seguros en el mundo: distribución por continentes

Los seguros no se encuentran igualmente distribuidos por los diversos continentes (ver cuadro 2.7); los continentes económicamente más desarrollados acaparan un mayor porcentaje de volumen de negocios, ya que a un mayor PIB siempre parece corresponder un mayor volumen global de primas de seguros<sup>63</sup>.

El continente americano acapara el mayor porcentaje del volumen global de primas de seguros del mundo, tanto en el ramo vida, como en los ramos no vida. América del Norte alcanza casi el cuarenta por cien del volumen de negocios mundial. En lo que se refiere a los seguros no vida, América del Norte también ocupa la primera posición, con el 45 por cien del total del negocio de estos ramos; en el sector de vida, América del Norte se encuentra en el tercer puesto con el 31,35 % de los seguros de vida a nivel mundial, precedida de Asia y Europa, respectivamente en la primera y segunda posiciones, con el 33,81 y el 31,44 por cien del volumen total del negocio de vida.

---

<sup>63</sup> Esta relación entre el producto interior bruto y el volumen global de las primas de seguros ya ha sido verificado empíricamente a través de ecuaciones de regresión estimadas a través de los datos acumulados de la OCDE, Estados Unidos y Japón. Este método permite explicar del 91% al 97% de las primas (ver Sigma/Suisse de Réassurances, 4/92).

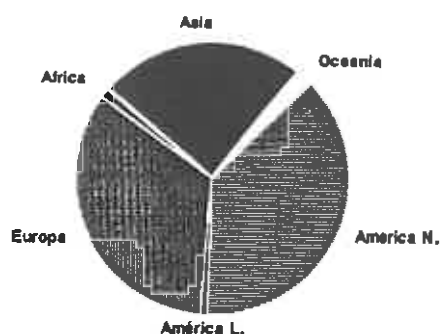
**CUADRO 2.7**  
**Los seguros en el mundo Total vida y no vida)**  
**Continentes (1990)**

Continentes	TOTAL VIDA Y NO VIDA		
	Primas (millones de dólares)	Crecimiento (1989-1990) (%)	Parte mundial (%)
América Norte	513.937	1.13	37.91
América Latina	9.428	0.57	0.70
Europa	459.998	2.21	33.93
Asia	334.035	-1.16	24.64
África	14.387	1.12	1.06
Oceanía	23.944	7.81	1.77
<b>TOTAL</b>	<b>1.355.728</b>	<b>0.98</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Sigma / Suisse de Réassurances, 4/92, p.30.

En el gráfico 2.10 se visualiza con claridad la parte del negocio de seguros a nivel mundial que corresponde a cada continente, y cuyos totales de primas recaudadas están discriminados en el cuadro anterior.

**GRÁFICO 2.10**  
**Los seguros en el mundo (Total vida y no vida)**  
**Continentes (1990)**



Fuente: Sigma / Suisse de Réassurances, 4/92.

Elaboración propia.

En el cuadro 2.8 se refiere la situación de los distintos continentes, respecto a las primas de seguros no vida recaudadas en 1990, y al crecimiento que verificarán los ramos no vida en el período 1989 - 1990.

En el gráfico 2.11 se visualiza esta distribución poco equitativa, como lo demuestran las cifras correspondientes a la cuota de mercado de seguros no vida de cada continente.

**CUADRO 2.8**  
**Los seguros no vida en el mundo**  
**Continentes (1990)**

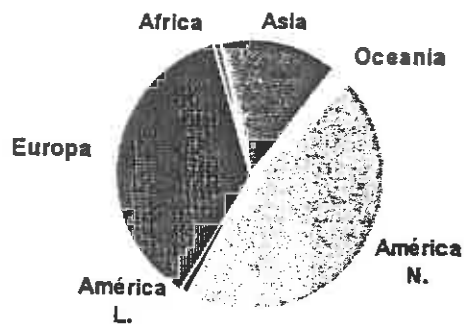
Continentes	Primas (millones de dólares)	Crecimiento (1989-1990) (%)	Parte mundial (%)
América Norte	292.175	-0.90	45.06
América Latina	7.144	-2.74	1.10
Europa	237.657	3.02	36.65
Asia	94.904	6.02	14.64
África	5.094	-2.89	0.79
Oceanía	11.482	4.24	1.77
<b>TOTAL</b>	<b>648.456</b>	<b>1.45</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Sigma / Suisse de Réassurances, 4/92, p.30.

Los seguros no vida representan el 47,83 por cien del negocio de seguros a nivel internacional, con 648.456 millones de dólares de primas. De este total, el cuarenta y cinco por cien es acaparado por América del Norte; a Europa corresponde el 36,65 por cien del total y Asia se sitúa entorno al 15 por cien. Los demás continentes, en su conjunto, no llegan ni al cinco por cien del total del negocio no vida a nivel mundial. América del Norte, América Latina y África presentan una evolución negativa respecto al año 1990, que no se refleja en el crecimiento global de

los seguros en dichos continentes, por haber un crecimiento superior en el ramo de vida. En el gráfico 2.11 se puede ver la división de los seguros no vida, por los distintos continentes.

**GRÁFICO 2.11**  
**Los seguros no vida en el mundo (1990)**



Fuente: Sigma / Suisse de Réassurances, 4/92, p.30.

Los seguros de vida, con 707.273 millones de dólares de primas, representan más del cincuenta por cien del volumen de negocios de la actividad aseguradora a nivel mundial. Los seguros de vida se reparten equitativamente por América del Norte, Europa y Asia, que tienen cada una cerca de un tercio del total del negocio de vida; América Latina, África y Oceanía apenas representan, las tres reunidas, poco más del tres por cien de la

totalidad del volumen de primas vida.

En el cuadro 2.9 se resumen los totales de primas vida que corresponden a cada continente en el año 1990, el crecimiento que presentaron los seguros de vida respecto al año anterior (1989), así como la cuota de mercado de seguros de vida de cada continente que, ya lo referimos, se distribuye en tres partes equivalentes (un tercio a cada) por Asia, Europa y América del Norte.

**CUADRO 2.9**  
**Los seguros de vida en el mundo**  
**Continentes (1990)**

Continentes	Primas (millones de dólares)	Crecimiento (1989-1990) (%)	Parte mundial (%)
América Norte	221.762	3.93	31.35
América Latina	2.283	10.77	0.32
Europa	222.341	1.36	31.44
Asia	239.131	-3.76	33.81
África	9.293	3.73	1.31
Oceanía	12.462	11.32	1.76
<b>TOTAL</b>	<b>707.273</b>	<b>0.56</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Sigma / Suisse de Réassurances, 4/92, p.30.

Los seguros de vida han crecido en todos los continentes (del año 1989 al año 1990), a la excepción de Asia, donde se verificó un descenso de casi el cuatro por cien en las primas de vida. Asia presenta, todavía, el mayor crecimiento en los ramos no vida (estos seguros crecieron el seis por cien respecto al año de 1989). Sin embargo, el crecimiento sustancial verificado en los ramos no vida no ha sido suficiente para sobrepasar la disminución en los seguros de vida y, de esta forma, Asia presenta una evolución real del conjunto de negocios de la actividad aseguradora superior a un punto porcentual negativa (este continente es el único que, atendiendo a la totalidad del negocio, presenta una evolución de signo negativo).

En los demás continentes se ha verificado que los seguros de vida han evolucionado positivamente respecto al año de 1989; así, en América del Norte los seguros de vida crecieron casi el 4 por cien y Europa ha verificado un ascenso del 1,4 por cien; los continentes que acaparan una pequeña parte del negocio mundial han presentado crecimientos importantes (en América Latina los seguros de vida han crecido el 10,8% y en la Oceanía se verificó un ascenso del 11,3%).

### **2.1.6 - Los seguros en el mundo: organizaciones mundiales y regiones**

En este apartado vamos a considerar la distribución de seguros, la densidad de seguros y la penetración de los seguros en seis distintas organizaciones y regiones, de acuerdo con los datos presentados en el estudio de Sigma<sup>64</sup>. Se consideran los siguientes grupos<sup>65</sup>:

1. - **OCDE.**
2. - **Grupo de los Siete** - Alemania Federal, Francia, Gran Bretaña, Italia, Japón, Canadá, Estados Unidos.
3. - **CEE.**
4. - **AELE** - Finlandia, Islandia, Noruega, Suecia, Suiza (incluido Liechtenstein), Austria.
5. - **ASEAN** - Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur, Tailandia.
6. - **Europa del Este** - Yugoslavia, Polonia, Rumania, URSS, Checoslovaquia, Hungría.

---

<sup>64</sup> Estudio Sigma / Suisse de Réassurances, 4/92, *L'assurance mondiale en 1990*, Compagnie Suisse de Réassurances, Zúrique, 1992.

<sup>65</sup> Los agrupamientos de países considerados en nuestro estudio son los mismos, comprendiendo el mismo conjunto de países y conservando la misma designación que los grupos considerados en el informe referido en la nota anterior; así, y de acuerdo con esos datos, consideraremos seis grupos: OCDE, Grupo de los Siete, CEE, AELE, ASEAN y Europa del Este.

En el cuadro 2.10 se indican las primas de seguros correspondientes a los distintos grupos de países, de acuerdo con la clasificación anteriormente indicada.

**CUADRO 2.10**  
**Los seguros en el mundo**  
**Organizaciones mundiales y regiones (1990)**

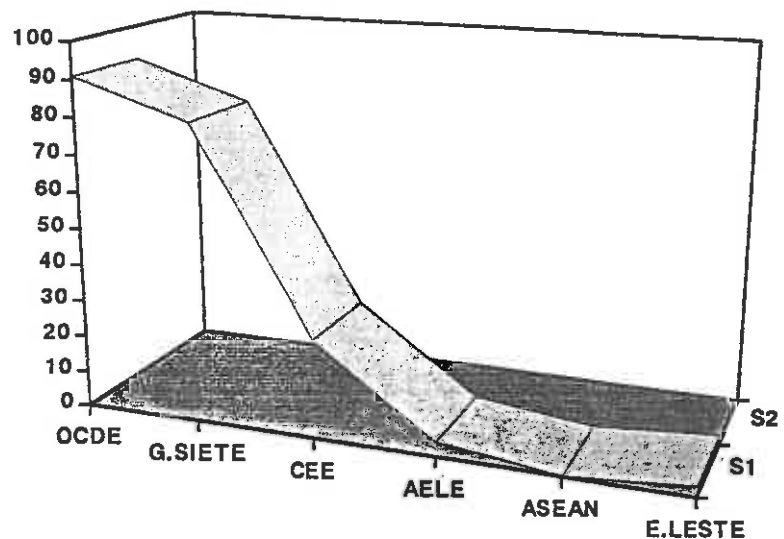
	TOTAL VIDA Y NO VIDA		
	Parte mundial (%)	Densidad de seguros (dólares)	Penetración de seguros (%)
OCDE	91.00	1469.15	7.28
Grupo Siete	80.47	1718.76	7.66
CEE	26.74	1104.94	5.63
AELE	4.01	1676.69	5.98
ASEAN	0.42	17.68	1.87
Europa del Este	3.06	104.02	2.67

Fuente: Sigma / Suisse de Réassurances, 4/92, p.30.

En el gráfico 2.12 se visualiza con claridad la parte del negocio de seguros que corresponde a cada organización o región. El conjunto de los países de la OCDE acapara más del 90 por cien del volumen de negocios de seguros a nivel mundial. Pero, si nos

fijamos en la parte del volumen mundial de primas de seguros que corresponde a apenas siete países (el Grupo de los Siete), concluimos que el negocio asegurador está altamente concentrado en los países económicamente más desarrollados.

**GRÁFICO 2.12**  
**Los seguros en el mundo**  
**Organizaciones y regiones (1990)**



Fuente: Sigma / Suisse de Réassurances, 4/92.

Elaboración propia.

En lo que respecta a las primas de seguros del ramo vida (ver cuadro 2.11), la situación no se presenta de forma muy distinta a la globalidad del negocio de los seguros. Los países que forman parte de la OCDE poseen, en su conjunto, más del noventa por cien de las primas de vida; sin embargo, el grupo de los siete grandes—Alemania, Francia, Gran Bretaña, Italia, Japón, Canadá y Estados Unidos— alcanza por sí solo el ochenta y un por cien de las primas mundiales. Los países comunitarios acaparan un cuarto de las primas de vida a nivel mundial; a los demás países indicados en el cuadro 2.6 (AELE, ASEAN y Europa del Este) apenas corresponde una pequeña parte del negocio de vida, siendo del cuatro por cien el porcentaje del negocio acaparado por Finlandia, Islandia, Noruega, Suecia, Suiza y Austria (AELE), de menos de un medio por cien la parte correspondiente a los países asiáticos Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur y Tailandia (ASEAN) y de cerca del tres por cien para los países de la Europa del Este.

Como vemos, son los países ricos los que consiguen el gran porcentaje del negocio de seguros, tanto a nivel del conjunto de las primas, como desagregando en los ramos de vida y no vida. El hecho de que el grupo de los siete países (Alemania, Francia, Gran Bretaña, Italia, Japón, Canadá y Estados Unidos) consigan más del ochenta por cien del volumen total de primas del ramo vida a nivel mundial, prueba lo que acabamos de afirmar y revela con claridad, la concentración del negocio de seguros en los países económicamente más desarrollados.

**CUADRO 2.11**  
**Los seguros en el mundo**  
**Organizaciones y regiones (1990)**

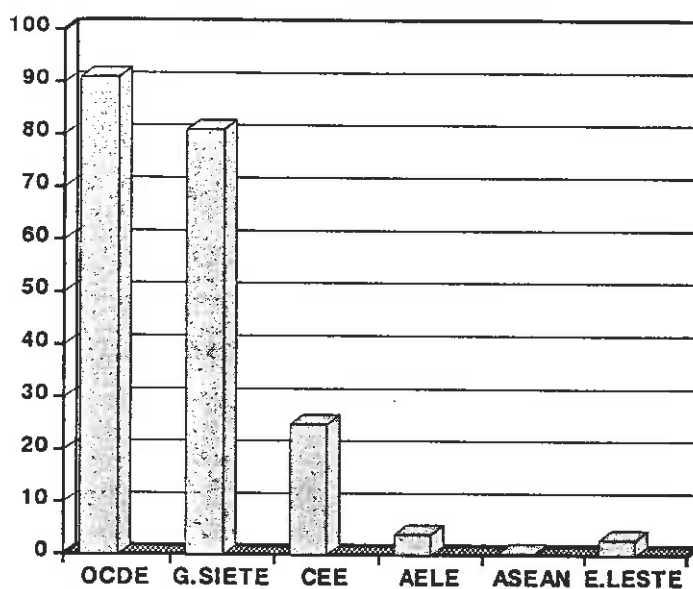
	VIDA		
	Parte mundial (%)	Densidad de seguros (dólares)	Penetración de seguros (%)
OCDE	90.42	761.52	3.77
Grupo Siete	81.02	902.80	4.02
CEE	24.59	530.08	2.70
AELE	3.95	861.95	3.07
ASEAN	0.38	8.50	0.90
Europa del Este	2.83	50.03	1.28

Fuente: Sigma / Suisse de Réassurances, 4/92, p.30.

En el gráfico siguiente (gráfico 2.13) se puede observar la gran disparidad existente en la distribución de los seguros de vida por las diversas organizaciones y regiones consideradas en nuestro estudio. Al igual de lo que pasaba con el volumen de primas considerado globalmente (vida y no vida), también en el negocio de vida la OCDE recauda más del 90 por cien de las primas a nivel mundial; sin embargo, el Grupo de los Siete, formado por Alemania, Francia, Gran Bretaña, Italia, Canadá y Estados Unidos (todos estos países

pertencientes a la OCDE) acapara el 81% de las primas vida, lo que indica la fuerte concentración del negocio de vida.

**GRÁFICO 2.13**  
**Los seguros de vida en el mundo**  
**Organizaciones y regiones (1990)**

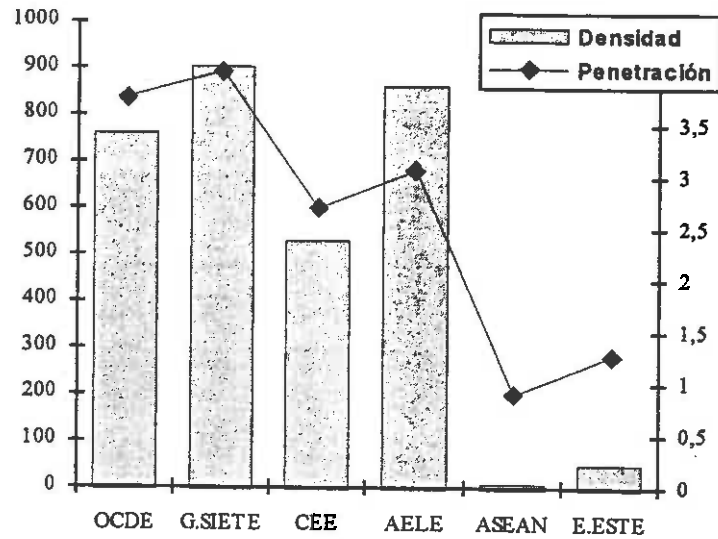


Fuente: Sigma / Suisse de Réassurances, 4/92.

Elaboración propia.

El gráfico 2.14 relaciona la densidad de seguros y la penetración de los seguros en las distintas organizaciones y regiones consideradas:

**GRÁFICO 2.14**  
**Los seguros de vida en el mundo**  
**Densidad y penetración de los seguros**



Fuente: Sigma / Suisse de Réassurances, 4/92.

Elaboración propia.

Como sería de esperar, el Grupo de los Siete es el que presenta tanto la mayor densidad de seguros como también la más elevada penetración de los seguros; el conjunto de los países de la OCDE ostenta una penetración y una densidad de seguros superior a las verificadas en los doce países de la Comunidad Económica Europea.

Los países europeos no comunitarios designados como AELC (Finlandia, Islandia, Noruega, Suecia, Suiza, Austria) presentan una densidad de seguros y una penetración de los mismos bastante superior a la verificada en la Europa de los Doce. No olvidemos que Suiza, que forma parte del AELC, es el país que gasta la mayor cantidad de dinero por habitante en seguros privados (en 1990, esta cifra era de 3800 Francos Suizos por habitante, o sea, casi 3000 dólares)<sup>66</sup>.

Los países asiáticos englobados bajo la denominación de ASEAN (Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur, Tailandia) son los que presentan una más pequeña densidad de seguros (8,50 dólares) y también una más débil penetración de los seguros (inferior al uno por cien).

Los países de la Europa del Este, si bien se encuentran por encima de los valores presentados por ASEAN, todavía están muy lejos de la media de los países comunitarios o de los países de la OCDE, por no mencionar la distancia que los separa del Grupo de los Siete.

---

<sup>66</sup> Los países de la CEE gastan, en media, 1.100 dólares por habitante; la media de la OCDE es de 1469 dólares y la media del Grupo de los Siete es de 1719 dólares).

**CAPITULO III**

**ANALISIS DE LAS RELACIONES  
BANCA-SEGUROS EN LA CEE**

### 3.1 - Introducción

La Comunidad Económica Europea cuenta con uno de los más importantes mercados a nivel mundial: de ella forman parte 320 millones de consumidores, que tienen uno de los mejores niveles de vida. Según las proyecciones para el crecimiento de la población, Europa deberá contar, en el año 2.000, con cerca de 375 millones de habitantes ( más 155 millones para los países del Este y 315 millones para la parte europea de la ex-URSS ).<sup>67</sup> La población europea es muy superior a la de los Estados Unidos de América y 2,7 veces mayor que la población nipón.

Europa dispone de un PIB de cerca de 2500 miles de dólares, un parque automóvil que sobrepasa los 120 millones de vehículos<sup>68</sup> y sus perspectivas de crecimiento son considerables. Los sectores financieros tienen un importante papel a desempeñar en este entorno. De acuerdo con la opinión expresa por Badoc, *"después de la Europa agrícola y de la Europa industrial, la unificación de la Comunidad reclama la realización de la Europa*

---

<sup>67</sup> Badoc, M., 1990, *Banques et Assurances - Réussir l'Europe*, Les Editions d'Organisation, Paris, pág. 19.

<sup>68</sup> Idem, pág. 21.

*financiera. Un importante desafío se lanza a la víspera del nuevo milenio. Incumbe a los dirigentes de la banca y de los seguros darle relieve.*<sup>69</sup>

Para la actividad aseguradora, el Mercado Unico Europeo supone la instauración de dos libertades fundamentales que pueden hacer cambiar la importancia del negocio de los seguros, ya que, aunque separadamente los doce mercados nacionales ocupan lugares menos significativos a nivel mundial, si consideramos el mercado de seguros de los Doce globalmente, se trata, como hemos visto en la primera parte de este capítulo de nuestro estudio, del segundo mercado a nivel internacional, después de EE.UU. y con un volumen de negocios superior al nipón.

Las dos libertades fundamentales a las que nos referimos son la libertad de establecimiento y la libertad de prestación de servicios, que implican la posibilidad de poder establecerse libremente en cualquier estado miembro y la posibilidad de operar, desde el país de origen, en los demás países comunitarios, sin necesidad de estar establecido en ellos. De estas libertades fundamentales, consagradas ya en las directivas comunitarias, hablaremos con más detalle en el punto 3.6 de este capítulo.

---

<sup>69</sup> BADOE, M., *Banques et Assurances - Réussir l'Europe*, Les Éditions d'Organisation, Paris, 1990, pág. 15.

### 3.2 – Número de entidades aseguradoras

De acuerdo con el mismo planteamiento que seguimos en el capítulo anterior para hablar de los seguros a nivel mundial, vamos también mostrar, a través de algunas cifras, la situación en los países miembros de la Comunidad, en lo que se refiere al número de entidades aseguradoras, a las primas en valor absoluto, a las primas per cápita y a las primas como porcentaje del PIB.

Las cifras que a continuación se indican sobre el número de entidades en los países de la Comunidad han sido obtenidas de la publicación anual de la Dirección General de Seguros y están elaboradas a partir de datos del informe de la O.C.D.E., relativos al ejercicio 1989 (últimos datos disponibles en la fecha de elaboración de este estudio).

Este informe trata de proveer datos sobre las magnitudes más relevantes para el área de los seguros privados en todos los países de la O.C.D.E..

El país de la CEE con mayor número de entidades aseguradoras es el Reino Unido, con un total de 962 compañías de seguros; esta cifra presenta un aumento del 14,8 por cien (124 entidades) en el número de compañías de seguros que operan en el territorio inglés, respecto al ejercicio anterior (1988). De estas entidades, el 22,1 por cien se dedican exclusivamente el ramo Vida.

**CUADRO 3.1**  
**NÚMERO DE ENTIDADES ASEGURADORAS**  
**1989<sup>70</sup>**

	Nº total asegurad.	Variación 1989/88 (%)	% entid. exclusiv. Vida	% entid. control extranjero
Alemania	790	2,2	44,8	21,9
Bélgica	267	0,7	12,3	39,7
Dinamarca	236	0,8	11,0	30,1
España	513	2,2	12,1	18,3
Francia	607	3,7	22,6	23,9
Grecia	151	-1,3	6,6	54,3
Holanda	811	0,7	11,5	24,4
Italia	248	2,5	20,2	22,6
Irlanda	72	7,4	40,3	55,5
Luxemburgo	155	0,0	15,5	18,1
Portugal	65	4,8	20,0	63,1
Reino Unido	962	14,8	22,1	15,2

Fuente: Dirección General de Seguros, 1990, pág. 15.

Holanda, Alemania, Francia y España son los países que siguen a continuación en número de entidades aseguradoras: 811, 790, 607, y 513, respectivamente. Estos países tuvieron un crecimiento significativo del número de compañías aseguradoras;

<sup>70</sup> Datos de las estadísticas más recientes, publicadas por la Dirección General de Seguros, a la fecha de elaboración de este estudio.

porcentualmente, el número de entidades aseguradoras creció el 3,7% en Francia (22 entidades), el 0,7% en Holanda (6 entidades), el 2,2% en Alemania (17 entidades); España, que está en quinta posición en el "ranking" europeo, aumentó su número de aseguradoras en el 2,2% (11 entidades).

Portugal, el país de la Comunidad con menor número de compañías de seguros, sufrió un incremento del 4,8% de 1988 a 1989 teniendo, en este último año, 65 entidades aseguradoras.

Según los datos de la O.C.D.E., los Estados Unidos de América tenían, en el mismo año de 1989, 4.732 entidades aseguradoras y Japón 100; si consideramos la cuota de las primas mundiales recaudadas por estos países, vemos que Japón representa el mercado asegurador más concentrado; la Comunidad presenta una mayor dispersión que los Estados Unidos. La Dirección General de Seguros de España, en su Boletín, sintetiza de la siguiente forma el grado de concentración del mercado asegurador en los países de la O.C.D.E. :

*"Estados Unidos, con un 44,87 por 100 del negocio asegurador mundial, cuenta con el 41,97 por 100 de las entidades de seguros; la C.E.E., con el 43,25 por 100 de entidades, desarrolla el 21,60 por 100 del negocio; el resto de países europeos, con el 5,83 por 100 de entidades, el 4,31 por 100; mientras Japón, con un 0,88 por 100 de entidades, acapara el 24,68 por 100 de la actividad. El mercado japonés sigue siendo*

*el más concentrado y, durante 1989, acentúa el grado de concentración. La C.E.E., sin embargo, presenta un mercado más expandido que en el ejercicio precedente.*"<sup>71</sup>.

En los diversos países pueden coexistir aseguradoras que se dedican con exclusividad a la exploración del ramo Vida con otras de actividad mixta<sup>72</sup>; esto depende de la legislación de cada país pues, en algunos, eso no puede suceder por ser incompatible con la ley nacional. De acuerdo con las cifras presentadas en el cuadro 2.12, los países de la Comunidad dónde se verifica una fuerte presencia de aseguradoras del ramo Vida son Alemania, Irlanda, Reino Unido y Francia. En estos países el negocio de Vida está fuertemente desarrollado.<sup>73</sup> En los países dónde el seguro de Vida está menos implantado, solo se dedican exclusivamente al ramo Vida un diez por cien del total de entidades aseguradoras. España sobrepasa algo este valor, con poco más del doce por cien de entidades especializadas en seguros de vida.

---

<sup>71</sup> Boletín Anual Estadístico de la Dirección General de Seguros, 1990, Madrid, p. 16.

<sup>72</sup> Existen entidades mixtas en los siguientes estados miembros de la Comunidad Económica Europea: Bélgica (22,3%), España (19,9%), Grecia (25,5%), Italia (11,6%), Luxemburgo (3,2%), Portugal (24,2%), Reino Unido (7,7%).

<sup>73</sup>En el caso de Irlanda es necesario volver a mencionar que el fuerte desarrollo del ramo Vida se debió a situaciones conyunturales relacionadas con ventajas de orden fiscal, como ya habíamos mencionado en el capítulo precedente.

### 3.3 – Estructura del mercado asegurador

Vamos considerar la estructura del mercado de seguros en la Comunidad Económica Europea tomando como variables la dimensión media de las entidades aseguradoras, la participación extranjera en el mercado de cada país y la tasa de retención, que nos indica el porcentaje de riesgo asumido por las aseguradoras de cada país.

Considerando el conjunto de los países de la Comunidad, en el año de 1989 se manifiesta el creciente grado de internacionalización de los mercados aseguradores de los países miembros. La participación extranjera demuestra una especial relevancia en los mercados de la Península Ibérica – Portugal y España, y también en Irlanda, donde la participación extranjera sobrepasa el treinta por cien.

En el cuadro 3.2 también se indica la tasa de retención<sup>74</sup> en todos los países comunitarios, que en todos los casos (a excepción de Dinamarca) sobrepasa los 80 por cien.

---

<sup>74</sup> La retención es la parte del riesgo por la cual la entidad aseguradora habrá de satisfacer indemnización.

**CUADRO 3.2**  
**ESTRUCTURA DEL MERCADO ASEGURADOR**  
**EN LOS PAÍSES DE LA CEE (1989)**

	Participación extranjera	Tasa de retención	Dimensión media D.E.G. (*)
Alemania	16,0	82,6	73,4
Bélgica	9,6	84,7	22,1
Dinamarca	13,9	34,3	18,0
España	22,9	88,5	25,3
Francia	3,0	91,8	81,6
Grecia	No disponible	No disponible	4,0
Holanda	27,7	90,3	16,5
Italia	3,5	80,4	79,6
Irlanda	31,2	92,4	38,3
Luxemburgo	No disponible	No disponible	No disponible
Portugal	28,9	86,2	17,1
Reino Unido	No disponible	No disponible	22,5

Fuente: Estadísticas Dirección General de Seguros, 1990.

(\*) millones de D.E.G.

En lo que respecta a la dimensión media de las aseguradoras en la CEE, nos enfrentamos con grandes desigualdades. Francia, Italia y Alemania poseen entidades de mayor dimensión: 81,6, 79,6 y 73,4 millones de D.E.G. (derechos especiales de giro)<sup>75</sup>, respectivamente; en los demás países, las

<sup>75</sup> D.E.G. - Derechos Especiales de Giro; "Durante el período de 1986 a diciembre de 1990, la cesta del DEG estuvo compuesta de las monedas de los

aseguradoras tienen una dimensión media próxima a los 20 millones de D.E.G.. Grecia posee las entidades de menor dimensión, con tan solo 4,0 millones de D.E.G. como dimensión media.

España, en este año de 1989, ocupa un lugar en el medio de la tabla, con una dimensión media de 25,3 millones de D.E.G.; aunque en el ejercicio de 1988, todavía, la dimensión de las entidades aseguradoras españolas era de 31,2 millones de D.G.E.; esta reducción se debió no sólo a un aumento del número de entidades (que, como ya habíamos dicho, creció el 2,2 por cien), sino también a un descenso de las primas de seguros, debido a operaciones atípicas del ramo Vida, que facturaron sumas muy considerables en 1988 y desaparecieron en el ejercicio siguiente; estas operaciones atípicas fueron las llamadas *primas únicas* y debido a ellas se verificó una distorsión en las cifras de negocios de algunos ejercicios.<sup>76</sup>

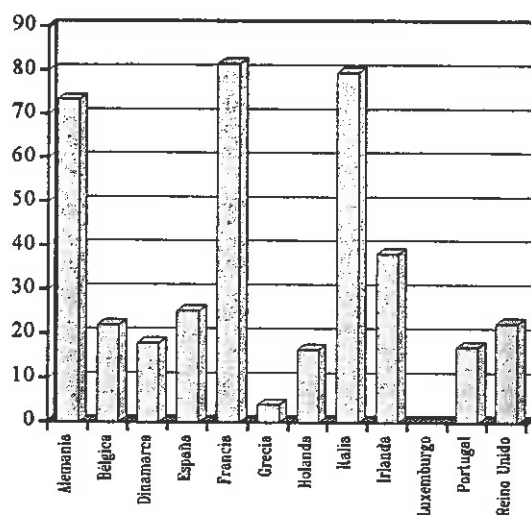
---

*cinco países miembros (del FMI) con mayor exportación de bienes y servicios durante el periodo 1980-84, o sea, el dólar de EE.UU., el marco alemán, el franco francés, el yen japonés y la libra esterlina. Las operaciones de las cinco monedas ... reflejaban en términos generales la importancia relativa de estas monedas en el comercio y finanzas internacionales, en función del valor de la exportación de bienes y servicios de los países miembros que emiten estas monedas y los saldos de dichas monedas oficialmente en poder de los demás países miembros del Fondo durante el quinquenio 1980-84.*", Fondo Monetario Internacional, 1992, Estadísticas Financieras Internacionales (Anuario), Washington.

<sup>76</sup> A este respecto se pueden consultar los Documentos de Trabajo de la Secretaría de Estado de Hacienda, VASCO, F., *El fraude fiscal en los seguros de prima única*, Documento de Trabajo nº 18, noviembre, 1989; NIEVES, E., *Análisis del fraude fiscal procedente de pólizas de seguros de prima única y las cesiones de crédito*, Documentos de Trabajo de la Secretaría de Estado de

El gráfico 3.1 permite visualizar la dimensión media de las entidades aseguradoras en los países comunitarios.

**GRÁFICO 3.1**  
**Dimensión media de las entidades aseguradoras**  
**1989**



Fuente: Dirección General de Seguros, 1990. Elaboración propia.

### **3.4 – La banca-seguros en los países europeos**

#### **3.4.1- La banca y los seguros en los países de la CEE – frontera entre las dos actividades**

En todos los países de la Comunidad, la legislación trata de separar las dos actividades más importantes del mercado financiero: por un lado la banca, por otro los seguros. Las Directivas comunitarias también legislan en este sentido, declarando la incompatibilidad de las dos entidades. Esto se verifica, además de en la CEE, en la mayor parte de los países.

Varias son las razones apuntadas para que se verifique esta tradicional separación entre los dos sectores de actividad. Por un lado podemos apuntar la diferencia más radical entre las dos actividades, derivada del carácter específico del negocio de cada una de ellas: la banca se dedica a la gestión del balance, los seguros trabajan sobre su cuenta de explotación; también las autoridades de control de las dos entidades son distintas y esto está relacionado con el carácter específico del negocio de cada una. Una segunda razón para que exista la separación entre la banca y los seguros tiene que ver con el motivo anterior y radica en que es necesario evitar que los riesgos de una actividad se puedan repercutir en la otra.

Otro argumento frecuentemente utilizado, reside en la protección del consumidor, pues, a la hora de contratar un crédito con una determinada entidad bancaria, ésta podría presionarlo a asegurarse en la propia entidad, limitando la libertad de elección por parte de los presumibles clientes; por otro lado, la banca, al disponer de un mercado propio relacionado con sus operaciones activas, estaría en condiciones de ejercer un cierto grado de oligopolio en el mercado de determinados productos ligados a la actividad bancaria y ejercer presión sobre las tarifas. Sin embargo, la distribución de ese tipo de productos aseguradores, relacionados con créditos, préstamos hipotecarios o otros productos de la banca, está cada vez más en manos de las entidades bancarias. Esta tendencia, por los datos que disponemos, parece que es irreversible.

Pero si en la legislación los dos sectores de actividad se encuentran perfectamente separados, el mercado se encarga de mezclar banca y seguros en muchas vertientes: en los productos ofrecidos por cada uno, en la generación de dichos productos y, por encima de todo, en la distribución de esos productos; por otro lado, el desarrollo de muchos conglomerados financieros hace que existan en el mercado unidades económicas que actúan de forma integrada y causan una mayor "confusión" entre las diversas entidades financieras. Este fenómeno de "confusión" o "integración" entre las entidades ya ha generado términos propios

para su designación: "décloisonement", en francés, "desegregation", en inglés<sup>77</sup>.

Las razones para que se verifique el fenómeno anteriormente señalado son de diverso orden, y están relacionadas tanto con problemas específicos del sistema financiero y de las instituciones, como con motivos de carácter sociológico, como la mejora de la cultura financiera de los ciudadanos verificada en los últimos años. En el cuadro 3.3 sintetizamos las principales razones que han llevado a la "confusión" entre las dos actividades<sup>78</sup>:

### CUADRO 3.3

#### La "integración" banca-seguros

Razones para la integración entre la banca y los seguros
. crisis en los sistemas tradicionales de la Seguridad Social
. tendencia de polarización de ahorros hacia activos financieros relacionados con el seguro
. necesidad de rentabilizar las extensas redes de sucursales de la banca
. aumento de la cultura financiera de los consumidores

<sup>77</sup> LLORENS, L., *La frontera entre banca y seguros en la CEE*, Previsión y Seguros, Revista Técnica de Seguros y Fondos de Pensiones, Ed. Centro de Estudios del Seguro, S.A., nº7, septiembre/octubre, 1990

<sup>78</sup> Se puede consultar, a este respecto, el estudio monográfico de LLORENS, L., mencionado en la nota anterior.

Hoy en día, muchos países presentan el problema del desequilibrio económico de sus sistemas de prevención social oficiales. La concepción filosófica del *pacto de generaciones* no es viable ahora, pues la relación entre el número de activos y el número de inactivos está cambiando y las previsiones para el siglo XXI muestran un gran aumento del número de inactivos respecto a los activos, debido a tasas de natalidad más bajas y al incremento de la esperanza de vida en los países desarrollados. Estas son algunas de las razones que han conducido a un cambio en las mentalidades y provocado que el sistema de seguridad social pase a coexistir con los sistemas de seguridad social privados. El sistema americano de prevención social, en que se basan los sistemas vigentes en casi todo el mundo, se fundamenta sobre tres pilares: el primero es la seguridad social (Social Security System), el segundo son los planes de pensiones proporcionados por las empresas y el tercero, el ahorro individual<sup>79</sup>. En estos dos últimos pilares tienen gran relevancia los fondos de pensiones y los seguros de Vida, tanto individuales, como de empresa. Esto tiene como resultado un aumento substancial de los productos de seguro de Vida combinados con componentes de ahorro que provoca el interés por este tipo de productos, no sólo por parte de las empresas aseguradoras sino también por los bancos, que ven una nueva oportunidad de

---

<sup>79</sup> Se pueden consultar a este respecto, entre otros, los siguientes autores: LAFUENTE, A., *Estudios sobre Planes y Fondos de Pensiones*, Ariel Derecho, Barcelona, 1989; AURTENECHEA, J. L., *Planes y Fondos de Pensiones Privados*, Manual General de Técnicas Actuariales de Evaluación, Ed. CASER, Madrid, 1988; MCGILL, D., *Fullfilling Pension Expectation*, Pension Research Council.

negocio con grandes perspectivas de crecimiento. También se verifica un desvío de la canalización del ahorro en productos bancarios tradicionales hacia una mayor inversión en productos de seguros que, en muchas ocasiones, traen unido incentivos fiscales que los hacen más atractivos que los depósitos en los bancos.

La banca, por su parte, debido al desarrollo tecnológico, a la aparición de las tarjetas de crédito, a la utilización masiva de ordenadores potentes, se ha encontrado con una infrautilización de sus redes; ésta es una de las razones por las que la banca se siente atraída por la comercialización de productos de seguros, como medio para, además de realizar importantes aportaciones al negocio, reutilizar dichas redes.

Por último, y quizá no menos relevante, tenemos el aumento de la cultura financiera de los consumidores. Estos requieren, cada vez más, productos que respondan integralmente a sus necesidades y deseos, como, por ejemplo, la aseguración de su futuro y su jubilación, a través de productos que, de forma global, los puedan satisfacer.

Es desde esta perspectiva, cuando surgen en el mercado, productos que se encuentran en la frontera de las dos actividades, banca y seguros. Si bien hay países de la Comunidad que prohíben a las entidades aseguradoras comercializar productos que no incorporen riesgo, pues el riesgo es la componente típica

de la actividad aseguradora hay, sin embargo, otros cuya legislación es más permisiva a este respecto.

En los seguros de Vida, sin embargo, se pueden combinar las componentes de riesgo y de ahorro de los productos de tal forma que, en la práctica, el resultado sea una operación financiera igual a las ofrecidas por los bancos, pero se puede justificar, matemáticamente, que se tratan de operaciones de seguros dónde están presentes las técnicas financieras y actuariales propias de los productos de seguros. Este es el caso, por ejemplo, de las llamadas "primas únicas" que no son más que productos de seguros dónde la adecuada combinación de distintas operaciones de seguros y rentas a prima única pueden dar como resultado la compensación del riesgo, siendo el resultado final equivalente al de una operación de carácter financiero.

Como vemos, hay operaciones de seguros que se pueden convertir en productos en los cuáles el riesgo no está presente, aunque su justificación sea hecha con base a las técnicas actuariales. Algunos autores refieren combinaciones posibles, como son, por ejemplo, un seguro mixto combinado con una renta temporal, de cuantía anual equivalente a los intereses técnicos del capital asegurado y dónde la prima única se identifica con el capital del seguro mixto; el asegurador no corre riesgo de supervivencia o mortalidad, pues paga al asegurado, periódicamente y mientras viva, la rentabilidad de la reserva matemática de la operación. Otro tipo de combinación es el seguro de vida entera, al que se añade una renta vitalicia cuya

cuantía anual equivalga a los intereses técnicos del capital asegurado en el de vida entera, contratada a prima única. Puede comprobarse, en este caso, que el capital asegurado es igual al importe de la prima única; esto tiene como consecuencia que, para la operación contratada, es indiferente la edad del individuo y, por eso, el riesgo actuarial no está presente<sup>80</sup>.

Como se puede concluir a partir de los ejemplos indicados, hay situaciones en las cuáles, a través de determinadas combinaciones, se pueden convertir operaciones de seguros tradicionales en productos semejantes a los depósitos bancarios, sin que esto pueda significar que las operaciones son ilícitas o ajenas al seguro al no estar presente el factor riesgo actuarial, por compensación entre las modalidades que lo integran.

En la Comunidad Económica Europea, respecto a este tipo de operaciones que mencionamos, se pueden distinguir tres tipos de planteamiento:

1. las entidades aseguradoras deben limitarse a cubrir riesgos, su primera y principal función; por tanto, la capitalización no debe estar presente en su actividad;
2. en el seguro debe siempre existir la componente de riesgo, pero se acepta su presencia en un gran número de

---

<sup>80</sup> Ejemplos referidos en LLORENS, L., *La frontera entre banca y seguros en la CEE*, Revista técnica de Seguros y Fondos de Pensiones, Ed. Centro de Estudios del Seguro, nº7, septiembre/octubre, 1990.

operaciones. Esta postura se encuentra en países como Reino Unido, Irlanda y Holanda;

3. por último, se encuentran los países que plantean la posibilidad de utilizar la capitalización como bisagra entre el seguro y el ahorro cierto, a fin de defender que ciertas operaciones sin riesgo puedan practicarse por entidades aseguradoras. En este último grupo se podría incluir Francia.

Los productos que se encuentran en la frontera entre banca y seguros han proliferado por todos los países de la Comunidad, en mayor o menor escala, según la legislación vigente en cada país y el grado de desarrollo del fenómeno de la "banca-seguros". Otras razones usualmente asumidas para la expansión de este tipo de productos está en relación con la fiscalidad: ventajas de orden fiscal respecto a los tradicionales productos bancarios hacen que el ahorro se canalice preferencialmente hacia productos de seguros, que pueden beneficiar de determinadas exenciones en los impuestos sobre la renta. También, las entidades aseguradoras intentan competir con las demás entidades del sistema financiero, ofreciendo productos combinados que tratan de satisfacer los deseos de los consumidores.

### **3.5 – La banca-seguros en Francia, Alemania, Reino Unido y Portugal**

Constatamos que la banca-seguros es un fenómeno que se ha extendido a todos los países y que, en nuestra opinión, tiene un carácter irreversible. Sin embargo, su desarrollo y el modo como funciona en los diversos países no goza de homogeneidad. Queremos portanto, en este punto de nuestro estudio, resumir la situación de las relaciones entre banca y seguros en algunos países europeos.

#### **3.5.1 – Francia**

En el ranking mundial 1990, Francia ocupa la quinta posición en lo que se refiere a la acaparación de primas de seguros, y la tercera posición en el ranking europeo, precedida tan solo por Gran-Bretaña y Alemania Federal. Más del cincuenta por cien del conjunto de las primas corresponde al ramo Vida.

Las compañías extranjeras que operan en Francia se dedican casi en exclusividad a la explotación de seguros "grandes riesgos industriales".

La situación provocada por el aumento de los jubilados frente a la población activa y el consecuente empeoramiento de las pensiones de los que han alcanzado la edad de jubilación, y las previsiones demográficas en el mismo sentido, hicieron que los planes de jubilación - además con incentivos fiscales atractivos - aumentaran su auge. Los bancos, para no perder la clientela bancaria<sup>81</sup> que estaba trasladando sus ahorros tradicionales hacia los planes de jubilación, han empezado a comercializar estos productos típicos del mercado asegurador. La primera y más visible consecuencia en el mundo de los seguros ha sido el descenso, en menos de una década, del número de agentes de seguros, que pasaron de 40.000 en 1980 a 20.000 en 1987.

Los bancos en Francia han hecho su aproximación al seguro bajo diversas formas: creación de filiales de seguros, acuerdos con compañías, intercambio de acciones, etc. . No olvidemos, también, que ha sido en Francia donde surgió el concepto de *bancassurance* y donde este fenómeno ha conocido

---

<sup>81</sup> Recordemos que una de las razones por las cuáles a los bancos les interesa penetrar en el área de los seguros es mantener sus clientes; como refería Kessler, "la necesidad de diversificación es tal vez más urgente para los bancos que para las aseguradoras ... Esto significa que el potencial de crecimiento de las actividades tradicionales de la banca como intermediario financiero está agotado ... Se debe pasar de una "explotación extensiva" de los clientes a una "explotación intensiva". Esta metáfora es apropiada en el sentido de que la explotación intensiva corresponde a un aumento del número de variedades cultivadas en el mismo suelo.", KESSLER, D., 1987, *Banques et Assurances: cohabitation, mariage ou fusion?*, *Révue d'Economie Financière*, nº 1, junio, Paris, p. 13. Traducción libre.

sus más intensas manifestaciones. Muchos son los ejemplos que podríamos aportar de la colaboración entre bancos y compañías de seguros en Francia. Mencionaremos solamente algunos. Predica y le Crédit Agricole serán nuestro primer ejemplo: creada en 1986, en 1990 Predica ya era el número dos del mercado francés de los seguros de vida; de acuerdo con la opinión de Jean-Pierre Daniel, los productos de esta aseguradora son los normales del mercado, sean los seguros de vida o los de capitalización; el factor de éxito de la compañía se relaciona con el canal de distribución utilizado y la eficiencia del personal del banco en la venta de los seguros: *"En otras palabras, no son los productos que han contribuido al éxito de Prédica, sino la red de distribución de Crédit Agricole, y la capacidad de la filial para movilizar sus energías a ese efecto."*<sup>82</sup>

Un segundo ejemplo lo tomamos en la relación entre la primera compañía de seguros francesa, UAP, y el primer banco, BNP. En 1989 se concluía un acuerdo entre los dos gigantes del mercado financiero francés, con una participación cruzada del 10% de los capitales de cada una de las entidades referidas. Este acuerdo tendría sobretodo objetivos comerciales, y consistiría en la venta cruzada de productos diseñados por ambas entidades. Las ventanillas del banco vendían los productos no vida de la aseguradora, y los agentes de UAP proponían préstamos inmobiliarios y créditos al consumo, creados por el BNP.

---

<sup>82</sup> DANIEL, J. P., *La bancassurance*, Éditions de Verneuil, Paris, 1992, pp.108-109. Traducción libre.

La presencia de la banca en el negocio asegurador en Francia es sin duda significativa. De acuerdo con el estudio de Arthur Andersen sobre la situación de los seguros en Europa<sup>83</sup>, en los primeros cinco años de la década de los noventa, la presencia de los bancos en el mercado de los seguros presenta una tendencia al crecimiento y se espera que, además de los seguros de vida, los bancos franceses penetren activamente en el negocio no vida; este será, de acuerdo con el estudio, el mayor desafío presentado a la banca en el mundo de los seguros.

### 3.5.2 - Alemania

Alemania ocupa, en 1990, el segundo lugar en el ranking de países europeos ordenados según el total del volumen de primas de seguros, y la cuarta posición a nivel mundial, únicamente precedida de Estados Unidos, Japón y Gran-Bretaña.

En el mercado alemán compiten más de 400 compañías de seguros, pero en realidad el mercado está dominado por un pequeño número de aseguradoras. En la primera posición se encuentra Allianz, que detenta el 14 por cien del mercado de Vida.

---

<sup>83</sup> ARTHUR ANDERSEN & CO., S.C., *Insurance in a changing Europe 1990-1995*, The Economist Publications, Londres, 1990.

En este país, la red de distribución más utilizada son los agentes exclusivos, que representan el 79 por cien de la distribución de seguros. Esta situación favorece las relaciones estables e impide que las empresas extranjeras penetren más ampliamente en el mercado.

Al igual de lo que sucede en Francia, también aquí los planes de jubilación han superado la búsqueda de activos financieros en los bancos, como los depósitos y fondos de inversión, y debilitado la actividad comercial de la banca. Los bancos estaban perdiendo terreno para los seguros de vida, fondos de pensiones y jubilación<sup>84</sup>.

*Allfinanz* ha sido una de las respuestas de los bancos para entrar en la competencia con estos productos vendidos por las aseguradoras; la idea de *Allfinanz* era ofrecer en conjunto, una gama completa de productos financieros. La oficina bancaria, además de los servicios habituales, ofrecería también seguros de vida y planes de pensiones.

---

<sup>84</sup> Jean-Pierre Daniel refiere que *"el comportamiento de los ahorradores alemanes se estaba revelando muy desfavorable para los bancos. ... tradicionalmente (los alemanes) ahorraban por precaución o por un proyecto preciso ... Poco tiempo después, han tomado conciencia de los problemas demográficos ... los bancos no eran los mejor posicionados ... y velan parte de los ahorros ir para las Cajas de Ahorro o para las sociedades de seguros."*, DANIEL, J.P., 1992, *La bancassurance*, pp.185 - 186. Traducción libre.

Para poner en marcha la *Allfinanz*, numerosas asociaciones entre bancos y aseguradoras han surgido. El KKB Bank creó la compañía de seguros de vida KKB Leben, cuyo objetivo era ofrecer productos de seguros en las ventanillas del banco, para poder aconsejar al cliente cuando éste pase de una situación de solicitar préstamos para el consumo, a una situación de ahorrador potencial.

En 1988, el primero banco alemán, el Deutsch Bank, anunciaba la creación de una compañía de seguros de vida, la Deutsche Bank Leben. Esta nueva compañía, que ha comenzado a operar en septiembre de 1989, crecía al ritmo de 8 a 10 mil contratos/mes.

Ante estas reacciones de los bancos alemanes, la primera aseguradora germánica, Allianz, también ha tomado sus posiciones y, de esta forma, en marzo de 1989 firmaba un acuerdo con el segundo mayor banco alemán, el Dresdner Bank, cuyo objetivo era aprovechar sinergias derivadas de la complementariedad de las dos actividades, y rentabilizar la distribución: las oficinas del banco venderían ciertos productos de seguros de vida, y los agentes de Allianz podrían proponer a sus clientes algunos productos bancarios. Se puede citar también la compra de un banco por parte de una aseguradora: la Aachener Munchener ha tomado el control del banco BEG y de sus 250 sucursales.

Además de los grandes bancos y aseguradoras, también otras instituciones emprendieron movimientos dirigidas a conseguir una participación recíproca. Sin embargo, y de acuerdo con las conclusiones del estudio efectuado en 1990 por Arthur Andersen<sup>85</sup>, los bancos todavía representan una pequeña proporción del mercado asegurador alemán. Pero, no solo para Alemania como también para el resto de Europa, se espera que en el primer quinquenio de la década de los noventa, los bancos alcanzarán entre el 3 y el 10 por cien del negocio asegurador, vida y no vida. Las expectativas, de acuerdo con el mismo estudio, son que los bancos distribuirán, en 1995, entre el 11 y el 24 por cien de los productos vida, mientras que su participación en la distribución de seguros no de vida se situará siempre por debajo del diez por cien.

### 3.5.3 - Gran Bretaña

Se trata del primer asegurador europeo, con más de 100 mil millones de dólares de primas de seguros, en el ranking 1990. El mercado inglés de los seguros es un mercado maduro, tanto a nivel de las propias compañías, como a nivel de los clientes. Se da un gran énfasis a la innovación en los productos. Como se trata de un mercado maduro, se espera que tenga un crecimiento por debajo de la media europea.

---

<sup>85</sup> ARTHUR ANDERSEN & CO., S.C., *Insurance in a changing Europe 1990-1995*, The Economist Publications, Londres, 1990.

La red de distribución en el Reino Unido está formada esencialmente por corredores independientes y por inmobiliarias.

Como en los demás países europeos, también en Inglaterra el problema demográfico y las desgravaciones fiscales en favor de los seguros de vida y jubilación, han desplazado el ahorro de los individuos de los tradicionales productos bancarios hacia los seguros. Los bancos han reaccionado creando sus propias compañías de seguros o participando en su capital; al final de 1991, cinco de los seis principales bancos ingleses han creado su propia compañía de seguros, además trabajando con un corrector propio; Midland Bank, el tercero del mercado, distribuye productos de Allied Dunbar; Nation Wide realiza el 27% de los negocios nuevos de vida de la compañía Guardian Royal Exchange.

Gran Bretaña experimenta pues, también, el fenómeno de la banca-seguros. En este país operan dos tipos distintos de instituciones financieras en el ámbito de la banca-seguros: los bancos que distribuyen seguros de vida y las Building Societies, que distribuyen productos no vida. Jean-Pierre Daniel refiere que los británicos tuvieron la *bancassurance* antes que los países continentales, ya que desde 1967 se conocen bancos que ya habían entrado en el sector de los seguros, más concretamente el banco Martins Bank que había comprado el Unicorn Group y así se constituyó en el propietario de la compañía de seguros Griffin Life Assurance Company. También a partir de los años setenta

los bancos ingleses ofrecían, aunque de forma discreta, seguros de vida a través de corredores propios; paralelamente a la actividad de los bancos, las Building Societies, instituciones financieras bajo la forma de mútuas, estaban especializadas en préstamos hipotecarios; así, junto con los préstamos ofrecían a sus clientes contratos de *endowment mortgage* para la parte de vida, y contratos multirriesgo de incendio para la vivienda.

A pesar de su temprana aparición, la banca-seguros no tiene en Reino Unido la misma fuerza de penetración que en Francia; sin embargo, se espera que en los próximos años el proceso presente una tasa de crecimiento superior a los demás países de Europa<sup>86</sup>.

#### 3.5.4 - Portugal

El marco institucional donde se configura el sistema asegurador portugués está representado por las siguientes instituciones:

- . el Instituto de Seguros de Portugal (ISP), que es la entidad de supervisión;
- . la Asociación Portuguesa de Aseguradores (APS), que es la asociación patronal de empresas de seguros;

---

<sup>86</sup> Opinión expresa en el informe de ARTHUR ANDERSEN & CO., S.C., *Insurance in a changing Europe 1990-1995*, The Economist Publications, Londres, 1990, pp. 142-149.

- . la Asociación Nacional de los Corredores de Seguros (ANCOSE);
- . la Asociación Portuguesa de Productores de Seguros (APROSE);
- . diversos sindicatos.

En 1992 operaban en Portugal 92 aseguradoras (38 sociedades anónimas, 51 agencias generales y 3 mútuas)<sup>87</sup>.

En relación con los demás países industrializados, Portugal presenta una penetración del seguro todavía muy baja. En 1990, Portugal se encontraba posicionado en el 29 puesto del ranking del mercado de seguros a nivel internacional y en el 17 puesto, considerando solamente los países europeos, con 2.173 millones de dólares de primas (0,16 por cien de la producción mundial de seguros en ese año).

La densidad del seguro (primas por habitante) en Portugal, de 206,32 dólares, es también muy baja, cuando la comparamos con la media comunitaria (1.104,94); pero si la comparamos con las cifras del año anterior, 1989, vemos que existe una alta tasa de

---

<sup>87</sup> Después de la Revolución de los Claveles (25 de Abril de 1974), muchas aseguradoras fueron nacionalizadas: "... hacia finales de la década de los 70, la mayoría de las aseguradoras fueron nacionalizadas ... limitándose la competencia entre empresas ... a la calidad de los servicios prestados.", GIL, T., Conferencia de Clausura de las XXVIII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, ICEA, Estoril, marzo 1993; en el año 1985, todavía subsistían 8 aseguradoras configuradas como empresas públicas. En 1990 solo quedaba una aseguradora como empresa pública. Actualmente ya se procedió a la privatización de todas las aseguradoras.

crecimiento, lo que es consistente con el crecimiento verificado en el mercado asegurador, principalmente en el ramo de vida<sup>88</sup>. El mercado de los seguros en Portugal está altamente concentrado y las diez mayores compañías aseguradoras acaparan casi el 70% del mercado portugués de los seguros<sup>89</sup>. Sin embargo, Portugal es un país donde el sector asegurador se está desarrollando de forma notoria. Así, y como se puede verificar a través del cuadro 3.4, el crecimiento verificado en el sector de los seguros ha sido, en los últimos años, bastante superior al crecimiento de la inflación.

**CUADRO 3.4**  
**Primas de seguros e inflación (1988-1992)**

(mil millones de Escudos)

Primas	1988	1989	1990	1991	1992
Vida	31,6	45,6	69,2	94,0	125,2
No Vida	142,9	174,8	221,0	260,7	306,3
TOTAL	174,5	220,4	290,2	354,7	431,5
Crecimiento	27,5%	26,3%	31,7%	22,2%	21,6%
Inflación	9,6%	12,6%	13,4%	11,4%	8,9%

Fuente: Instituto de Seguros de Portugal; INE<sup>90</sup>.

<sup>88</sup> Portugal ocupaba, en 1989, la 30 posición en el ranking de los seguros a nivel mundial, con 1.470 dólares de primas (0,12% del mercado mundial) y presentaba una densidad del seguro de 140,4 dólares por habitante, mientras la media comunitaria se situaba en los 891,0 dólares por habitante.

<sup>89</sup> Las 5 mayores aseguradoras acaparan el 50% de las primas de seguros; las diez mayores aseguradoras el 68% y las quince primeras el 78%.

<sup>90</sup> Instituto de Seguros de Portugal, 1991, *Actividade Seguradora em Portugal - Elementos Estatísticos 1990/I*, (años 1985 - 1990); Instituto de Seguros de Portugal, 1992, *Actividade Seguradora em Portugal - Produção Seguro Directo (Provisório)*, (años 1991 - 1992); Banco de Portugal, 1992, *Relatório*

La distribución se hace sobre todo a través de los canales tradicionales: en Portugal existen más de 40.000 agentes<sup>91</sup>, la mayor parte de los cuáles vende seguros en sistema de *part-time*. Al revés de lo que sucede en los demás países europeos, en Portugal no se espera que los bancos ganen una parte significativa del mercado de los seguros en los próximos años; mientras las perspectivas de crecimiento de la cuota sostenida por los bancos en los países europeos se sitúa por encima del 10 por cien, en Portugal se espera un crecimiento entre el 3 y 10 por cien, para la presencia de la banca en el negocio asegurador<sup>92</sup>.

Sin embargo, la relación banca/compañías aseguradoras empieza a intensificarse en Portugal, y existen numerosos acuerdos entre los bancos y entidades de seguros, tanto a través de participaciones accionistas, como simplemente a través de relaciones comerciales; así, por ejemplo, la Caixa Geral de Depósitos tiene una posición accionista del 97,5% por cien en el capital de la compañía de seguros Fidelidade, el Banco Comercial

---

*do Conselho de Administração do Banco de Portugal, Gerência de 1991, (años 1985 - 1991); INE, 1992, Índice de Preços no Consumidor, (años 1991 - 1992).*

<sup>91</sup> En diciembre de 1992, existían en Portugal 43.329 mediadores (31.841 personas singulares, 383 personas colectivas y 11.105 indicadores), CARVALHO, R., *Panorámica y perspectivas del mercado de seguros portugués*, XXVIII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, ICEA, Estoril, marzo 1993, p.6.

<sup>92</sup> Informe de ARTHUR ANDERSEN & CO., S.C., *Insurance in a changing Europe 1990-1995*, The Economist Publications, Londres, 1990, pp. 120-126.

Português participa con el 58% en el capital de la aseguradora Ocidental, la compañía de seguros Bonança tiene una participación del 19,17% en el capital de la União de Bancos Portuguesa. Además de las relaciones de accionistas, todas estas entidades tienen entre ellas relaciones comerciales; con acuerdos solo a nivel comercial, podemos referir la aseguradora Império y el Banco Totta y Açores y la Mundial Confiança con el Banco Pinto y Sotto Mayor<sup>93</sup>.

Si bien la banca-seguros está menos desarrollada en Portugal que en otros países industrializados, las relaciones entre bancos y compañías de seguros se están intensificando y, hasta ahora, parece que el proceso es bien aceptado por las dos actividades, al revés de lo que ha pasado, por ejemplo, en España, con la reacción negativa de los colegios de agentes y corredores de seguros a la introducción masiva de nuevos canales de distribución<sup>94</sup>.

En un informe sobre banca-seguros, en que se recogen opiniones de diversas personalidades del área de la banca y de los seguros en Portugal, se refiere que *"al igual que ha pasado en los demás países comunitarios, también en Portugal las relaciones entre instituciones financieras y, en particular, entre bancos y compañías de seguros, se vienen intensificando de unos años a*

---

<sup>93</sup> SEMANÁRIO ECONÓMICO, "Bancassurance" em português, Lisboa, 24.05.1991.

<sup>94</sup> Este tema será desarrollado en nuestro estudio en el Capítulo IV.

esta parte. ... Es, sin embargo, curioso señalar que la cooperación existente no significa que se verifique la integración de los dos sectores."<sup>95</sup>.

En el mismo informe se refiere que, respecto al año 1993, "la evolución previsible de la economía portuguesa no abre perspectivas optimistas ni para el sector de los seguros ni para la banca ... En el caso concreto de los seguros, ... también es importante mencionar las expectativas de los individuos y de las empresas que, debido a la incertidumbre de los acontecimientos, conducen muchas veces al aplazamiento de las decisiones de invertir en seguros."<sup>96</sup>

---

<sup>95</sup> CARVALHO, R., 1993, *Banca e Seguros - Complementaridade sem Integração*, Indústria, nº 3, marzo, Lisboa, pp. 6 - 18.

<sup>96</sup> Idem.

### 3.6 - Las directivas comunitarias sobre seguros

#### 3.6.1 - Objetivo de las directivas sobre seguros

La Comunidad Económica Europea, con sus doce países miembros, dispone de un mercado muy amplio y, como ya hemos mencionado, de uno de los mejores niveles de vida del planeta. Las perspectivas de crecimiento económico en los países de la CEE son positivas y hay un gran potencial de expansión para las empresas relacionadas con el entorno financiero; con esto queremos decir que, tanto para la banca, como para las empresas aseguradoras, el Mercado Único abre muchas posibilidades y hace modificar la visión de los empresarios, pues dejan de ser actores en un mercado nacional, para pasar a incorporarse al gran mercado representado por todos los países de la CEE. En este contexto, la cuestión del tamaño de las entidades que en él van a operar constituye un problema primordial, ya que el mercado, para los distintos países de la Comunidad, va a aparecer multiplicado por 3 para un asegurador alemán, por 4 para un asegurador británico, por 5 para un asegurador francés, por 13 para un asegurador italiano, por 14 para un asegurador belga o holandés, por 40 para un asegurador español, por 500 para un asegurador griego y por 1.000 para un asegurador de Luxemburgo<sup>97</sup>.

---

<sup>97</sup> BADOE, M., *Banques et assurances - réussir l'Europe*, Les Éditions d'Organisation, Paris, 1990, pág.21.

Las diferencias entre los distintos países miembros de la Comunidad son relevantes en diferentes aspectos: la organización de los sistemas bancarios y de seguros es distinta de unos países a otros; las tasas de interés varían; la fiscalidad y las prácticas son diferentes de unos países a otros. Sabemos que uno de los objetivos del Tratado de Roma es alcanzar la Unidad Económica entre los diversos países de la CEE, obtener un Mercado Común donde puedan circular libremente personas, bienes, servicios y capitales.

Además de conseguir un mercado único agrícola, industrial, de libre circulación de personas, también se pretende llegar a un Mercado Común de los Servicios Financieros. El sector de los seguros es parte de este mercado financiero y, por eso, la Comunidad trata los seguros como parte integrante de la actividad económica sometida al ordenamiento jurídico comunitario. El objetivo de la legislación comunitaria en el sector del seguro es el establecimiento de un mercado interior. o sea, *"la creación de un espacio sin fronteras interiores en el que se garantice a todo asegurador autorizado en un Estado miembro, la posibilidad de realizar su actividad en toda la Comunidad."*<sup>98</sup>.

Las normativas comunitarias también intentan mejorar la eficacia de las empresas de seguros, para dar respuesta a la nueva competencia a la que se ve confrontado el seguro, "competencia

---

<sup>98</sup> FRUTOS, J. M., 1993, *Incidencia de la normativa europea en el seguro español*, XXVIII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, marzo, Estoril, p. 4.

que procede no sólo del propio sector asegurador, sino también de los restantes servicios financieros, como la banca.<sup>99</sup>"

Para llegar a un mercado único de los seguros, la Comunidad Económica Europea debe legislar y dar sus orientaciones para que los diversos estados miembros aproximen su regulación interna. La Comunidad dispone de dos instrumentos fundamentales; el primero es el Tratado de Roma, que establece los dos principios que son determinantes para la consecución de un mercado asegurador único. Por tanto, todo el trabajo de la Comunidad en el área de los seguros está, pues, sometido a esos dos principios:

1. la *libertad de establecimiento*;
2. la *libertad de prestación de servicios*.

El segundo instrumento de que dispone la Comunidad Europea son las Directivas, que es un acuerdo a nivel comunitario que obliga todos los países miembros a adaptar sus legislaciones para unificarlas con las de los demás estados miembros. Así, todas las directivas comunitarias sobre seguros van dirigidas a que las entidades aseguradoras de cualquier Estado miembro puedan establecerse en otro en igualdad de condiciones que sus nacionales, o puedan vender sus productos en los otros Estados como si se tratara de un único país.

---

<sup>99</sup> FRUTOS, J. M., 1993, *Incidencia de la normativa europea en el seguro español*, XXVIII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, marzo, Estoril, p. 35.

Para garantizar una cierta equivalencia entre los regímenes de los diversos países de la Comunidad, se han publicado varias directivas que obligan a los Estados miembros en cuanto al objetivo a conseguir; no obstante, los medios y formas de garantizar la ejecución, son dejados al libre arbitrio de cada Estado.

Las directivas son notificadas a los diversos Estados miembros, y éstos disponen de un plazo de 24 a 30 meses para adaptar su legislación a la legislación comunitaria.

Las directivas deben ser aplicadas en toda la Comunidad; cuando haya expirado el plazo de adaptación, si alguno de los países miembros no ha introducido convenientemente las disposiciones comunitarias en los ordenamientos nacionales, la Comisión o cualquier Estado miembro puede interponer un recurso por infracción ante el Tribunal de Justicia de la Comunidad.

Las medidas de armonización en el área de los seguros empezaron al principio de la década de los sesenta, pero los avances han sido lentos; en los primeros años de vigencia del Tratado de Roma, la CEE casi no había hecho ningún trabajo en el campo de los seguros. Al final del período transitorio fijado por el Tratado de Roma para el establecimiento progresivo del Mercado Común (31 de diciembre de 1969), aún no se había dado ningún paso en el sentido de la libertad de establecimiento y de la

libre prestación de servicios en el área del seguro directo. La única directiva adoptada hasta esa fecha por la Comunidad era sobre el reaseguro. La Comunidad de los Doce procura, sin embargo, continuar su labor de armonización y obtener resultados en un espacio de tiempo no demasiado largo. En este contexto, han sido aprobadas y se encuentran en estudio diversas directivas que persiguen alcanzar una armonización en el panorama comunitario de los seguros.

En 1973 se aprueba la primera directiva sobre seguro directo de daños y, en 1978, la primera directiva sobre seguros de vida. Las dos tratan de *armonizar las condiciones de acceso y ejercicio de la actividad aseguradora* y exigen *la constitución de un margen de solvencia para hacer frente a los gastos de explotación*<sup>100</sup>

Además de estas directivas que tratan de la libertad de establecimiento, la Comunidad pretende la libertad de prestación de servicios, para conseguir un mercado único de los seguros.

Por libre prestación de servicios se entiende la posibilidad de *"ofrecer productos de seguros en un Estado miembro sin necesidad de utilizar, en este último Estado, un establecimiento."*<sup>101</sup>.

---

<sup>100</sup> Primera Directiva No Vida, 1973.

<sup>101</sup> SCHAAN, A., *Legislación Comunitaria en materia de seguros*, Estudios y Trabajos Doctrinales, Jornada Hispano-Lusa, Lisboa, 24 de enero, 1991

El desarrollo de la libertad de servicios ha sido, todavía, mucho más lento que el de la libertad de establecimiento.

Las normativas comunitarias sobre seguros intentan, como hemos mencionado, crear un mercado interno ; FRUTOS (1993) refiere la incidencia psicológica de la normativa comunitaria en el seguro respecto a diversos factores. En el ámbito de nuestro estudio, las relaciones banca-seguros, nos referiremos a un factor designado como "*mejora en la eficacia de las empresas de seguros y el incremento de la competencia en el sector asegurador*"<sup>102</sup>, que se relaciona con una mayor capacidad de reacción de la entidad aseguradora para adaptarse a las nuevas demandas del mercado; esta capacidad de adaptación se reflejará también en los sistemas de distribución utilizados.

### **3.6.2 - Las principales directivas sobre seguros**

En la Comunidad se empezó a publicar un programa general de medidas para el establecimiento de la libertad de prestación de servicios al principio de los años sesenta. Vamos a exponer seguidamente, de forma sucinta, las principales directivas comunitarias aprobadas o propuestas en el ámbito de los seguros.

---

<sup>102</sup> FRUTOS, J. M., 1993, *Incidencia de la normativa europea en el seguro español*, XXVIII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, marzo, Estoril, p. 34.

### **1. Primera Directiva de coordinación No Vida (73/239)**

Esta medida comunitaria, adoptada en 1973, después de numerosos años de negociaciones, ha tenido un papel muy importante en lo que concierne a los seguros No Vida; ha entrado en vigor en 1978. Por ella se armonizan las normas en materia de otorgamiento de autorizaciones oficiales para ejercer las actividades como entidades de seguros y se fijan las condiciones de otorgamiento de estas autorizaciones.

### **2. Directiva relativa a la libertad de establecimiento para las compañías de seguro directo No Vida (73/240)**

Esta directiva abolía las restricciones fundadas sobre la nacionalidad en materia de libertad de establecimiento para las compañías de seguro directo No Vida. Sin embargo, esta directiva se convirtió en superflua, por vía de una sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades, que establecía que el "derecho de establecimiento en otro estado miembro garantizado por el artículo 52 del tratado de la CEE era directamente aplicable sin necesidad de ser tratado en directivas."<sup>103</sup>

### **3. Primera Directiva de Coordinación en materia de seguros de Vida (79/267)**

Esta directiva, adoptada en 1979, es equivalente a la primera directiva de coordinación, en este caso para los seguros

---

<sup>103</sup> Idem.

de Vida. La directiva fija las normas para los márgenes de solvencia, las reservas técnicas y la cooperación entre las entidades de control - principio de control por el país de origen de la aseguradora. Además de estas disposiciones, la directiva estipula que todas las nuevas compañías de seguros deben elegir entre las actividades de seguros Vida o No Vida.

#### **4. Segunda Directiva de Coordinación en materia de seguros directos No Vida (88/357)**

Esta directiva representa, sin duda, el gran avance en materia de liberalización de servicios de seguros en la Comunidad Europea. El aspecto más relevante de esta directiva, que actualiza la primera directiva de coordinación en materia de seguros No Vida, es que dota a las compañías de seguros de una libertad total en la prestación de servicios. Las entidades aseguradoras establecidas en cualquier de los estados miembros pueden cubrir "grandes riesgos" en los demás países miembros, aunque no estén establecidas en ese país; esto significa que una aseguradora de un país de la Comunidad Europea puede automáticamente vender pólizas de "grandes riesgos" a todos los clientes industriales de la CEE.

Los "grandes riesgos" son definidos como los riesgos en que la empresa cliente tiene al menos 250 empleados, un volumen de negocios de al menos 12,8 millones de ECU y un balance mínimo de 6,2 millones de ECU; estas cifras serán dobladas después de un período de transición (hasta el 31 de diciembre de

1992)<sup>104</sup>. Estos son los valores definidos para las "grandes empresas" en las cuarta y séptima directivas relativas al derecho de las sociedades.

En la práctica, los "grandes riesgos" corresponden a la cobertura de la propiedad, de la responsabilidad, del transporte, del crédito y caución; estos seguros representan una gran proporción de todos los seguros en la Comunidad. En lo que concierne a los "riesgos de masa", la directiva informa que las compañías que ofrecen este tipo de seguros deben estar establecidas en el estado miembro y estar aprobadas por las autoridades de control del país donde se sitúa el riesgo.

Esta directiva se debería haber puesto en práctica en los países comunitarios antes del 30 de diciembre de 1989; sin embargo, Grecia, Portugal e Irlanda se benefician de medidas transitorias hasta el 31 de diciembre de 1998 y España hasta el final de 1996.

##### **5. Propuesta de Tercera Directiva del Consejo sobre coordinación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas relativas al seguro directo distinto del seguro de vida (90/C 244/02)**

Esta directiva modifica algunos artículos de la Primera Directiva (Directiva 73/239/CEE), en lo que concierne al acceso a

---

<sup>104</sup> *Guide Pratique du Marché Unique Européen*, Club de Bruxelles, 1988, pág. III.

la actividad de seguros, a la armonización de las condiciones de ejercicio y a la libertad de establecimiento y la libre prestación de servicios en los Estados miembros. En este sentido, la presente propuesta de directiva considera que *en un mercado único ningún Estado miembro puede prohibir el ejercicio simultáneo de la actividad de seguros en su territorio en régimen de derecho de establecimiento y en régimen de libre prestación de servicios*<sup>105</sup>; por eso se suprime la facultad que, en este sentido, otorgaba la Segunda Directiva a los Estados miembros de la Comunidad.

**6. Segunda Directiva de Consejo, de 8 de noviembre de 1990, sobre la coordinación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas relativas al seguro directo de vida (90/619/CEE)**

Esta segunda directiva modifica algunas disposiciones de la Primera Directiva sobre seguro de vida y tiene como objetivo la liberalización de la prestación de servicios<sup>106</sup>; su ámbito, todavía, está limitado a la "venta pasiva" (el asegurado ha tomado él mismo la iniciativa de suscribir la póliza de seguros) y la entidad aseguradora, supervisada por su país de origen, no tiene que estar establecida en el extranjero<sup>107</sup>.

<sup>105</sup> Propuesta de Tercera Directiva del Consejo, presentada por la Comisión el 27 de julio de 1990, Diario Oficial de las Comunidades, Nº C 244/30, 28.8.90.

<sup>106</sup> Segunda Directiva del Consejo, de 8 de noviembre de 1990, Diario Oficial de las Comunidades, Nº L 333/50, 29.11.90.

<sup>107</sup> Ramsés, 91, *Le monde et son évolution*, Économie Internationale: Le Temps de l'Europe, L'Europe financière, 1990, Dunod, pág. 294.

**7. Tercera Directiva de Consejo, de 10 de noviembre de 1992, sobre la coordinación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas relativas al seguro directo de vida (92/96/CEE)**

Esta tercera directiva modifica algunas disposiciones de las directivas 79/267/CEE y 90/619/CEE. En el "Considerando" (3) se refiere que *"...todos los tomadores de seguro, tanto si toman ellos mismos la iniciativa como no, puedan recurrir a cualquier asegurador con domicilio social en la Comunidad...";* en el "Considerando" (6) se indica que *"... el acceso a la actividad de seguros y su ejercicio quedan en adelante supeditados a la concesión de una única autorización administrativa, concedida por las autoridades del Estado miembro en el que la empresa de seguros tenga su domicilio social."*

La incidencia de la normativa comunitaria sobre seguros en los distintos Estados miembros se hace sentir en varios aspectos; así, los Estados deben adaptar sus comportamientos en el área de los seguros, de forma a tomar en consideración el establecimiento del mercado único

La apertura de los mercados que supone la aplicación de las Terceras Directivas va a enfrentarse también con una mayor competencia en el campo financiero, no sólo entre entidades de seguros, sino también con otras entidades financieras,

especialmente bancos y cajas de ahorro. "... la distribución del seguro pasará a ser uno de los elementos clave del mercado único. Las tendencias actuales a establecer acuerdos de cooperación para la venta y distribución de seguros y productos financieros tenderán quizá a acentuarse."<sup>108</sup>.

La normativa comunitaria prosigue, pues, la consecución de un mercado interior de los seguros, en que la libertad de establecimiento y la libertad de prestación de servicios sean un hecho; esto supone una ampliación del mercado y un aumento de la competencia, que dejará de ser entre empresas de seguros de un mismo país, para pasar a desarrollarse en el ámbito de la Comunidad, y no sólo entre aseguradoras, sino con la presencia de otras entidades financieras, como la banca.

---

<sup>108</sup> FRUTOS, J. M., 1993, *Incidencia de la normativa europea en el seguro español*, XXVIII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, marzo, Estoril, p. 38.

>

CAPITULO IV

**LOS SEGUROS EN ESPAÑA  
Y SU DISTRIBUCION**

#### 4.1 - Los seguros en España

España es el décimo tercero productor mundial de seguros, con un total de 16.801 millones de dólares en primas de seguros en el año 1990 (1,7 billones de pesetas)<sup>109</sup>.

En el año de 1992<sup>110</sup>, el total de primas recaudadas en España ha sido de 2.387.165 millones de pesetas. De esta cifra, 1.605.440 millones corresponden a los ramos no vida y 781.725 millones al ramo vida. Si consideramos el desglose de los ramos no vida, en Automóviles y Resto de Ramos, vemos que la facturación se distribuye en tres partes casi equivalentes: Vida, Autos y Resto de Ramos: 781.725 millones de pesetas, 776.171 millones de pesetas y 829.269 millones de pesetas, respectivamente.

---

<sup>109</sup> Datos del informe Sigma, Suisse de Réassurances, ya referenciado en los capítulos anteriores.

<sup>110</sup> Los datos referentes a 1992, utilizados en este apartado, no son los definitivos, ya que las estadísticas oficiales de la actividad aseguradora se publican con bastante retraso (las últimas estadísticas de la Dirección General de Seguros disponibles a la fecha de redacción de este estudio (1993) se referían al ejercicio de 1990); de esta forma, utilizamos los datos publicados por UNESPA en un avance estadístico.

En el cuadro 4.1 indicamos el valor del ratio primas/PIB, en la serie 1981-1992.

**CUADRO 4.1**  
**El sector asegurador en relación con el PIB**  
**1981-1991**

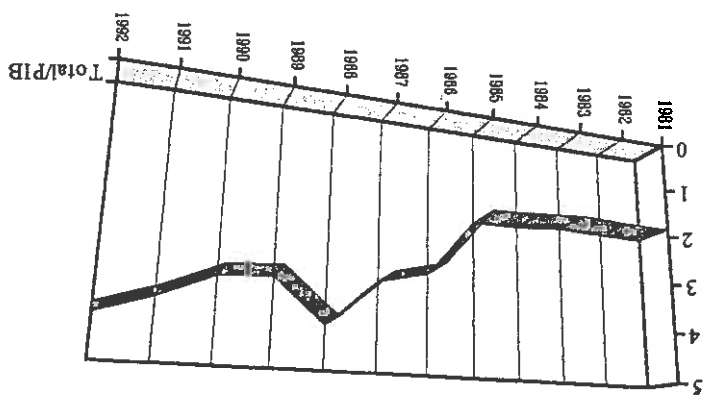
Años	Primas/PIB
1981	1,85
1982	1,82
1983	1,79
1984	1,86
1985	1,90
1986	3,03
1987	3,27
1988	4,16
1989	3,33
1990	3,40
1991	3,85
1992	4,19

Fuente: Ernst & Young, *Vademécum del seguro español*, Cinco Días, 1992 (para los años 1981-1990); UNESPA, *Estadística de Seguros*, Avance 1992; F.M.I., *Estadísticas Financieras Internacionales*, Anuario 1992, Washington, 1992 (para el año 1991).

El gráfico 4.1 nos refleja el peso del sector asegurador en el PIB a partir de 1981:



**GRÁFICO 4.1**  
**El sector asegurador en relación con el PIB**  
**1981-1992**



Fuente: Ernst & Young, *Vademecum del seguro español*, Cinco Días, 1992 (para los años 1981-1990); UNESPA, Estadísticas de Seguros, Avance 1992; F.M.I., Estadísticas Financieras Internacionales, Anuario 1992, Washington, 1992 (para el año 1991). Elaboración propia.

El sector asegurador español representa, en 1992, más del cuatro por cien del Producto Interno Bruto. En 1988 este porcentaje también sobrepasó el cuatro por cien, debido al peso de la facturación atípica del ramo vida, con el negocio de las

primas únicas. En los años siguientes la situación a vuelto a la normalidad y la facturación del sector asegurador en relación con el PIB se mantuvo en torno al tres por cien, como venía sucediendo desde el año 1986.

El decrecimiento verificado en el año 1989 respecto a 1988 (el ratio primas/PIB baja de 4,16 a 3,33) refleja no una menor actividad del sector asegurador, sino el término de la situación atípica creada por las primas únicas, después de la actuación del Ministerio de Hacienda<sup>111</sup>.

A pesar de que las primas de seguros respecto al PIB son más bajas en España que en el resto de los países desarrollados<sup>112</sup>, vemos que el sector de los seguros ha ganado peso en la economía española, principalmente a partir de la mitad de la década de los ochenta. El bajo peso del sector asegurador en la economía no se debe únicamente a razones económicas, sino también a razones relacionadas con la propia cultura española, y su mayor preocupación por el día de hoy respecto a los días que vienen<sup>113</sup>. También las elevadas prestaciones públicas en los

<sup>111</sup> Como ya referimos, las primas únicas tuvieron su importancia en el año de 1988, debido a la gran publicidad de que fueron objeto por parte de algunos bancos y cajas como productos que presentaban grandes ventajas fiscales.

<sup>112</sup> *"Tanto la densidad del seguro como la penetración del seguro son más bajas en España que en el resto de los países desarrollados. ... El mercado del seguro español se espera que pueda crecer ... en su penetración sobre el PIB y a través del propio crecimiento del Producto Interior Bruto."* ICEA, *Oportunidades Estratégicas para la Industria Española de Seguros*, julio, 1992, pp. 6-7.

<sup>113</sup> A mediados de la década de los 80, el mercado asegurador español ha

cuidados sanitarios y en las pensiones de jubilación que se verifican en España contribuyen a un menor interés por los seguros por parte de los españoles.

La economía española ha sufrido una desaceleración en 1992<sup>114</sup>; sin embargo, como hemos visto a través de los ratios primas/PIB, la actividad aseguradora no se ha resentido tanto como ha pasado con otros sectores de actividad. Las primas de seguros han crecido, en los últimos años, a un ritmo siempre superior al del crecimiento del Producto Interno Bruto<sup>115</sup>.

---

registrado una demanda creciente, principalmente en lo que se refiere a seguros de vida y fondos de pensiones. Pieschacon indica algunos de los principales factores que han originado esta creciente demanda:

- a) las *tendencias demográficas*
- b) el *proceso de envejecimiento de la población*
- c) las *altas tasas de desempleo*
- d) las *limitaciones del sistema de reparto*
- e) el *creciente déficit de la Seguridad Social*
- f) la *situación crítica del sistema de pensiones público y la desconfianza de la población, que buscaba sistemas alternativos privados de previsión social complementaria.*, PIESCHACON, C., 1993, *Mayor competitividad y rentabilidad de los seguros de vida y de pensiones en España*, Les rencontres internationales du CAPA, CAPA, Paris, pp. 4-7.

<sup>114</sup> "El año 1992 fue un año de recesión económica; las previsiones de crecimiento económico fueron varias veces corregidas a la baja. La evolución en el segundo semestre del año de la economía española confirma la existencia de una fuerte crisis que debe calificarse de recesión.", UNESPA, 1993, Estadística de Seguros, Avance 1992, p. 9.

<sup>115</sup> En 1992, el PIB verificó una tasa de crecimiento del 7,1%, mientras las primas de seguros crecían el 16,6%. En 1990 y 1991, las primas de seguros también verificaron un crecimiento siempre por encima del crecimiento del PIB.

#### 4.1.1 - Estructura del negocio asegurador en España

##### 4.1.1.1 - Estructura por ramos

Las primas de seguros se distribuyen en tres grandes bloques: vida, automóviles y otros ramos. El ramo vida acapara el 32,07 por cien de las primas de seguros en 1992, el ramo automóvil el 32,31 por cien, y al conjunto de los demás ramos no vida apenas corresponde el 35,62 por cien del total de las primas de seguro directo del año 1992. En el cuadro 4.2 se indica la estructura del mercado asegurador español, en 1992, desglosado por ramos.

CUADRO 4.2

Estructura del mercado asegurador (1992)

Ramos	Primas 1991	%
Acc. Personales	99.932	5,98
Asist. Sanitaria	203.968	12,21
Daños Varios	189.037	11,32
Decesos	86.016	5,98
Automóviles	795.006	47,59
Otros ramos No Vida	296.704	16,92
<b>Total no vida</b>	<b>1.670.663</b>	<b>100,00</b>
Vida primas periódicas	458.368	58,05
Vida a prima única	330.476	41,95
<b>Total vida</b>	<b>788.844</b>	<b>100,00</b>
<b>Total seguro directo</b>	<b>2.459.507</b>	

Fuente: UNESPA, Estadística de Seguros, Avance 1992.

Cuando hacemos el desglose de los otros ramos no vida (además de automóviles), vemos que tan solo dos ramos sobrepasan el diez por cien de primas (total no vida): a la asistencia sanitaria corresponde el 12,21% del total de primas en el año 1992 y a daños varios corresponde el 11,32% de primas. Los demás ramos presentan porcentajes de primas respecto al total no vida inferiores al diez por cien.

**GRÁFICO 4.2**  
**Estructura del mercado asegurador español**  
**Ramos - 1992**

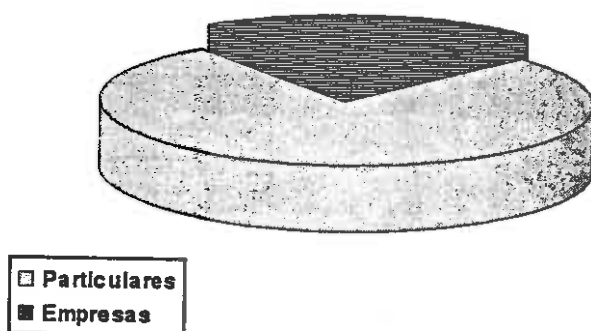


Fuente: UNESPA, Estadística de Seguros, Avance 1992. Elaboración propia.

#### 4.1.1.2 - Estructura por segmentos

Consideramos el mercado de los seguros dividido en dos segmentos: el segmento de las empresas y el segmento de los particulares. La facturación de los seguros proviene, en el año 1990, sobre todo del sector de los particulares, que contribuyen a la facturación de las primas de seguros con casi el ochenta por cien del total del negocio; por su parte, al segmento de las empresas corresponde poco más del veinte por cien del total de facturación en el año indicado.

**GRÁFICO 4.3**  
**Estructura del negocio asegurador**  
**Distribución por segmentos - 1990**



Fuente: Ernst & Young, *Vademécum del seguro español*, Cinco Días, 1992. Elaboración propia.

#### 4.1.1.3 - Estructura por entidades

En 1990 operaban en el mercado de seguros de España 427 entidades de seguros. De éstas, 73 son mútuas, 25 son entidades extranjeras y las restantes 329, entidades con independencia patrimonial. El gran número de entidades muestra como el negocio de los seguros está poco concentrado. El grado de concentración de un sector de la actividad económica puede ser un indicador de lo evolucionado que está o no un determinado mercado. Como se refiere en el estudio de Ernst & Young, en economías de libre competencia *"mercados con una alta concentración de negocio en un grupo de entidades suelen representar mercados más evolucionados. En el caso español, la escasa concentración del mercado asegurador se ha venido considerando durante años uno de los indicadores de un mercado con escaso desarrollo"*<sup>116</sup>.

Sin embargo, al considerar la cuota de mercado obtenida por las primeras entidades sea en el ramo de vida o en el conjunto del negocio, vemos como la facturación se encuentra concentrada en un pequeño número de entidades.

El ramo de vida presenta un alto grado de concentración; las primeras 3 entidades del sector asegurador abarcan más de un

---

<sup>116</sup> ERNST & YOUNG, *Vademecum del seguro español*, Cinco Días, 1992, p.33.

cuarto del volumen de primas de vida y las ocho primeras entidades acaparan más de la mitad de la facturación del mercado<sup>117</sup>.

**CUADRO 4.3**  
**10 MAYORES ASEGURADORAS VIDA**  
**1991**

Rankin g Total	Rankin g Vida	ASEGURADORAS VIDA (millones de pesetas)		Cuota de mercado %	% acumulada
2	1	Euroseguros	105748,4	14,17%	
3	2	G.Vitalicio	62699,0	8,40%	22,57%
1	3	Mapfre Mut. Soc.	44392,0	5,95%	28,52%
9	4	Mapfre Vida	44238,0	5,93%	34,44%
15	5	Vidacaixa	37391,0	5,01%	39,45%
20	6	Intercaser	29671,0	3,98%	43,43%
4	7	La Unión Fénix	27816,0	3,73%	47,15%
16	8	Musini	26427,6	3,54%	50,70%
8	9	La Estrella	23726,0	3,18%	53,87%
31	10	Caixa Barcelona	23589,0	3,16%	57,03%

Fuente: RANKING de la Economía Española, nº52, septiembre, Maj  
Comunicación S.A., Barcelona, 1992.

<sup>117</sup> En la fecha de elaboración del presente estudio, los últimos datos publicados por la Dirección General de Seguros se refieren al año de 1990. De esta forma, los datos indicados para 1991 se basan en un avance de UNESPA o en los datos publicados en la revista RANKING, de septiembre de 1992, que indica los datos de las primeras 140 entidades aseguradoras.

#### 4.1.2 – Los diez principales grupos del mercado español

Las entidades de seguros poseen diversos tipos de orientación, diferente desarrollo de sus productos, redes de distribución y presentan distinto nivel de rentabilidad, de acuerdo con el control que sobre dichas entidades ejercen sus propietarios. Las compañías de seguros pueden ser propiedad de grupos extranjeros, de bancos o grupos bancarios o ser independientes. Los diez primeros grupos que actúan en el mercado asegurador español controlan el 42% del mercado. En el cuadro que sigue (cuadro 4.4) mencionamos los primeros diez grupos del mercado de los seguros en España, la cuota de mercado que les corresponde (año 1990) y la propiedad del capital. Hay que señalar que la participación de empresas extranjeras en el mercado español se ha multiplicado por dos veces y media en los últimos cinco años, pasando de 33 a 80 el número de entidades con capital extranjero presentes en el sector de los seguros. Además del aumento del número de entidades, las primas recaudadas se han multiplicado por siete (1983-1989); la penetración de las entidades con capital extranjero es del 31 por cien (datos 1990, teniendo en cuenta las primas únicas)<sup>118</sup>.

---

<sup>118</sup> Datos referidos en ERNST & YOUNG, *Vademecum del seguro español*, Cinco Días, 1992, pp. 45-49.

## CUADRO 4.4

## Los diez primeros grupos del mercado español

Entidad o grupo	Cuota merc.	Ind.	Ext.	Ban.	Propietario
Grupo Banco Central-Hispano/Generali	8,3%		X	X	Poco después de la fusión del B. Central y del B. Hispano Americano a finales de 1991, las actividades de seguros del grupo, que incluyen el Grupo Vitalicio, La Estrella y otras entidades, se unieron con las del grupo italiano Generali, para formar la mayor compañía de seguros del mercado español. Este holding es propiedad de BCH y Generali al 50% cada uno.
Grupo Mapfre	7,5%	X			Fundada en 1933 como una mística de accidentes de trabajo para agricultores. La cabecera del grupo es una mística de automóviles, a la que pertenece un holding de sociedades anónimas.
Grupo BBV	7,5%			X	Propietario de Aurora Polar desde 1929 y de Euroseguros, establecida en 1974.
Grupo Zurich	3,3%		X		Pertenece a un importante grupo asegurador suizo. Inició sus actividades en el mercado español en 1882.
Grupo Banesto	3,2%		X	X	Propietario de la Unión y el Fénix y Banfénix. (En mayo de 1991, Banesto vendió el 24% de la Unión y el Fénix a AGF).
Mística Madrileña Automovilista	2,9%	X			Concentra su actividad en Madrid.

CUADRO 4.4 (continuación)

Entidad o grupo	Cuota merc.	Ind.	Ext.	Ban.	Propietario
Grupo Winterthur	2,6%		X		Pertenece a un importante grupo asegurador de Suiza. Inició sus actividades en el mercado asegurador español en 1910.
Grupo Catalana Occidente	2,5%		X		Compañía familiar independiente.
Grupo Allianz	2,2%		X		Grupo de cuatro compañías propiedad del mayor asegurador europeo.

Fuente: ICEA, SRI International, *Oportunidades Estratégicas para la Industria Española de Seguros*, Madrid, julio, 1992, pp. 82-83.

#### 4.1.3 – La banca en el seguro español

Como hemos referido a lo largo de este estudio, la presencia de la banca en el negocio asegurador es un hecho ya aceptado por todos y reconocida su importancia. En todos los países europeos, los bancos han visto disminuir la rentabilidad de sus operaciones tradicionales, debido a las transformaciones ocurridas en el entorno económico y ya referidas en el primer capítulo de nuestro trabajo. Con vistas a aprovechar las amplias redes de sucursales bancarias y mejorar su rentabilidad, los bancos se han orientado hacia la venta de productos aseguradores,

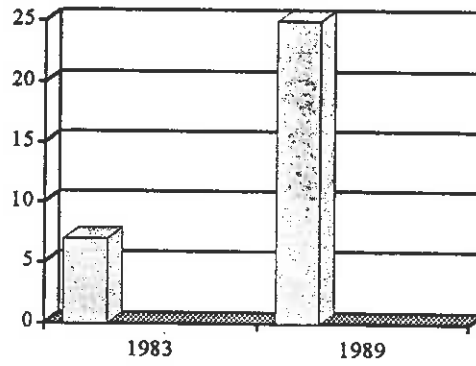
especialmente del ramo de vida. Se estima que los bancos pueden controlar, en los países industrializados, entre el 20 y el 40 por cien del negocio de los seguros de vida. En los diversos países, las legislaciones vigentes de alguna forma no permitían la entrada de los bancos en el negocio asegurador; este hecho ha conducido a la formalización de acuerdos entre entidades de ambos negocios, bancario y asegurador. En España, como en los demás países industrializados, la presencia de la banca en el negocio de los seguros se viene produciendo desde hace algunas décadas; sin embargo, solo a partir de los años ochenta esta presencia se vuelve significativa.

En 1989 operaban en España 25 compañías aseguradoras con dependencia bancaria, que facturaban un total de 421.392,8 millones de pesetas de primas (incluidas primas únicas) y presentaban un grado de penetración en la industria de los seguros muy próximo a los treinta por cien (conjunto del negocio).

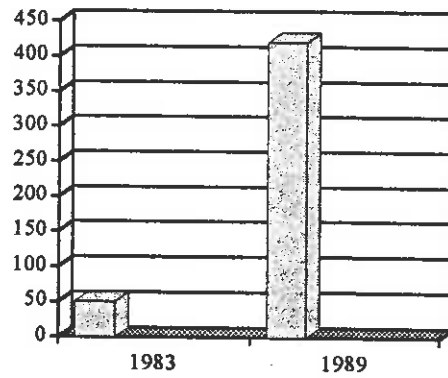
En el gráfico 4.4 se puede observar el número de entidades de seguros con capital español que operaban en España en los años 1983 y en 1988. También podemos ver como el volumen de negocios de estas entidades ha evolucionado del año 1983 al año 1988, pasando de cerca de 50 millones de pesetas en primas de seguros, a más de 400 millones en 1988.

**GRÁFICO 4.4**  
**Entidades con capital bancario en el seguro español**  
**1983-1988**

NºEntidades



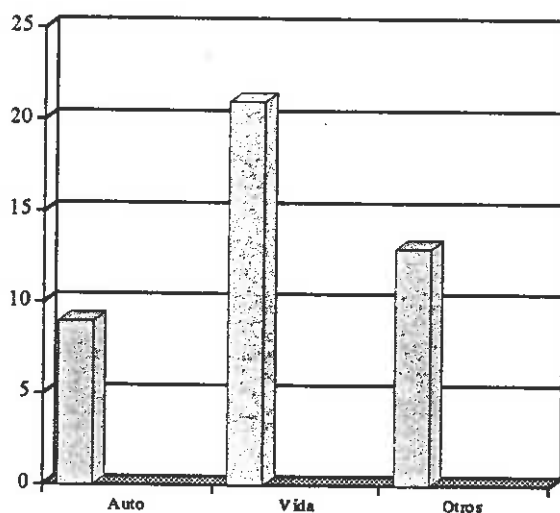
Primas



Fuente: Ernst & Young, *Vademécum del seguro español*,  
Cinco Días, 1992.

Si atendemos a la separación entre los ramos vida y no vida, concluimos que la banca está sobre todo presente en el negocio de vida; en 1989 operaban en España 25 compañías con dependencia bancaria; de éstas, 21 pertenecían al ramo de vida, 9 al ramo automóvil y 13 operaban en el conjunto de los demás ramos (ver gráfico 4.5).

**GRÁFICO 4.5**  
**Grado de penetración de la banca – Ramos**  
**Número de entidades – 1989**

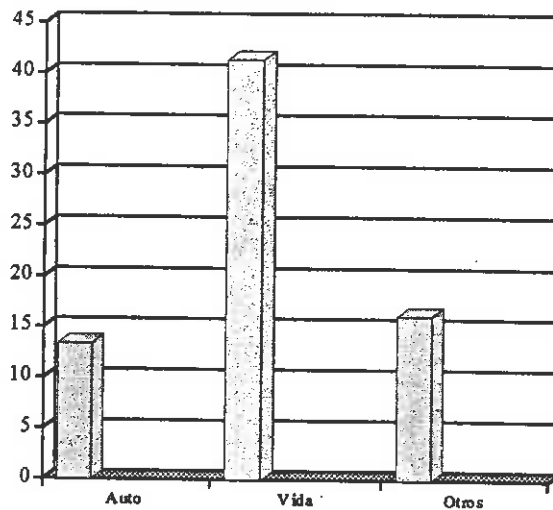


Fuente: Ernst & Young, *Vademécum del seguro español*, Cinco Días, 1992.

Mientras el grado de penetración de la banca en el negocio

asegurador español supera el 40% en el ramo de vida, no llega al 20% para ninguno de los ramos no vida. En el gráfico 4.6 se puede observar el grado de penetración de la banca en las entidades aseguradoras españolas, en el año 1989.

**GRÁFICO 4.6**  
**Grado de penetración de la banca – Ramos**  
**1989**



Fuente: Ernst & Young, *Vademecum del seguro español*, Cinco Días, 1992.

Dada la importancia de las primas únicas en las primas de seguros recaudadas a través de la banca, si eliminamos ese tipo de seguros de vida, la penetración de los bancos en la actividad aseguradora disminuye, principalmente en los seguros del ramo

vida.

En los cuadros 4.5 y 4.6 indicamos, con datos de diciembre de 1990, la participación de bancos y cajas en entidades aseguradoras en España.

**CUADRO 4.5**  
**Principales grupos o entidades aseguradoras con capital bancario (de bancos)**

Entidades	Grupo bancario
Seguros Banco Vitalicio Nacional Hispánica Vitalicio Pensiones La Vasco Navarra La Estrella	Central Hispano
Hercules Hispano	Exterior de España
Europa Aseguradora Europa Aseguradora Accid.	Sabadell
Uniseguros	Zaragozano
La Unión y el Fénix Banfénix	Banesto
Euroseguros Aurora Polar	BBV
Cenit Genesis	Santander

Fuente: Ernst & Young, *Vademécum del seguro español*, Cinco Días, 1992.

**CUADRO 4.6**  
**Principales grupos o entidades aseguradoras con capital**  
**bancario (de cajas)**

Entidades	Grupo bancario
Cahispa Central seguros	Cahispa
Caixa Cataluña Ascat Vida Ascat Previsio	Caixa Cataluña
Caixa Barcelon Caja Barcelon Vida GDS Pensiones GDS Syrsa	Caixa de Barcelona
Caixa Pensiones Vida Caixa Segur Caixa	Caixa Pensiones
Caja Madrid Seguros Generales	Caja Madrid
Caja Madrid Vida Caja Salud	Caja Postal
CES Grup CES Vida	Caja Sabadell
Rural Vida Seguros Generales Rurales	Cajas Rurales
Caser Intercaser Estalvida Seg. Caja Ronda Bia Ahorrovida Seg. Cam	Ceca y Cajas

Fuente: Ernst & Young, *Vademécum del seguro español*, Cinco  
Días, 1992.

Como también ya hemos referido en el primer capítulo, los aseguradores afirman que los bancos no están preparados para vender seguros, y que los empleados de los bancos no tienen los

conocimientos necesarios para ejercer la venta de seguros en las oficinas bancarias; sin embargo, los bancos entraron con fuerza en el negocio de los seguros y los acuerdos entre bancos y compañías aseguradoras se suceden, para aprovechar la amplia red de distribución bancaria. En España, de los cinco mayores bancos, solamente el Banco Popular no controla ninguna compañía de seguros, aunque tiene una alianza estratégica con el mayor asegurador europeo, Allianz. En España, las aseguradoras y los bancos se relacionan bajo diversas formas; en el cuadro 4.7 ejemplificamos algunas de esas relaciones.

CUADRO 4.7

## Relaciones banca/seguros en España

Tipo de relación	Ejemplos
Adquisición	BCH/Vitalicio BBV/Aurora Banesto/La Unión y el Fénix
Creación de compañías subsidiarias	BBV/Euroseguros Mapfre/Banco Mapfre Santander/Cenit
"Joint Venture"	Metropolitan Life y B.Santander/Génesis Winterthur y Abbey National/Cornerstone
Acuerdos de marketing	Plus Ultra, Zurich y Winterthur

Fuente: Ernst & Young, *Vademécum del seguro español*, Cinco  
Días, 1992.

#### 4.1.4 - Algunas relaciones banca-seguros en España

España se encuentra posicionada en la décimo tercera posición del ranking mundial de los seguros y ocupa la octava posición a nivel europeo. Se trata de un mercado todavía no saturado, y por tanto muy atractivo, especialmente en el ramo vida, para hacer frente al bajo valor de las prestaciones pagadas por la Seguridad Social; se espera, por lo tanto, una fuerte demanda de seguros de vida, fondos de pensiones y jubilación. Citando el informe de Arthur Andersen, hay cuatro factores que han influenciado fuertemente el sector de los seguros en España:

1. El fin de la crisis económica que había empezado en 1975 y el elevado crecimiento del PNB (4,8%) entre 1986 y 1989, que llevó a un aumento de la renta disponible y una transferencia de los ahorros para productos de seguros de vida;
2. La desregulación y competitividad de acuerdo con los parámetros de la Comunidad Económica Europea;
3. Las dificultades crecientes del sector público para asegurar las pensiones y los servicios de salud;
4. El interés creciente de las compañías extranjeras por el mercado español.

La distribución en España se practica esencialmente a través de agentes afectos, con costes bastante elevados.

España es el país europeo en el cual la presencia de la banca en el mercado asegurador es más antiguo. Mucho antes que en otros países se hablara de *bancassurance* y de control de compañías de seguros por bancos, ya en España numerosos bancos lo hacían. El BBV comenzó su presencia en el sector de los seguros hace más de sesenta años.

En términos económicos, el sector bancario y el sector asegurador se presentan como realidades bien distintas en España. Los bancos y cajas tienen fondos propios casi diez veces superiores a los fondos propios de las aseguradoras; también los beneficios de ambos sectores presentan un perfecto desequilibrio, apareciendo los beneficios de los bancos 24 veces superiores respecto a los de las aseguradoras (datos de 1990).

Como característica común, tanto la actividad bancaria como la actividad aseguradora están divididas en un número bastante grande de entidades; pero los dos sectores de actividad se encuentran ampliamente concentrados en los cinco primeros bancos y en las cinco primeras compañías de seguros que acaparan el 45 por cien y el 30 por cien de los mercados respectivos. España tiene la mayor densidad bancaria de toda a Europa, con cerca de 30.000 puntos de venta. El mercado bancario se considera como un mercado saturado, mientras que el mercado asegurador todavía presenta amplias posibilidades de

expansión, principalmente en el área de los seguros de vida. No es extraño pues, que la banca se interese abiertamente por este negocio todavía en expansión. Numerosos ejemplos, tal como en los otros países europeos, de cooperación entre bancos y seguros podrían ser apuntados. Si bien es en el ramo vida que se nota una más profunda penetración de la banca en el campo de los seguros, también se verifica la venta de seguros no vida a través de bancos en España.

Los principales bancos españoles controlan compañías de seguros. De las quince primeras compañías de seguros del ramo vida, siete están vinculadas a bancos y dos a cajas de ahorro, y representan más de la mitad del negocio asegurador de vida.

Podemos indicar, a título de ejemplo, que la primera aseguradora española, Euroseguros, pertenece al grupo BBV, que controla la totalidad de sus acciones; Euroseguros tiene una cuota de mercado del 17,39% y un volumen de primas superior a 100 mil millones de pesetas. El BBV también controla a la aseguradora que se sitúa en la décima quinta posición del ranking, Aurora Polar.

El Grupo Vitalicio (segundo lugar del ranking) y La Estrella (séptima en seguros de vida) tienen participaciones del Banco Central Hispano, y juntas casi llegan al 15% de cuota de mercado.

El banco Banesto, en alianza con el grupo asegurador francés AGF, tiene una participación destacada en la compañía de

seguros La Unión y el Fénix.

Al final del año de 1992, el BBV y la aseguradora francesa AXA anunciaban, en una comunicación a la prensa, la existencia de negociaciones destinadas a crear un holding de seguros, con el cual se pretendía alcanzar una situación de relieve en el mercado asegurador español.

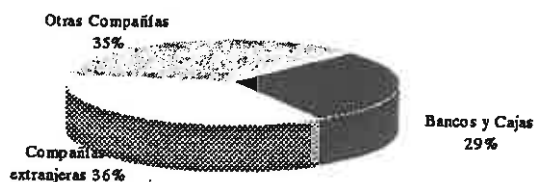
Se espera que la tendencia de la participación de los bancos en el mercado asegurador en los próximos años sea de un crecimiento significativamente superior a la media europea, y que la distribución de seguros por la banca se incremente, con el apoyo de la Ley de Mediación que ha entrado en vigor en 1992 y que permite la actuación de los bancos como agentes de seguros.

#### **4.1.5 - Control del mercado**

El mercado asegurador español está dividido en tres partes aproximadamente equivalentes, en lo que respeta a la propiedad del capital: bancos/cajas, compañías extranjeras y compañías independientes; así, si consideramos los bancos y cajas conjuntamente, a éstos pertenece casi el treinta por cien del mercado; a las compañías extranjeras les corresponde una cuota de mercado del 36 por cien, la mayor de las tres divisiones consideradas. Por último, las demás compañías tienen una cuota

de mercado del 35 por cien. En el gráfico 4.7 podemos observar las cuotas de mercado correspondientes a cada una de esas partes en que se encuentra dividido el mercado asegurador español.

**GRÁFICO 4.7**  
**Cuotas de mercado - 1990**



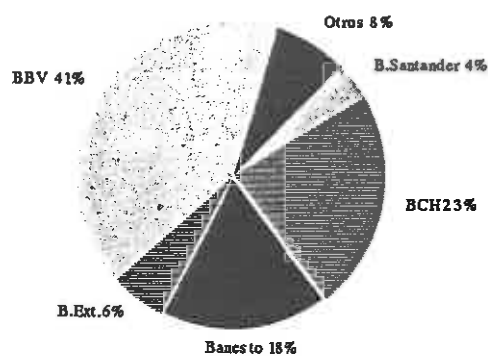
Fuente: Ernst & Young, *Vademecum del seguro español*, Cinco Días, 1992. Elaboración propia.

La cuota de mercado correspondiente a las entidades participadas por bancos es del 18%; el grupo BBV<sup>119</sup> tiene la mayor parte del negocio, seguido por el Banco Central Hispano y

<sup>119</sup> "El BBV (Banco Bilbao Vizcaya) está presente en el sector asegurador hace más de sesenta años. En 1990, ... , era propietario de cuatro sociedades de seguros y de un importante corredor.", DANIEL, J. P., 1992, *La bancassurance*, Editions Verneuil, Paris, p. 198.

Bancsto. En el gráfico 4.8 podemos ver la cuota de mercado de los principales bancos, que ya sabemos corresponde al 18 por cien del volumen de negocios del mercado asegurador de España.

**GRÁFICO 4.8**  
**Cuotas de mercado - 1990**



Fuente: Ernst & Young, *Vademecum del seguro español*, Cinco Días, 1992. Elaboración propia.

## **4.2 – Distribución de seguros en España**

### **4.2.1 – Distribución de seguros – la reglamentación del seguro privado**

Las compañías aseguradoras se enfrentan, a la hora de vender sus productos, con una amplia gama de posibilidades de elección de canal: pueden distribuir los seguros a través de agentes, a través de puntos de venta, por "mailing" directo, a través de oficinas bancarias, por teléfono, etc. .

La producción de seguros, su distribución, las condiciones de acceso a la actividad aseguradora, las condiciones de solvencia de las entidades que ejercen esta actividad, todo esto está sujeto a diversas normas que regulan la normalización del mercado y la protección de los asegurados y beneficiarios de los seguros.

En España, la ordenación del seguro privado se inició con la Ley de 14 de mayo de 1908, que estuvo en vigor durante casi cincuenta años. Esta ley se fundamentaba en el control previo; esta actuación, sí bien intentaba proteger el sector y a los asegurados, restringía extraordinariamente el campo de acción de las empresas de seguros y la iniciativa empresarial.

En 1954 se aprobó una nueva ley, que estuvo vigente

treinta años; esta Ley, de 16 de diciembre de 1954, no tuvo un desarrollo sistemático por lo que al mantener la misma concepción del control sin dotarle de medios e instrumentos para adoptar las medidas correctoras oportunas, dejó mermada la efectividad de la acción oficial de vigilancia<sup>120</sup>.

Esta ley de 1954 estaba cada vez más alejada de la situación real del mercado asegurador; se aprobaron durante sus treinta años de vigencia innumerables normas que, todavía, no han podido responder a los cambios habidos y a la mayor competencia y transparencia que se pretendía de los mercados. Surge, así, en 1984, una nueva ley sobre ordenación del seguro privado, que pretendía ordenar el mercado de seguros de vida en general y controlar las empresas aseguradoras.

Esta ley presentaba cinco objetivos básicos:

1. - *normalizar el mercado;*
2. - *fomentar la concentración de empresas, en el sentido de "dar paso a grupos y empresas más competitivos nacional e internacionalmente y con menores costes de gestión";*
3. - *potenciar el mercado nacional de reaseguros;*

---

<sup>120</sup> Ley 33/1984, de 2 de agosto de 1984, sobre Ordenación del Seguro Privado.

4. - lograr una mayor especialización de las aseguradoras, sobretodo en el ramo vida;

5. - clarificar el régimen referente a las normas jurídicas de las empresas aseguradoras ordenando la estructura de las mutualidades<sup>121</sup>.

El artículo cuarto de la referida ley 33/1984 declara sometidas a la misma *las personas físicas o jurídicas que realicen actividades de mediación en seguros y reaseguros*<sup>122</sup>. Por su parte, el número 2 de la disposición adicional tercera de dicha ley, incumbe al Gobierno la publicación de un decreto legislativo de *un texto refundido de los preceptos relativos a la promoción, mediación y asesoramiento en seguros y reaseguros*<sup>123</sup>.

Surge, así, el Real Decreto 1347/1985, de 1 de agosto, que aprueba el texto refundido de la **Ley Reguladora de la producción de Seguros Privados**, que *tiene por objeto la regulación de la producción de seguros privados*<sup>124</sup>, entendiéndose como producción de seguros privados *la actividad*

---

<sup>121</sup> Ley 33/1984, de 2 de agosto de 1984, sobre Ordenación del Seguro Privado.

<sup>122</sup> Idem, apartado c), número 1, artículo cuarto, Capítulo I.

<sup>123</sup> Ley de 2 de agosto de 1984, sobre Ordenación del Seguro Privado, número 2, tercera disposición adicional, Disposiciones Adicionales.

<sup>124</sup> Ley Reguladora de la producción de Seguros Privados, Real Decreto Legislativo 1347/1985, de 1 de agosto, B.O.E. de 3-8-85, número uno, artículo primero.

*mercantil de promoción, mediación y asesoramiento preparatoria de la formalización de contratos de seguros y reaseguros privados entre personas físicas o jurídicas y Entidades aseguradoras legalmente autorizadas o éstas entre sí*<sup>125</sup>.

#### 4.2.2 - Mediadores de seguros

En el capítulo II del citado decreto se presenta la definición de **mediador de seguros**, como *la persona natural o jurídica que, de acuerdo con los parámetros definidos en la Ley, conserva una cartera de seguros reconocida*, entendiéndose como *cartera de seguros el conjunto de contratos de esta clase que, hallándose vigentes, se deben a la intervención de un mediador determinado y por conservación de la cartera, la gestión comercial y administrativa precisa para la atención de los contratos de seguro que la integran y su mantenimiento en vigor*<sup>126</sup>.

En España, los mediadores de seguros, aún según el mismo Decreto, se clasifican en **agentes y corredores**; los

<sup>125</sup> Ley Reguladora de la producción de Seguros Privados, Real Decreto Legislativo 1347/1985, de 1 de agosto, B.O.E. de 3-8-85, número dos, artículo primero.

<sup>126</sup> Idem, número uno, artículo tercero, Capítulo II.

agentes pueden ser **afectos** o **afectos representantes** y los corredores pueden ser **corredores de seguros** o **corredores de reaseguros**.

Los **agentes afectos** son los que *están vinculados con una Entidad aseguradora por medio de un contrato de agencia de seguros, sin facultades de representación*; por su parte, son considerados **agentes afectos representantes** los *vinculados por un contrato de agencia con una Entidad aseguradora, que actúan en nombre de la misma con las facultades que resulten del mandato que tengan conferido*.

A su vez, se consideran **corredores de seguros** los que poseyendo el título de "Agente y corredor" y *sin mediar contrato de agencia con determinada Entidad aseguradora, ejercen su actividad sirviendo de mediadores entre éstas y los posibles tomadores*.

Por último, se definen como **corredores de reaseguros** aquellos que *actúan como mediadores entre una entidad aseguradora o reaseguradora cedente y otra aceptante*<sup>127</sup>.

Pueden también producir seguros a favor de la Entidad aseguradora de que dependen, los empleados que formen parte de las plantillas de una Compañía de Seguros, sin que eso altere la

---

<sup>127</sup> Ley Reguladora de la producción de seguros privados, Real Decreto Legislativo 1347/1985, de 1 de agosto, B.O.E. de 3-8-85, números dos, tres, cuatro y cinco, artículo décimo, Capítulo II.

relación existente entre empresa y empleado por razón del contrato de trabajo<sup>128</sup>.

#### 4.2.2.1 – Ejercicio de la profesión de Agentes de Seguros

Toda la legislación citada en el punto anterior limitaba expresamente el ejercicio de la actividad de mediación de seguros a quienes no estaban afectados por las incompatibilidades previstas en la ley; El Decreto 1779/1971, de 8 de julio (B.O.E. número 178, de 27 de julio de 1971), que aprobaba el Reglamento de la Producción de Seguros Privados indicaba, en el artículo décimo tercero, cuáles son las incompatibilidades para el ejercicio de la profesión; así, el número uno del citado artículo explicitaba que no podrían ejercer la profesión de Agentes de Seguros, por sí ni por persona intermedia,

*quienes desempeñen cargo o empleo público o privado, cuya autoridad, jurisdicción o facultades de dirección pueda representar limitación para la libre decisión de los asegurados, en orden a la contratación de seguros o elección de Entidad aseguradora.*

---

<sup>128</sup> Idem, número uno, artículo decimoprimer, Capítulo II.

En el mismo artículo se avanzaba todavía más en las incompatibilidades, y se indicaba algunos casos concretos de las mismas:

*Dos. En particular y sin que la enumeración que a continuación se realiza agote el principio establecido en el número anterior, se consideran incompatibles para actuar como Agentes de seguros mientras se encuentren en situación activa:*

*e) Los consejeros o administradores, Directores y representantes de Bancos, Cajas de Ahorro, Sociedades financieras y Entidades de Crédito.*

Por su parte, el Texto Refundido de la Ley Reguladora de la Producción de Seguros Privados establece también la exclusividad de ejercicio a los mediadores definidos en el artículo tres de este texto y prohíbe el ejercicio a *cualquier persona natural o jurídica no autorizada por esta Ley*<sup>129</sup>.

En 1986, todavía, el Real Decreto 1300/1986, de 28 de junio, por el que se modifican determinados artículos del Texto Refundido de la Ley Reguladora de la Producción de Seguros Privados, para adaptarlos a los compromisos derivados del Tratado de Adhesión de España a la Comunidad Económica

---

<sup>129</sup> Número dos, artículo 2º, capítulo I, Texto Refundido de la Ley Reguladora de la Producción de Seguros Privados.

Europea, viene añadir al número dos del artículo 3º de dicho Texto un párrafo que ya aporta alguna idea de liberalización:

*No obstante, también podrán ser socios de las Sociedades de Agencias o Correduría las personas jurídicas que carezcan de la condición de mediador de seguros privados siempre que se de a conocer tal circunstancia en la forma que reglamentariamente se establezca. Igualmente podrán determinarse, además, las condiciones necesarias para garantizar la independencia de las Sociedades de Correduría cuyos socios no tengan, a su vez, la condición de mediadores.*

#### **4.2.3 – Reacción de los agentes y corredores a la entrada de la banca en el negocio asegurador**

Por todo lo que hemos mencionado atrás, y de acuerdo con el espíritu de las leyes de seguros vigentes en España, vemos que la banca no estaba obviamente incluida en el abanico de posibles participantes en actividades de mediación de seguros. Sin embargo, y no sólo en España sino en muchos otros países con economías de mercado, las entidades bancarias se estaban cada vez introduciendo más en el sector de los seguros, bajo diversas formas de participación en el negocio asegurador.

En España, como en otros países, la reacción de los mediadores a la entrada de la banca en el negocio asegurador no fue de pura satisfacción ni fue acogida como la entrada de un nuevo canal de distribución que puede alargar el negocio y hacer aumentar el volumen de las primas acaparadas por el sector asegurador en su generalidad. Al revés, las asociaciones de agentes han visto la entrada de la banca en la distribución como una intromisión en su campo de trabajo tradicional y exclusivo y no tardaron en exponer su posición a las autoridades competentes, en concreto al Banco de España, al Ministerio de Hacienda y a la Dirección General de Seguros.

Así, en noviembre de 1986, el Consejo General de Agentes y Corredores de Seguros de España dirigía una petición al Gobernador del Banco de España, como superior Órgano de control de la actividad de los bancos privados españoles y entidades análogas, para que solicitara a los mismos que

*"se abstengan de realizar actividades que impliquen intromisión en las funciones de mediación de seguros privados ... manteniendo la separación que debe existir entre actividades propias de los Bancos y las de producción de seguros privados, dado que la interferencia de los Bancos y Entidades análogas en esta función, interferencia que se viene produciendo de hecho en la actualidad, debe considerarse ilegal y además puede producir la desprofesionalización*

*de la mediación y confusión de intereses, en definitiva, para asegurados y beneficiarios, que quedarán en una situación de absoluta desprotección.*"<sup>130</sup>

El Consejo General de Agentes consideraba procedente su petición porque, además de todas las razones invocadas en el informe que adjuntaban, ya existían, a nivel internacional, antecedentes de actuación de un Banco Central en una situación semejante a la presentada en esta ocasión<sup>131</sup>.

De igual modo, el Consejo General de los Agentes y Corredores de Seguros envió al Ministro de Economía y Hacienda

---

<sup>130</sup> Fotocopia de la carta enviada al Gobernador del Banco de España, Sr. D. Mariano Rubio Jimenez, el 13 de noviembre de 1986, por el Consejo General de Agentes y Corredores de Seguros de España, acompañada de un informe bajo el título "La intromisión de la Banca y otras Entidades análogas en el Sector del seguro privado"; esta carta ha sido refrendada por los presidentes de todos los Colegios de Agentes y Corredores de Seguros de España.

<sup>131</sup> La Comisión Nacional Bancaria y de Seguros, de la Secretaria de Hacienda y Crédito Público de Méjico, a través de su Circular n° 910, de 19 de Julio de 1983, cursó instrucciones a todas las instituciones, sociedades y organizaciones auxiliares integradas en el sistema bancario en el sentido de que deberían "abstenerse de promover la contratación de seguros... incompatibles con la ética que debe ser inherente al sistema bancario" e incompatibles también con las leyes vigentes sobre instituciones de seguros, en concreto el Reglamento de Agentes de Seguros de Méjico, que expresamente prohíbe actuar como Agentes de seguros a los consejeros, comisarios, funcionarios y empleados de las Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares; también el penúltimo párrafo del artículo 23 de la Ley General de Instituciones de Seguros, de Méjico, establece que no pueden actuar como agentes de esas Instituciones, las personas que por su posición o por cualquier circunstancia puedan ejercer coacción en la concertación de esas operaciones.

una carta, manifestando su "oposición terminante y absoluta ... a cualquier intento de actividad de la Banca y Entidades análogas que suponga intromisión en la actividad aseguradora, y especialmente en la mediación de seguros"<sup>132</sup>.

La exposición que acompañaba a las peticiones al Banco de España y al Ministerio de Economía y Hacienda, bajo el título "La intromisión de la banca y otras entidades análogas en el sector del seguro privado", presentaba una reseña de la situación y de la evolución de los hechos, de acuerdo con la perspectiva de los Agentes y Corredores de seguros. Vamos indicar en seguida, aunque resumidamente, algunos de los puntos e ideas fundamentales de este informe.

En el punto I del Informe se hace referencia a la participación de los bancos como accionistas de las entidades aseguradoras privadas, ya que éstas, como resultado de la publicación de la Ley 33/1984, de 2 de agosto, sobre Ordenación del Seguro Privado, necesitan una financiación muy importante para cubrir el capital mínimo suscrito y desembolsado y el margen de solvencia<sup>133</sup>.

[1024]

<sup>132</sup> Carta enviada por el Colegio General de Agentes y corredores de Seguros de España al Excmo. Sr. Ministro de Economía y Hacienda, el 28 de octubre de 1986.

<sup>133</sup> Número uno, artículo veinticinco, capítulo V, "Condiciones para el ejercicio de la actividad aseguradora", de la Ley de 2 de agosto de 1984, sobre Ordenación del Seguro Privado:

"Artículo veinticinco. - Margen de solvencia y fondo de garantía.

En España, contrariamente a lo que sucede en otros países comunitarios y a nivel internacional, la participación de la banca en el capital de las entidades aseguradoras es muy fuerte y lleva a que, a veces, las políticas desarrolladas por las aseguradoras estén de acuerdo con las necesidades de los bancos y no propiamente con las de las compañías de seguros implicadas en el negocio.

Esta situación puede originar importantes cambios en el sector asegurador y no siempre resultar ser la más beneficiosa para los asegurados y sus beneficiarios.

En el punto II del citado Informe se refieren las razones por las cuáles la banca quiere irrumpir en el negocio asegurador, y más propiamente en la actividad de mediación de seguros privados. Así, se pone de evidencia que la banca intenta estar presente en la promoción y contratación de seguros por diversos medios:

1. Proponiendo la compra de algunos seguros a sus clientes, *mediante escritos, folletos, anuncios, etc., cursados desde las mismas oficinas del banco*<sup>134</sup> o bien mediante visitas programadas a los

---

1. Las entidades aseguradoras deberán disponer en cada ejercicio económico, como margen de solvencia, de un patrimonio propio no comprometido..."

<sup>134</sup> A título de ejemplo de propaganda de entidades bancarias a productos de

clientes del banco;

2. Proponiendo a sus clientes, en las mismas oficinas del banco, la compra de determinados seguros. A este efecto utilizan a los empleados del propio banco (Directores, Apoderados, Interventores, etc.) o empleados de la propia entidad aseguradora (por ejemplo Inspectores de producción que operan en contacto directo con los ejecutivos del banco).

El punto III del Informe apunta las razones por las cuales,

---

seguros, transcribimos parte de una carta publicitaria de Euroseguros, dirigida exclusivamente a los clientes del BBV:

*"... presentarle un nuevo servicio que, por acuerdo con el Banco de Bilbao, ofrecemos en exclusiva para sus clientes.*

*Se trata del Seguro Temporal de Vida, ... bajo unas condiciones excepcionalmente favorables."*

Otro ejemplo, lo tomamos de una carta del Banco de Vizcaya, dirigida a sus clientes:

*"... dirigirle esta carta en su condición de cliente de nuestra Entidad...*

*... le ofrecemos nuestro PLAN DE PREVISIÓN FAMILIAR."*

Este tipo de publicidad aparece con frecuencia por parte de bancos o compañías a ellos asociadas y que ofrecen productos en condiciones más ventajosas para los clientes de la entidad bancaria. Ellos surgen tanto en impresos de la compañía aseguradora ligada al banco, como en impresos con el timbre de la propia entidad bancaria.

de acuerdo con la opinión del Consejo General de Agentes y Corredores de Seguros, las vías citadas en el punto anterior son consideradas ilegales; así, y en primer lugar, se considera la actuación de la banca al realizar directamente la publicidad, sea a través de escritos o folletos, sea a través de visitas programadas, de productos de seguros a sus clientes como

*"... una actividad de intrusismo, ya que la producción de seguros privados está reservada, con carácter exclusivo y profesional, según el artículo 2º del Texto Refundido de la Ley Reguladora de la Producción de Seguros Privados, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1347/1985, de 2 de Agosto, a los Agentes y Corredores de Seguros..."*

Además, y esto también está referenciado en el Informe,

*"... los ejecutivos y Apoderados de los Bancos y Entidades análogas tienen declarada la incompatibilidad para actuar como mediadores de seguros privados (Reglamento de la Producción de seguros, artículo 13 e)..."*

Y, como conclusión, el Informe añade que cualquiera que sea el medio empleado por las entidades bancarias para promover la contratación de seguros a sus clientes, siempre se verificará

*"... una limitación de la libertad del tomador del*

*seguro para contratar el seguro, para hacerlo con la Entidad Aseguradora que considere más conveniente y para elegir el Agente o Corredor profesional que le asesore y asista...".*

Finalmente, el cuarto y último punto del Informe hace algunos comentarios sobre las razones que llevan a los bancos a querer dominar como accionistas las Sociedades de mediación de seguros privados (Sociedades de Agencia y Correduría de Seguros). Se hace una breve reseña histórica sobre la situación de las Agencias y Corredurías de seguros, empezando por mencionar la Ley de 1969, de la Producción de Seguros Privados, que sólo permitía la actuación profesional de personas físicas; esta ley era demasiado personalista y su objetivo era eliminar las Sociedades de Agencia y Correduría de Seguros.

Sin embargo, el Consejo General de Agentes y Corredores de Seguros quería poder constituir sociedades de Agencia o Correduría de Seguros; como tal, ha formulado una propuesta para que fuera posible la constitución de agencias o Corredurías, integradas por Agentes y Corredores y otras *personas físicas* no incompatibles.

De acuerdo con la opinión expresada por el Colegio, los bancos ven aquí la posibilidad de introducirse en el negocio de los seguros, transformándose en socios financieros o capitalistas de estas sociedades de mediación y actuando en los seguros a través de ellas; así, en el proyecto de Ley de Ordenación del Seguro

Privado, de 1984, surge una expresión que podría hacer válidas las pretensiones de la banca, afirmando que podrán ser socios de las Sociedades de Agencia o Correduría de Seguros los Agentes y Corredores y otras personas físicas o *jurídicas*.

Esta figura de personas físicas o jurídicas no es, sin embargo, aprobada por el Congreso de los Diputados y en la Ley 33/1984, de Ordenación del Seguro Privado, solo van a constar las *personas físicas*.

El Texto Refundido de la Producción de Seguros, aprobado por el Real Decreto 1.347/1985, de 1 de agosto, se escribe de acuerdo con el espíritu de la Ley antes referida:

*"Podrán constituirse Sociedades cuyo objeto social sea exclusivamente la Agencia de seguros, la Correduría de seguros o la Correduría de reaseguros, ... .*

*Los Gerentes o Directores de tales Empresas deberán estar en posesión del correspondiente título de Agente o Corredor y sólo podrán ser socios de ellas los Agentes o Corredores de seguros o reaseguros, respectivamente, y personas físicas que no estén incursas en incompatibilidad."*<sup>135</sup>

---

<sup>135</sup> Número dos, artículo tercero, Capítulo II, "De los mediadores de seguros privados", texto refundido de la Ley reguladora de la Producción de Seguros Privados, Real Decreto Legislativo 1347/1985, de 1 de agosto, B.O.E. de 3/8/85.

Por necesidad de adaptar el Texto Refundido a las directivas comunitarias, se publica el Real Decreto 1.300/1986, de 28 de junio; el proyecto de adaptación de la ley española a las leyes comunitarias, elaborado por la Dirección General de Seguros, mantiene el sentido de la Ley anterior y solo contempla a las personas físicas. Sin embargo, el Consejo de Estado introduce una modificación al artículo tercero del Texto Refundido y en el Real Decreto 1.300/1986 ya se escribe como sigue:

*"Artículo 1º Se modifican los artículos 3, 5 y 6 del Texto Refundido de la Ley reguladora de la Producción de Seguros Privados, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1347/1985, de 1 de agosto, que quedan redactados en los términos que se indican a continuación:*

*Artículo 3º Al final del mismo y dentro de su número dos se añade:*

*"No obstante, también podrán ser socios de las Sociedades de Agencias o Correduría las personas jurídicas que carezcan de la condición de mediador de seguros privados siempre que se de a conocer tal circunstancia en la forma que reglamentariamente se establezca."<sup>136</sup>*

---

<sup>136</sup> Artículo primero del Real Decreto Legislativo 1300/1986, de 28 de junio,

Este decreto no ha sido del agrado del Colegio de Agentes y Corredores de Seguros, que decían que esta modificación del artículo tercero carecía de base jurídica y que se pretendía, con ella, "*desprofesionalizar estas Sociedades y por tanto la mediación del seguro*"<sup>137</sup>.

El Colegio de Agentes y Corredores indica dos motivos fundamentales por los cuáles la banca quiere irrumpir en el sector de los seguros. En primer lugar, la banca intenta "*hacer suyos los ingresos de los profesionales del seguro, pero sin otorgar el servicio que dan estos profesionales*", pues la banca siempre trata de sacar "*la máxima rentabilidad*"<sup>138</sup>. Además, y este será el segundo motivo que lleva a las entidades bancarias a involucrarse en el negocio asegurador, éstas buscan ocupar a algunos sectores de su personal que se han quedado prácticamente sin función debido a la informatización de gran parte de los servicios bancarios; de esta manera, la banca ve en el seguro una forma de poner en funcionamiento a ese personal desaprovechado en las tareas habituales del sector bancario.

---

por el que se modifican determinados artículos del Texto Refundido de la Ley Reguladora de la Producción de Seguros Privados para adaptarlos a los compromisos derivados del Tratado de Adhesión de España a la Comunidad Económica Europea.

<sup>137</sup> Informe del Consejo General de Agentes y Corredores de Seguros de España, de 13 de noviembre de 1986, punto IV, apartado f).

<sup>138</sup> Informe del Consejo General de Agentes y Corredores de Seguros de España, de 13 de noviembre de 1986, punto IV, apartado g) - a').

Debido a la "intromisión" de la banca en el negocio asegurador, el Colegio de Agentes y Corredores de Seguros considera que pueden verificarse varios efectos nefastos en el sector de los seguros; así, y de acuerdo con la opinión expresa por este Colegio, los asegurados se quedarían totalmente desprotegidos y sin un asesoramiento adecuado, ya que el personal bancario no está preparado para las tareas de posventa que también forman parte de la actividad de mediación como, además, está expresamente indicado en la Ley<sup>139</sup>.

El Colegio de Agentes trataba también el problema de los puestos de trabajo de miles de Agentes sustituidos por los trabajadores bancarios sin preparación especial para la mediación

---

<sup>139</sup> Recordemos, a este propósito, lo que ya hemos mencionado en diversas ocasiones: el trabajo del mediador de seguros no consiste solo en vender los contratos de seguros, independientemente del ramo de seguro que sea, sino que su actividad va mucho más allá. El Agente o Corredor de seguros, además de comercializar el producto, tiene que prestar una asistencia posterior a la venta, tanto por que se ha producido un siniestro y es necesario arreglarlo, como porque el comprador del seguro quiere modificar las bases en lo que ha contratado, etc. .

La propia Ley Reguladora de la Producción de Seguros Privados, en el número dos del artículo primero, capítulo primero, "De la producción de seguros privados", Texto Refundido, Real Decreto Legislativo 1347/1985, de 1 de agosto, dice que

*"Dos. Se entiende como producción de seguros privados la actividad mercantil de promoción, mediación y asesoramiento ... . También comprende esta actividad la posterior asistencia al tomador del seguro y al asegurado o beneficiario."*

de seguros y la consiguiente degradación profesional y anarquía en el mercado asegurador.

El Informe finaliza con las conclusiones sacadas por el Colegio de acuerdo con el anteriormente expuesto y que se apoya en la opinión de los Productores de Seguros reunidos en Madrid en 1984<sup>140</sup> (dos años antes de la suscripción de este Informe). A continuación, pasamos a transcribir parte de esas conclusiones:

*"... la intromisión de los Bancos y Entidades análogas en la mediación del seguro privado va en contra de las disposiciones legales que regulan esta función, puede originar conflictos de orden laboral*

---

<sup>140</sup> En diversos países se venía verificando, y con más intensidad en los años ochenta, que los bancos y otras entidades financieras análogas intentaban irrumpir en el sector asegurador, vendiendo productos de seguros juntamente con los productos bancarios tradicionales. En esta conformidad, los productores de seguros han reaccionado y, en 1984, se realiza en Madrid la 2ª Reunión Mundial de Productores de Seguros, a la cual asisten 1.200 Delegados de 53 Asociaciones de 35 países, incluidos todos los países de la Comunidad Económica Europea, Estados Unidos y Canadá. Esta Reunión aprobó la siguiente conclusión:

"La 2ª Reunión Mundial de Productores de Seguros ha constatado con gran disgusto la intromisión, en ciertos países, de las instituciones financieras y comerciales en la labor profesional de los Agentes y Corredores de Seguros, y condena firmemente tales actividades.

En consecuencia, las asociaciones de todos los países deberán realizar las gestiones precisas para que la situación legal en cada país, se adapte a estos principios, y se prohíban las actuaciones contrarias a la profesionalidad y a la libertad de los asegurados."

*entre los empleados del Banco y otras personas que colaboren con los Bancos y la realización de tales actividades, y llevará, en definitiva, a una desprotección de los asegurados y beneficiarios, ya que la "venta" desprofesionalizada del seguro impedirá que el asegurado y beneficiario puedan contar con el adecuado asesoramiento y asistencia, especialmente en caso de siniestro. Además, es evidente que se puede producir una confusión de intereses.... su presunto "mediador" está vinculado al Banco y a la Entidad Aseguradora dominada por el Banco, lo que impedirá que el mediador, si existe, pueda cumplir su función esencial de actuar como "órgano de enlace y equilibrio", conforme exige el punto 3.1 del Código Universal de Ética Profesional, aprobado en la II Reunión de Productores de Seguros, precisamente celebrada en Madrid en 1984".*

Tres años después de la suscripción de este Informe, el Consejo General de Agentes y Corredores de Seguros consideraba que "ninguna respuesta efectiva"<sup>141</sup> había sido dada a su petición, respecto a la intromisión de determinados Bancos y Cajas de Ahorro en el sector del seguro privado.

---

<sup>141</sup> Carta del Consejo General de Agentes y Corredores de Seguros Privados al Excmo. Sr. Gobernador del Banco de España, Madrid, 27 de septiembre de 1989.

De acuerdo con esto, en el verano de 1989, el Consejo General enviaba una carta a la Dirección General de Seguros, para que tomase conocimiento de la posición del Consejo frente al Banco de España<sup>142</sup> y considerando que juzgaban importante la intervención de la Secretaría de Estado de Economía, para que se evitara

*"la intromisión de los Bancos y Cajas de Ahorro en la actividad aseguradora... de tal forma que los Bancos y Cajas de Ahorro limiten su actuación a las actividades típicas y habituales que les son propias, es decir, recibir fondos del público en forma de depósito, préstamo, cesión temporal de activos financieros u otras análogas que lleven aparejada la obligación de su restitución, ..."*<sup>143</sup>.

Para finalizar la referida misiva, dirigida al Director General de Seguros, el presidente del Colegio de Agentes refiere que, en la opinión de este colectivo,

*"es llegado el momento de poner orden ambos sectores, el Bancario y el de Seguros, y delimitar*

---

<sup>142</sup> Esta posición está manifestada en la carta enviada al Gobernador de Banco de España en 27 de septiembre de 1989, con una "segunda denuncia" de lo que consideran la intromisión de la banca en el sector de los seguros.

<sup>143</sup> Carta del Consejo General de los Colegios de Agentes y Corredores de Seguros al Ilmo. Sr. Director General de Seguros, Madrid, 26 de julio de 1989.

*claramente sus campos de actuación...*<sup>144</sup>.

De esta forma surge la segunda denuncia al Banco de España por parte del Colegio de Agentes y Corredores de Seguros, enviada a esa entidad en septiembre de 1989. En este segundo informe se considera que la situación presentada tres años antes sólo se ha agravado, y cada vez más los bancos están irrumpiendo en el sector asegurador. En este informe se presentan casos concretos de actuación de bancos o cajas en el sector de los seguros.

#### **4.2.4 – La nueva ley de distribución de seguros privados**

No obstante a la reacción de los Colegios de Agentes y Corredores, la presencia de la Banca en el negocio asegurador no desaparece a partir de estas fechas, sino que cada vez más se nota su peso en la actividad aseguradora y el porcentaje del negocio captado por las entidades financieras no es pequeño, sino todo lo contrario. Así, la opinión de los Aseguradores se fue adaptando a las nuevas realidades y a la inclusión de la banca en el negocio asegurador y en 1987, por ejemplo, una revista de seguros ya planteaba el problema de la distribución de seguros por la banca o entidades análogas de forma bien distinta a la posición tomada

---

<sup>144</sup> Idem.

por el Colegio de Agentes y Corredores de seguros tan sólo un año antes; en ella se escribe:

*"Si las fronteras entre el Seguro, la Banca y las Cajas de Ahorro van a ser cada vez más difusas, el Seguro debe despertar hacia nuevas iniciativas y ofrecer unos servicios financieros integrales. Quizá haya llegado el momento de un replanteamiento general; de perder el miedo a la libertad..."<sup>145</sup>.*

También en las XXII Jornadas de Estudios de ICEA, realizadas en Lisboa, Portugal, en Marzo de 1987, ya se concluía que *"la mejor defensa es el ataque ..."*<sup>146</sup>.

Las prácticas muchas veces suelen anteceder las leyes; esto pasa en casi todos los campos de la actividad humana, y los seguros no figuran como excepción a la regla; así, la legislación sobre seguros se ha adaptado a las nuevas realidades y en abril de 1992 se promulga la nueva ley de Mediación en Seguros Privados<sup>147</sup>, que ha hecho posible la presencia de los bancos en la distribución de seguros, a través de las modificaciones introducidas en los artículos referentes a los mediadores en los

<sup>145</sup> Actualidad Aseguradora, *"¿Hay fronteras para el seguro?"*, Club del Ejecutivo de Seguros, Madrid, mayo, 1987.

<sup>146</sup> Citado en la revista Actualidad Aseguradora, Club del Ejecutivo de Seguros, Madrid, mayo, 1987.

<sup>147</sup> Ley 9/1992, de 30 de abril, de Mediación de Seguros Privados, BOE nº106, de 2 de mayo de 1992.

contratos de seguros.

En la exposición de motivos de la citada ley se refiere que las normas anteriormente en vigor estaban en gran parte enfocadas a la defensa de los intereses profesionales de los agentes de seguros y respondían a *"una concepción intervencionista en el control por la Administración de la actividad aseguradora privada y, finalmente, estaban pensadas para un mercado de seguros muy distinto al que hoy existe y al del entorno manifiestamente más competitivo en que habrá de desenvolverse el seguro español en el futuro más inmediato..."*<sup>148</sup>.

La Ley se fundamenta en diversos principios, referidos también en la Exposición de Motivos. El segundo de estos principios separa los mediadores en dos categorías nítidamente diferenciadas:

- *Agentes de seguros*
- *Corredores de seguros.*

El artículo 6 de la citada ley define los agentes de seguros:

*"1. Serán agentes las personas físicas o jurídicas que, mediante la celebración de un contrato de agencia con una entidad aseguradora, se comprometan frente a ésta a realizar la actividad definida en el primer inciso del número 1 del artículo 2<sup>149</sup> y, en su caso, la señalada en el*

---

<sup>148</sup> Idem, *Exposición de motivos* - 1, p. 14.929.

<sup>149</sup> El número 2 de la Ley define el ámbito material de la mediación en seguros

*segundo inciso de dicho número."*

El artículo 14, por su parte, define a los corredores de seguros como

*"las personas físicas o jurídicas que realizan la actividad mercantil de mediación en seguros privados sin mantener vínculos que supongan afección con entidades aseguradoras o pérdida de independencia respecto a éstas y ofreciendo asesoramiento profesional imparcial a quienes demandan la cobertura de los riesgos a que se encuentran sujetos sus personas, sus patrimonios, sus intereses o responsabilidades."*

El tercer principio en que se basa la Ley 9/1992 trata de la liberalización de la red agencial de las entidades aseguradoras. En este principio se refiere que las entidades aseguradoras pueden celebrar contratos de agencia con cualesquiera personas físicas o jurídicas que tengan capacidad legal para el ejercicio del comercio; este principio se traduce, en la práctica, en la posibilidad de utilizar para la producción de seguros las redes de distribución de, por ejemplo, bancos o entidades

---

privados; el primer inciso refiere que se considera actividad mercantil de mediación en seguros privados a la mediación entre los tomadores del seguro y los asegurados, de una parte, y las entidades aseguradoras, por otra. El segundo inciso no considera actividad de mediación la actuación de las entidades aseguradoras como abridoras en las operaciones de coaseguro.

financieras, grandes almacenes, etc.<sup>150</sup>

En este contexto, la referida Ley concluye que

*"la libertad que se ofrece al asegurador para elegir, de entre los distintos canales de distribución alternativos, aquellos que considere óptimos permite un mayor acercamiento de los seguros al consumidor en beneficio de éste y viene además acompañado, como es lógico, de una mayor responsabilidad del asegurador por la conducta de quienes distribuyen sus seguros"<sup>151</sup>.*

---

<sup>150</sup> Ley 9/1992, de 30 de abril, de Mediación de Seguros Privados, BOE nº106, de 2 de mayo de 1992, *Exposición de Motivos*, 2, p. 14.929.

<sup>151</sup> Ley 9/1992, de 30 de abril, de Mediación de Seguros Privados, BOE nº106, de 2 de mayo de 1992, *Exposición de motivos*, 2, p. 14.929.

### **4.3 - Los canales de distribución en España**

#### **4.3.1 - Importancia relativa de los diversos canales de distribución**

El mercado asegurador, como hemos comentado en capítulos anteriores, ha sufrido varios cambios en los últimos años; los canales de distribución utilizados por las compañías aseguradoras también han evolucionado, de acuerdo con las necesidades y los planes estratégicos de las diversas entidades. Las transformaciones sufridas por el sistema financiero español en las últimas décadas, el aumento de la competencia en el área de los seguros y también, y no menos importante, el cambio de las mentalidades ligado a una mayor cultura financiera de los compradores de productos de seguros, especialmente de los seguros de vida, han provocado en las aseguradoras una búsqueda de los sistemas de distribución que mejor pueden responder a sus necesidades y a la satisfacción de sus clientes, los consumidores de seguros.

El análisis que seguidamente vamos a presentar se basa en un estudio elaborado por ICEA (Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras), en el año de 1991. Los datos se refieren a la información subrogada por 32 entidades o grupos aseguradores (38 entidades), que representan más de la mitad (el 53,84%) de las primas totales del sector de seguros en el año

1990; en el estudio no se han considerado las primas únicas del ramo vida<sup>152</sup>, ni los ramos específicos como asistencia, crédito y caución, decesos, defensa jurídica y seguro agrario. Las entidades incluidas en el estudio tienen el mayor porcentaje de sus primas representadas por seguros del ramo Autos, seguida por primas del ramo Vida; los demás ramos presentan porcentajes menos significativos. Presentamos, en el Cuadro 4.8, el desglose de la composición de la cartera de dichas entidades o grupos aseguradores:

CUADRO 4.8  
COMPOSICIÓN DE LA CARTERA

RAMOS	%
VIDA	31,32
MULTIRRIESGOS	8,13
AUTOS	43,08
INDUSTRIAL	5,65
OTROS	11,82
TOTAL	100

Fuente: *La distribución de los productos aseguradores en España*, Año 1990, ICEA, Informe nº479, Mark. 193, noviembre, 1991, pág.6.

<sup>152</sup> Como ya hemos mencionado en otros puntos de este estudio, las primas únicas de alguna forma distorcionaron los resultados del ramo vida en los años en que más se comercializaron; el Real Decreto Ley 5/1989, de 7 de julio y el Real Decreto 1203/1989, de 6 de octubre, que lo desarrolla, "prohibieron temporalmente a las entidades aseguradoras realizar ciertos seguros a prima única y, por esta razón, se produjo en 1989 una caída de las primas de este tipo de seguros, de aproximadamente el 68,2 por cien; en 1990, se produjo una caída del 10,4 por 100. Sin embargo, la acogida de esta modalidad de seguros continúa siendo favorable y esto se refleja en el incremento que han experimentado las primas de la modalidad en 1991 y 1992, estimado respectivamente en el 52,6 y 27,6 por 100.", UNESPA, 1993, *Estadísticas de Seguros*, p. 89.

#### 4.3.2 – Clarificación de conceptos

La información tratada considera el desglose de la cartera de seguros de la siguiente forma:

**Vida:** incluye el seguro individual y el colectivo, excluyendo las primas únicas;

**Multirriesgos:** está formado por las modalidades que cubren el hogar, el comercio, las comunidades y las industrias pequeñas;

**Autos:** está integrado por el seguro de suscripción obligatoria y el seguro de suscripción voluntaria;

**Industriales:** lo componen los seguros que cubren a las grandes industrias;

**Otros:** se incluyen, en este apartado, todos los ramos no incluidos en el desglose anterior, a la excepción de los ramos específicos (Crédito y Caucción, Asistencia, Decesos, Defensa Jurídica, Enfermedad y Seguro agrario Combinado).

Las entidades aseguradoras comercializan distintos tipos de productos, englobados en los diferentes ramos considerados propios de la actividad aseguradora; para la comercialización de estos productos, las compañías de seguros eligen distintos canales, de acuerdo con las estrategias y los objetivos que persiguen. En el estudio presentado, se ha considerado la

desagregación de los canales de distribución como sigue:

**Agentes Afectos:** corresponde a la producción realizada por personas que ejercen la actividad de la mediación profesionalmente y se encuentran vinculadas a una entidad aseguradora por un contrato mercantil;

**Corredores – se consideran tres tipos de corredores:**

**Independientes:** aquellos que ejercen sin estar vinculados a una entidad de seguros con exclusividad;

**Grandes Almacenes:** Corredurías que se encuentran vinculadas a grandes almacenes;

**Instituciones Financieras:** Corredurías que ejercen su actividad a través de oficinas bancarias y cajas de ahorro.

**Equipos Específicos:** organizaciones comerciales especiales orientadas a la venta de productos concretos;

**Venta Directa – se engloba la producción generada por:**

**Puntos de Venta:** distribución que se realiza a través de la venta en las oficinas de la propia entidad;

**Agentes en Plantilla:** corresponde a la venta que se efectúa por mediadores unidos a la entidad por un contrato laboral.

**Marketing Directo:** integrado por la producción que se generó mediante sistemas como el mailing, el telemarketing, etc.;

**Otros:** comprende el volumen de negocio que ha sido captado por otros canales no incluidos en el desglose, como agentes en período de formación, agentes de pequeñas carteras, subagentes, empresas asociadas o del grupo.

#### **4.3.3 – Los canales de distribución y su peso en los diversos ramos**

En España, como se sabe empíricamente y se demuestra por los datos estadísticos, son los agentes afectos el principal canal de distribución utilizado por las compañías de seguros; a ellos corresponde el 55% del total de las primas acaparadas por

las entidades aseguradoras.

En los cuadros que siguen se puede ver, para cada ramo, el porcentaje de pólizas correspondiente a cada canal, las primas acaparadas y la prima media de cada ramo en relación con los diversos canales de distribución utilizados.

**CUADRO 4.10**  
**DISTRIBUCIÓN - DIVERSOS CANALES**

**Ramo Vida**

	<b>Pólizas</b>	<b>Primas</b>	<b>Prima media</b>
	(%)	(%)	
<b>Agentes Afectos</b>	68,43	42,74	100,331
<b>Corredores</b>	18,34	24,57	99,507
<b>Equipos específicos</b>	0,94	2,75	79,402
<b>Venta directa</b>	11,42	11,63	149,919
<b>Marketing directo</b>	0,00	0,02	-
<b>Otros</b>	0,87	18,29	71,927

Fuente: *La distribución de los productos aseguradores en España*,  
Año 1990, ICEA, Informe nº479 - Mark. 193, noviembre,  
1991, pág.16.

En el ramo Vida, como también en todos los otros ramos considerados, los agentes afectos son el canal con mayor peso en la distribución de productos aseguradores, correspondiéndole el 68,43% del total de las pólizas y el 42,74% del total de las primas. Los corredores, a su vez, entre los cuáles, como ya

hicimos referencia, se encuentran las entidades financieras, alcanzan el 48,34% del número total de pólizas, con el 24,57 por cien de primas recaudadas. Otro canal que denota una cierta importancia en la distribución de productos del ramo vida es la venta directa, que distribuye el 11,42 por cien del total de pólizas; a esta forma de distribución corresponde la prima media más elevada para los seguros de vida (149,919). Los agentes afectos y los corredores tienen, después de la venta directa, las primas medias más elevadas, 100,331 y 99,507, respectivamente; hay que señalar que, para el ramo vida, los demás canales de distribución considerados también presentan primas medias muy elevadas (79,402 para los equipos específicos y 71,927 para otros). Comparadas con las primas medias de los otros ramos, las primas de seguro de vida son, sin duda, las más elevadas, debido al propio carácter de este seguro y que asume muchas veces, juntamente con la componente de riesgo, la componente de ahorro. Así se justifica que las familias y las empresas inviertan sumas muy considerables en seguros de vida. Por tanto estamos ante no sólo una forma de previsión frente al riesgo, sino también ante productos financieros que compiten con los demás del mercado, ofrecidos por las diversas entidades presentes en el sector financiero. No es de extrañar, pues, la relevancia de los seguros de vida en las carteras de las compañías de seguros y la apetencia que provocan, lo hemos mencionado varias veces, a las instituciones financieras.

Los seguros multirriesgo son distribuidos, en su gran mayoría, a través de la red de agentes afectos, que comercializan

el 77,75 por cien del número total de pólizas de este ramo y al que corresponde el 75,74 por cien del total de primas recaudadas en este ramo. En el cuadro 4.11 se indican el porcentaje de pólizas, el volumen de primas recaudado por cada canal y la prima media correspondiente.

**CUADRO 4.11**  
**DISTRIBUCIÓN - DIVERSOS CANALES**  
**Ramo Multirriesgos**

	Pólizas (%)	Primas (%)	Prima media
Agentes Afectos	77,75	75,74	18,309
Corredores	12,39	15,54	25,958
Equipos específicos	0,78	0,85	19,528
Venta directa	9,07	7,86	17,020
Marketing directo	0,01	0,01	33,333
Otros	0,00	0,00	-

Fuente: *La distribución de los productos aseguradores en España*, Año 1990, ICEA, Informe nº479 - Mark. 193, noviembre, 1991, pág.16.

Los corredores solo distribuyen el 12,39% de las pólizas multirriesgo, pero con una prima media más elevada que los agentes afectos. Mientras la prima media multirriesgo generada por los agentes es de 18.309 pesetas, la prima media correspondiente a los corredores es de 25.958 pesetas. También se comercializan pólizas multirriesgo por venta directa; este canal

representa el 9,07 por cien de las pólizas vendidas y el 7,86 por cien de las primas acaparadas en este ramo. Los demás canales no tienen mayor relevancia en la distribución de productos multirriesgo. Los seguros multirriesgo, a pesar de, como vemos a través de los datos, son distribuidos, en su gran porcentaje, por los agentes afectos, también presentan algún atractivo para su comercialización en las oficinas bancarias. Sin embargo, a la hora de regularización de los siniestros ocurridos, los seguros multirriesgo presentan problemas que se muestran, algunas veces, de difícil resolución para las entidades bancarias. Está claro que éstas pueden siempre vender los productos y remitir los servicios de posventa, entre los que se incluyen la regularización de siniestros, a las compañías de seguros productoras de ese seguro; pueden presentarse, sin embargo, problemas de imagen para la entidad bancaria, puesto que el cliente identifica el banco como responsable para el tratamiento de su problema, pues ha sido allí dónde ha contratado su seguro, y no en la compañía aseguradora ligada al banco. Este problema, que podrá presentar múltiples soluciones, no lo vamos, sin embargo, a desarrollar aquí puesto que como ya hemos indicado, el asunto merece un estudio a parte mientras que, en nuestro trabajo, nos queremos centrar sobre todo en los productos de vida y en la relevancia de su distribución a través de las entidades bancarias.

En el ramo Autos (ver cuadro 4.12), la situación no se presenta de forma muy distinta a la de los demás ramos. Las pólizas de seguro automóvil son distribuidas principalmente a través de la red de agentes afectos; ellos venden el 54,34 por cien

de las pólizas, con el 52,80 por cien del volumen de negocio mientras que, al revés del que sucede con los demás ramos de seguros considerados, la segunda posición en la venta de este tipo de seguros no la ocupan los corredores, sino la venta directa, que distribuye el 32,53 por cien de las pólizas.

**CUADRO 4.12**  
**DISTRIBUCIÓN - DIVERSOS CANALES**

**Ramo Autos**

	<b>Pólizas</b>	<b>Primas</b>	<b>Prima media</b>
	<b>(%)</b>	<b>(%)</b>	
<b>Agentes Afectos</b>	54,34	52,80	38.466
<b>Corredores</b>	10,98	10,78	45.891
<b>Equipos específicos</b>	0,10	0,12	59.170
<b>Venta directa</b>	32,53	34,30	50.146
<b>Marketing directo</b>	0,00	0,00	-
<b>Otros</b>	2,05	2,00	48.182

Fuente: *La distribución de los productos aseguradores en España*, Año 1990, ICEA, Informe nº479, Mark. 193, noviembre, 1991, pág.16.

Los corredores tan solo venden cerca del once por cien del número total de pólizas de seguro automóvil, por tratarse de un seguro que acarrea numerosos problemas y dificultades a la hora de regularizar los siniestros. Los agentes, que intentan sobretodo tener una cartera de seguros numéricamente considerable, venden muchos seguros de automóvil pues, al tratarse de un seguro

obligatorio, saben que todos deben tener su seguro, y lo venden algunas veces sin preocuparse en prestar posteriormente el apoyo posventa necesario y sin tener una preocupación especial con la calidad del riesgo. Si miramos la prima media del seguro automóvil conseguida por cada canal, concluimos que los agentes son los que venden sobretodo el seguro de responsabilidad civil, obligatorio y con menores primas. En los demás canales se nota que las primas medias son superiores, lo que significa que no venden solo el seguro obligatorio, sino también el seguro automóvil de suscripción voluntaria, más caro y que no alcanza todos los tipos de cliente.

Las entidades financieras, incluidas en este desglose en el concepto de los corredores, no optan por la venta de seguros del ramo automóvil debido a, como ya mencionamos, su dificultad y a los problemas que se producen cuando ocurren siniestros, situación bastante común en este ramo; además, el seguro automóvil, por sus problemas intrínsecos, da una mala imagen a las compañías de seguros y el público, en general, suele decir que las aseguradoras siempre pagan menos que los daños sufridos; que es difícil llegar a acuerdos con los peritos tasadores y que las primas de seguros son muy elevadas respecto a las coberturas ofrecidas. Esta mala imagen de las compañías de seguros en lo que respecta al ramo automóvil podría de alguna forma repercutir en las entidades financieras que vendiesen este seguro, por eso ésta es también una de las razones que llevan a los bancos a rechazar la venta de seguro automóvil masivamente; lo venden, sin embargo, a clientes especiales y casi siempre ligado a la venta

de otros productos de seguro. Los principales vendedores de seguros de los ramos Industrial y Otros son también los agentes afectos, que distribuyen el 64,24 por cien y el 79,43 por cien de las pólizas de estos ramos, respectivamente.

**CUADRO 4.13**  
**DISTRIBUCIÓN - DIVERSOS CANALES**

**Ramo Industrial**

	Pólizas (%)	Primas (%)	Prima media
Agentes Afectos	64,24	66,95	70.122
Corredores	23,46	22,84	49.728
Equipos específicos	0,21	0,22	79.065
Venta directa	12,09	9,99	60.865
Marketing directo	0,00	0,00	-
Otros	0,00	0,00	-

**Ramo Otros**

Agentes Afectos	79,43	77,85	14.823
Corredores	5,14	14,20	44.056
Equipos específicos	0,07	0,28	20.094
Venta directa	15,36	5,87	5.646
Marketing directo	0,00	0,01	32.787
Otros	0,00	1,79	-

Fuente: *La distribución de los productos aseguradores en España*,  
Año 1990, ICEA, Informe nº479 - Mark.193, noviembre,  
1991, pág.16.

Mientras en el ramo Industrial los agentes afectos acaparan la prima media más elevada (70.122 pesetas), en el ramo Otros se pasa al revés: a los agentes afectos corresponde una prima media de 14.823 pesetas, la más baja de las primas medias de este ramo, a excepción de los seguros comercializados por venta directa. A las entidades bancarias no les interesa demasiado comercializar este tipo de productos, ya que presentan problemas específicos de difícil resolución para personal no especializado (análisis de riesgos, peritaje, etc.).

**CUADRO 4.14**  
**DISTRIBUCIÓN - DIVERSOS CANALES**

**Total de los ramos**

	<b>Pólizas</b>	<b>Primas</b>	<b>Prima media</b>
	<b>(%)</b>	<b>(%)</b>	
<b>Agentes Afectos</b>	67,82	55,27	31.869
<b>Corredores</b>	10,30	16,57	50.082
<b>Equipos específicos</b>	0,27	1,03	44.077
<b>Venta directa</b>	20,72	20,32	41.833
<b>Marketing directo</b>	0,00	0,01	33.113
<b>Otros</b>	0,89	6,80	50.158

Fuente: *La distribución de los productos aseguradores en España*, Año 1990, ICEA, Informe nº479, Mark. 193, noviembre, 1991, pág.16.

Cuando hacemos el análisis de la distribución de los productos de seguros sin considerar el desglose por ramos (ver cuadro 4.14), pero teniendo en cuenta la desagregación en los diversos tipos de canales, llegamos a la conclusión que la venta de seguros en España se hace sobre todo a través de los agentes. Éstos distribuyen el 67,82 por cien del número total de pólizas, a los que corresponde el 55,27 por cien de las primas recaudadas. En segundo lugar, el canal más utilizado es la venta directa y en tercera posición se encuentran los corredores. A éstos corresponde, sin embargo, la prima media más elevada (50.082 pesetas). Los agentes afectan venden los seguros de menor valor medio unitario, como se puede comprobar a través del total de la prima media de los productos comercializados a través de este canal. Esto está relacionado, en nuestra opinión, con el gran peso que tiene en la cartera de los agentes afectados el seguro obligatorio del automóvil, con primas unitarias relativamente menos elevadas. Los corredores, por su parte, se especializan en determinado tipo de productos y eligen clientes que pueden comprar productos más caros y, por eso, a ellos corresponde la prima media más elevada de los canales más significativos en la distribución de seguros.

Cuando analizamos (veáse cuadro 4.15) la cartera de seguros obtenida por cada canal de distribución, notamos que los agentes afectados y los corredores son los que disponen de una cartera de la cuál forman parte, de forma equilibrada, todos los ramos de seguros, con el predominio de seguros del ramo

automóvil para los agentes, como ya lo habíamos señalado (el 41,15 por cien de su cartera) y, para los corredores, el ramo preponderante es el de vida, como también lo hemos mencionado en diversas ocasiones (el 46,43 por cien de la cartera). En lo que concierne a los demás canales, vemos que, para los Equipos Específicos, es el ramo de vida el que acapara mayor volumen de negocio, con el 83,88 por cien de la cartera de este canal; los demás ramos acaparan porcentajes pocos significativas para este canal de distribución.

CUADRO 4.15  
DISTRIBUCIÓN POR CANALES

RAMOS	Agentes	Corred.	Equipos	Venta	Mark.	Otros
	Afectos		Especif.	Directa	Directo	
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Vida	24,21	46,43	83,88	17,94	75,61	84,19
Multirisgo	11,13	7,62	6,75	3,14	14,63	0,00
Autos	41,15	28,02	4,96	72,73	0,00	12,70
Industrial	6,85	7,79	1,21	2,78	0,00	0,00
Otros	16,65	10,14	3,20	3,41	9,76	3,11
Total Primas (millones)	316.241	94.814	5.870	116.26	41	38.92
				4		5

Fuente: *La distribución de los productos aseguradores en España*,  
Año 1990, ICEA, Informe nº479, Mark. 193, noviembre,  
1991, pág.18.

Para la venta directa, al igual de lo que pasaba con los agentes afectos, es el ramo Autos lo que asume el papel de mayor

relieve en la cartera, con el 72,73 por cien; el ramo Vida, sin embargo, también presenta un valor significativo en la cartera, con el 17,94 por cien de las primas.

A través del marketing directo se comercializan principalmente productos del ramo Vida – el 75,61 por cien del total de las primas de la cartera de seguros acaparada por este proceso; en este canal de distribución hay ramos que no aparecen, como es el caso de los seguros automóvil y de los seguros industriales. Otra conclusión que podemos sacar a la hora de ver las ventas realizadas por cada canal, es que solo un pequeño porcentaje de seguros es comercializado a través de marketing directo o de equipos específicos, cuando comparamos el volumen de primas alcanzado por estos canales y lo conseguido por los corredores y los agentes afectos: mientras la cartera total del marketing directo y de los equipos específicos es de, respectivamente, 41 y 5.870 millones de pesetas, a los corredores y a los agentes afectos corresponde una cartera con un volumen de primas muy considerable, 94.814 y 316.241 millones de pesetas, respectivamente.

#### **4.3.4 – Distribución por ramos: instituciones financieras, corredores independientes, grandes almacenes**

En el canal de distribución de seguros a que hemos llamado *corredores* están englobados, como oportunamente

indicamos, los corredores independientes, los grandes almacenes y las instituciones financieras, éstas últimas presentando un interés especial para nuestro estudio. Vamos, pues, a presentar el desglose del canal corredores, para que podamos ver con nitidez la importancia de cada ramo en la distribución de seguros llevada a cabo por las instituciones financieras y también el peso de éstas en la comercialización de productos de seguros, respecto a los demás corredores, sea independientes o grandes almacenes.

**CUADRO 4.16**  
**DISTRIBUCIÓN RAMO VIDA**  
**Desglose por Corredores**

	Pólizas (%)	Primas (%)	Prima media
Independientes	35,69	11,89	65.045
Grandes Almacenes	0,00	0,00	-
Instituciones Financieras	64,31	88,11	110.024

Fuente: *La distribución de los productos aseguradores en España*, Año 1990, ICEA, Informe nº479, Mark. 193, noviembre, 1991, pág.20.

Al considerar el desglose por corredores, en lo que respecta a la distribución de seguros del ramo Vida, los números solo vienen confirmar lo que la evidencia y el conocimiento empírico nos hace prever: las instituciones financieras son el

canal predilecto para la distribución del seguro de vida, comercializando el 64,31 por cien del total de las pólizas vendidas por los corredores en este ramo, y al que corresponde el 88,11 por cien del total global de primas acaparadas por aquéllos. También, en cuanto al valor medio de las primas de este seguro, constatamos a través de las cifras lo que hemos expuesto anteriormente, que las instituciones financieras no solo son las entidades que más seguros de vida distribuyen, sino que también a ellas pertenece la prima media más elevada, casi el doble de la prima media de los seguros de vida vendidos a través de los corredores independientes (110.024 y 65.045 pesetas, respectivamente).

Esta primacia en la distribución de seguros de vida por las entidades financieras está relacionada, en nuestra opinión, con la semejanza que los seguros de vida presentan respecto a los productos bancarios tradicionales y a la mayor capacidad de los bancos para vender este tipo de seguro, pues no necesitan buscar clientes, éstos se presentan en las oficinas para resolver problemas varios, ya sea solicitar préstamos, depositar sus ahorros u otro cualquier servicio prestado por las entidades financieras; así, al encontrarse más cerca de los potenciales compradores de seguros, los bancos pueden ofrecer con mayor facilidad este tipo de productos y venderlos tanto en mayor cantidad, como con más calidad, pues poseen bases de datos fiables, que les permiten identificar el tipo de cliente y saber que productos ofrecerles<sup>153</sup>.

---

<sup>153</sup> A este respecto, el director general de una Caja de Ahorros comentaba que

**CUADRO 4.17**  
**DISTRIBUCIÓN RAMO MULTIRRIESGOS**  
**Desglose por Corredores**

	Pólizas (%)	Primas (%)	Prima media
Independientes	80,48	79,83	26.219
Grandes Almacenes	0,20	0,47	66.806
Instituciones Financieras	19,32	19,70	19.451

Fuente: *La distribución de los productos aseguradores en España, Año 1990, ICEA, Informe nº479, Mark. 193, noviembre, 1991, pág.20.*

El seguro Multirriesgos (cuadro 4.17) es vendido sobre todo por los corredores independientes, que distribuyen el 80,48 por cien de las pólizas y acaparan el 79,83 por cien de las primas de multirriesgos comercializadas a través de corredores. Este tipo de producto de seguros es, después de los seguros de vida, el más atractivo para ser vendido en las oficinas bancarias.

Los seguros del ramo automóvil (cuadro 4.18) son distribuidos, dentro del canal "Corredores", casi exclusivamente por corredores independientes, que consiguen el 97,15 por cien

---

poseían una informática muy potente, trabajando en tiempo real y que, cuando se necesita saber "la situación global de un cliente, aparecerán, junto a los productos financieros ... los productos de seguros que tiene.", VILA, A. 1993, "La política de calidad y el servicio en el grupo asegurador de La Caixa", Les Rencontres Internationales du CAPA, Paris, junio, pp. 8 - 9.

del total global de las primas recaudadas por el conjunto de los corredores.

**CUADRO 4.18**  
**DISTRIBUCIÓN RAMO AUTOS**

**Desglose por Corredores**

	Pólizas (%)	Primas (%)	Prima media
Independientes	97,68	97,15	47.147
Grandes Almacenes	0,00	0,00	-
Instituciones Financieras	2,32	2,85	49.996

Fuente: *La distribución de los productos aseguradores en España, Año 1990, ICEA, Informe nº479, Mark. 193, noviembre, 1991, pág.20.*

Las instituciones financieras tienen una pequeña representación en este tipo de seguro, con tan solo el 2,85 por cien de las primas y el 2,32 por cien del número total de pólizas vendidas a través de corredurías de seguros. La prima media de los seguros automóviles vendidos por entidades financieras es, sin embargo, ligeramente superior a la media de las primas de seguros vendidas por corredores independientes.

Los seguros del ramo "Industrial" están poco presentes en el canal de distribución "Instituciones financieras"(ver cuadro 4.19); éstas tan solo distribuyen el 9,10 por cien del número total de pólizas comercializado a través de corredores, alcanzando una

parte muy pequeña de las primas totales - con algo más del nueve por cien de pólizas, les corresponde el 6,61 por cien de las primas y una prima media bastante inferior a la media de los seguros industriales vendidos por los corredores independientes (37.458 y 49.121 pesetas, respectivamente).

**CUADRO 4.19**  
**DISTRIBUCIÓN RAMO INDUSTRIAL**  
**Desglose por Corredores**

	Pólizas (%)	Primas (%)	Prima media
Independientes	90,90	93,39	49.121
Grandes Almacenes	0,00	0,00	-
Instituciones Financieras	9,10	6,61	37.458

Fuente: *La distribución de los productos aseguradores en España*, Año 1990, ICEA, Informe nº479, Mark. 193, noviembre, 1991, pág.20.

En el ramo "Otros", las instituciones financieras venden un poco más del seis por cien de las pólizas, pero consiguen el dieciséis por cien del volumen total de primas recaudadas por el canal "Corredores". Hay que señalar, también, que la prima media realizada a través de las instituciones financieras es substancialmente superior a la prima media de los seguros "Otros" generados por los corredores independientes: mientras a éstos les corresponde una prima media de 43.952 pesetas, las entidades financieras comercializan seguros con un valor medio

superior a las cien mil pesetas.

**CUADRO 4.20**  
**DISTRIBUCIÓN RAMO OTROS**  
**Desglose por Corredores**

	Pólizas (%)	Primas (%)	Prima media
Independientes	93,67	83,96	43.952
Grandes Almacenes	0,00	0,04	111.111
Instituciones	6,33	16,00	106.967
Financieras			

Fuente: *La distribución de los productos aseguradores en España*, Año 1990, ICEA, Informe nº479, Mark.193, noviembre, 1991, pág.20.

En resumen, podemos concluir que, dentro del canal de distribución constituido por el conjunto de los corredores, las instituciones financieras tienen un peso considerable, vendiendo casi el 17 por cien del número total de pólizas y alcanzando cerca de la mitad del negocio del conjunto de los corredores (el 46,28 por cien del volumen de primas recaudadas). Esto nos lleva a una segunda conclusión que, consideramos, es de suma importancia: el negocio asegurador en manos de la banca, si no es, en número de pólizas vendidas, altamente significativo, lo es en el valor de las primas, concentrando las entidades financieras los seguros de mayor valor unitario, lo que implica que la prima media de los seguros distribuidos a través de instituciones financieras sea casi el doble de la prima media de los seguros vendidos por los

corredores independientes.

**CUADRO 4.21**  
**DISTRIBUCIÓN - Total de los ramos**  
**Desglose por Corredores**

	Pólizas (%)	Primas (%)	Prima media
Independientes	83,12	53,68	44.009
Grandes Almacenes	0,04	0,04	68.410
Instituciones Financieras	16,84	46,28	81.412

Fuente: *La distribución de los productos aseguradores en España, Año 1990, ICEA, Informe nº479, Mark.193, noviembre, 1991, pág.20.*

Los corredores independientes son los que realizan el mayor número de ventas de pólizas de seguros, pero apenas realizan algo más de la mitad del negocio, en lo que respecta al volumen de primas recaudado; son ellos, también, los que tienen una prima media inferior, de 44.009 pesetas, mientras los grandes almacenes, con un negocio de tan sólo el 0,04 por cien, generan una prima media de 68.410 pesetas. Las instituciones financieras, por su parte, realizan primas con un valor medio de 81.412 pesetas, que casi representa el doble de la prima media generada por los corredores independientes.

CAPITULO V

**LA BANCA-SEGUROS: SITUACION ACTUAL Y  
TENDENCIAS**

## 5.1 - Introducción

En los capítulos precedentes analizamos el fenómeno de la penetración de los bancos en el área de los seguros y la importancia de la actividad aseguradora en el contexto internacional y a nivel de España. Consideramos que, dada la dimensión del sector asegurador y sus perspectivas de crecimiento, en especial en el ramo vida, se trata de una actividad suficientemente atractiva, como para que las entidades bancarias se interesen abiertamente por este negocio.

En el presente capítulo apuntamos la situación actual y las perspectivas de futuro de la banca-seguros, de acuerdo con un estudio empírico que intenta, a través de las opiniones de expertos, analizar la situación desde el punto de vista de una de las partes directamente interesadas en el fenómeno de la banca-seguros (las aseguradoras). Para dicho análisis, se han recogido las opiniones expresadas por los directores generales de las principales compañías de seguros que operan en el ramo de Vida en España.

Utilizamos un enfoque metodológico, que permite afrontar el estudio de las relaciones banca-seguros, las motivaciones, las amenazas y las perspectivas de futuro, que se ofrecen a las aseguradoras en los próximos años respecto a la posible penetración

de los bancos en el mercado de los seguros.

En el presente estudio, la muestra de la encuesta realizada está formada algunas de las aseguradoras más representativas en el negocio de Vida en España y que representaban más del 60 por cien del mercado de vida en 1991. La metodología empleada en el estudio esperamos que podrá servir para una investigación posterior más amplia, considerando un mayor número de aseguradoras, tanto a nivel de España como en otros países, donde también tenga relevancia el fenómeno de la banca-seguros.

## **5.2 - El cuestionario empleado en el análisis**

El cuestionario consta de 11 páginas y se envió acompañado de una carta de presentación, que se reproducen en el Anexo I. En la carta se indicaba el objetivo de la encuesta y se garantiza la confidencialidad de los datos suministrados, subrayando que la información se recogía únicamente a efectos estadísticos y que ninguna de las respuestas sería identificada con la entidad encuestada.

El cuestionario fue diseñado en enero de 1993 y sometido a crítica, además de diferentes profesores universitarios, por una aseguradora que no iba a ser encuestada, en la persona del Subdirector General del que depende el área comercial. Después de

verificar la validez del cuestionario y de llevar a cabo las modificaciones que se consideraron necesarias, se dió por finalizada la fase del diseño y validación del cuestionario.

En el mes de febrero se envió el cuestionario en su redacción definitiva, a los directores generales de las aseguradoras que iban a ser encuestadas y se recibieron las respuestas durante los meses de febrero a abril.

El universo considerado son las aseguradoras que operaban en el ramo de vida, en España, en el año 1991, y cuyo porcentaje del negocio de vida de cada una de dichas aseguradoras sobre el volumen total de primas del sector, era superior al 25 por cien. Para la selección de la muestra, utilizamos los datos del ranking de seguros 1991, publicados en la revista "Ranking"<sup>154</sup> y seleccionamos 25 entidades que representaban casi el 90 por cien del volumen total de negocio de Vida en el año 1991. De las 25 aseguradoras encuestadas, recibimos un total de 18 respuestas, lo que supone una tasa de respuesta del 72 por cien, porcentaje superior al alcanzado, normalmente, por este tipo de encuestas.

Sin embargo, después de analizadas las respuestas recibidas, llegamos a la conclusión que distintas empresas pertenecientes a un mismo grupo, indicaban la misma respuesta para todas las preguntas

---

<sup>154</sup> RANKING, *Ranking de seguros*, septiembre de 1992, pp. 72-88. Utilizamos los datos de 1991, por tratarse de los datos más recientes sobre el volumen de negocio de la actividad aseguradora, en la fecha de realización de la presente encuesta.

en que se solicitaba una opinión; de esta forma, y para no distorsionar los resultados, decidimos anular cinco respuestas, considerando como válidas solo 13 ; estas 13 entidades seleccionadas y que forman parte de la muestra final representan el 62 por cien del volumen de negocios vida en 1991. Si bien el número de entidades que forman parte del estudio es más reducido<sup>155</sup>, su representatividad en términos de volumen de negocios es sustancial ya que, como mencionamos anteriormente, estas 13 entidades en su conjunto y por las características de cada una de ellas son bastante representativas del sector de los seguros en España.

El cuestionario dirigido a las aseguradoras iba acompañado de una nota explicativa, en folio a parte, indicando su estructura y el significado de cada una de las valoraciones posibles para la evaluación de las variables cualitativas seleccionadas. Como es normal en encuestas de este tipo, para las variables cualitativas se ha establecido una escala interválica con cinco posibles puntuaciones, que varían de izquierda a derecha entre la menor y la mayor evaluación, con la siguiente correspondencia:

1 = Nada de acuerdo

---

<sup>155</sup> No debemos olvidar que el negocio asegurador en España se encuentra sustancialmente concentrado. Citando RODRIGUEZ, J., 1990, *La banca en España, un reto para 1992*, Ed. Pirámide, Madrid, p. 197, podemos afirmar que en España existen unas 500 empresas de seguros, pero tan sólo un 15 por 100 controla más del 80 por 100 de las primas, lo que indica la fuerte concentración existente en el sector. En el ramo vida esta concentración también es bastante evidente. Así, y de acuerdo con el ranking 1991, sólo las 10 primeras entidades acaparan más del 60 por cien del volumen de primas vida en España (MERCADO, *Informe de Seguros, Los líderes de vida*, nº 568, 23/11/1992, p.53).



- 2 = Poco de acuerdo
- 3 = Algo de acuerdo
- 4 = Bastante de acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

El cuestionario está estructurado en tres bloques de preguntas claramente diferenciados; el primer bloque (Situación), hace referencia a diversos aspectos de la situación de la entidad aseguradora, al 31.12.1992, y en el que se solicitaba su dependencia o independencia respecto a grupos extranjeros y bancarios, su dimensión, los canales de distribución que utiliza, y las primas y pólizas comercializadas a través de los diferentes canales de distribución.

El segundo bloque (Motivaciones) incluye cuatro preguntas con múltiples respuestas posibles, en las cuáles se trata de explorar algunos de los factores que han contribuido al desarrollo del fenómeno de la banca-seguros.

El tercer bloque (Expectativas) está compuesto también por cuatro preguntas, que tratan de recoger las expectativas para los próximos años, respecto a la evolución esperada de la relación banca-seguros, de acuerdo con la información que disponía cada uno de los encuestados en la fecha en que se realizó la encuesta.

En el apartado siguiente se definen las variables empleadas en el estudio que, en su mayoría, son variables cualitativas evaluadas en una escala de 1 a 5, procedimiento habitual cuando se

quiere medir opiniones y que, además, permite estudios posteriores aplicando técnicas estadísticas, como análisis de tipo multivariante u otras técnicas apropiadas para el estudio de fenómenos multidimensionales.

### **5.3 – Definición de las variables empleadas**

En este apartado definiremos cada una de las variables utilizadas que, para facilitar el trabajo, identificamos con una letra mayúscula correspondiente al bloque en que se integra y un número correspondiente a la pregunta; así, la variable A2 estará dentro del primer bloque de preguntas y corresponderá a la pregunta número 2. Por otra parte, las entidades fueran codificadas con un número precedido de AS: AS1, AS2, etc. . El orden de numeración de las aseguradoras es aleatorio, no permitiendo una identificación de las respuestas con cada entidad que ha contestado al cuestionario ya que, como anteriormente mencionamos, la información se recoge únicamente con fines estadísticos y de investigación y en ningún momento se identificará la entidad con su correspondiente respuesta.

#### **5.3.1 – Variables sobre la situación de la entidad**

##### **1. Identificación**

Estas variables recogen la relación de dependencia o

independencia de las entidades aseguradoras respecto a grupos extranjeros o bancarios, el tipo de relación y los ramos en que opera la aseguradora: vida, no vida o ambos.

<b>NOMBRE</b>	<b>PROBLEMA CONSIDERADO</b>
	<b>IDENTIFICACION</b>
A2	relación con grupo extranjero
A3	relación con banco o caja
A4	tipo de relación con el banco/caja
A5	ramos en que opera

## 2. Dimensión de la aseguradora

Estas variables expresan el volumen de primas, en millones de pesetas, alcanzado por la aseguradora en 1991, el nivel de las primas únicas en los seguros de vida, y la dimensión de la plantilla de la entidad correspondiente.

<b>NOMBRE</b>	<b>PROBLEMA CONSIDERADO</b>
	<b>DIMENSION</b>
A6T	volumen de primas total
A6V	volumen de primas vida (periódicas y únicas)
A6VU	porcentaje de primas únicas
A7	número de empleados (en plantilla)
A8AG	número de agentes
A8CO	número de corredores

**3. Distribución**

Las variables que se indican en este apartado se refieren a los canales de distribución utilizados por las aseguradoras en 1991.

<b>NOMBRE</b>	<b>PROBLEMA CONSIDERADO</b>
	<b>CANALES DE DISTRIBUCION UTILIZADOS</b>

A91	agentes
A92	corredores
A93	oficinas bancarias
A94	otros

	<b>PORCENTAJE DE POLIZAS DE VIDA COMERCIALIZADAS POR CADA CANAL</b>
--	---

A10.11	agentes
A10.12	corredores
A10.13	oficinas bancarias
A10.14	otros

	<b>PORCENTAJE DE PRIMAS DE VIDA POR CADA CANAL</b>
--	--

A10.21	agentes
A10.22	corredores
A10.23	oficinas bancarias

A10.24 otros

**PORCENTAJE DE POLIZAS NO VIDA  
COMERCIALIZADAS POR CADA CANAL**

A10.15 agentes

A10.16 corredores

A10.17 oficinas bancarias

A10.18 otros

**PORCENTAJE DE PRIMAS NO VIDA POR  
CADA CANAL**

A10.25 agentes

A10.26 corredores

A10.27 oficinas bancarias

A10.28 otros

**5.3.2 – Variables sobre las motivaciones**

En este bloque se recoge la información sobre los factores que, de acuerdo con las opiniones expresas, han contribuido al desarrollo del fenómeno de la banca-seguros.

**1. Motivos para que las aseguradoras utilicen la distribución bancaria**

Estas variables se refieren a los principales motivos por los

cuáles las aseguradoras han buscado o han aceptado la distribución de sus productos a través de entidades bancarias. Como se trata de opiniones, las variables son valoradas en una escala de 1 a 5, desde *Nada de acuerdo* a *Totalmente de acuerdo*, como explicamos al principio del punto 5.2 de este capítulo.

<b>NOMBRE</b>	<b>PROBLEMA CONSIDERADO MOTIVACIONES</b>
B11.1	formar parte de grupo bancario
B11.2	forma más eficaz para vender seguros de vida
B11.3	buenas imagen de los bancos
B11.4	se dispone base de datos de clientes del banco
B11.5	bancos más orientados para vender seguros con componentes de ahorro
B11.6	buenas preparación empleados bancos
B11.7	relación privilegiada con público
B11.8	relación más personalizada
B11.9	mejor conocimiento del cliente
B11.10	optimización de costes de distribución
B11.11	el seguro es un producto financiero
B11.12	aumenta volumen de negocios
B11.13	utiliza extractos de cuenta para hacer publicidad

## **2. Problemas que presenta la distribución de seguros por parte de la banca**

Las variables que siguen intentan recoger los principales problemas sentidos en las aseguradoras, cuando la distribución de

los seguros se efectúa a través de las entidades bancarias.

<b>NOMBRE</b>	<b>PROBLEMA CONSIDERADO</b>
	<b>PROBLEMAS</b>
B12.1	falta de preparación de los empleados bancarios
B12.2	sólo se pueden vender productos estandarizados
B12.3	reacción de las redes tradicionales
B12.4	definición de la oferta por los bancos
B12.5	control administrativo de los acuerdos
B12.6	no existe relación posventa
B12.7	problemas en la tramitación de siniestros

### **3. Productos más adecuados para la venta a través de oficinas bancarias**

<b>NOMBRE</b>	<b>PROBLEMA CONSIDERADO</b>
B13.1	vida
B13.2	vida y ahorro
B13.3	plan de pensiones / jubilación
B13.4	multirriesgo
B13.5	automóvil
B13.6	asistencia sanitaria / enfermedad privado
B13.7	accidentes personales
B13.8	responsabilidad civil
B13.9	decesos / entierro
B13.10	industrial

En una escala de 1 (*grado mínimo*) a 5 (*grado máximo*), se

clasificarán los productos que, en la opinión de las aseguradoras encuestadas, se adaptan en mayor medida a la venta a través de entidades bancarias.

#### **4. Factores que han contribuido al desarrollo de la banca-seguros**

Las variables que aquí se plantean buscan estudiar a los factores que más han contribuido al desarrollo del fenómeno de la banca-seguros.

<b>NOMBRE</b>	<b>PROBLEMA CONSIDERADO</b>
	<b>FACTORES</b>
B14.1	desregulación en los mercados financieros
B14.2	crecimiento de los seguros de vida
B14.3	crecimiento fondos de pensiones/jubilación
B14.4	los bancos necesitan mejorar sus beneficios
B14.5	tendencias en el comportamiento del consumidor
B14.6	exceso de personal bancario
B14.7	nuevas tecnologías
B14.8	aumento de la renta disponible
B14.9	mayor nivel de competencia en los mercados financieros

### 5.3.3 – Variables sobre las expectativas

En este último bloque se recogen las variables que hacen referencia a las perspectivas futuras y las tendencias de la banca-seguros, de acuerdo con la opinión expresada por las entidades encuestadas, de cómo serán distribuidos los seguros de vida, qué tipos de productos serán esencialmente distribuidos a través de la banca, las amenazas y las tendencias que la banca-seguros ofrece para el futuro.

#### 1. Distribución de los seguros de vida en los próximos años

En este apartado se indican las variables que recogen la información sobre los canales de distribución que se espera que serán más utilizados en los próximos años para la venta de seguros de vida.

<b>NOMBRE</b>	<b>PROBLEMA CONSIDERADO</b>
	<b>CANAL UTILIZADO</b>
C15.1	agentes
C15.2	corredores
C15.3	asesores financieros
C15.4	bancos
C15.5	marketing directo
C15.6	ventas por teléfono
C15.7	videotexto

## **2. Características de los productos de vida a distribuir a través de la banca**

Las variables de este apartado recogen las características de los productos de vida a distribuir a través de entidades bancarias, su adaptación o no a medidas fiscales y su comercialización junto a productos no vida u otros productos propios de la actividad bancaria.

<b>NOMBRE</b>	<b>PROBLEMA CONSIDERADO PRODUCTOS A DISTRIBUIR</b>
C16.1	productos estandarizados
C16.2	junto a otros productos financieros
C16.3	junto a productos no vida
C16.4	en respuesta a incentivos fiscales

## **3. Amenazas para las aseguradoras**

Este grupo de variables se refiere a las posibles amenazas que destacan las compañías de seguros que forman la muestra de nuestro trabajo, cuando analizan la distribución de sus productos a través de entidades bancarias, como por ejemplo la falta de profesionalidad de los empleados bancarios a la hora de vender seguros, la consiguiente disminución de la calidad del servicio e insatisfacción de los clientes o a la pérdida de identidad de gestión de las aseguradoras debido a la interferencia de los bancos.

<b>NOMBRE</b>	<b>PROBLEMA CONSIDERADO</b>
	<b>AMENAZAS</b>
C17.1	desaparición de las redes agenciales
C17.2	falta de profesionalización
C17.3	desprestigio
C17.4	insatisfacción del cliente
C17.5	disminución de la calidad del servicio
C17.6	aumento de los costes de siniestralidad
C17.7	pérdida de identidad de gestión
C17.8	producto a medida de intereses bancarios
C17.9	transferencia de beneficios

#### 4. Tendencias de la banca-seguros

En este último apartado se reúnen las variables que sintetizan las perspectivas de futuro para la *bancassurance*, desde la hipótesis de su desaparición en un futuro próximo a la intensificación de la presencia de los bancos en el negocio de los seguros, principalmente en la distribución de seguros de vida. También se considera la creación de compañías de seguros por parte de los bancos y viceversa, como medio para profundizar en la relación entre las dos actividades, bancaria y aseguradora.

<b>NOMBRE</b>	<b>PROBLEMA CONSIDERADO</b>
	<b>TENDENCIAS</b>
C18.1	va a desaparecer a medio plazo
C18.2	se va a intensificar

- C18.3 los seguros de vida serán esencialmente distribuidos a través de la banca
- C18.4 los bancos van a entrar con fuerza en los seguros de daños
- C18.5 las aseguradoras crearán sus propios bancos
- C18.6 se establecerán acuerdos comerciales entre bancos y aseguradoras
- C18.7 los bancos diseñarán productos de seguros
- C18.8 los bancos crearán sus propias aseguradoras

Hasta aquí se han expuesto el conjunto de variables utilizadas en el cuestionario enviado a las aseguradoras, que permitirán recoger las opiniones respecto al fenómeno de la banca-seguros y de alguna forma contrastar lo que hemos expuesto en los capítulos precedentes.

El primer bloque de variables (Situación) será tratado separadamente, indicará las características, a 31 de diciembre de 1992, de cada una de las aseguradoras que consideramos dentro de la muestra definitiva del estudio. Los restantes bloques (Motivaciones y Expectativas) nos permitirán conocer las opiniones de las aseguradoras respecto al fenómeno de la banca-seguros.

## **5.4 - Características generales de las aseguradoras estudiadas**

Después de definidas las variables empleadas a lo largo del cuestionario, presentaremos las características que diferencian las entidades encuestadas, en lo que se refiere a la relación con grupos extranjeros y bancarios, los ramos en que operan, la dimensión, número de empleados, canales de distribución utilizados, pólizas y volumen de primas conseguido por cada canal.

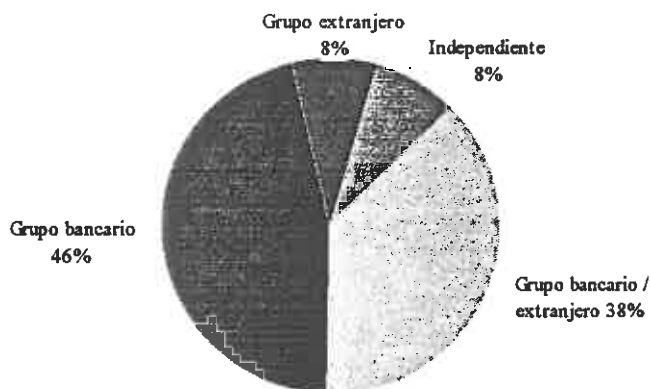
### **5.4.1 - Relación con grupos extranjeros y bancarios**

En España se distinguen tres tipos principales de aseguradoras, en lo que concierne a la propiedad del capital: aseguradoras relacionadas con grupos extranjeros, aseguradoras relacionadas con grupos bancarios e independientes. De las aseguradoras que son objeto del presente estudio, el 46 por cien pertenecen a un grupo extranjero y el 85% están relacionadas con bancos o cajas. En el gráfico 5.1 podemos observar las relaciones de dependencia respecto a entidades bancarias y grupos extranjeros, separada o simultáneamente. El 38% de las entidades que han contestado al cuestionario mantienen relaciones con

bancos o cajas y grupos extranjeros simultáneamente; el 46% mantiene algún tipo de relación con bancos/cajas, pero es independiente respecto a los grupos extranjeros. Por último, el 8% pertenece a grupos extranjeros pero no está relacionada con bancos/cajas y también el 8 por cien es independiente o sea, no pertenece ni a grupos extranjeros ni bancarios.

### GRÁFICO 5.1

#### Relaciones con bancos y grupos extranjeros



Las aseguradoras mantienen distintos tipos de relación con los bancos o cajas. En la mayoría de los casos (el 45,5%), los bancos/cajas participan mayoritariamente en el capital de las compañías de seguros; en otros casos los bancos/cajas controlan el total de las acciones de las aseguradoras en casi el veinte por cien de las compañías relacionadas con entidades bancarias; el

18% de las aseguradoras participa, de forma mayoritaria o no, en el capital de los bancos. Hay que destacar que ninguna de las aseguradoras estudiadas dice mantener acuerdos únicamente de tipo comercial con las entidades bancarias.

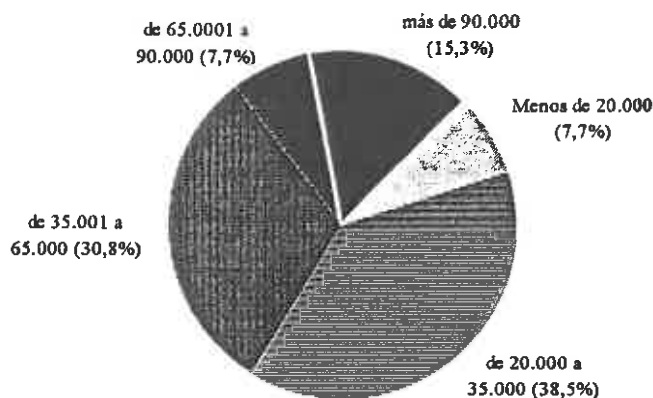
Solo el 23 por cien de las aseguradoras estudiadas trabajan exclusivamente en el ramo de vida. La mayor parte opera en vida y no vida.

#### **5.4.2 - Dimensión de las aseguradoras**

La dimensión de las aseguradoras hace referencia a los datos del ejercicio 1992, suministrados por las entidades encuestadas. Casi el cuarenta por cien de las compañías tenían, al 31 de diciembre de 1992, un volumen de primas totales entre los veinte y los treinta y cinco miles de millones de pesetas; el treinta y uno por cien de las aseguradoras se situaba entre los treinta y cinco y los sesenta y cinco miles de millones de pesetas y poco más del 15 por cien de las entidades acaparaban más de noventa miles de millones de pesetas de primas (ramos vida y no vida). En el gráfico 5.2 vemos la distribución de las aseguradoras de acuerdo con el volumen de primas recaudadas a 31 de diciembre del 1992.

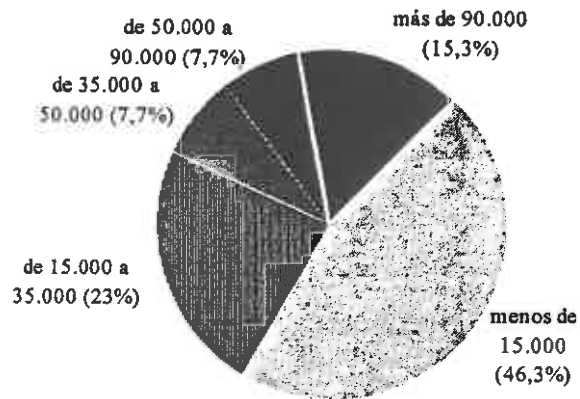
**GRAFICO 5.2****Aseguradoras - volumen total de primas**

(miles de millones de pesetas)



Si tomamos en consideración tan solo a las primas en el ramo de vida, la situación se presenta de forma algo distinta: casi el 50 por cien de las aseguradora recaudan menos de 15.000 miles de millones de pesetas, un poco más del veinte por cien entre 15.000 y 35.000 miles de millones de pesetas y el 15% se sitúa por encima de los 90.000 miles de millones. En el gráfico 5.3 se puede observar la distribución de las compañías de seguros por los diferentes niveles de recaudación de primas de vida, también al 31 de diciembre del 1992.

**GRAFICO 5.3**  
**Aseguradoras – primas Vida**  
(miles de millones de pesetas)

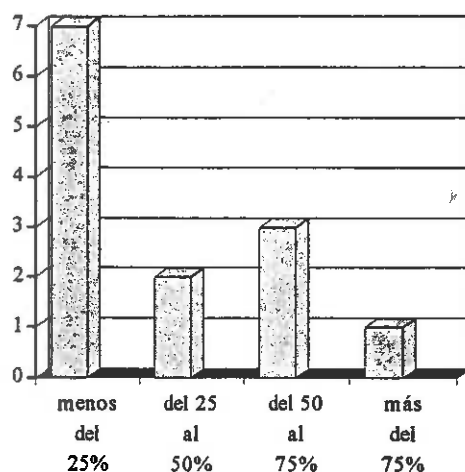


Las primas únicas, que en años precedentes han contribuido al incremento de las primas de vida<sup>156</sup>, representan para la mayoría de las aseguradoras de este estudio, al 31 de diciembre de 1992, menos del 25% del negocio de vida. Tan solo el 7,7% de las compañías de seguros tiene, a esas fechas, más del 75 por cien de las primas de vida representadas por seguros a

<sup>156</sup> Las *primas únicas* han constituido el gran volumen de primas de vida en los últimos años de la década de los ochenta, debido a una situación fiscal anómala. Sobre este asunto hemos hablado con más detalle en el capítulo IV de esta investigación.

prima única. El gráfico 5.4 refleja la situación anteriormente referida.

**GRAFICO 5.4**  
**Aseguradoras – primas únicas en el volumen total del ramo Vida**



#### 5.4.3 – Número de empleados, agentes y corredores

A continuación hemos distribuido las entidades aseguradoras por cinco escalones, en lo que se refiere al número de empleados en la plantilla de la empresa. El 31 por cien de las entidades estudiadas poseen menos de 100 empleados en plantilla, en todos los niveles. Estas aseguradoras con menor

número de empleados en plantilla, también utilizan, en su mayoría, los servicios de menos de 100 agentes y corredores: de las empresas representadas en el presente estudio con menos de cien trabajadores en plantilla, tan sólo una utiliza más de cien agentes en su red de distribución.

Las aseguradoras que poseen en plantilla por lo menos más de 500 empleados, también utilizan en la distribución los servicios de más de 500 agentes; sin embargo, algunas de ellas no trabajan con corredores.

#### 5.4.4 - Distribución

En este apartado destacamos los canales de distribución utilizados, en 1992, por las aseguradoras objeto de nuestro estudio y el porcentaje de primas y pólizas comercializado por cada canal. La mayoría de las compañías aseguradoras, como era de esperar, utiliza los agentes como canal para la distribución de sus productos<sup>157</sup>. Tan solo el 15% no ha recurrido, durante 1992, a este canal de distribución. La distribución a través de corredores es menos utilizada, pues más del 30 por cien de las empresas no trabaja con ese canal. Por otra parte, el canal bancario se utiliza, como se pone de manifiesto de forma bien clara en este estudio pues, como hemos indicado en el punto 5.4.1 de este capítulo, el 85% de las aseguradoras está de alguna forma relacionada con bancos. Además de los canales tradicionales, agentes y corredores, y del canal bancario, el 46% de las aseguradoras emplea también otras formas alternativas de distribución, como los equipos específicos, la venta directa, el marketing directo u otros<sup>158</sup>, que en este punto del estudio vamos a designar de forma

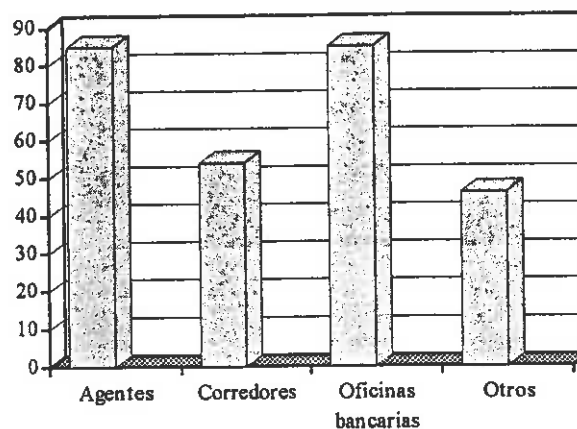
---

<sup>157</sup> El 68% de las pólizas comercializadas en 1990, para el conjunto de los ramos, ha sido distribuida a través de agentes, sin duda, el canal de distribución más utilizado en España.

<sup>158</sup> Sobre los diversos canales de distribución utilizados en España hemos hablado con más detalle en el capítulo IV de esta tesis. También, y para más información, se pueden consultar varios informes de ICEA, del área de Marketing, nombradamente el Informe nº 479, Mark. 193, *La distribución de los productos aseguradores en España. Año 1990*, noviembre de 1991.

genérica por *otros canales de distribución*. En el gráfico 5.5 se puede observar lo que anteriormente explicamos.

**GRAFICO 5.5**  
**Canales de distribución utilizados**



Casi el 40 por cien de las aseguradoras trabaja con todos los canales considerados. Tan solo el 8% de las entidades utiliza únicamente la distribución bancaria; las demás compañías, trabajan con dos o más canales. La importancia relativa de cada canal se manifiesta de distinta forma para las entidades consideradas; así, si tenemos en cuenta el canal más utilizado en la venta de seguros de vida, vemos que se forman dos grupos (*cluster*) claramente diferenciados<sup>159</sup>; el primer grupo está formado por las entidades que utilizan preferencialmente el canal

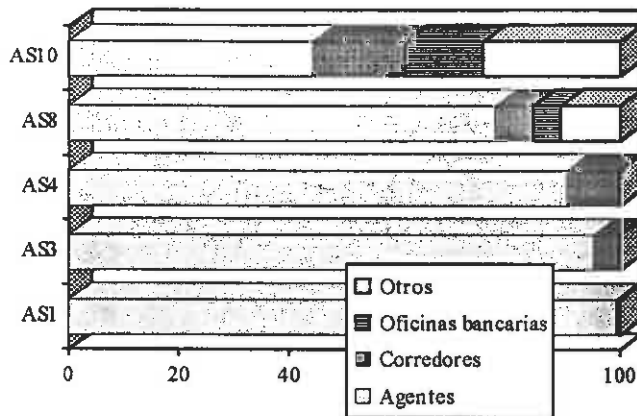
<sup>159</sup> El análisis realizado para la obtención de los *cluster* ha sido efectuado con el paquete estadístico SPSS. En los anexos se puede ver el *output* del análisis efectuado.

agentes, en detrimento de los demás, que apenas son utilizados. El segundo grupo está integrado por las entidades que distribuyen sus productos esencialmente a través de oficinas bancarias. Estos grupos quedan reflejados en los gráficos que siguen:

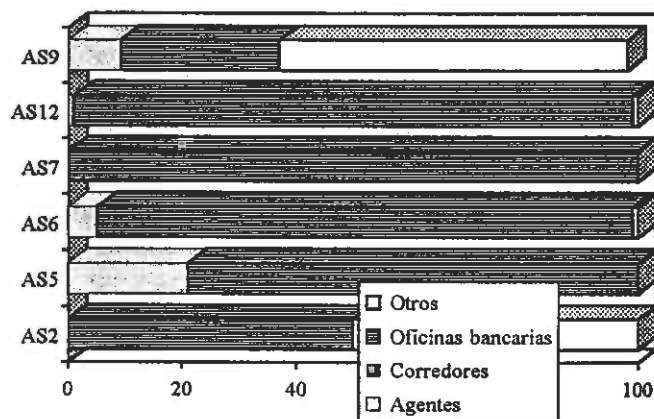
GRAFICO 5.6

## Importancia relativa de cada canal - ramo vida

## Cluster 1



## Cluster 2



En todos los casos, el número de pólizas colocadas por cada canal está directamente relacionado con el volumen de primas recaudadas. Existe, no obstante, una excepción: para una de las entidades, el mayor número de pólizas es distribuido a través de las oficinas bancarias (el 80% del número total de pólizas vida de la entidad) y apenas un pequeño número (el 5%) se coloca a través de los otros canales. Sin embargo, al analizar el volumen de primas obtenido por cada canal de distribución, vemos que a través de los bancos apenas se obtuvo el 28% del volumen total de primas vida de esa entidad y que ha sido por el canal *otros* por el que la compañía ha recaudado más del 60 por cien de las primas. El cuadro 5.1 resume las correlaciones entre las pólizas y el volumen de primas vida de las entidades consideradas en nuestro estudio.

CUADRO 5.1

Correlación: pólizas y primas vida

	A10.11	A10.12	A10.13	A10.14	A10.21	A10.22	A10.23	A10.24
A10.11	1							
A10.12	0,66	1						
A10.13	-0,94	-0,66	1					
A10.14	-0,39	-0,28	0,07	1				
A10.21	0,99	0,68	-0,94	-0,37	1			
A10.22	0,69	0,94	-0,71	-0,2	0,72	1		
A10.23	-0,84	-0,61	0,87	0,11	-0,87	-0,66	1	
A10.24	-0,41	-0,29	0,25	0,53	-0,38	-0,27	-0,13	1

Como se puede concluir a través del análisis del cuadro anterior, el número de pólizas vendidas del ramo vida está altamente correlacionado con el volumen de primas recaudadas en el mismo ramo, en los canales *agentes y corredores*; la correlación es bastante más baja para los canales *oficinas bancarias y otros*<sup>160</sup>, debido a la existencia del caso atípico que anteriormente referimos.

#### 5.5 - La banca-seguros: situación actual (motivaciones, problemas, productos más relevantes)

A continuación, vamos a proceder al análisis de las opiniones manifestadas por las entidades aseguradoras que son objeto de nuestro estudio; el objetivo que perseguimos es conocer los factores que más han contribuido al desarrollo de la banca-seguros, sus principales motivaciones y los productos que principalmente se comercializan a través del canal bancario.

Los métodos de análisis utilizados en este estudio serán los de la Estadística Descriptiva y, en algunos casos, el análisis

---

<sup>160</sup> Correlación A10.11 (Agentes / número de pólizas) con A10.21 (Agentes / volumen de primas): 99%; correlación A10.12 (Corredores / número de pólizas) con A10.22 (Corredores / volumen de primas): 94%; correlación A10.13 (Oficinas bancarias/ número de pólizas) con A10.23 (Oficinas bancarias/ volumen de primas): 87%; correlación A10.14 (Otros / número de pólizas) con A10.24 (Otros / volumen de primas): 53%.

*cluster*<sup>161</sup>. El tratamiento de los datos será efectuado por grupos de variables relacionadas con determinada realidad (un bloque de preguntas) es decir, en primer lugar estudiaremos los motivos que dieron lugar a la utilización de los canales de distribución bancaria, a continuación seleccionaremos los productos que las aseguradoras consideran más adecuados para su venta en oficinas bancarias, también destacamos los factores que más contribuyeron al desarrollo del fenómeno banca-seguros y, por último, comentaremos algunos de los problemas que este tipo de distribución presenta para las compañías aseguradoras.

### 5.5.1 – Motivaciones

En este apartado, vamos a analizar los principales motivos por los cuáles las aseguradoras utilizan los canales de distribución bancaria. Estas motivaciones, que van desde la simple razón de pertenecer a un grupo bancario a otras cuestiones más complejas, relacionadas con la imagen de los bancos, los costes de distribución u otros motivos, son valorados de distinta forma por

---

<sup>161</sup> El objetivo del análisis *cluster* es dividir un conjunto de objetos en grupos de forma que los objetos dentro de cada grupo sean más semejantes a los objetos dentro del grupo respecto a los objetos que no pertenecen a dicho grupo. En este sentido, el análisis *cluster* puede ser definido como un conjunto de técnicas diseñadas para identificar objetos, personas o variables que son similares respecto a un criterio o conjunto de características; GREEN, P.; TULL, D.; ALBAUM, G.; 1988, *Research for marketing decisions*, 5ª ed., Prentice-Hall International Editions, New Jersey, pp. 577 - 578 (traducción libre).

las entidades aseguradoras presentes en el estudio. De este bloque de preguntas del cuestionario hemos obtenido 13 variables, codificadas de B11.1 a B11.13 (ver la correspondencia en el punto 5.1, página 246). En el cuadro que sigue indicamos la media, la desviación típica y los valores máximos y mínimos para cada variable<sup>162</sup>. Señalamos también el valor de la mediana, que nos parece significativo en este tipo de estudio, ya que nos indica el punto central en la serie ordenada de valores.

**CUADRO 5.2**  
**Resumen estadístico**  
**(Variables B11.1 a B11.13)**

Variable	Media	Desv. Típ.	Mediana	Mín.	Máx.
B11.1	3,92	1,32	4	1	5
B11.2	3,31	1,65	3	1	5
B11.3	3,85	1,28	4	1	5
B11.4	4,77	0,44	5	4	5
B11.5	2,92	1,32	3	1	5
B11.6	1,77	1,01	1	1	5
B11.7	4,00	1,15	4	1	5
B11.8	3,08	1,26	3	1	5
B11.9	3,54	1,45	4	1	5
B11.10	4,54	0,52	5	4	5
B11.11	3,31	1,03	3	2	5
B11.12	4,54	0,66	5	3	5
B11.13	2,46	1,20	2	1	5

<sup>162</sup> Recuerdese que la escala intervalica para cada variable varia de 1 a 5.

El principal motivo indicado para la utilización del canal bancario por parte de las aseguradoras es el hecho de poder disfrutar de la base de datos de los bancos o sea, poder llegar hasta los clientes a través de la información que las entidades bancarias poseen respecto de los mismos. Como mencionamos en capítulos anteriores, los bancos poseen un conocimiento muy completo de sus clientes, pues pueden saber desde el montante de su nómina a los créditos que utilizan o las inversiones que prefieren. Esta variable es altamente valorada (media 4,77, con una dispersión mínima de 0,44; además, el valor de la mediana confirma lo indicado, situándose en los 5 puntos).

Las variables que le siguen en valoración son la optimización de los costes de distribución y el aumento del volumen de negocios. Las aseguradoras, al optar por la utilización del canal bancario, tienen como primer objetivo aumentar la producción y al, mismo tiempo, disminuir los costes de distribución, ya que van a disfrutar de las oficinas bancarias y de la tecnología existentes en las mismas y también del personal del banco; en esta situación, si bien aumentan los costes variables, los costes fijos de alguna forma se mantienen; en este supuesto, los costes de distribución, que son bastante elevados en la actividad aseguradora podrán ser rebajados.

Otro motivo de relevada importancia y que justifica el interés por la distribución de productos de seguros a través de los bancos es, sin duda, la relación privilegiada que estas entidades mantienen con sus clientes. Los bancos disponen de una amplia

red de distribución, con un gran número de ventanillas y empleados que de alguna forma conocen a los clientes. No olvidemos, también, que los clientes acuden al banco por necesidad, lo que permite un contacto más frecuente que en el caso de las aseguradoras.

Para justificar también la utilización de la distribución bancaria por las aseguradoras, además de una razón evidente como el hecho de pertenecer a un grupo bancario, se valora mucho la buena imagen de los bancos (media 3,85; desviación típica 1,28: este elevado valor de la desviación típica se justifica por que el 7,7% de las aseguradoras no considera relevante la imagen de las entidades bancarias<sup>163</sup>). La mejor imagen de los bancos respecto a las aseguradoras ha sido repetidas veces mencionada a lo largo de esta investigación como una de las razones que conduzcan las aseguradoras a aceptar la distribución bancaria, y una vez más se ve confirmada en este análisis de los resultados de la encuesta realizada para este trabajo.

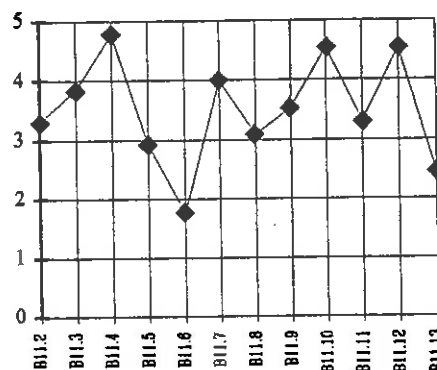
Las aseguradoras no consideran que los empleados bancarios estén especialmente orientados o preparados para vender seguros; de esta forma, la variable "preparación de los empleados bancarios" (B11.6) obtuvo una puntuación mínima en este bloque (media 1,77 y mediana 1).

---

<sup>163</sup> Hay que señalar que el porcentaje de aseguradoras que no valora bastante la buena imagen de los bancos es relativamente pequeña; este resultado se justifica pues, lo hemos referido, la imagen de los bancos respecto a las aseguradoras es bien distinta para el público en general, como lo demuestra el resultado de algunas encuestas referidas en el capítulo I de este estudio.

En el gráfico 5.7 podemos con mayor facilidad observar el comportamiento de las trece variables, en lo que se refiere a la media obtenida por cada una de ellas.

**GRAFICO 5.7**  
**Motivaciones - medias**  
 (Variables B11.1 a B11.13)



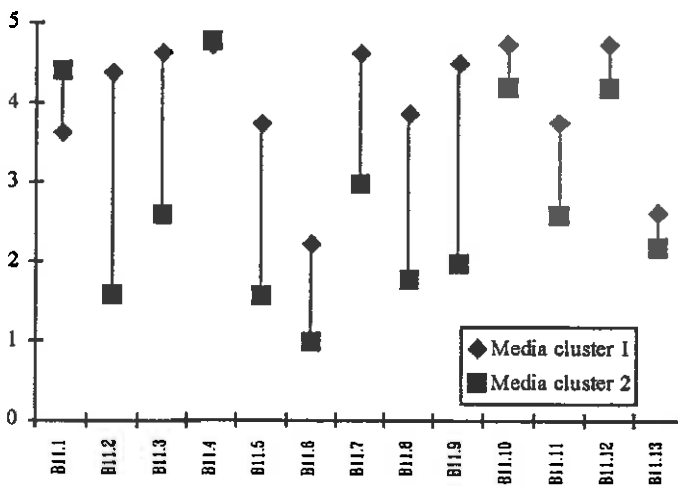
Al utilizar el método de análisis cluster para el estudio de este bloque de variables, resulta interesante analizar el dendograma resultante<sup>164</sup>. En el se forman con claridad dos grupos; el primero está formado por ocho entidades (6, 11, 5, 13, 7, 9 y 2) y el segundo grupo por cinco entidades (1, 3, 10, 4 y 8). Si comparamos estos grupos con los que hemos señalado en el punto 5.4.4 (página 260) para los cluster, de acuerdo con el principal canal de distribución utilizado, vemos que los grupos son coincidentes o sea, las aseguradoras que utilizan

<sup>164</sup> En los anexos se encuentra el output del análisis cluster.

preferencialmente el canal agentes y corredores manifiestan una opinión sobre los motivos por los que piensan que las compañías de seguros utilizan la distribución bancaria, distinta a la opinión formulada por las aseguradoras cuyo canal preferencial es el bancario.

GRAFICO 5.8

Clusters 1 y 2 - Medias (Variables B11.1 a B11.13)



En el gráfico 5.8 vemos como las puntuaciones medias de las distintas variables no coinciden en los dos clusters. Para el primer grupo (que utiliza principalmente el canal bancario) los principales motivos que justifican la utilización del canal bancario son el poder disfrutar de la base de datos de clientes del banco, la optimización de los costes de distribución y el aumento del volumen de negocios. En el segundo grupo (compañías de seguros que utilizan preferencialmente los canales tradicionales: agentes y corredores) se opina que el hecho de formar parte de un grupo ligado a un banco es la causa principal para optar por la

distribución bancaria. Hemos de señalar que en este grupo de entidades es evidente que existe una valoración negativa sobre la preparación de los empleados bancarios para vender productos de seguros y también sobre su forma de relacionarse con los clientes, y de tampoco se considera que los bancos estén especialmente orientados para vender seguros, ni siquiera los de vida con componentes de ahorro.

Otra información que pone de manifiesto nuestro análisis es de que la variable B11.4 (disfrutar de la base de clientes del banco) no discrimina entre grupos (ambos *cluster* presentan la misma media). En los capítulos anteriores hemos indicado repetidas veces que la utilización de las bases de datos de los bancos es de suma importancia para las entidades aseguradoras a la hora de distribuir sus productos, pues las entidades bancarias poseen información relevante sobre los clientes actuales o potenciales, sus preferencias y necesidades. No es, pues, de extrañar que en ambos grupos (aseguradoras que utilizan preferencialmente la distribución bancaria y aseguradoras que distribuyen sus productos utilizando esencialmente los canales tradicionales) se valore de igual manera el hecho de poder disfrutar de la información de las bases de datos de los bancos<sup>165</sup>.

---

<sup>165</sup> "Desde una perspectiva cualitativa, dos son los hechos principales que marcan la concurrencia banca-seguros. Por un lado, la introducción de nuevos seguros de vida, más flexibles y competitivos con los productos ofrecidos por las entidades de crédito y, por otro lado, la aplicación de los modernos complejos de proceso de datos a la gestión y comercialización a través de redes bancarias.", ESTEBAN, L., *El mercado español de seguros*, Información Comercial Española, Revista de Economía, Secretaría de Estado de Comercio, Madrid, nº715, marzo 1993, p.21.

### 5.5.2 - Problemas de la distribución bancaria

Para las compañías de seguros, la utilización del canal bancario suscita múltiples problemas, sobre todo después de la comercialización del producto propiamente dicha, ya que los empleados de los bancos/cajas no han sido preparados para trabajar como agentes de seguros.

El principal problema percibido por las aseguradoras a la hora de trabajar con las entidades bancarias parece residir en la dificultad de comercializar productos de seguros más complejos a través de las oficinas de los bancos/cajas, ya que los productos sencillos, estandarizados, son los que más se adaptan a este tipo de distribución<sup>166</sup>. Esto está directamente relacionado con el hecho que indicamos al principio de este apartado, o sea, la deficiente preparación de los empleados de las entidades bancarias para vender convenientemente los productos del sector de los seguros.

El problema que menos parece afectar a las entidades aseguradoras en España es el control administrativo posterior de

---

<sup>166</sup> "...las peculiaridades de las oficinas bancarias, salvando las distancias entre entidades (bancos y aseguradoras) son óptimas para contactos, aunque el producto que se distribuye en ellas eficazmente y a bajo coste es con frecuencia un producto sencillo, muy informatizado, en tiempo real, de ejecución inmediata y sin excesivos problemas de post-venta.", VILA, A., *Perspectivas del ramo vida y pensiones*, ICEA, Perspectivas del seguro y de la economía para 1993, Documento nº 153, PL- 28, Madrid, marzo 1993, p.76.

los acuerdos firmados entre la banca y los seguros. En nuestra opinión este es, sin embargo, un problema de cierta importancia, pues cuando se llega a un acuerdo entre dos entidades, una compañía de seguros y un banco/caja, el objetivo de la última entidad es, en última instancia, vender más, recaudar más primas. La aseguradora, sin embargo, debe pensar en el equilibrio técnico de su cartera, y no aceptar todos los tipos de riesgos que el banco, por motivos puramente comerciales, le puede obligar a aceptar.

En el cuadro 5.3 presentamos el resumen de los parámetros estadísticos de las variables relacionadas con los problemas presentados por la distribución bancaria, desde la perspectiva de las aseguradoras.

**CUADRO 5.3**  
**Resumen estadístico**  
(Variables B12.1 a B12.7)

Variable	Media	Desv. Típ.	Mediana	Mín.	Máx.
B12.1	3,69	1,38	4	1	5
B12.2	4,38	0,65	4	3	5
B12.3	3,00	1,29	3	1	5
B12.4	3,15	1,41	3	1	5
B12.5	2,46	1,33	2	1	5
B12.6	3,08	1,50	4	1	5
B12.7	3,23	1,59	3	1	5

Como se puede observar a través de los valores de dicho cuadro, la variable que alcanza una mayor valoración es, como mencionamos anteriormente, el hecho de que a través de las oficinas bancarias se comercialicen sobre todo productos estandarizados; este problema es bien patente para todas las entidades de seguros (media 4,38 y mediana 4, con una dispersión de apenas 0,65). Este resultado está de acuerdo con todo lo que hemos referido en capítulos anteriores, y frecuentemente aparece referido en la literatura sobre el tema.

El segundo problema más percibido por las aseguradoras se refiere a la falta de preparación de los empleados bancarios, a la hora de vender productos de seguros (media 3,69 y mediana 4). También en la literatura sobre seguros abundan los ejemplos sobre la identificación de este problema<sup>167</sup>, pues mientras los agentes de seguros tuvieron una preparación (¡no siempre suficiente!) para poder explicar a los clientes lo que es el seguro que va a comprar, que alternativas se le ofrecen, etc., lo mismo no ha pasado lo mismo con la mayoría de los empleados bancarios que van a vender seguros.

La reacción de las redes tradicionales, agentes y corredores, a la entrada de este nuevo competidor, la banca, en la

---

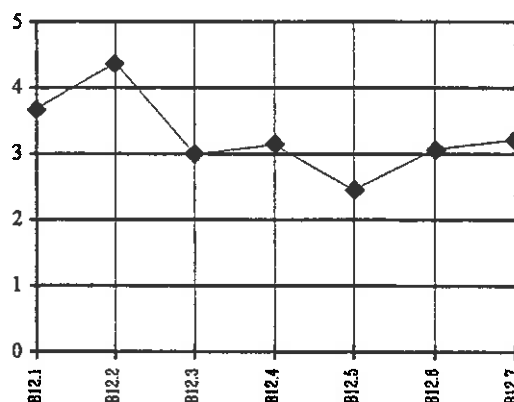
<sup>167</sup> El propio Director General de una entidad bancaria refiere, en una reunión sobre seguros, que en los bancos se venden preferencialmente seguros sencillos y que "no deben ser despreciadas las redes especializadas en determinadas operativas y productos de mayor sofisticación.", VILA, A., *Perspectivas del ramo vida y pensiones*, ICEA, Perspectivas del seguro y de la economía para 1993, Documento nº 153, PL- 28, Madrid, marzo 1993, p.76.

distribución de los productos de seguros, no parece afectar demasiado a las aseguradoras presentes en este estudio, como en su tiempo ocurrió, y se puso de manifiesto a través de la reacción del Colegio de Agentes y Corredores de España, en 1986<sup>168</sup>.

Este resultado viene a confirmar la opinión que entonces expresamos, de que la banca-seguros había entrado en la mentalidad de los aseguradores, redes de distribución incluidas, y que el sector de los seguros había superado esa primera reacción de rechazo a ese nuevo competidor de su mercado, la banca.

### GRAFICO 5.9

Problemas de la distribución bancaria (medias)  
(Variables B12.1 a B12.7)



<sup>168</sup> En el capítulo IV presentamos este problema con una información más detallada, poniendo de manifiesto las opiniones expresadas por los representantes de los agentes y corredores, y su rechazo a la *intromisión* de la banca en el negocio asegurador.

En el gráfico 5.9 se puede observar más fácilmente el comportamiento de cada variable de este bloque, en lo que concierne a su valoración media. El pico en la variable B12.2 (solo se pueden vender productos estandarizados) pone de manifiesto lo que referimos antes, sobre como las aseguradoras sienten este problema de la distribución de productos de seguros a través de las oficinas bancarias de forma superior a todos los demás.

### **5.5.3 - Productos más adecuados para la distribución bancaria**

Este conjunto de variables recoge las opiniones sobre los productos de seguros que mejor se adaptan a la distribución a través de entidades bancarias.

De acuerdo con los datos obtenidos, los productos que más se adecúan a la distribución bancaria son los seguros de vida y ahorro y los planes de pensión/jubilación<sup>169</sup>. En esta opinión coinciden la gran mayoría de las aseguradoras (media 4,77 y

---

<sup>169</sup> Los seguros de vida y planes de pensiones/jubilación son sin duda los productos más vendidos a través de oficinas bancarias. Como refiere Ortega en su tesis doctoral, los seguros de vida son especialmente atractivos para la banca y "el producto estrella de la Banca deben ser los seguros vida-ahorro y, en segundo lugar, los de vida-riesgo.", ORTEGA, I.F., 1991, *Posibilidades de la banca en el negocio asegurador*, Universidad de Barcelona, Barcelona, p.207.

desviación típica 0,44). En el cuadro 5.4 presentamos el resumen de los diferentes parámetros estadísticos de las variables de este bloque:

**CUADRO 5.4**  
**Resumen estadístico**  
(Variables B13.1 a B13.10)

Variable	Media	Desv.Típ.	Mediana	Mín.	Máx.
B13.1	4,38	0,77	5	3	5
B13.2	4,77	0,44	5	4	5
B13.3	4,77	0,44	5	4	5
B13.4	3,15	1,28	4	1	5
B13.5	1,46	0,66	1	1	3
B13.6	2,69	1,65	3	1	5
B13.7	3,46	1,39	4	1	5
B13.8	1,54	0,78	1	1	3
B13.9	2,15	1,41	2	1	5
B13.10	1,31	0,48	1	1	2

Después de los seguros de vida y los fondos de pensiones, los productos preferencialmente distribuidos a través de entidades bancarias son los seguros de accidentes personales<sup>170</sup> y los de

<sup>170</sup> Los seguros de accidentes muchas veces son ofrecidos por los bancos como complemento a los poseedores de determinadas tarjetas, y sin coste adicional para éstos. En la publicidad de algunos bancos o cajas podemos ver anuncios como los que seguidamente transcribimos:

multirriesgo hogar, que reúnen en un mismo producto un conjunto de seguros: incendio, accidentes personales, responsabilidad civil.

Los seguros que las compañías juzgan menos convenientes para la distribución bancaria son los de responsabilidad civil, automóvil e industrial. Estos seguros necesitan una asistencia posventa, una relación con el cliente, que difícilmente los bancos pueden garantizar; cuando se verifican siniestros, las entidades bancarias implicadas en el negocio, remiten los clientes a la aseguradora, lo que de alguna forma puede ocasionar problemas a las dos entidades. Además, la siniestralidad del ramo automóvil<sup>171</sup> es tan elevada, que difícilmente los bancos se sienten atraídos por su comercialización, excepto cuando son vendidos junto a otros productos.

---

*"Seguro de accidentes: sólo por tener cuenta corriente con el Banco X le ofrecemos, sin coste alguno, total seguridad para su familia";*

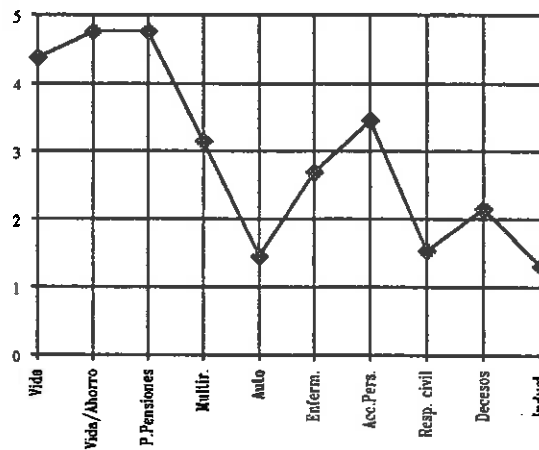
*"Una tarjeta ... seguro de accidentes permanente, sin coste alguno para Vd.";*

*"Si usted paga los billetes de avión, barco o tren con ... automáticamente disfrutará de un seguro de accidentes... Sin coste alguno para usted".*

<sup>171</sup> La siniestralidad del ramo automóvil es muy elevada y, además de los daños materiales, comprende también los daños sufridos por los individuos. Para los bancos no es un seguro atractivo; Ortega concluye que *"sólo se debe vender Automóviles (seguro de) a aquellos clientes que sean importantes y que lo exijan, pero no de forma masiva"*, idem, p.217.

El seguro industrial, por su parte, necesita peritos y personal técnico que los bancos no disponen, y presentan una cierta dificultad que requiere personal especializado tanto para la venta de estos productos, como para cuando ocurre un siniestro y hay que proceder a su regularización.

**GRAFICO 5.10**  
**Productos más adecuados para la distribución bancaria**  
 (medias)  
 (Variables B13.1 a B13.10)



En el grafico 5.10 se pueden observar las distintas variables y sus valoraciones (medias). Se visualiza claramente los "picos" en los seguros de automóvil, responsabilidad civil y

industrial<sup>172</sup>, correspondientes a los seguros que las compañías consideran menos apropiados para la distribución bancaria.

Inversamente, los seguros vida/ahorro y los planes de pensiones se sitúan en la parte superior del gráfico, significando su alto grado de adecuación para ser vendidos en oficinas de bancos/cajas, de acuerdo con la opinión manifestada por las aseguradoras objeto de este estudio.

#### **5.5.4 - Factores que han contribuido al desarrollo de la banca-seguros**

La banca-seguros, ya lo hemos referido a lo largo de nuestra investigación, es un fenómeno al que han contribuido una multitud de factores. A través de nueve variables hemos intentado recoger las opiniones de las aseguradoras sobre los principales factores que han contribuido en el desarrollo del fenómeno de la banca-seguros.

El análisis del cuadro 5.5 y del gráfico correspondiente (Gráfico 5.11) nos permite afirmar que el crecimiento de los

---

<sup>172</sup> Este resultado está de acuerdo con las opiniones que manifestamos a lo largo de este trabajo y también de acuerdo con la propia realidad actual, como se refirió en el capítulo IV, al mencionar los seguros preferentemente vendidos en las oficinas bancarias (ver apartado 4.3.4, pág. 227).

fondos de pensiones/jubilación y de los seguros de vida ha sido uno de los principales factores que han influido al desarrollo de la banca-seguros (medias 4,31 y 3,62 , respectivamente).

**CUADRO 5.5**  
**Resumen estadístico**  
 (Variables B14.1 a B14.9)

Variable	Media	Desv.Típ.	Mediana	Mín.	Máx.
B14.1	3,54	1,45	4	3	5
B14.2	3,62	1,04	4	4	5
B14.3	4,31	0,95	5	4	5
B14.4	3,77	1,09	4	1	5
B14.5	2,85	0,99	3	1	3
B14.6	3,08	1,32	3	1	5
B14.7	3,15	0,99	3	1	5
B14.8	2,69	0,95	3	1	3
B14.9	3,85	1,21	4	1	5

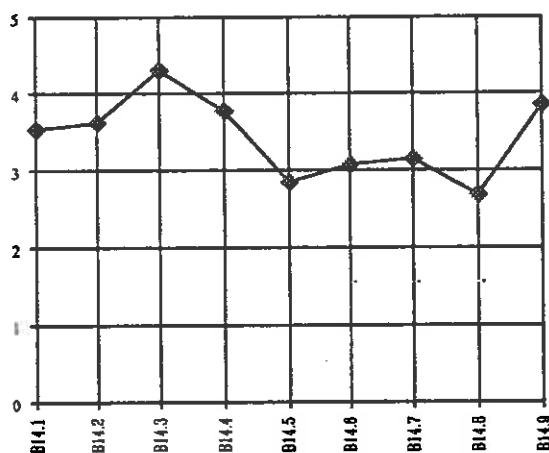
Este crecimiento está relacionado con la crisis experimentada por los sistemas de seguridad social tradicionales, debido al aumento de personas jubiladas respecto al número de activos<sup>173</sup>. Como podemos comprobar, este resultado obtenido en

<sup>173</sup> Sobre este tema hablamos más detalladamente en el capítulo I de nuestra investigación (apartado 1.1, pág. 21).

la encuesta también confirma las ideas que expresamos en los capítulos precedentes.

### GRAFICO 5.11

Principales factores que han contribuido al desarrollo de la banca-seguros  
(Variables 14.1 a 14.9)



El mayor nivel de competitividad en los mercados financieros, la desregulación en estos mercados y la consecuente reducción de los beneficios obtenidos por los bancos son otras de las causas principales apuntadas para el desarrollo de la banca-seguros (medias 3,85, 3,54 y 3,77, respectivamente). También

estos resultados confirman nuestras afirmaciones constantes de los capítulos anteriores.

Las tendencias en el comportamiento del consumidor o el aumento de la renta disponible son factores apenas valorados para su influencia en el desarrollo de la banca-seguros; así, parece ser que la banca-seguros es un fenómeno que se desarrolló ajeno al consumidor, o sea, la banca-seguros es un fenómeno desde el lado de la oferta, sin que la demanda se haya manifestado. Como refiere Jean-Pierre Daniel, "*el público no ha "percibido" la bancassurance*"<sup>174</sup>.

El exceso de personal bancario y las nuevas tecnologías son otros de los factores apuntados que han influido en el desarrollo de la banca-seguros, pero valorados a un nivel medio (medias 3,08 y 3,15 , respectivamente).

---

<sup>174</sup> Jean-Pierre Daniel refiere que, de acuerdo con un artículo de la revista *Risques* de octubre de 1990, "*mientras que el total de las primas de seguros de vida ha duplicado en Francia entre 1983 y 1988, la parte de la población que declara haber suscripto un contrato de seguro de vida a título individual regride del 37 al 34%. Los clientes continuaron a colocar sus inversiones en los bancos. El hecho que sus inversiones sean muchas veces productos de seguros, no ha sido percibido por los clientes.*", DANIEL, J. P., 1992, *La bancassurance*, Ed. Veurneil, Paris, pp. 211-212.

## **5.6 - La banca-seguros: expectativas (distribución de los seguros de vida, tipos de productos, amenazas, perspectivas de futuro)**

Este apartado del estudio se dedica al análisis de los resultados de la encuesta respecto a las expectativas las aseguradoras esperan en relación con la banca-seguros en España, en los próximos años.

Al igual que en el punto 5.5, el método de análisis a utilizar será la Estadística Descriptiva. Analizaremos los datos por grupos de variables relacionadas entre sí; así, en primer lugar estudiaremos las expectativas sobre los principales canales de distribución de los seguros de vida en los próximos años, a continuación analizaremos cómo serán los productos (también de vida) que se espera distribuir a través de entidades bancarias, las amenazas que supone este canal para las aseguradoras y, por último, las perspectivas de futuro de la *bancassurance*, de acuerdo con la opinión manifestada por las compañías de seguros que participan en este estudio.

### **5.6.1 - Distribución de los seguros de vida**

El volumen de negocios del ramo vida ha sido realizado, en los últimos años, esencialmente a través de aseguradoras

ligadas a grupos bancarios<sup>175</sup>. Sin embargo, son los agentes los que consiguen vender el mayor número de pólizas y también son ellos los que realizan un mayor volumen de negocios, con una prima media superior a cien mil pesetas<sup>176</sup>. De acuerdo con los resultados de la encuesta, los seguros de vida, en los próximos años, serán distribuidos esencialmente a través de los bancos. En el cuadro que sigue resumimos la información estadística de las variables de este bloque, relativas a la importancia, en un futuro próximo, de los diversos canales de distribución respecto a los seguros de vida.

CUADRO 5.6

Resumen estadístico (Variables C15.1 a C15.7)

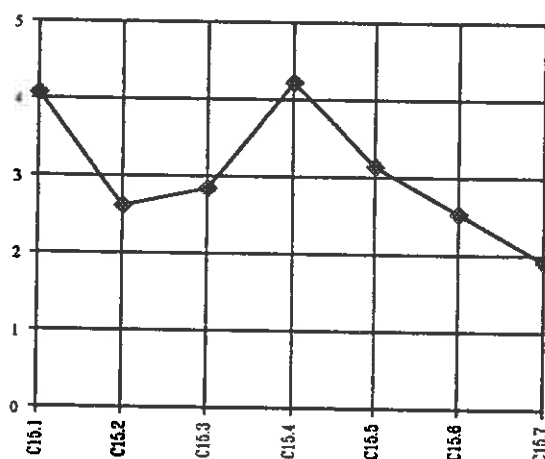
Variable	Media	Desv.Típ.	Mediana	Mín.	Máx.
C15.1	4,08	0,64	4	3	5
C15.2	2,62	0,65	3	2	4
C15.3	2,85	0,80	3	1	4
C15.4	4,23	0,60	4	3	5
C15.5	3,15	0,69	3	2	4
C15.6	2,54	0,66	2	2	4
C15.7	1,92	0,76	2	1	3

<sup>175</sup> "De las quince primeras compañías del ramo del seguro de vida, siete están vinculadas a bancos y dos a cajas de ahorro. Juntas suman más de la mitad del negocio existente en esta actividad.", revista Mercado, Informe Seguros, nº 560, 23/11/1992, p.52.

<sup>176</sup> A este asunto nos referimos con más profundidad en el capítulo IV de esta investigación. Los corredores, que se sitúan en el segundo lugar en la distribución de los seguros del ramo vida, obtienen una prima media de 99,507 pesetas, muy cercana a la prima media correspondiente al canal agentes (ver apartado 4.3.4, pág. 216).

En la actualidad, el mayor número de pólizas de seguros de vida se comercializa principalmente a través de agentes; sin embargo, de acuerdo con las opiniones manifestadas por nuestros encuestados, en los próximos años, los bancos tendrán una importancia tan relevante como los agentes en lo que concierne a los seguros de vida (medias 4,08 y 4,23, respectivamente). El marketing directo, que hasta el momento tiene una presencia mínima en la distribución de productos de vida, en relación con los demás canales, tendrá una mayor importancia en los próximos años.

**GRAFICO 5.12**  
**Canales de distribución preferenciales para seguros de vida**  
**(medias)**  
**(Variables C15.1 a C15.7)**



Como bien se visualiza en el gráfico, los canales "agentes" (C15.1) y "bancos"(C15.4) sobrepasan a todos los demás, que se sitúan en puntos bastante más inferiores de la escala. Esta valoración significa que los seguros de vida serán en los próximos años distribuidos principalmente a través de los bancos y por agentes, y que el canal bancario manifiesta una tendencia a la expansión. Esta conclusión, sin embargo, no contradice todo lo que hemos escrito hasta el momento sobre el tema ya que, como en capítulos anteriores mencionamos<sup>177</sup>, los seguros de vida, debido a las grandes cantidades de dinero que envuelven y en muchos casos a su semejanza con los productos financieros tradicionales, provocan cada vez más la apetencia de las instituciones financieras, que intentan aumentar su cuota de mercado en esta área de los seguros.

#### **5.6.2 – Características de los productos vida**

Uno de nuestros objetivos es conocer algunas de las principales características que diferenciarán los seguros de vida a distribuir a través de la banca en los próximos años. Así, intentamos saber si se va a tratar esencialmente de productos

---

<sup>177</sup> En el apartado 4.3.3 del capítulo IV (pág. 217) referimos la importancia de los seguros de vida respecto a los diversos canales y aludimos al hecho de que las instituciones financieras sienten una apetencia especial por este tipo de seguros.

estandarizados, si los productos a vender a través de este canal se ofrecerán en paquetes, junto a otros productos financieros propios de la banca, si se preferirá ofrecerlos junto a seguros de otros ramos o bien serán diseñados en respuesta a incentivos fiscales determinados.

En el cuadro siguiente (cuadro 5.7) indicamos el resumen estadístico de las cuatro variables que recogen esta información.

### CUADRO 5.7

#### Resumen estadístico

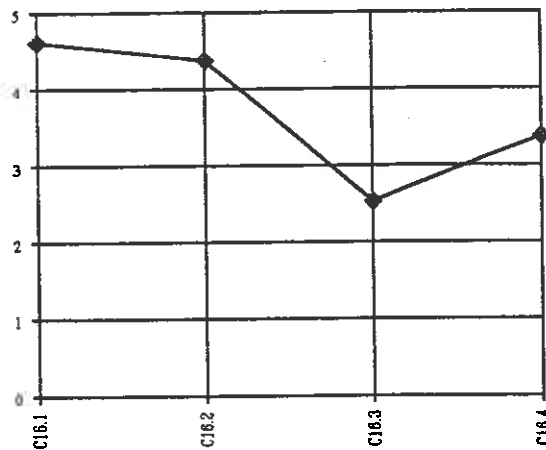
(Variables C16.1 a C16.4)

Variable	Media	Desv. Típ.	Mediana	Mín.	Máx.
C16.1	4,62	0,65	5	3	5
C16.2	4,38	0,96	5	2	5
C16.3	2,54	1,33	2	1	5
C16.4	3,38	1,04	4	1	5

Los productos estandarizados parecen ser los que mejor se adecúan a la distribución bancaria, lo que confirma la opinión indicada anteriormente sobre la falta de preparación generalizada de los empleados bancarios para vender seguros y, consecuentemente, que los productos estandarizados, sencillos y iguales para todos, responden mejor a la realidad de este canal de distribución.

En el gráfico que sigue (gráfico 5.13) podemos observar lo que acabamos de mencionar.

**GRAFICO 5.13**  
**Características de los productos vida a distribuir por los**  
**bancos (medias)**  
(Variables C16.1 a C16.4)



La variable C16.3 (seguros de vida junto a productos no vida) corresponde al punto de menor ordenada, lo que significa que en los próximos años, los seguros de vida se venderán preferentemente asociados a otros productos financieros, o en respuesta a incentivos fiscales, pero no junto a seguros no vida, es decir, los seguros de vida y los seguros de otros ramos se ofrecerán al público en paquetes distintos, como hasta ahora viene ocurriendo.

Los seguros de vida también se comercializarán, en los próximos años, preferentemente unidos a otros productos financieros, en un paquete integrado de productos. También, como ha pasado hasta el momento, muchas veces los seguros de vida vendidos en entidades financieras responderán a incentivos fiscales concretos<sup>178</sup>.

---

<sup>178</sup> Los seguros de prima única han sido uno de esos productos, bien localizados en el tiempo, vendidos en los bancos en respuesta a una situación fiscal concreta; a ellos nos referimos en capítulos anteriores. Pero, además de estos seguros, otros también se venden con relativa facilidad debido a su componente de ahorro tributario; fijémonos, por ejemplo, en un folleto publicitario de un banco respecto a un Plan de Pensiones distribuido por esa entidad:

*"... Ahora, a desgravar... El Plan de Pensiones X le ofrece importantes beneficios fiscales..."*

Muchos ejemplos de este tipo se podrían citar para confirmar lo antes referido. Los seguros de vida en respuesta a incentivos fiscales representan, sin duda, una parte importante del negocio de vida.

## 5.6.3 – Amenazas para las aseguradoras

La distribución de los productos de seguros a través de entidades bancarias se ha instituido y no parece, al menos por ahora, que vaya a rechazarse por cualquiera de las partes intervinientes. Las aseguradoras opinan que este nuevo canal de distribución supone una amenaza de poco relieve para el sector asegurador. El cuadro 5.8 ofrece el resumen estadístico de las variables que recogen esta información.

**CUADRO 5.8**  
Resumen estadístico  
(Variables C17.1 a C17.9)

Variable	Media	Desv. Típ.	Mediana	Mín.	Máx.
C17.1	1,54	0,78	1	1	3
C17.2	2,00	1,08	2	1	4
C17.3	2,08	1,26	2	1	5
C17.4	2,15	1,28	2	1	5
C17.5	2,23	1,24	2	1	5
C17.6	2,15	1,07	2	1	4
C17.7	2,54	1,27	2	1	5
C17.8	2,15	1,28	2	1	5
C17.9	2,69	1,11	3	1	4

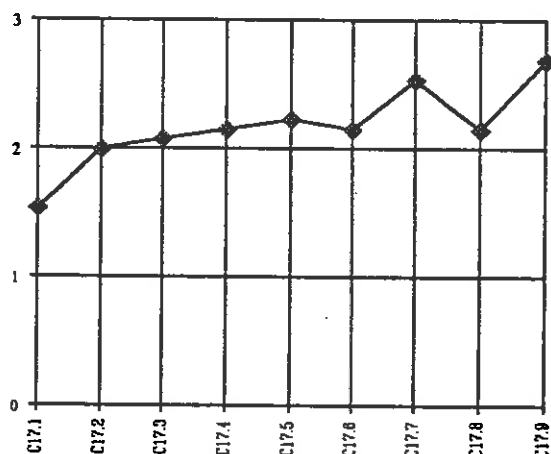
La transferencia de parte de los beneficios derivados de la actividad aseguradora al sector bancario, parece de alguna forma ser la amenaza que mayor peso tiene para las compañías de seguros; sin embargo, nadie está "*totalmente de acuerdo*" en que este hecho sea una amenaza real (media de la variable; 2,69, máximo valor 4).

La pérdida de la identidad de gestión en las compañías aseguradoras también es una amenaza percibida por el sector de

los seguros. Cuando los grupos bancarios dominan total o parcialmente a las compañías de seguros, las decisiones y actuaciones de gestión muchas veces, tienen que subordinarse a los intereses del grupo, perdiéndose parte de la identidad de la gestión; íntimamente relacionado con esta realidad, está el consiguiente aumento de los costes de siniestralidad, derivado a veces de la proliferación de productos de seguros pensados "a medida" para favorecer los intereses bancarios, olvidando el equilibrio técnico de las aseguradoras.

Todas las amenazas anteriormente descritas, si son percibidas por algunas de las entidades aseguradoras objeto de nuestro estudio, no son mínimamente valoradas por otras. En resumen, podemos afirmar que la presencia creciente de la banca en la distribución de seguros no parece que se perciba como una amenaza muy fuerte para el sector asegurador.

**GRAFICO 5.14**  
**Amenazas para el sector asegurador (medias)**  
(Variables C17.1 a C17.9)



Como vemos en el gráfico 5.16, todas las variables que se refieren a las amenazas son poco valoradas y, respecto a su

media, ninguna sobrepasa los tres puntos, lo que prueba el poco relieve que se ha dado a las amenazas que las aseguradoras creen que pueden surgir, derivadas de la presencia de los bancos en la actividad de los seguros.

#### 5.6.4 – Futuro de la banca-seguros

A lo largo de este capítulo hemos estudiado el fenómeno de la banca-seguros en España, refiriéndonos a diversos aspectos: los principales motivos por los que las aseguradoras utilizan el canal bancario en la distribución de sus productos, los problemas que esa situación plantea, las amenazas que supone este canal de distribución para las actividad aseguradora en general, etc. En un estudio de este tipo, no podríamos dejar de hacer una referencia, por último, al futuro que, desde el punto de vista de las aseguradoras, se espera para la *bancassurance*. En este contexto, el último bloque de variables (C18.1 a C18.9) se refiere a las perspectivas de futuro de la banca-seguros. En el cuadro 5.9 se resumen los valores de los parámetros estadísticos correspondientes a estas variables.

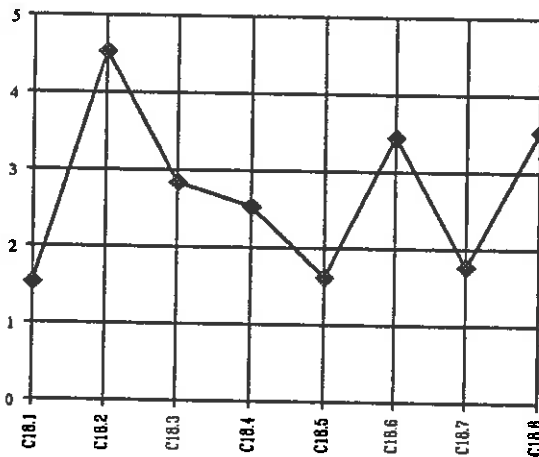
**CUADRO 5. 9**  
Resumen estadístico (Variables C18.1 a C18.9)

Variable	Media	Desv.Típ.	Mediana	Mín.	Máx.
C18.1	1,54	0,88	1	1	4
C18.2	4,54	0,66	5	3	5
C18.3	2,85	1,21	3	1	5
C18.4	2,54	0,97	3	1	4
C18.5	1,62	0,65	2	1	3
C18.6	3,46	1,13	3	2	5
C18.7	1,77	0,93	2	1	4
C18.8	3,54	1,13	3	2	5

Analizando el cuadro anterior (cuadro 5.8), un primer resultado parece evidente: la banca-seguros no es un fenómeno que revele una tendencia a la desaparición a corto o a medio plazo (media 1,54), sino más bien todo lo contrario, la presencia de la banca en el negocio asegurador se va a intensificar en los próximos años (media 4,54 y desviación típica de 0,66).

Este fenómeno se desarrollará en ocasiones a través de acuerdos comerciales con entidades bancarias. Los bancos continuarán creando sus propias aseguradoras (media 3,54 y desviación típica 1,13); la situación opuesta no parece alcanzar el mismo relieve: en mucho menor escala se verificará la creación de bancos por entidades aseguradoras (media 1,62 y desviación típica 0,65).

**GRAFICO 5.15**  
**Futuro de la banca-seguros (medias)**  
(Variables C18.1 a C18.9)



En el gráfico 5.15 se pueden observar los resultados obtenidos en el estudio de este grupo de variables relacionadas

con las perspectivas de futuro de la banca-seguros, respecto a las medias asumidas por cada una de ellas.

Otro resultado que también queremos destacar, es el hecho de que se considera que los bancos no van a entrar con fuerza en el negocio de los seguros no vida. Esta conclusión está de acuerdo con lo que repetidas veces mencionamos a lo largo de esta investigación: los seguros no vida presentan problemas específicos (estudios técnicos, regularización de siniestros, indemnizaciones, peritaje, etc.) que los bancos no están preparados para resolver<sup>179</sup>.

---

<sup>179</sup> "... la Banca sólo debe vender seguros personales de gran calidad y de muy fácil argumentación y cumplimentación en la gestión de venta", ORTEGA, J.F., 1991, *Posibilidades de la banca en el negocio asegurador*, Universidad de Barcelona, Tesis Doctoral, Barcelona, p.302.

## CONCLUSIONES

El estudio que hemos efectuado sobre la situación de la banca-seguros nos permite destacar las conclusiones que a continuación indicamos:

1. - Los bancos y los seguros se han desarrollado tradicionalmente como actividades distintas; la propia legislación de los países impedía, hasta hace poco tiempo, el interrelacionamiento entre ambas. Los cambios ocurridos en los indicadores macroeconómicos y en el comportamiento de los principales agentes económicos en las últimas décadas ha provocado un cambio en la situación y en las acciones llevadas a cabo por la banca y los seguros que se manifiesta, entre otros, en una nueva relación, haciendo que **la separación entre ambas actividades financieras sea cada vez menor.**

2. - Pensamos que se puede hablar de la banca-seguros, (concepto más bien conocido por la palabra francesa *bancassurance*) a partir de la década de los ochenta, con la entrada masiva de los bancos en el mercado asegurador. El término *bancassurance* designa básicamente **la distribución de productos de seguros a través de las oficinas bancarias o de otras instituciones financieras.** Este concepto se generalizó en Francia, y se inició con la creación de una aseguradora por un banco; esta estrategia se debió a las particularidades del mercado

francés y se constituyó como canalizador del ahorro de los particulares hacia los seguros de vida.

3. - En Alemania, se generaliza otra forma de relación entre banca y seguros; en este caso se difunde el concepto de *allfinanz*, que se refiere a la entrada de las compañías de seguros en el negocio bancario. La idea es **ofrecer conjuntamente una gama completa de productos financieros**. Este concepto viene a reflejar la convergencia de la oferta y de la demanda de productos y servicios financieros. De acuerdo con esto, se entiende que todas las entidades aseguradoras, bancos, cajas, etc., tenderán a vender todos los productos financieros, ya que los clientes exigirán un servicio integral de sus necesidades financieras. Para designar este concepto, los franceses adoptaron el neologismo *assurfinance*, que es el concepto réplica al *bancassurance*, y viene a señalar que frente a la ventaja competitiva de los bancos, **las aseguradoras presentan también una ventaja, que es la preparación de sus agentes, que les facilitará, con la formación adecuada, vender todo tipo de productos financieros bancarios.**

4. - Las principales ventajas que ofrecen los bancos respecto a las aseguradoras son la **buena imagen** que estas entidades presentan para el cliente, respecto a la imagen negativa que generalmente presentan las compañías de seguros, la **base de datos** que los bancos poseen y su amplia red de distribución.

5. - Los bancos se interesan por la actividad aseguradora debido a, entre otras razones, la **importancia de este sector en la**

actividad económica y las posibilidades de desarrollo que presenta. Los EE.UU. son el mayor mercado mundial de seguros, con casi el cuarenta por cien del volumen mundial de primas de seguros (datos de 1990). El segundo mercado mundial está formado por el conjunto de países comunitarios, situándose Japón en el tercer puesto de este ranking.

6. Los países con una densidad de seguros más elevada (primas medias pagadas por individuo en la población) son Suiza, con 2927 dólares per capita, Japón, con 2253 dólares per capita y EE.UU., con 1929 dólares. Los países comunitarios presentan situaciones muy dispares, provocado por la baja densidad del seguro en países como Grecia, Portugal, España e Italia, con una densidad de seguros bastante inferior a la media comunitaria, que se sitúa en los 993 dólares.

7. - La penetración de los seguros (primas/PIB) también presenta cifras muy distintas en los países donde el seguro está más implantado y en los restantes. Así, en Reino Unido, los seguros representan casi el diez por cien del PIB y en Estados Unidos y Japón se acerca al nueve por cien. España y Portugal presentan una baja penetración del seguro, apenas superior a la verificada en Italia y Grecia, los dos países comunitarios con una más baja propensión a la contratación de seguros.

8. - Los países comunitarios presentan diferencias muy significativas en sus legislaciones, lo que dificulta la consecución de un mercado único; para obviar a esta situación, la Comunidad

ha comenzado, desde los años sesenta, a legislar y dar sus orientaciones para que los diversos estados miembros aproximen su regulación interna. Todo el trabajo de la Comunidad en el área de los seguros se encuentra sometido a dos principios fundamentales, que son la **libertad de establecimiento** y la **libertad de prestación de servicios**. La normativa comunitaria en el ámbito de los seguros prosigue, como hemos referido, la consecución de un mercado interior de los seguros; esta nueva realidad supone una **ampliación del mercado** y un **aumento de la competencia**, que dejará de ser sólo entre empresas de seguros de un mismo país, para pasar a desarrollarse en el ámbito de la Comunidad, y no sólo entre aseguradoras, sino con la presencia creciente de otras entidades financieras, como es el caso de la banca.

9. – España es un país todavía poco desarrollado en lo que respecta a la actividad aseguradora situándose, con un total de 16.801 millones de dólares en primas de seguros (año 1990), en la décima tercera posición del ranking mundial de seguros. Tanto la **densidad del seguro como la penetración son más bajas en España** que en la generalidad de los países desarrollados. En España existe un número bastante elevado de aseguradoras (427 entidades en 1990). El negocio de los seguros está, sin embargo, **fuertemente concentrado**; en el ramo vida, las diez primeras aseguradoras acaparan casi el sesenta por cien de las primas (datos de 1991).

10. - En España, al igual que en los demás países industrializados, la banca está presente en el negocio asegurador hace algunas décadas. Las relaciones banca/seguros se han desarrollado bajo diversas formas: algunos bancos adquirieron compañías de seguros, otros han creado compañías subsidiarias, o bien existen "joint ventures" o tan solo acuerdos de marketing; sin embargo, sólo a partir de la década de los ochenta los bancos destacan en el área de los seguros.

11. - En 1989 operaban en España 25 compañías aseguradoras con dependencia bancaria, que facturaban un total de 421.392,8 millones de pesetas de primas (incluidas primas únicas) y presentaban un grado de penetración muy próximo al treinta por cien (para el conjunto del negocio). El grado de penetración de la banca en los negocios de seguros es especialmente importante en el ramo vida, con un porcentaje superior al cuarenta por cien (en un estudio reciente realizado por Coopers & Lybrand, que se refiere en los anexos de esta investigación, se afirma que las redes bancarias venden el 80% de los nuevos seguros de vida en España); en los ramos no vida, en ningún caso esta penetración es superior al veinte por cien.

12. - De acuerdo con los resultados del estudio empírico realizado, se pueden resaltar los resultados siguientes:

a) Las aseguradoras consideran que el principal motivo que lleva a la utilización del canal bancario es el hecho de poder disfrutar de la base de datos de clientes de los bancos. Otros

motivos que tienen también gran importancia son la **optimización de los costes de distribución** y el **aumento del volumen de negocios**, además de la **relación privilegiada** que las entidades bancarias mantienen con sus clientes.

b) La **buena imagen** de los bancos respecto a la imagen menos positiva de las compañías de seguros también es bastante valorada por las aseguradoras como uno de los motivos de la banca-seguros.

c) Las aseguradoras que utilizan preferencialmente el canal **agentes y corredores**, manifiestan una opinión sobre los motivos por los que las compañías de seguros utilizan la distribución bancaria, distinta a la opinión formulada por las aseguradoras cuyo canal preferencial es el **bancario**. El primer grupo opina que el hecho de formar parte de un grupo ligado a un banco es la causa principal para optar por la distribución bancaria; el segundo grupo (aseguradoras que utilizan principalmente la distribución bancaria) refieren que los principales motivos que justifican la utilización del canal bancario son la optimización de los costes de distribución y el aumento del volumen de negocios. El hecho de "*disfrutar de la base de datos de clientes del banco*" no discrimina entre los dos grupos.

d) El principal problema percibido por las aseguradoras a la hora de trabajar con las entidades bancarias parece residir en la dificultad de comercializar productos de seguros más complejos a través de las oficinas bancarias. Los **productos sencillos**,

estandarizados, son los que mejor se adaptan a la distribución bancaria.

c) La falta de preparación de los empleados bancarios a la hora de vender productos de seguros, es otro de los problemas destacado por las aseguradoras. Hay que señalar que existe también una amenaza para ambas partes (bancos y aseguradoras) y es que son dos actividades en términos de negocios diferentes. Aunque son dos actividades financieras, hay desde el punto de vista de los directivos **dos mentalidades distintas**. Cada negocio (bancario o asegurador) debe ser tratado de modo diferenciado tratando de cumplir en cada caso sus objetivos prioritarios. El peligro está en tratar con mentalidad bancaria el negocio asegurador o viceversa.

f) Los productos que más se adecúan a la distribución bancaria son los **seguros de vida y ahorro y los fondos de pensiones/jubilación**, por ser los productos que más se parecen a los productos bancarios tradicionales.

g) En los ramos **no vida**, los productos preferentemente distribuidos a través del canal bancario son los **seguros de accidentes y los de multirriesgo**, que reúnen en un mismo producto un conjunto de seguros (incendio, accidentes personales, responsabilidad civil); los seguros de accidentes personales se ofrecen, muchas veces, junto a otros productos financieros propios de la banca. También los seguros multirriesgo son

vendidos junto a otros productos, por ejemplo, cuando se concede un crédito hipotecario.

h) Los seguros **menos convenientes** para la distribución bancaria son los de **responsabilidad civil, automóvil e industrial**. Estos seguros necesitan una asistencia posventa que los bancos no están preparados para prestar. Estos productos, al revés de lo que sucede con los seguros de vida y los fondos de pensiones, requieren una logística o conocimiento especializado en el tratamiento de los siniestros. Cuando un producto asegurador requiere un tratamiento especializado de la siniestralidad, los bancos incluso se abstienen de comercializarlos (por ejemplo, el seguro automóvil). El seguro automóvil es, sin embargo, vendido muchas veces a clientes preferenciales.

i) Los principales factores que han contribuido al **desarrollo de la banca-seguros** son el crecimiento de los fondos de pensiones/jubilación y de los seguros de vida, relacionado con la crisis experimentada por los sistemas de seguridad social tradicionales, debido al aumento del número de personas jubiladas respecto al número de personas que se encuentran en el activo. También el mayor nivel de competencia en los mercados financieros, la desregulación en estos mercados y la creciente disminución de los beneficios obtenidos por los bancos son otras de las causas apuntadas para el desarrollo de la banca-seguros.

j) Las tendencias en el comportamiento de los consumidores o el aumento de la renta disponible son factores

apenas valorados por su influencia en el desarrollo de la banca-seguros. Después del análisis realizado, todo apunta a que la banca-seguros es un fenómeno que se desarrolló sin tener en cuenta el comportamiento del consumidor, o sea, la banca-seguros es un **fenómeno desde el lado de la oferta**, sin que la demanda se haya puesto de manifiesto como un factor importante de este fenómeno. Es un fenómeno que es consecuencia del cambio de los sistemas de distribución, buscando una reducción de costes en los mismos. A pesar de que en sus inicios no se tuvo en cuenta al consumidor, éste ha aceptado este fenómeno porque **facilita los modos de satisfacer sus necesidades financieras**.

k) De acuerdo con los resultados de la encuesta, los **seguros de vida** serán distribuidos, en los próximos años, esencialmente a través del **canal bancario**. También la distribución a través del marketing directo asumirá una mayor importancia.

l) **La presencia de la banca en el negocio de los seguros no parece ser percibida por las aseguradoras como una amenaza**. La transferencia de beneficios del sector asegurador al sector bancario parece ser el problema más importante para las compañías de seguros; la pérdida de identidad de gestión en las compañías aseguradoras dominadas por un grupo bancario también se hace sentir, de alguna forma, como un peligro para las entidades aseguradoras.

m) La intervención de la banca en el negocio asegurador no se manifestará únicamente en los seguros de vida, pero también, aunque de forma menos notoria, se extenderá a los seguros no vida.

Como conclusión general de nuestro estudio, podemos afirmar lo siguiente:

En todos los países europeos, aunque asumiendo formas distintas de actuación, la *bancassurance* se ha manifestado inequívocamente y los bancos y las aseguradoras han intercambiado posiciones, tanto participando en el capital de la otra entidad, como a través de acuerdos meramente comerciales. Las expectativas para todos los países considerados en el presente estudio es de que la actuación de la banca en el área de los seguros se irá intensificando en los próximos años. La banca-seguros no es un fenómeno que haya aparecido en un contexto económico determinado y tenga tendencia a desaparecer, sino más bien representa una realidad que se va a mantener, aunque asumiendo las formas de actuación que mejor fomenten las sinergias entre las dos actividades banca y seguros.

*"Bancassurance...*

*... verdadera doctrina para algunos, simple método de trabajo para otros, suprema amenaza o fuego de paja sin futuro, según el punto de vista donde nos posicionemos. Como pasa muchas veces, cuando los profesionales sienten la necesidad de crear una nueva palabra, la idea que intentaban expresar se rebela y se adorna de múltiples facetas."*<sup>180</sup>

---

<sup>180</sup> DANIEL, Jean-Pierre, *La Bancassurance*, Éditions de Verneuil, Paris, 1992, p.219. Traducción libre.

## ANEXOS

ANEXO I

CARTA

Sr. Director General  
Compañía de Seguros X  
Calle XX  
Madrid

Pamplona, 20 de Febrero de 1993

Muy Sr. mio,

El cuestionario que le enviamos forma parte de un proyecto de investigación para la elaboración de una tesis doctoral en Dirección y Administración de Empresas en la Universidad de Navarra, bajo la dirección del Profesor D. José Miguel Ponce Núñez, cuyo objetivo central es analizar la relación banca-seguros y la distribución de productos de seguros Vida a través de oficinas bancarias.

Con el cuestionario pretendemos conocer la percepción que las entidades aseguradoras españolas manifiestan sobre el tema de la *bancassurance*.

Su respuesta será fundamental para conseguir profundizar en estos temas. Agradecemos anticipadamente su colaboración y, caso lo desee, le haremos llegar un ejemplar de los resultados finales del estudio.

El contenido de este cuestionario será tratado de forma estrictamente confidencial. La información se recoge únicamente a efectos estadísticos y con fines académicos. Ninguna de las respuestas será identificada con la entidad, sin contar antes con su permiso escrito.

Atentamente.

**ANEXO II**

**CUESTIONARIO**

**UNIVERSIDAD DE NAVARRA**  
Facultad de Ciencias Económicas  
y Empresariales

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**LA BANCA-SEGUROS**  
La distribución de seguros de vida a través de  
entidades bancarias

*Cuestionario dirigido a entidades aseguradoras*

Pamplona. Febrero de 1993

## CUESTIONARIO

Este cuestionario está diseñado con el fin de recoger la información que se considera relevante para cumplir los objetivos de esta investigación y que no se encuentra disponible en publicaciones recientes sobre la actividad aseguradora.

Está estructurado en tres bloques de preguntas claramente diferenciados; el primer bloque (SITUACIÓN) hace referencia a diversos aspectos de la situación de la entidad aseguradora encuestada, al 31.12.1992, con especial referencia al ramo de vida.

El segundo bloque (MOTIVACIONES) incluye una serie de preguntas en las que se trata de explorar algunos de los factores que han contribuido al desarrollo del fenómeno de la banca-seguros.

El tercer bloque de preguntas (EXPECTATIVAS) trata de recoger las expectativas para los próximos años, respecto a la evolución esperada de la relación banca-seguros.

En cada una de las respuestas de carácter cualitativo se ha establecido una escala interválica con cinco posibles calificaciones, que varían de izquierda a derecha entre la menor y mayor evaluación, con la siguiente correspondencia:

1. Nada de acuerdo
2. Poco de acuerdo
3. Algo de acuerdo
4. Bastante de acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

El contenido de este cuestionario será tratado de forma estrictamente confidencial. La información se recoge únicamente a efectos estadísticos y con fines académicos. Ninguna de las respuestas será identificada con la entidad, sin contar antes con su permiso escrito.

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

(Nota explicativa en folio a parte, formando parte del cuestionario.)

Por favor, señale con una X donde corresponda.

## A. SITUACIÓN DE LA ENTIDAD (al 31.12.1992)

### A.1. - IDENTIFICACIÓN

1. Nombre de la aseguradora  
(Opcional) \_\_\_\_\_
2. ¿Pertenece a algún grupo extranjero? Sí \_\_\_ No \_\_\_
3. ¿Tiene relación con algún banco o caja? Sí \_\_\_ No \_\_\_
4. ¿Qué tipo de relación?
- 4.1 - el banco participa mayoritariamente en el capital de la compañía de seguros ( )
- 4.2 - la compañía de seguros participa mayoritariamente en el capital del banco ( )
- 4.3 - el banco participa minoritariamente en el capital de la compañía de seguros ( )
- 4.4 - la compañía de seguros participa minoritariamente en el capital del banco ( )
- 4.5 - el banco controla el total de las acciones de la compañía de seguros ( )
- 4.6 - la compañía de seguros controla el total de las acciones del banco ( )
- 4.7 - acuerdo únicamente comercial ( )
- 4.8 - otros tipos de acuerdo ( )

### A.2. - RAMOS EN LOS QUE OPERA

5. Ramos en los que opera
- 5.1 - Vida ( )

5.2 - No Vida	( )
5.3 - Vida y No Vida	( )

### A.3. - DIMENSIÓN DE LA ASEGURADORA

#### 6. Volumen de primas (millones de pesetas)

TOTAL (Vida y No Vida)	
6.1 - menos de 20.000	( )
6.2 - de 20.001 a 35.000	( )
6.3 - de 35.001 a 65.000	( )
6.4 - de 65.001 a 90.000	( )
6.5 - más de 90.000	( )

#### VIDA

(Primas periódicas y primas únicas)

6.6 - menos de 15.000	( )
6.7 - de 15.000 a 35.000	( )
6.8 - de 35.001 a 50.000	( )
6.9 - de 50.001 a 90.000	( )
6.10 - más de 90.000	( )

#### VIDA

(Porcentaje de primas únicas sobre el volumen total del ramo Vida)

6.11 - menos del 25%	( )
6.12 - del 25% al 50%	( )
6.13 - del 50% al 75%	( )
6.14 - más del 75%	( )

#### 7. Numero de empleados (en la plantilla de la empresa, en todos los niveles)

7.1 - menos de 100	( )
--------------------	-----

7.2 - de 101 a 250	( )
7.3 - de 250 a 500	( )
7.4 - de 500 a 1000	( )
7.5 - más de 1000	( )

## 8. Número de agentes con los cuáles trabaja

AGENTES		CORREDORES	
8.1 - menos de 100	( )	8.6 - menos de 100	( )
8.2 - de 101 a 200	( )	8.7 - de 101 a 200	( )
8.3 - de 201 a 300	( )	8.8 - de 201 a 300	( )
8.4 - de 301 a 500	( )	8.9 - de 301 a 500	( )
8.5 - más de 500	( )	8.10 - más de 500	( )

## A.4. - DISTRIBUCIÓN

9. Canales de distribución que ha utilizado durante el último ejercicio:

9.1 - agentes	( )
9.2 - corredores	( )
9.3 - oficinas bancarias	( )
9.4 - otros	( )

10. Número de pólizas y primas colocadas por cada canal (expresado en porcentaje) dentro del último ejercicio, en relación al total de cada ramo:

	VIDA	
	Nº pólizas (%)	Primas (%)
10.1 - agentes	_____	_____
10.2 - corredores	_____	_____
10.3 - oficinas bancarias	_____	_____
10.4 - otros	_____	_____

	NO VIDA	
	Nº pólizas (%)	Primas (%)
10.5 - agentes		
10.6 - corredores		
10.7 - oficinas bancarias		
10.8 - otros		

## B. - MOTIVACIONES

(Por favor, señale su grado de acuerdo con una X.)

11. ¿Por qué motivos piensa que las compañías de seguros utilizan la distribución bancaria?

	1	2	3	4	5
1.1 - por formar parte de un grupo ligado a un banco	( )	( )	( )	( )	( )
1.2 - por considerarla la forma más eficaz de vender seguros de vida	( )	( )	( )	( )	( )
1.3 - por la buena imagen de los bancos	( )	( )	( )	( )	( )
1.4 - para disfrutar de la base de clientes del banco	( )	( )	( )	( )	( )
1.5 - por considerar que los bancos están más preparados para vender seguros de vida con componentes de ahorro	( )	( )	( )	( )	( )
1.6 - por la buena preparación de sus empleados	( )	( )	( )	( )	( )
1.7 - relación privilegiada con el público	( )	( )	( )	( )	( )
1.8 - relación más personalizada	( )	( )	( )	( )	( )
1.9 - mejor conocimiento del cliente	( )	( )	( )	( )	( )
1.10 - por optimización de los costes de distribución	( )	( )	( )	( )	( )
1.11 - por que un seguro es cada vez más un producto financiero	( )	( )	( )	( )	( )
1.12 - aumentar el volumen de negocios	( )	( )	( )	( )	( )
1.13 - posibilidad de utilizar los extractos de cuenta para hacer publicidad	( )	( )	( )	( )	( )



12. ¿Qué problemas presenta, para las compañías aseguradoras, distribución de seguros a través de la banca ?

	1	2	3	4	5
2.1 - falta de preparación de los empleados bancarios	( )	( )	( )	( )	( )
2.2 - solo se pueden vender productos estandarizados	( )	( )	( )	( )	( )
2.3 - reacción de las redes tradicionales	( )	( )	( )	( )	( )
2.4 - definición de la oferta a distribuir por los bancos	( )	( )	( )	( )	( )
2.5 - control administrativo de los acuerdos	( )	( )	( )	( )	( )
2.6 - no existe relación posventa	( )	( )	( )	( )	( )
2.7 - problemas en la tramitación de siniestros	( )	( )	( )	( )	( )

13. ¿En su opinión, cuáles son los productos más adecuados para la venta a través de oficinas bancarias?

(Califique según su criterio, de 1 (grado mínimo) a 5 (grado máximo), la adecuación de los siguientes productos para la venta a través del canal bancario).

	1	2	3	4	5
3.1 - vida	( )	( )	( )	( )	( )
3.2 - vida y ahorro	( )	( )	( )	( )	( )
3.3 - plan de pensiones/ /jubilación	( )	( )	( )	( )	( )
3.4 - multirriesgo hogar	( )	( )	( )	( )	( )
3.5 - automóvil	( )	( )	( )	( )	( )
3.6 - asistencia sanitaria/ /enfermedad privado	( )	( )	( )	( )	( )
3.7 - accidentes personales	( )	( )	( )	( )	( )
3.8 - responsabilidad civil	( )	( )	( )	( )	( )
3.9 - decesos/entierro	( )	( )	( )	( )	( )
3.10 - industrial	( )	( )	( )	( )	( )

14. ¿Cuáles han sido los factores que han contribuido al desarrollo del fenómeno de la banca-seguros?

	1	2	3	4	5
4.1 - desregulación en los mercados financieros	( )	( )	( )	( )	( )
4.2 - crecimiento de los seguros de vida	( )	( )	( )	( )	( )
4.3 - crecimiento de los fondos de pensiones/jubilación	( )	( )	( )	( )	( )
4.4 - los bancos necesitan mejorar sus beneficios	( )	( )	( )	( )	( )
4.5 - tendencias en el consumidor	( )	( )	( )	( )	( )
4.6 - exceso de personal bancario	( )	( )	( )	( )	( )
4.7 - nuevas tecnologías	( )	( )	( )	( )	( )
4.8 - aumento renta disponible	( )	( )	( )	( )	( )
4.9 - mayor competencia en los mercados financieros	( )	( )	( )	( )	( )

### C. - EXPECTATIVAS

15. En los próximos años, los seguros de vida serán distribuidos sobre todo a través de:

	Nada	Poco	Algo	Bastante	Totalmente
15.1 - agentes	( )	( )	( )	( )	( )
15.2 - corredores	( )	( )	( )	( )	( )
15.3 - asesores financieros	( )	( )	( )	( )	( )
15.4 - bancos	( )	( )	( )	( )	( )
15.5 - marketing directo	( )	( )	( )	( )	( )
15.6 - ventas por teléfono	( )	( )	( )	( )	( )
15.7 - videotexto	( )	( )	( )	( )	( )

16. Los productos de vida a distribuir a través de la banca en los próximos años responderán a las siguientes características:

	1	2	3	4	5
6.1 - productos estandarizados	( )	( )	( )	( )	( )
6.2 - junto a otros productos financieros, propios de la banca	( )	( )	( )	( )	( )
6.3 - junto a productos no vida	( )	( )	( )	( )	( )
6.4 - en respuesta a incentivos fiscales	( )	( )	( )	( )	( )

17. ¿Qué amenazas piensa que supone la distribución a través de la banca para las entidades aseguradoras?

	1	2	3	4	5
7.1 - desaparición de las redes agenciales	( )	( )	( )	( )	( )
7.2 - desprofesionalización	( )	( )	( )	( )	( )
7.3 - desprestigio por la falta de atención postventa	( )	( )	( )	( )	( )
7.4 - insatisfacción del cliente	( )	( )	( )	( )	( )
7.5 - disminución de la calidad del servicio	( )	( )	( )	( )	( )
7.6 - aumento de los costes de siniestralidad	( )	( )	( )	( )	( )
7.7 - pérdida de la identidad de gestión en las compañías aseguradoras	( )	( )	( )	( )	( )
7.8 - producto a medida de intereses bancarios olvidando equilibrio técnico	( )	( )	( )	( )	( )
7.9 - transferencia de beneficios para el sector bancario	( )	( )	( )	( )	( )

18. ¿Qué futuro prevee para la *bancassurance*?

	1	2	3	4	5
8.1 - va a desaparecer a medio plazo	( )	( )	( )	( )	( )
8.2 - se va a intensificar la presencia de la banca en el negocio asegurador	( )	( )	( )	( )	( )
8.3 - los seguros de vida serán distribuidos esencialmente a través de la banca	( )	( )	( )	( )	( )
8.4 - los bancos van a entrar con fuerza en los seguros de daños	( )	( )	( )	( )	( )
8.5 - las aseguradoras crearán sus propios bancos	( )	( )	( )	( )	( )
8.6 - se desarrollará sobretudo a través de acuerdos comerciales	( )	( )	( )	( )	( )
8.7 - los bancos diseñarán los productos de seguros	( )	( )	( )	( )	( )
8.8 - los bancos van a crear sus propias aseguradoras	( )	( )	( )	( )	( )

Ha llegado Usted al final del cuestionario.

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.  
POR FAVOR DEVUELVA EL CUESTIONARIO.**

Si desea recibir una copia de los resultados del estudio, por favor ponga sus datos:

NOMBRE: \_\_\_\_\_

COMPañÍA: \_\_\_\_\_

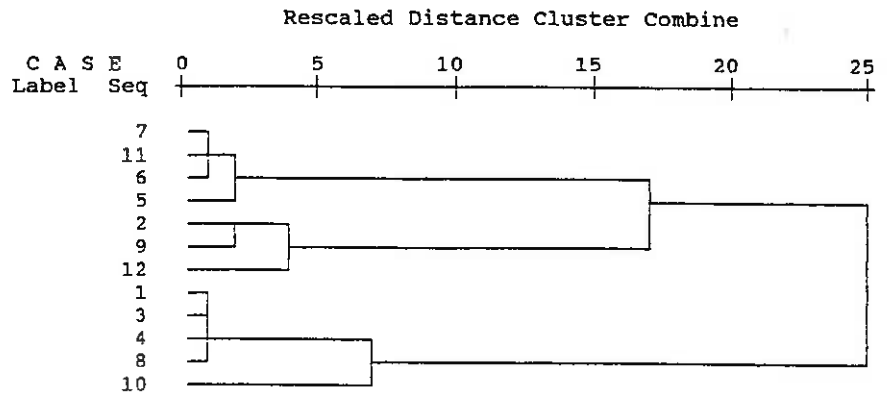
DIRECCIÓN: \_\_\_\_\_

**ANEXO III**

**DENDOGRAMA  
(Distribución)**

**DENDOGRAMA (\*)**  
(Canales de distribución)

Dendrogram using Average Linkage (Between Groups)



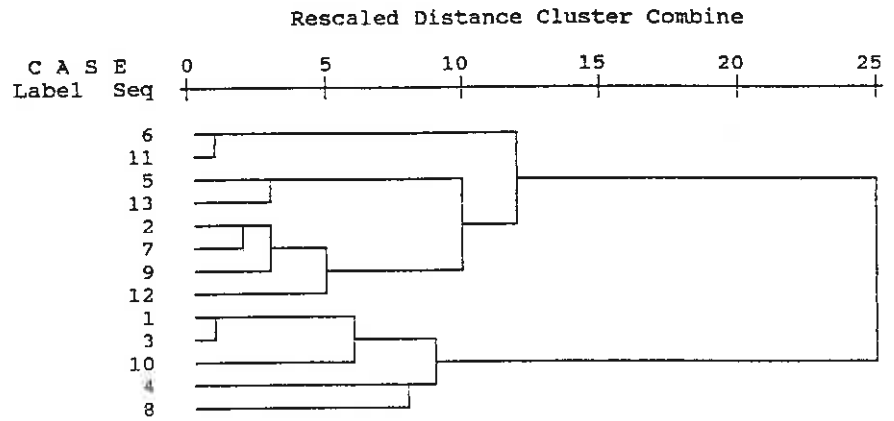
(\*) Paquete estadístico utilizado: SPSS.

**ANEXO IV**

**DENDOGRAMA**  
**Motivaciones**  
(Variables B11.1 a B11.13)

**DENDOGRAMA (\*)**  
 Motivaciones  
 (Variables B11.1 a B11.13)

Dendrogram using Average Linkage (Between Groups)



(\*) Paquete estadístico utilizado: SPSS.

ANEXO V

***BANCASSURANCE: CLAVES PARA EL EXITO***  
(Estudio Coopers & Lybrand)

Ya en 1993, una empresa (Coopers & Librand) publicó un estudio sobre políticas y prácticas de las instituciones financieras europeas en el ámbito de la *bancassurance*. Este estudio se basó en entrevistas en profundidad con altos ejecutivos de las oficinas centrales de algunos bancos y aseguradoras de varios países europeos: Francia, Alemania, Italia, Holanda, España y Reino Unido.

En el estudio empírico realizado, se ponen de manifiesto algunas políticas que las entidades podrán seguir para llegar al éxito en una relación banca-seguros:

- *Aumentar la efectividad, tanto de los canales de venta como del mix de productos, para lograr resultados a corto plazo.*
- *Desarrollar productos bancarios, de seguros y mixtos, a medida de la base de clientes integrada.*
- *Comunicar y explicar los planes de actuación al personal.*
- *Invertir en tecnología y en rediseño de los procesos del negocio.*
- *Avanzar paulatinamente hacia una mayor integración funcional.*

- *Adaptar los sistemas de información, los procedimientos de control y los indicadores de gestión, a una realidad de negocio que revierte mayor complejidad.*
- *Fomentar el desarrollo de habilidades técnico-comerciales, y optimizar el uso y la ubicación en balance de los activos de la institución*<sup>195</sup>.

De las conclusiones resultantes de este estudio, queremos destacar algunas que nos parecen más importantes, pues vienen a confirmar, en líneas generales, nuestras propias conclusiones:

1. - *"Las presiones externas sobre los bancos y las compañías de seguros para adoptar alguna estrategia respecto a la actividad de la bancassurance, probablemente se intensificarán en Europa."*
2. - *"La velocidad de este proceso será diferente en cada país, pero la dirección del desarrollo será la misma."*
3. - *"... si las instituciones financieras utilizan un mix adecuado ... los beneficios de la actividad de bancassurance serán considerables para los*

---

<sup>195</sup> COOPERS & LYBRAND, 1993, *Bancassurance: claves para el éxito*, Coopers & Lybrand, Madrid, pp. III - VI.

*accionistas, clientes, personal y la comunidad en general.196"*

---

<sup>196</sup> Idem, pp. 32 - 33.

## GLOSARIO

**GLOSARIO**<sup>197</sup>

**Agente de seguros:** persona física o jurídica que actúa de intermediario en la gestión de las operaciones de seguros, obteniendo como contraprestación a las funciones que realiza una retribución denominada comisión.

**Aleatoriedad:** característica de ciertos fenómenos o experimentos en los que interviene el azar en cuanto a su realización. En seguros, su existencia es indispensable para que el riesgo sea asegurable.

**Aportación:** término que en relación a un Plan de Pensiones se utiliza para designar la cuota que un partícipe destina al mismo con objeto de financiar las futuras prestaciones.

**Asegurado:** persona que suscribe una póliza con una entidad aseguradora.

**Asegurador:** persona jurídica que asume la cobertura de un

---

<sup>197</sup> Para las definiciones de los términos o conceptos de este breve glosario, nos basamos esencialmente en el Diccionario Mapfre de Seguros, de 1988, el Diccionario de Seguros, de 1977, el Diccionario Ernst & Young de Seguros, 1992 y el Dictionnaire Marketing - Banque Assurance, 1988, todos ellos referenciados en la bibliografía general.

riesgo ajeno mediante la formalización de un contrato de seguros por el que se hace responsable del pago de la indemnización en caso de siniestro.

**Canal de distribución:** cualquiera de los sistemas a través de los cuales la entidad aseguradora hace llegar sus productos al público a que van destinados.

**Capitalización:** operación que tiene por objeto encontrar un valor a un bien o un derecho, a partir de la renta que genera.

**Cartera de seguros:** conjunto de operaciones aseguradoras cuyos riesgos están cubiertos por una entidad aseguradora.

**Ciencia actuarial:** ciencia que estudia los principios de la actividad aseguradora y sus técnicas.

**Coaseguro:** seguro en el que participan dos o más entidades aseguradoras cubriendo el mismo riesgo simultáneamente y a la misma tasa de prima, para compartir y dispersar éste, ya que cada entidad cubre sólo una parte del total del riesgo. Suele realizarse para aquellos riesgos que por su dimensión no pueden ser asumidos por una sólo entidad aseguradora.

**Colegio de Agentes de Seguros:** agrupación profesional de personas que ejercen la profesión de agentes de seguros, cuyo fin es la defensa de sus derechos.

**Comisión:** sistema de remuneración por el que la entidad aseguradora satisface al agente una determinada cantidad por el contrato de seguro logrado mediante su intervención; normalmente se calcula de forma porcentual sobre la producción lograda.

**Compañía de seguros:** sociedad anónima cuyo campo de actividad es el seguro privado.

**Corredor de reaseguros:** mediador entre una entidad cedente de riesgos asegurados y otra aceptante de los mismos en reaseguro.

**Corredor de seguros:** profesional de la gestión actúa de mediador entre los asegurados y las entidades de seguros sin estar ligado a ninguna entidad por un contrato de agencia.

**Dirección General de Seguros:** órgano dependiente del Ministerio de Economía y Hacienda cuyas misiones son de fiscalización de la actividad aseguradora española.

**Fondo de pensiones:** patrimonio compuesto de los activos generados por el ahorro común acumulado de muchas personas, cuyo objeto es generar una renta vitalicia, actualizada con la inflación, para dichas personas

cuando alcancen la edad de retiro o jubilación.

**ICEA:** sigla de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras. Se trata de una asociación de carácter privado que agrupa entidades no solo españolas como también extranjeras.

**Indemnización:** en el ámbito de los seguros, es el total que la entidad aseguradora debe pagar al sujeto asegurado para resarcirle de los daños causados por un siniestro y cuyo límite es el que haya sido previsto en el contrato de seguro.

**Mediador de seguros:** persona o entidad dedicada, de forma profesional, a la actividad de producción de seguros.

**Plan de pensiones:** institución de previsión, voluntaria y libre, cuyas prestaciones en forma de capital o renta por jubilación, invalidez o muerte, tienen un carácter privado y pueden ser o no complementarias de la Seguridad Social, a las que en ningún caso sustituyen.

**Póliza:** documento en el que se hacen constar los pactos y condiciones propias de la contratación mercantil de un seguro. La póliza refleja, en sus condiciones generales, particulares y especiales, las normas que han de regir en la relación entre asegurador y asegurado.

**Prima:** cantidad que debe satisfacer el asegurado como contraprestación a la cobertura de sus riesgos que realiza el asegurador y cuya cuantía, especificada en la póliza, depende de la probabilidad de materialización del riesgo, la suma asegurada, la duración del seguro y la tasa de interés.

**Producción:** en el ámbito asegurador, el conjunto de operaciones de seguro realizadas por quien se dedica a esta actividad o sea, la suma de contratos realizados por un determinado agente o los obtenidos por una entidad aseguradora en un período de tiempo determinado.

**Ramo:** cada uno de los grandes grupos o divisiones que, en materia de seguros, abarcan una gama de riesgos de naturaleza y características similares.

**Reaseguro:** contrato a través del cual una entidad (cedente), cede a otra (reasegurador) y ésta acepta, la cobertura de uno o varios riesgos que habían sido asumidos por la primera.

**Riesgo:** en el ámbito asegurador, el riesgo es el objeto del seguro. Se prevee el mismo mediante el contrato de seguro, por el cual la entidad aseguradora se hace responsable de las consecuencias de los daños que pudieran producirse, quedando obligada al pago de una

indemnización si se materializa el riesgo.

**Seguridad Social:** conjunto de medidas legislativas así como de medios u organismos encargados de llevarla a la práctica, que persigue la protección de los ciudadanos en lo referente a riesgos de enfermedad, accidentes o muertes, prestación de ayuda a población en paro o sin recursos y pensiones de jubilación, viudedad, etc.. Todos los países industrializados tienen sistemas más o menos evolucionados de seguridad social, en los que se tiende básicamente a las siguientes prestaciones:

- a) Accidentes de trabajo, enfermedades profesionales e invalidez.
- b) Asistencia médica para cualquier tipo de enfermedad o maternidad.
- c) Prestaciones familiares en forma de subsidios económicos.
- d) Un seguro contra el paro.
- e) Un seguro de vejez y supervivencia.

**Seguro:** contrato en virtud del cual, una entidad denominada asegurador se compromete, mediante el pago de un precio convenido llamado prima, a pagar una indemnización a una persona, el asegurado, o a quien éste designe como beneficiario, a consecuencia de los daños sufridos, bien en su patrimonio o en su propia persona, ocasionados por un siniestro o acontecimiento, de acuerdo con el pactado en el

contrato y en la proporción establecida en el mismo.

**Seguro de ahorro:** fórmula del seguro de vida por la cual la entidad aseguradora se obliga al pago de determinada cantidad al asegurado, llegado el vencimiento del contrato sin que éste haya muerto.

**Seguro de capitalización:** seguro de vida, en la modalidad de ahorro, que tiene por objeto la constitución de un capital fijo mediante la entrega periódica, por parte del asegurado, de determinadas cantidades en los plazos estipulados, cantidades a las que se aplica un interés compuesto con objeto de constituir una masa monetaria que, llegado el momento de vencimiento del contrato, se restituye al asegurado.

**Seguro de jubilación:** modalidad del seguro de vida que tiene por objeto la satisfacción de un capital o renta en el momento en que el asegurado alcance una edad previamente establecida en el contrato.

**Seguro de vida:** es aquel por el que la entidad aseguradora se obliga al pago de una determinada cantidad al asegurado o beneficiarios de éste, en forma de capital o renta, si se produce el acontecimiento relativo a la vida del asegurado que se establece en el contrato como desencadenante de las obligaciones del asegurador.

**Siniestralidad:** conjunto de siniestros ocurridos durante un período de tiempo determinado en un cierto grupo de pólizas o cartera. Usualmente se utiliza este concepto para definir la cuantía de las indemnizaciones satisfechas como consecuencia de dichos siniestros, más que para significar el número de los mismos que se ha producido.

**Siniestro:** la materialización del riesgo cuya cobertura está asegurada en el contrato y que desencadena el cumplimiento de las obligaciones a cargo de la entidad aseguradora, quien deberá satisfacer la cuantía de la indemnización que proceda o la restitución o reparación del objeto dañado, en caso de que el asegurado acepte esta forma de pago.

**Unespa:** asociación de empresarios aseguradores españoles encargada de defender, ante los organismos pertinentes, los intereses del sector asegurador.

**Volumen de primas:** volumen de negocio de una entidad de seguros o suma total de las primas recaudadas por la misma.

## BIBLIOGRAFIA

## BIBLIOGRAFIA

- ACARD, P., 1987, *Le marché unique de 1992*, Ministère de l'économie, des Finances et de la Privatisation, Paris.
- ACTUALIDAD ASEGURADORA, 1987, *¿Hay fronteras para el seguro?*, Club del Ejecutivo de Seguros, Madrid, mayo 1987.
- ACTUALIDAD ASEGURADORA, 1991a, *Anteproyecto de Ley de mediación en seguros privados*, Documento, Madrid.
- ACTUALIDAD ASEGURADORA, 1991b, *Ranking por grupos aseguradores y primas totales 1991*, Documento, Madrid.
- ACTUALIDAD ASEGURADORA, 1992, *Banca-seguros, una perspectiva sobre diversos países*, año 101, nº 32, 12 octubre 1992.
- ACTUALIDAD ECONÓMICA, 1991, *La puesta a punto del seguro*, nº 1721, Punto Editorial, S.A., Madrid, pp. 130-170.
- ACTUALIDAD ECONÓMICA, 1992, *Seguros - Sigue la tormenta*, nº 1794, Punto Editorial, S.A., Madrid.
- AGUILAR, E.; AZNAR, A. M.; 1992, *El mercado único de Seguros*, en *Expansión*, 3/4/1992.
- ALONSO, J., 1990, *Estrategias de marketing a nivel sectorial: adaptación a un mercado especialmente cambiante*, CAPA, Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 7<sup>e</sup>

- Semaine Internationale du Marketing de l'Assurance, Communication n° 55 A, Paris, Mayo de 1990.
- AMOROSO, F., 1991, *Bancassurance A La Poste*, 3rd International Life Insurance Conference, "Making Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.
- ANDERSEN, C., 1993, *Segmentation en bancassurance*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- ARAUJO, J., 1986, *Fundos de Pensões: breve análise da sua problemática*, Tesis de master, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- ARCANJO, M., 1991, *Análise e avaliação dos sistemas de Segurança Social. Um modelo aplicado a Portugal*, ISEG, Lisboa.
- ARNOLD, J., 1990, *Banks, Insurers to form alliances*, National Underwriter, Vol: 94, Iss: 36, 3/9/90, p. 53.
- ARNOLD, J., 1990, *Banks, Insurers to form new alliances*, National Underwriter, Vol: 94, Iss: 34, 20/8/90, pp. 9, 32-33.
- AROSTEGUI, G., 1992, *Década de los 90. Panorama claroscuro del seguro español*, ICEA, XXVII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, Lanzarote, marzo 1992.
- ARRANZ, A.; BARRILERO, E.; 1991, *Ley de Sociedades anónimas y repercusión en el seguro*, Boletín de Estudios Económicos, Vol.XLVI, n°142, abril 1991, Universidad Comercial de Deusto, Bilbao, pp. 5-26.
- ARTHUR ANDERSEN, 1992, *Insurance in a changing Europe*, The Economist Publications, Londres.

- ARTOLA, F.J., 1991, *Seguros Financieros*, Boletín de Estudios Económicos, Vol.XLVI, nº142, abril 1991, Universidad Comercial de Deusto, Bilbao, pp.61-70.
- ASEGURADORES, 1992, *La nueva ley de mediación*, Revista del Consejo General de Agentes y Corredores de Seguros de España, Madrid, nº 238, septiembre 1992.
- ASHER, J., 1990, *Wash. State widens bank Ins. powers*, National Underwriter, Vol: 94, Iss: 23, 4/6/90, pp. 1, 53.
- AUBURTIN, M., 1992, *L'important c'est d'être bon*, L'Argus, 5/6/1992, pp. 8-10.
- AURTENECHEA, J., 1989, *Planes y fondos de pensiones privados, Manual general de técnicas actuariales de evaluación*, Ed. Caser, Madrid.
- BADOC, M., 1986, *Marketing management para bancos y compañías aseguradoras europeas - de la reflexión a la decisión*, Les Éditions d'Organisation, Paris, (edición castellana 1989, Barcelona, Edicions Gestió 2000, S.A., diciembre de 1989).
- BADOC, M., 1990, *Banques et assurances - réussir l'Europe*, Les Éditions d'Organisation, Paris.
- BADOC, M., 1991, *Marketing management para bancos y compañías aseguradoras europeas - del plan de marketing a la organización*, Les Éditions d'Organisation, Paris, (edición castellana 1991, Barcelona, Edicions Gestió 2000, S.A., junio de 1991).
- BANCO BILBAO VIZCAYA, 1987, *Informe Económico*, BBV.
- BANCO DE PORTUGAL, 1992, *Relatório do Conselho de Administração do Banco de Portugal, Gerência de 1991*,

Banco de Portugal, Lisboa.

BANCO PORTUGUÊS DO ATLÂNTICO, 1986, *Banca e Seguros - Tendência para uma crescente interpenetração*, Boletim Trimestral, Lisboa, junio-septiembre de 1986, pp. 3-8.

BARALLAT, L., 1992, *La banca española en el año 2000*, Ed. Ciencias Sociales, Madrid.

BARRO, R.J.; FELDSTEIN, M.; 1978, *The Impact of Social Security on Private Saving: Evidence from Private Time Series*, Washington, DC, American Enterprise Institute.

BARRO, R.J., 1974, *Are government bonds net wealth?*, Journal of Political Economy, LXXXVIII, pp. 1095-117.

BAUDON, C., 1990, *Le système d'information marketing - comment utiliser la méthode C.Q.F.D. : Ciblage, Qualification, Fidélisation, Développement*, CAPA - Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, Diversification, multidistribution et efficacité commerciale- Rendez-vous d'Octobre - Nice 1989, COM - nº 201, abril 1990, Paris.

BAUDON, C., 1992, *Como satisfacer mejor a los clientes gracias al marketing directo*, ICEA, XXVII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, Lanzarote, marzo 1992.

BAYLEY, T., 1991, *Britannia Building Society Buys in Life Insurance*, 3rd International Life Insurance Conference, "Making Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.

BEDELL-PEARCE, K., 1990, *Managing the future: a practical guide*, CAPA - Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, Diversification, multidistribution et efficacité commerciale- Rendez-vous d'Octobre - Nice 1989, COM - nº 201, abril 1990, Paris.

- BEELI, A.; GARCÍA, J.M.; 1991, *Alternativas Estratégicas de Distribución en el sector bancario*, Departamento Economía y Dirección de Empresas de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, septiembre 1991.
- BELL, P., 1989, *Lloyds Abbey Life: The first 12 months*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA-European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.
- BENGEL, J., 1989, *Banque - assurance, choisir son champ*, La Tribune de l'Assurance, 2 mayo 1989, pp. 17 - 26.
- BERBERICH, E., 1990, *Die Zusammenarbeit im Bank- und Versicherungsvertrieb am Beispiel der OVA-Versicherungen*, CAPA, Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 7<sup>e</sup> Semaine Internationale du Marketing de l'Assurance, Communication n° 43 B, Mayo 1990, Paris.
- BERENGER, M., 1991, *"La Caixa" y los seguros*, Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona "La Caixa", Vidacaixa, Barcelona, julio 1991.
- BERRIDGE, D., 1991, *Scottish Equitable Joint Ventures with Royal Bank of Scotland*, 3<sup>rd</sup> International Life Insurance Conference, "Making Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.
- BILLAUT, J. M., 1990, *Le commerce électronique: l'état de l'art*, CAPA, Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 7<sup>e</sup> Semaine Internationale du Marketing de l'Assurance, Paris, Mayo 1990.
- BISCH, M., 1991, *Assurance-banque, 2e génération*, L'Argus, Paris.
- BLANCO-MORALES, P., 1989, *El seguro español en el derecho internacional privado - derecho comunitario*, Ed.

Cacer. Madrid.

BOBO, J., 1992, *100 años de progreso*, ICEA, XXVII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, Lanzarote, marzo 1992.

BOLETÍN DE ESTUDIOS ECONÓMICOS, 1991, *El sector del seguro en España*, Vol.XLVI, nº142, abril 1991, Universidad Comercial de Deusto, Bilbao.

BOLETIN OFICIAL DEL ESTADO, 1984, *Ordenación del Seguro Privado*, Ley 33/1984, de 2 de agosto.

BOLETIN OFICIAL DEL ESTADO, 1985, *Ley Reguladora de la Producción de Seguros Privados*, Real Decreto Legislativo 1347/1985, de 1 de agosto, BOE de 3/8/1985.

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO, 1992, *Ley sobre Contrato de Agencia*, Ley 12/1992, de 27 de mayo, BOE nº 129, 29 de mayo de 1992.

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO, 1992, *Ley sobre Mediación en Seguros Privados*, Ley 9/1992, de 30 de abril, BOE nº 106, 2 de mayo de 1992.

BORCHT, K. H.; AASE, K.; 1992, *Economics of Insurance*, North-Holland, Amsteardan.

BORGES, A., 1992, *A banca e os seguros na economia portuguesa*, Confidencial Negócios, Vol. 6, Nº 6, 12-3-1992, pp. 4-8.

BOYSSON, I., 1991, *Le Crédit Lyonnais, septième assureur-vie français*, Les Echos, 27/3/1991, Paris, p.20.

BROUTELE, N., 1993, *Fructivie: l'expérience du groupe des banques populaires en matière de distribution d'assurances de*

- personnes*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- BRUNI, M., 1992, *Extracting the Potencial of an Existing Customer Base*, Conferencia "The Growing Trend Towards Bancassurance", Ernst & Young, Bruxelles, mayo de 1992.
- BURANI, U., 1989, *Banking and insurance: problems of adaptation*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA- European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.
- CÁMARA DE COMERCIO E INDÚSTRIA DE MADRID, 1991, *La economía española en 1990*, Estudios Cámara, Madrid.
- CAMPITELLI, M., 1989, *Fideuram Vita: a new reality of the Italian life insurance marketing*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA- European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.
- CAMPITELLI, M., 1992, *Fideurum Vita: una nueva realidad del mercado de vida italiano*, ICEA, XXVII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, Lanzarote, marzo 1992.
- CAPA - Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 1989, *Bancassurance - éléments de réflexion*, n°13, CAPA Marketing, julio 1989, Paris.
- CAPA - Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 1989, *La bancassurance - segmentation des services et distribution - approche qualitative*, COM - n° 221, julio 1989, Paris.
- CARBAJO, F., 1989, *El fraude fiscal en los seguros de prima única*, Documento de Trabajo n° 18, Documentos de Trabajo

de la Secretaría de Estado de Hacienda, Madrid, noviembre.

- CARDONA, O., 1987, *Diccionari d'Assegurances*, Consell de Colegis d'Agents i Corredors d'Assegurances de Catalunya, Barcelona.
- CARVAJAL, M., 1989, *Al asalto de las primas únicas*, Cataluña Olímpica, nº 18, abril 1989, Fundació Mediterrània, Barcelona, pp. 15 - 29.
- CARVALHO, O., 1993, *Império - la première expérience portugaise d'assurfinance*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- CARVALHO, R., 1993, *Complementaridade sem integração*, Indústria, nº 3, marzo, Lisboa, pp. 6 - 18.
- CARVALHO, R., 1993, *Panorámica y perspectivas del mercado de seguros portugués*, XXVIII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, ICEA, Estoril, marzo 1993.
- CASARES, J., 1987, *La economía de la distribución comercial*, Ed. Ariel, Madrid.
- CASTELO MATRÁN, 1992, *Diccionario Mapfre de Seguros*, Ed. Mapfre, 3<sup>a</sup> ed., Madrid.
- CATHELAT, B., 1990, *Comment adapter le monolithisme des grandes sociétés d'assurances européennes a la mosaïque des clientèles ou de l'utilisation des styles de vie comme outil de segmentation marketing?*, CAPA, Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 7<sup>e</sup> Semaine Internationale du Marketing de l'Assurance, Paris, Mayo 1990.
- CDIA, 1990, *Épargne et assurance vie*, Centre de Documentation et d'Information de l'Assurance, Le Dossier du CDIA, nº 181, febrero 1992, Paris.

- CDIA, 1990, *Le patrimoine des français*, Centre de Documentation et d'Information de l'Assurance, Le Dossier du CDIA, nº 166, noviembre 1990, Paris.
- CDIA, 1990, *Les jeunes et l'assurance*, Centre de Documentation et d'Information de l'Assurance, Le Dossier du CDIA, nº 157, febrero 1990, Paris.
- CERCOS, J., 1991a, *Seguro de Automóviles*, Boletín de Estudios Económicos, Vol.XLVI, nº142, abril 1991, Universidad Comercial de Deusto, Bilbao, pp.43-60.
- CERCOS, J., 1991b, *Grupo Winterthur: su estrategia y punto de vista en banca-seguros*, Seminario - Banca-seguros: ¿hacia una convergencia financiera y comercial?, UIMP - Universidad Internacinal Menendez Pelayo, Universitat de Barcelona, julio 1991, Barcelona.
- CERVERÓ, J.; MONTANÉ, J.; 1988, *El marketing en la oficina bancaria*, Ed. Hispano Europea, S.A., Barcelona.
- CHAN, Y. y otros, 1992, *Is Fairly Priced Deposit Insurance Possible?*, The Journal of Finance, Vol.47, nº1, marzo 1992, pp. 227-246.
- CHARDONNIER, J.; 1976, *Le marketing en assurance*, L'Argus, Paris.
- CHARPENTIER, F., 1992, *Les salariés âgés, principal pillier de l'épargne-retraite*, La Tribune de l'Expansion, 18/2/1992, Paris, p.28.
- CINCO DÍAS, 1992, *El seguro español en la década de los 90*, Cuadernos de Gestión, Madrid, 13, 14-5-1992, pp. 26-40.
- CINCO DÍAS, 1992, *Seguros - Nueva Gestión para un Mercado Abierto*, Especiales Cinco Días, 12-5-1992, pp. 1-12.

CLERCXK, M. R., 1993, *Les canaux de distributions traditionnels - prospères o démodés?*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.

COLAO BLANCO, R., 1989, *Brokerage: creative marketing*, European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.

COLECCIÓN LEGISLATIVA DE SEGUROS, 1989, *Producción de Seguros Privados: agentes y corredores*, Ed. Caser, Vol.4, Madrid.

COMITE EUROPEEN DES ASSURANCES, 1991, *Décloisonnement de l'assurance vie et autres secteurs des services financiers*, Paris.

COOKE, T. D.; SLACK, M.; 1992, *An Integrated Approach to Customer Care Research in a Multi-Culture Environment*, Seminar on Banking and insurance: Pressure on Profits: Pressure on Research, London, 29-31 enero de 1992, ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.

COOMBES, P., 1990, *Facing up to the new management realities*, CAPA, Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 7<sup>e</sup> Semaine Internationale du Marketing de l'Assurance, Paris, Mayo 1990.

COOMBES, P., 1991, *Allfinanz Knows No Borders - Or Does It?*, 3rd International Life Insurance Conference, "Making Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.

COOPERS & LYBRAND, 1993, *Bancassurance: Claves para el éxito*, Coopers & Lybrand, Madrid.

CORACHAN, J., 1989, *Prevenir la jubilación a fondo*, Cataluña Olímpica, nº 15, enero 1989, Fundació Mediterrània,

- Barcelona, pp. 14 - 27.
- CREEDON, S., 1992, *Distribution Channel Organisation for Bancassurance*, Conferencia "The Growing Trend Towards Bancassurance", Ernst & Young, Bruxelles, mayo de 1992.
- CROFTS, R., 1990, *Will the consumer benefit from a common insurance market?*, CAPA, Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 7<sup>e</sup> Semaine Internationale du Marketing de l'Assurance, Paris, Mayo 1990.
- CRUM, W., 1986, *Banking in Insurance: A Guide to Chaos*, The Banker's Magazine, enero-febrero 1986, pp. 51-58.
- CUZIN, G., 1990, *Le partenaire Poste-CNP: une stratégie et une méthodologie*, CAPA, Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 7<sup>e</sup> Semaine Internationale du Marketing de l'Assurance, Communication n° 43 A, Paris, Mayo 1990.
- DAALEN, P., 1993, *"Cumulent", an allfinanz experience in the Netherlands*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- DALLEMAGNE, J. C., 1993, *Marché unique et stratégies des compagnies d'assurance*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- DANIEL, J. P., 1992, *La bancassurance: fin de la première étape ou dernière étape avant la fin?*, Verneuil, Paris.
- DANIELSSON, S., 1991, *What capital rules for banking and insurance conglomerates?*, 3rd International Life Insurance Conference, "Making Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.
- DAWSON, C.M., 1986, *Banking and Insurance: avoiding the stumbling blocks*, The Magazine of Bank Administration,

marzo.

DEROYE, L.; TIMMERMAN, C.; 1990, *La mercatique aux mutuelles unies: notre système d'information marketing*, CAPA - Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, Diversification, multidistribution et efficacité commerciale - Rendez-vous d'Octobre - Nice 1989, COM - n° 201, abril 1990, Paris.

DESIATA, A., 1989, *Banks and insurance companies: perspectives for collaboration in Europe - sales networks, insurance and financial products*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA- European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.

DESSAL, R., 1976, *Demain l'assurance*, L'Argus, Paris.

DESSAL, R., 1989, *Bankinsurance: the point of view of the customer*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA- European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.

DESSAL, R., 1993, *25 años en el CAPA*, XXVIII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, ICEA, Estoril, marzo 1993.

DIARIO OFICIAL DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, 1990, *Propuesta de Directiva del Consejo*, n° C 230/5, 15 de septiembre de 1990.

DIARIO OFICIAL DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, 1990, *Propuesta de Tercera Directiva del Consejo*, n° C 244/28, 28 de septiembre de 1990.

DIARIO OFICIAL DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

- 1990, *Segunda Directiva del Consejo de 9 de noviembre de 1990*, nº L 330/50, 29 de noviembre de 1990.
- DIARIO OFICIAL DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, 1990, *Tercera Directiva del Consejo de 14 de mayo de 1990*, nº L 129/33, 19 de mayo de 1990.
- DIARIO OFICIAL DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, 1991, *Propuesta modificada de Reglamento*, nº C 53/74, 28 de febrero de 1991.
- DIBBERT, M., 1988, *Selling nontraditional investment products*, The Banker's Magazine, marzo-abril 1988, pp. 52-59.
- DICCIONARIO INTERNACIONAL DE SEGURO, 1959, European Conference of Insurance Supervisory Services, Ed. Les Moris C. - J. Wyss, S.A., Suiza (Berna)
- DIEHL, G., 1993, "*Quo vadis sales channels?*", Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- DIRECCIÓN GENERAL DE SEGUROS, 1989, *Memoria Estadística de Seguros Privados*, Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid.
- DUFFY, H., 1990, *Bankers gain firmer hold in insurance market*, Bank Management, mayo, 1990, pp. 22-28.
- DURAND, P., 1993, *La segmentation: du contrat technique au service client*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- DUSHESNE, Y., 1990, *La bancassurance, quel avenir?*, Banque Stratégie, Nº65, 15 septiembre 1990, pp. 2-19.
- DUYCK, R., 1993, *L'apport du système expert dans la souscription d'assurance automobile par guichet bancaire*, Les

Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.

ECKERT, P., 1993, *Estrategias de un grupo asegurador internacional en un mercado único europeo*, XXVIII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, ICEA, Estoril, marzo 1993.

ECONOMICS, 1992, *Banca - el riesgo de la indefinición*, n<sup>o</sup>52, mayo 1992, pp. 30-45.

ECONOMIST (The), 1991, Anonymous, *Banking Brief: Dangerous Liaisons*, 20/10/91, pp. 100-105.

EHRBAR, T., 1989, *Spain*, European Financial Centres, Special Report, Economist, London, pp. 33-34 y p. 105.

EL NUEVO LUNES, 1992, *Rating Seguros - Radiografía y calificación de las empresas*, año V, n<sup>o</sup>44, 19 de octubre de 1992, pp. 8 - 20.

EPSTEIN, E., 1984, *La negociation sur le progrès technique dans les banques et les assurances*, Revue Internationale du Travail, Genève, julio-agosto de 1984, pp. 445-464.

ERNST & YOUNG; 1992, *Diccionario Ernst & Young de Seguros - Términos en 5 idiomas y definiciones en español*, Edición Especial Cinco Días, mayo de 1992, vol. I y II.

ERNST & YOUNG; 1992, *Vademecum del seguro español - Cifras y Hechos del Seguro para la Década de los 90*, Edición Especial Cinco Días, mayo de 1992.

ESTEBAN, L., 1993, *El mercado español de seguros*, Información Comercial Española, Revista de Economía, Secretaría de Estado de Comercio, Madrid, marzo 1993.

- ESTEVEZ, F., 1993, *La implementation de requerimientos financieros en la planificación y seguimiento de ventas de seguros de vida en Plus Ultra*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- FABRE, C., 1990, *Bancassurance: un marketing très élaboré*, L'Argus, 22/6/1990, Paris, pp. 1690-1692.
- FARRÁN, J., 1988, *Distribución y Logística*, IESE - Instituto de Estudios Superiores de la Empresa, Universidad de Navarra, Barcelona.
- FEDERACIÓN BANCARIA DE LA CEE, *Banks capacity to engage in insurance business*.
- FELGRAN, S.D., 1985, *Banks as Insurance Agencies*, New England Economic Review, Federal Reserve of Boston, sep-oct. 1985.
- FENNELL, C., 1993, *Long term care - the past, the present, the future*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- FERNANDEZ, A., 1991, *Mapfre-Vida - una experiencia de red exclusiva*, Seminario - Banca-seguros: ¿hacia una convergencia financiera y comercial?, UIMP - Universidad Internacinal Menendez Pelayo, Universitat de Barcelona, julio 1991, Barcelona.
- FERRER, J., 1991, *El sector asegurador como intermediario financiero*, Ejecutivos financieros, Nov.-Dic., pags. 11-14.
- FEVRE, J. P., 1989, *Banking and insurance after 1992*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA-European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.

- FLACK, M., 1992, *Small Business Banking - Profits with Honour*, Seminar on Banking and insurance: Pressure on Profits: Pressure on Research, London, 29-31 enero de 1992, ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.
- FONDO MONETARIO INTERNACIONAL, 1991, *Estadísticas Financieras Internacionales*, anuario, Washington, 1985 - 1990.
- FONDO MONETARIO INTERNACIONAL, 1992, *Statistiques Financières Internationales*, FMI, Washington, febrero 1992.
- FRANGINI, M., 1990, *Insurance could learn from banking technology: Speaker*, Computing Canada, vol: 16 Iss: 14, 5/7/90, pag. 20.
- FRANKLIN, N.; WESTALL, G.; 1990, *Interrelationship between products, the customer and the distribution system*, CAPA, Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 7<sup>e</sup> Semaine Internationale du Marketing de l'Assurance, Communication n° 55 B, Paris, Mayo 1990.
- FRUTOS, J. M., 1993, *Incidencia de la normativa europea en el seguro español*, XXVIII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, ICEA, Estoril, marzo 1993.
- FRY, J., 1992, *Becoming a Successful Financial Services Supermarket*, Conferencia "The Growing Trend Towards Bancassurance", Ernst & Young, Bruselas, mayo de 1992.
- FUNDESCO, 1992, *Estudio Delphi sobre el sector Seguros y Finanzas*, Programa TRYS, Madrid, septiembre 1992.
- GALARRAGA, R., 1990, *Distribución del seguro. Reflexiones sobre el caso español*, ICEA, 25 Jornadas de Estudio para Directores Generales y Altos Ejecutivos, "Canales de

- Distribución del Seguro. Situación y perspectivas.", Tenerife, Marzo de 1990.
- GÁLVEZ, D.; FERNÁNDEZ, J.; VERGÉS, J.; 1992, *Manual de Gestión del Seguro de Vida*, Centro de Estudios del seguro, Madrid, vol. 1, 2 y 3.
- GART, A., 1985, *Banks, Thrifts and Insurance Companies*, Lexington, Lexington Books.
- GIARINI, O., 1989, *The opportunity of the "Four Pillars" strategy: some key issues*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA- European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.
- GIL, T., 1993, *Conferencia de clausura de las XXVIII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros*, ICEA, Estoril, marzo 1993.
- GODFREY, L., 1990, *Money makes the world go round*, CAPA, Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 7<sup>e</sup> Semaine Internationale du Marketing de l'Assurance, Paris, Mayo 1990.
- GOLANN, D., 1990, *Consumer Litigation in the age of combat banking*, Business Lawyer, Vol: 45, Iss: s, junio 1990, pags. 1761-1778.
- GOLLIAU, C., 1992, *Associations d'assurés: l'ombre d'un doute*, Economiste, n°848, 5/6/1992, Paris, pp. 56-57.
- GOLLIER, J. J., 1989, *Savings - pensions - insuring for the future: the European context*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA- European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.

- GONZALEZ, G., 1993, *El seguro de vida en España. Reflexiones y estrategias de futuro*, XXVIII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, ICEA, Estoril, marzo 1993.
- GOOGINS, R., 1988, *Bank Entry: New Leaks in the Dike*, Best's Review, enero 1988, pp. 32-35.
- GORRIA, C., 1989, *Banking and insurance: competition or convergence?*, EFMA- European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.
- GOUGENHEIM, J. H., 1990, *Le marché unique: défis et réalités*, CAPA, Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 7<sup>e</sup> Semaine Internationale du Marketing de l'Assurance, Paris, Mayo 1990.
- GRANT, P., 1991, *Allfinanz - To be or not to be?*, 3<sup>rd</sup> International Life Insurance Conference, "Making Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.
- GREEN, F., 1992, *From Riches to Rags - How Reduced Profits in Financial Services have affected the Resourcing of Market Research*, Seminar on Banking and insurance: Pressure on Profits: Pressure on Research, London, 29-31 enero de 1992, ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.
- GREEN, P.; TULL, D.; ALBAUM, G.; 1988, *Research for marketing decisions*, 5<sup>a</sup> ed., Prentice-Hall International Editios, New Jersey.
- GREENE, M.; 1979, *Riesgo y Seguro*, Mapfre, Madrid.
- GUARDIA, M., 1992, *La integración de las comunicaciones publicitarias y la acción comercial*, ICEA, XXVII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, Lanzarote, marzo

1992.

GUIDE PRATIQUE DU MARCHÉ UNIQUE EUROPEÉN, 1988, *L'Introduction de la Concurrence sur le Marché des Services Financiers - Assurances, Banques y Bourses*, Club de Bruxelles, Bruxelles, Agence Européenne d'Informations.

HAMERMESCH, D., 1985, *Expectations, life expectancy, and economic behaviour*, Quarterly Journal of Economics, pp. 389-408.

HARRARI y otros, 1976, *Le management dans l'assurance*, L'Argus, Paris.

HAUTE FINANCE, 1991, *La bancassurance sort des limbes*, Printemps 1991, pp. 22-25.

HEILBRONNER, F., 1989, *GAN - CIC: Bankinsurance in action*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA- European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.

HERNANDEZ, D., 1990, *La relación entre la banca y la compañía de seguros: la elección del marketing directo como canal de distribución*, CIGNA - Insurance Company of Europe, S.A., N.V..

HERNANDEZ, D., 1992, *Claves para el éxito del marketing directo*, Institute for International Research España, S.A., Conferencia "La Distribución del Seguro . Perspectivas y tendencias en los próximos tres años.", Madrid, abril de 1992.

HERRANDO, L., 1990, *Distribución del seguro. Reflexiones sobre el caso español*, ICEA, 25 Jornadas de Estudio para Directores Generales y Altos Ejecutivos, "Canales de Distribución del Seguro. Situación y perspectivas.", Tenerife,

Marzo de 1990.

HOUSLEY, S., 1992, *Maximising the Benefit of a Retail Outlet*, Conferencia "The Growing Trend Towards Bancassurance", Ernst & Young, Bruselas, mayo de 1992.

HOWELL, D., 1993, *Why and how the DBS Network succeeds*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.

HUEBNER, S.S.; BLACK, K.; 1979, *El seguro de vida*, Mapfre, Madrid.

HUETE, L. M., 1988, *Delivery System Design in American Retail Banks: an empirical study*, IESE- Instituto de Estudios Superiores de la Empresa, Universidad de Navarra, Barcelona.

HUMPHREYS, G., 1991, *Why banks sell insurance, not shoes*, European Banker, enero 1991, p.8.

HÜNERBERG, R., 1993, *Pan-european marketing - myth or reality?*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.

HUPPI, R. F., 1992, *A European Insurer's View of the Future Role of Financial Institutions*, The World of Banking, July-August 1992, 18-9-92 pp. 8-10.

ICEA, 1989, *La distribución de los productos aseguradores en España*, Informe num. 398, abril de 1989, Mark. 163, Madrid.

ICEA, 1990, *Canales de distribución del seguro. Situación y perspectivas*, marzo 1990.

ICEA, 1991, *Introducción al seguro*, Madrid.

ICEA, 1991, *La distribución de los productos aseguradores en*

- España*, Informe num. 479, Mark. 193, noviembre de 1991, Madrid.
- ICEA, 1991, *Modelo para la profesionalización de agentes*, Informe nº462, junio de 1991, Madrid.
- ICEA, 1992, *¿Que es el seguro de vida?*, Madrid.
- ICEA, 1992, *¿Que son los planes de pensiones?*, Madrid.
- ICEA, 1992, *Estrategias de Marketing en los 90*, XXVII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, Lanzarote, marzo 1992.
- ICEA, 1992, *Informe Económico del sector asegurador*, Informe nº 522, C.G. 26, diciembre 1992.
- ICEA, 1992, *Oportunidades Estratégicas para la Industria Española de Seguros*, Informe nº 520, julio 1992.
- ICEA, 1993, *El mercado potencial de los productos aseguradores*, Informe nº 523, Mark. 207, enero 1993.
- ICEA, 1993, *Estudio de opinión: el seguro de vida*, Informe nº 524, Mark. 208, enero 1993.
- ICEA, 1993, *Guía de datos básicos para el directivo de seguros*, Informe nº 526, febrero 1993.
- ICEA, 1993, *Seguros de vida ligados a fondos de inversión*, Informe nº 525, Mark. 209, febrero 1993.
- ICEA, 1993, *Perspectivas del seguro y de la economía para 1993*, Documento nº 153, PL - 28, marzo 1993.
- ICEA, 1993, *Las ventas del ramo de vida. Año 1992*, Informe nº 531, Mark. 210, marzo 1993.

- ICEA, 1993, *Resultados del sector asegurador. Año 1992*, Informe nº 534, Control de Gestión - 27, abril 1993.
- ICEA, 1993, *Evolución del seguro en otros países de la CE*, Informe nº 537, PL - 30, Madrid, mayo 1993.
- ICEA, McKinsey & Company, 1990, *Estrategias de marketing para el sector asegurador - visión global y recomendaciones para los años 90*, Informe nº 426, Mark. 176, marzo 1990, Madrid.
- INESE, 1988, *Colección de leyes fundamentales del seguro español*, Instituto de Estudios Superiores de Seguros, Madrid.
- INSTITUTO DE SEGUROS DE PORTUGAL, 1991, *Actividade seguradora em Portugal - elementos estatísticos 1990/I*, ISP, Lisboa.
- INSTITUTO DE SEGUROS DE PORTUGAL, 1992, *Actividade seguradora em Portugal - produção seguro directo (provisório)*, ISP, Lisboa.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTATISTICA, 1992, *Índice de preços no consumidor*, INE, Lisboa.
- IZUZQUIZA, A., 1992, *La nueva Ley de mediación en seguros privados*, Institute for International Research España, S.A., Conferencia "La Distribución del Seguro. Perspectivas y tendencias en los próximos tres años.", Madrid, abril de 1992.
- JACUOTOT, E., 1990, *Análisis del fraude fiscal procedente de las pólizas de seguros de prima única y las cesiones de crédito*, Documentos de Trabajo de la Secretaría de Estado de Hacienda, Instituto de Estudios Fiscales, Madrid, julio.
- JAMES, S., 1992, *Using Information Technology to Maximize Customer Information*, Conferencia "The Growing Trend

- Towards Bancassurance", Ernst & Young, Bruxelles, mayo de 1992.
- JOHANSEN, F., 1993, *Customer relation studies and marketing*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- JOLIVOT, R., 1991, *Bancassurance - The Crédit agricole Way*, 3<sup>rd</sup> International Life Insurance Conference, "Making Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.
- KELLY, T. H., 1990, *Learning from the past - building for the future*, CAPA, Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 7<sup>e</sup> Semaine Internationale du Marketing de l'Assurance, Paris, Mayo 1990.
- KERR, D., 1992, *Rethinking the Distribution Channels*, Seminar on Banking and insurance: Pressure on Profits: Pressure on Research, London, 29-31 enero de 1992, ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.
- KESSLER, D.; MASSON, A.; STRAUSS-KAHN, D.; 1981, *Social Security and Saving: a tentative survey*, Geneva Papers on Risk and Insurance, 18, pp. 3-50.
- KESSLER, D., 1983, *Les politiques sociales modifient-elles le comportement des individus? Le cas du système de retraite*, Revue d'Économie Politique, XCIII, 3, pp. 328-324.
- KESSLER, D., 1987, *Banques et assurances: cohabitation, mariage ou fusion?*, Revue d'Économie Financière, N°1, junio 1987, pp. 5-21.
- KESSLER, D., 1987, *Banques et assurances: cohabitation, mariage ou fusion?*, Révue d'Economie Financière, n°1, junio, Paris, p. 13.

- KESSLER, D., 1989, *Circulation, substitution and complementarity of bank and insurance products*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA-European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.
- KESSLER, D., 1990, *Les quatre pilliers et la retraite*, Association de Genève - Association pour l'Étude de l'Économie de l'Assurance, Études et Dossiers, nº 14, marzo 1990.
- KESSLER, D., 1990, *Solutions to the coming crisis in social security: save today or work tomorrow?*, Assurance, Études et Dossiers, nº 14, marzo.
- KESSLER, D., 1991, *Dimensioning the success of Bancassurance*, 3rd International Life Insurance Conference, "Making Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.
- KESSLER, G., 1990, *Conferencia de clausura de las 25 Jornadas de Estudio para Directores Generales y Altos Ejecutivos, "Canales de Distribución del Seguro. Situación y perspectivas."*, Tenerife, ICEA, Marzo de 1990.
- KINNIS, S., 1993, *Life insurance - maximising the productivity of salaried sales staff*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- KLIJN, Frank, 1991, *Allfinanz at Verenigde Spaarbank*, 3rd International Life Insurance Conference, "Making Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.
- KRÄH, Hans-Jürgen, 1992, *Market Research for Mergers and Acquisitions*, Seminar on Banking and insurance: Pressure on Profits: Pressure on Research, London, 29-31 enero de 1992, ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.

L'ARGUS, Journal International des Assurances, 1979, *L'Avenir de la Fonction Bancaire*, n° 5619, Paris, 7 diciembre 1979, pp. 2583-2588.

L'ARGUS, Journal International des Assurances, 1980, *Banque et assurance: menace ou association?*, N°5670, 28 noviembre 1980, pp. 2603-2608.

L'ARGUS, Journal International des Assurances, 1980, *Seminaire Marketing du CAPA. Banque et assurance: menace ou association?*, n° 5670, Paris, 28 de noviembre, p. 2604.

L'ARGUS, Journal International des Assurances, 1988, *Assurance-Vie: l'ascencion des banques*, diciembre de 1988.

L'ARGUS, Journal International des Assurances, 1989, *1989: An 1 de la Bancassurance Universelle*, 8 diciembre 1989, pp. 3211-3214.

L'ARGUS, Journal International des Assurances, 1989, *Douze pour un, un pour douze*, Paris, n° 6111, 12 de mayo de 1989.

L'ARGUS, Journal International des Assurances, 1989, *Les Assureurs dans la course des services financiers*, 3-3-1989, pp. 678-685.

L'ARGUS, Journal International des Assurances, 1989, *Pour une gamme de produits banque-assurance*, 1 de diciembre de 1989.

L'ARGUS, Journal International des Assurances, 1989, *Vente par correspondance: la réussite des alliances*, Paris, n° 6137, 10 de noviembre de 1989, pp. 2839-2842.

L'ASSURANCE FRANÇAISE, 1984, *L'Assurance et la Banque*, n° 476, 16/31, mayo 1984.

L'ASSURANCE FRANÇAISE, 1989, *Assurance Auto - En France et ailleurs, la fin d'une distribution monolithique*, nº 592, 15-30 septiembre de 1989.

L'ASSURANCE FRANÇAISE, 1990, *Distribution de l'assurance - la réglementation dans les pays de la CEE*, nº 601, Paris, 1-15 febrero de 1990.

LA TRIBUNE DE L'ASSURANCE, 1991, *Vers la financiarisation de l'offre*, noviembre 1991, pp. 42-46.

LA TRIBUNE DES ASSURANCES, 1980, *Banque et assurance: concurrence ou coopération*, Séminaire du CAPA, Paris, Nº 823, 16-30 noviembre 1980, pp.12-13.

LA TRIBUNE DES ASSURANCES, 1980, *Banque et assurance: concurrence ou coopération*, Séminaire du CAPA, Paris, Nº 824, 1-15 diciembre 1980, pp.24-25.

LABIANO, J., 1992, *El seguro de vida recuperó su marcha positiva en 1991*, La Gaceta, Madrid, 15-6-1992, p.28.

LACON, O., 1989, *Packaging bank and insurance products: a banker's point of view*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA- European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.

LAFUENTE, A., 1989, *Estudios sobre planes y fondos de pensiones*, Ariel Derecho, Barcelona.

LAMBRECHTS, P., 1989, *Interpolis with the Rabobank as distribution partner on the way to the first place*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA- European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.

- LANNON, J., 1993, *Consumer Megatrends and their implications for the financial industry*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- LAPPER, R., 1991, *Europes banks discover the meaning of life*, Financial Times, 7/2/91.
- LATORRE, L., 1990, *La frontera entre bancos y seguros en la CEE*, Previsión y Seguro, Centro de Estudios del seguro, N<sup>o</sup>7, septiembre-octubre de 1990.
- LAURENT, G., 1991, *Les limites de la Bancassurance*, Eurepargne, Febrero de 1991 (3 páginas).
- LAZEAR, E.P., 1982, *Pensions as severance pay*, Washington, DC, National Bureau of Economic Research, Working Paper n<sup>o</sup>944, julio 1982.
- LE GOLVAN, Y., 1988, *Dictionnaire marketing: banque, assurance*, Dunod, Paris.
- LE MONDE DE L'ASSURANCE, 1991, *L'Épargne - Pension*, n<sup>o</sup> 91, Kluwer Editorial, Antwerpen X, 9 año, 10 de junio de 1991.
- LE MONITEUR, 1989, *Assureurs et banquiers: un même défi*, n<sup>o</sup> 1081, 12-6-1989, pp. 6-8.
- LE PETIT MONITEUR DES ASSURANCES, 1989a), *Distribution - Pourquoi la MACIF est devenue la première en automobile*, 79<sup>e</sup> Année, N<sup>o</sup> 1078, Bruxelles, 17 de abril de 1989.
- LE PETIT MONITEUR DES ASSURANCES, 1989b), *Champ libre pour l'assurance transport*, 79<sup>e</sup> Année, N<sup>o</sup> 1078, Bruxelles, 17 de abril de 1989, p. 3.

- LE PETIT MONITEUR DES ASSURANCES, 1989c), *L'Europe de la distribution en pleine mouvance*, 79<sup>e</sup> Année, N<sup>o</sup> 1078, Bruxelles, 17 de abril de 1989, pp. 3-5.
- LEGLU, J., 1992, *L'Europe de l'assurance et l'assurance française en Europe*, Banque, n<sup>o</sup> 533, diciembre 1992, Paris, pp. 1123-1126.
- LEMOINE, S., 1991a), *Concurrence des banques*, L'Argus, 4/10/1991, Paris, pp. 2718-2720.
- LEMOINE, S., 1991b), *Le pouvoir de dire vie*, L'Argus, 18/10/1991, Paris, pp. 2866-2872.
- LEVISON, M.D., 1990, *Banks as Ins. Distributers: not if, but when*, National Underwriter, Vol: 94, Iss: 37, septiembre, 1990, pags. 64-65.
- LLORENS, L., 1990, *La frontera entre banca y seguros en la CEE*, Previsión y Seguros, Revista técnica de Seguros y Fondos de Pensiones, Ed. Centro de Estudio del Seguro, S.A., n<sup>o</sup> 7, septiembre/octubre.
- LONG, M., 1993, *Success through excellence*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- LOUREIRO, C., 1991, *A banca e os seguros perante as zonas offshore*, Fisco, Lisboa, Julio 1991, pp. 9-11.
- LUCCHIARI, E., 1993, *Sanicard - du produit d'assurance à un système intégré de services*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- LUDWIG, R., 1990, *Die marktstrategische bedeutung von allfinanz-angeboten*, CAPA, Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 7<sup>e</sup> Semaine Internationale du Marketing de l'Assurance, Paris, Mayo de 1990.

- LUNGI, C., 1986, *Réflexions sur le décloisonnement entre la banque et l'assurance dans la Communauté Européenne*, Revue du Marché Commun, nº 294, febrero 1986, pp. 91-94.
- MAESTRO, J. L., 1992, *La Provisión Técnica para Riesgos en Curso*, Previsión y Seguro, Revista Técnica de Seguros, Centro de Estudios del seguro, S.A., Madrid, nº17, mayo-junio 1992, pp. 63-76.
- MALHLSTEDT, I., 1992, *La distribución del seguro en el Alemania*, Institute for International Research España, S.A., Conferencia "La Distribución del Seguro . Perspectivas y tendencias en los próximos tres años.", Madrid, abril de 1992.
- MALITIUS, S., 1991, *Allfinanz and Industry Concentration*, 3rd International Life Insurance Conference, "Making Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.
- MALONE, S., 1993, *Customer driven cultural change*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- MANSILLA, F., 1988, *Integración del seguro en la Comunidad Económica Europea*, Ed. Española de Seguros, Madrid.
- MARIN, J., 1990, *Una realidad banca-seguros: formación y productos para una red financiera*, CAPA, Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 7<sup>e</sup> Semaine Internationale du Marketing de l'Assurance, Communication nº 34 B, Paris, Mayo 1990.
- MARIN, J., 1993, *La comercialización de seguros en las Cajas de Ahorros*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- MARKWELL, C., 1991, *Waiting for the Barriers to come down*, 3rd International Life Insurance Conference, "Making

Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.

MARR, N., 1992, *Home Banking versus Personal Banking in the Retail Market - The Experts' View of Future*, Seminar on Banking and insurance: Pressure on Profits: Pressure on Research, London, 29-31 enero de 1992, ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.

MARTÍNEZ, A., 1991, *Estrategias Financieras: Competitividad en la empresa de seguros*, I Congreso Nacional, Competitividad de la empresa española. La respuesta directiva del empresario español, Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa, Universidad Alcalá de Henares, Madrid, 22-24 septiembre de 1991.

MARTINEZ, J., 1991, *Canales de distribución de los productos banca-seguros*, Seminario - Banca-seguros: ¿hacia una convergencia financiera y comercial?, UIMP - Universidad Internacinal Menendez Pelayo, Universitat de Barcelona, julio 1991, Barcelona.

MASDEU, J., 1993, *Diagnostico informativo vida*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.

McGILL, D., *Fullfilling Pension Expectation*, Pension Research Council.

MERCADO, 1992, *Informe de seguros. Los líderes de vida*, nº 560, Madrid, 23 de noviembre.

MERKS, T., 1993, *Multi-niche concept in multi-channel distribution context*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.

MICHAUD, P., 1990, *Les aspects juridiques de la distribution*

- des produits d'assurance par les banques*, Banque et Droit, nº 8, Paris, enero-febrero 1990, pp. 25-30.
- MIDDLETON, P., 1993, *Developing quality in the insurance industry*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- MILANESI, J. P., 1990, *Synergie banque-assurance en direction des entreprises: L'expérience de la MAAF*, CAPA - Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, Diversification, multidistribution et efficacité commerciale- Rendez-vous d'Octobre - Nice 1989, COM - nº 201, abril 1990, Paris.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA, 1992, *Anteproyecto de Ley por la que se completa la incorporación del régimen comunitario de prestación de servicios, se adaptan las directivas de cuentas anuales y la tercera de responsabilidad civil con automoviles, y se perfecciona el control del acceso, exclusión de la actividad y protección del asegurado, en el ámbito de los seguros privados*, Documento, Madrid.
- MODIGLIANI, F., 1987, *Measuring the contribution of inter-generational transfers to total wealth: conceptual issues and empirical findings*, in D.Kessler y Masson (eds), *Modelling the Accumulation and Distribution of Wealth*, Oxford, Oxford University Press.
- MONTES-JOVELLAR, A., 1992, *El servicio integral del broker de seguros*, Institute for International Research España, S.A., Conferencia "La Distribución del Seguro . Perspectivas y tendencias en los próximos tres años.", Madrid, abril de 1992.
- MORGAN, D., 1991, *Westpac goes it alone*, , 3rd International Life Insurance Conference, "Making Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.

- MUÑOZ, A., 1993, *Los grandes riesgos en España*, XXVIII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, ICEA, Estoril, marzo 1993.
- NANCEL, J., 1993, *Valorisation des produits d'assurance dans l'offre bancaire*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- NUISSEL, J. L., 1992, *Change will be standard - business as usual exception*, Seminar on Banking and insurance: Pressure on Profits: Pressure on Research, London, 29-31 enero de 1992, ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.
- O'NEILL, J., 1992, *La distribución del seguro en el Reino Unido*, Institute for International Research España, S.A., Conferencia "La Distribución del Seguro . Perspectivas y tendencias en los próximos tres años.", Madrid, abril de 1992.
- OCDE, 1991, *Financial Market Trends*, Paris, junio 1991, pp. 41 - 48.
- OCDE, 1992, *Perspectivas económicas de la OCDE*, Paris, Diciembre 1992.
- ORELD, J., 1993, *Life insurance - maximising the productivity of sales staff*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- ORTEGA, J., 1991, *Posibilidades de la banca en el negocio asegurador*, (tesis doctoral), Universidad de Barcelona, Barcelona, julio.
- PADOA-SCHIOPPA, T., 1988, *Banques, Assurances, Finances: redéfinition des frontières*, *Révue d'Economie Financière*, n<sup>o</sup> 7, diciembre de 1988.

- PALTSCHIK, M.; STORBACKA, K., 1992, *Monitoring the Customer Base to Achieve Profitability*, Seminar on Banking and insurance: Pressure on Profits: Pressure on Research, London, 29-31 enero de 1992, ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.
- PANORAMA DE LA INDUSTRIA COMUNITARIA, 1990, *Seguros - nace 1992*, Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas, pp. 29-41.
- PARIENTY, A., 1990, *L'éclatement de la distribution des services financiers*, CAPA - Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, Diversification, multidistribution et efficacité commerciale- Rendez-vous d'Octobre - Nice 1989, COM - nº 201, abril 1990, Paris.
- PECCHIOLI, R., 1987, *Les services financiers: politique des pouvoirs publiques*, *Révue d'Économie Financière*, Nº2, septiembre 1989, pp. 93-105.
- PEDRUELO, J., 1991, *El Broker de seguros*, en *Boletín de Estudios Económicos*, Vol. XLVI, Nº 142, abril 1991, pp. 102-105.
- PÉREZ, J.; RADA, P.; 1990, *Banca-seguros: ¿ hacia una convergencia financiera y comercial?*, Seminario - Banca-seguros: ¿ hacia una convergencia financiera y comercial?, UIMP - Universidad Internacinal Menendez Pelayo, Universitat de Barcelona, julio 1991, Barcelona.
- PÉREZ, J., 1992, *El Allfinanz y el seguro*, Institute for International Research España, S.A., Conferencia "La Distribución del Seguro . Perspectivas y tendencias en los próximos tres años.", Madrid, abril de 1992.
- PERRIEN, J.; FILIATRAULT, P.; 1992, *Managerial Implications of Relationship Banking*, Seminar on Banking and

insurance: Pressure on Profits: Pressure on Research, London, 29-31 enero de 1992, ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.

PEYRELEVADE, J., 1989, *Insurances in Europe - the marketing problem*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA- European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.

PHILIPPE, M., 1990, *La distribution d'assurance est-elle un jeu de hasard?*, CAPA - Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, Diversification, multidistribution et efficacité commerciale- Rendez-vous d'Octobre - Nice 1989, COM - nº 201, abril 1990, Paris.

PIESHACON, C., 1993, *Mayor competitividad y rentabilidad de los seguros de vida y de pensiones en España*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.

PRAT DE LA RIBA, L., 1991, *Evolución del sector asegurador y previsión frente al mercado único de 1992*, Boletín de Estudios Económicos, nº 142, abril.

PREVISIÓN Y SEGURO, 1992a), *Legislación - Directiva de 18 de diciembre de 1986 (86/653/CEE) relativa a la coordinación de los derechos de los Estados miembros en lo referente a agentes comerciales independientes*, Revista Técnica de Seguros, Centro de Estudios del seguro, S.A., Madrid, nº17, mayo-junio 1992, pp. 153-162.

PREVISIÓN Y SEGURO, 1992b), *Legislación - Recomendación del Consejo de la CEE sobre exigencias profesionales y registro de los mediadores de seguros*, Revista Técnica de Seguros, Centro de Estudios del seguro, S.A., Madrid, nº17, mayo-junio 1992, pp. 163-169.

- PRIETO, E., 1992, *La construcción del mercado único europeo del seguro*, El nuevo Luncs, año V, nº44, 19 de octubre de 1992, pp. VI-VII.
- R.G.A.T., 1990, Congrès, associations, rapports, Colloque AIDA, section française, *La distribution de l'assurance et le droit à l'horizon 92*, Paris, 20 de noviembre de 1989, R.G.T.A., 1990, nº 1.
- RAJAN, A. , 1990, *The fourth pillar and the UK insurance industry*, Association de Genève – Association pour l'Étude de l'Économie de l'Assurance, Études et Dossiers, nº 145, abril 1990.
- RAJAN, A. , 1991, *Potencial for the fourth pillar in France, Japan, the Netherlands, the USA, in insurance and other sectors*, Association de Genève – Association pour l'Étude de l'Économie de l'Assurance, Études et Dossiers, nº 161, noviembre 1990.
- RAMÓN, C., 1992, *Los setenta seguros más atractivos*, Economía y Finanzas, nº 10, marzo 1993, pp. 54 – 60.
- RAMSES, 1991, *L'Europe financière*, Ramsés 91, Paris, pp. 278-310.
- RANDALL, R.K., 1985, *Insurance: a survey of bankers Plans*, The Magazine of Bank Administration, Septiembre de 1985.
- RANKING, 1992, *Ranking de la economía española – ranking de seguros*, nº 52, septiembre 1992.
- RASMUSSEN, S., 1992, *Creating a successful Joint Venture*, Conferencia "The Growing Trend Towards Bancassurance", Ernst & Young, Bruselas, mayo de 1992.
- RAZQUÍN, P. M., 1992, *Las asociaciones estratégicas*, Institute

- for International Research España, S.A., Conferencia "La Distribución del Seguro . Perspectivas y tendencias en los próximos tres años.", Madrid, abril de 1992.
- REBELO, R., 1990, *Finanseguros chega a Portugal*, Exame, Negócios, Lisboa, julho 1990, pp. 28-34.
- RENEDO, M., 1992, *La distribución del seguro en España*, Institute for International Research España, S.A., Conferencia "La Distribución del Seguro . Perspectivas y tendencias en los próximos tres años.", Madrid, abril de 1992.
- REYNOLDS, I., 1991, *Commercial Union - a partnership account*, 3<sup>rd</sup> International Life Insurance Conference, "Making Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.
- RIEDLBAUER, E., 1991, *Making Allfinanz Work The Deustcher Herold Way*, 3<sup>rd</sup> International Life Insurance Conference, "Making Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.
- RILEY, D., 1992, *Through the Eyes of the Customer: Research into the New Look and Functioning of Bank and Building Society Branches*, Seminar on Banking and insurance: Pressure on Profits: Pressure on Research, London, 29-31 enero de 1992, ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.
- RIVERA, J., 1991, *Tendencias en el marketing de productos banca-seguros*, Seminario - Banca-seguros: ¿ hacia una convergencia financiera y comercial?, UIMP - Universidad Internacinal Menendez Pelayo, Universitat de Barcelona, julio 1991, Barcelona.
- RODRIGUES, J., 1992, *Seguros - A "banca-seguros" e o controlo dos ficheiros pessoais*, en *Jornal de Economia*, Lisboa, 22-5-1992.

- RODRIGUEZ, J., 1990, *La banca en España, un reto para 1992*, Ed. Pirámide, Madrid.
- RUCHETON, P., 1992, *Los estilos de vida: instrumento de segmentación de marketing*, ICEA, XXVII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, Lanzarote, marzo 1992.
- RUFFAT, M., 1992, *Banque et assurance, une histoire de famille*, Banque, nº 533, diciembre 1992, Paris, pp. 52-57.
- RUTTEMAN, P., 1992, *Accounting for bancassurance*, Conferencia "The Growing Trend Towards Bancassurance", Ernst & Young, Bruselas, mayo de 1992.
- SAILLY, P., 1988, *Assurance vie: l'ascension des banques*, L'Argus, 23/12/1988, Paris, pp. 3645-3648.
- SAINTROND, R., 1993, *Bancassurance et segmentation de la clientèle*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- SALAMA, E.; MILLS, P.; 1992, *Change for the future - A european perspective*, Seminar on Banking and insurance: Pressure on Profits: Pressure on Research, London, 29-31 enero de 1992, ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.
- SANTESMASES, M., 1991, *Marketing, Conceptos y Estrategias*, Ed. Pirámide, S.A., Madrid.
- SANTILLÁN, J., 1992, *La idoneidad y la asignación del ahorro mundial*, Documento de Trabajo nº213, Servicio de Estudios, Banco de España, Madrid.
- SCHAAN, A., 1991, *Legislación comunitaria en materia de seguros*, Estudios y Trabajos Doctrinales, Jornada Hispano-Lusa, Lisboa, 24 de enero.

- SEMANARIO ECONOMICO, 1991, "*Bancassurance*" em português, Lisboa, 24.05.1991.
- SERIEYX, H., 1993, *Le Big Bang de l'Assurance*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- SERRA, J. M., 1990, *Distribución a través de agentes: el reto de la profesionalidad*, ICEA, 25 Jornadas de Estudio para Directores Generales y Altos Ejecutivos, "Canales de Distribución del Seguro. Situación y perspectivas.", Tenerife, Marzo de 1990.
- SERRANO, F., 1992, *Added Value Products: Servei Familiar*, Seminar on Banking and insurance: Pressure on Profits: Pressure on Research, London, 29-31 enero de 1992, ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.
- SHAAN, A., 1991, *Legislación comunitaria en materia de seguros*, Estudios y Trabajos Doctrinales, Jornada Hispano-Lusa, Lisboa, 24 de enero.
- SHELTON, D., 1992, The Importance of a Sound Marketing Strategy, Conferencia "The Growing Trend Towards Bancassurance", Ernst & Young, Bruselas, mayo de 1992.
- SIERRA, R., 1986, *Tesis Doctorales y Trabajos de Investigación Científica*, Paraninfo, S.A., Madrid.
- SIGMA, 1991, *L'Assurance mondiale en 1989: chute de moitié du taux de croissance*, Compagnie Suisse de Réassurances, Études Économiques 2/91, Zúrique, pp. 18-26.
- SIGMA, 1992, *Bancassurance: banques et assurances entre concurrence et coopération*, Compagnie Suisse de Réassurances, Études Économiques 2/92, Zúrique.

- SIGMA, 1992, *L'Assurance mondiale en 1990: stagnation des affaires*, Compagnie Suisse de Réassurances, Études Économiques 4/92, Zurich.
- SIMMONDS, R.C., 1929, *The life assurance text-book*, Layton, Londres.
- SLOTTKO, S., 1991, *Deutsche Bank Goes It Alone?*, 3rd International Life Insurance Conference, "Making Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.
- STANDEN, P.; CASTELLANI, S.; 1992, *The Importance of Customer Satisfaction Management in the Banking Sector*, Seminar on Banking and insurance: Pressure on Profits: Pressure on Research, London, 29-31 enero de 1992, ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.
- STEVENS, M., 1992, *Using Bancassurance to Gain Market Entry*, Conferencia "The Growing Trend Towards Bancassurance", Ernst & Young, Bruselas, mayo de 1992.
- STOFFELS, A., 1991, *Bancassurance - les meilleurs scores vont aux banques avec des activités d'assurances*, Le Monde de l'Assurance, 22-5-1991, pp. 21-22.
- SUAREZ-LLANOS, C., 1991, *La Europa del seguro frente a su proceso de cambio*, en Boletín de Estudios Económicos, Vol. XLVI, Nº 142, abril 1991, pp. 119-132.
- SUNYER, J., 1992, *Apertura de las XXVII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros*, ICEA, Lanzarote, marzo 1992.
- SUTHERLAND, P., 1990, *Banca y seguros: una perspectiva comunitaria*, Revista da Banca, Nº 14, Lisboa, abril-junio de 1992, pp. 113-130.

- TALONE, J., 1990, *Le groupe BCP - l'innovation financière au Portugal*, CAPA, Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 7<sup>e</sup> Semaine Internationale du Marketing de l'Assurance, Communication n° 51 A, Paris, Mayo 1990.
- TARDY-JOUBERT, P., 1992, *Partenariat banque-assurance et service complet en gestion de patrimoine*, Banque, n° 533, diciembre 1992, Paris, pp. 1076-1151.
- TAYLOR, R., 1991, *Insurance and Wealth - Private Banking Grows Linkages*, 3rd International Life Insurance Conference, "Making Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.
- TEJERO, J.; TEJERO, E.; 1989, *Producción de seguros privados: agentes y corredores*, Caser, Madrid.
- THE ECONOMIST PUBLICATIONS, 1990, *Insurance in a changing Europe 1990-95*, Special Report, n° 2068, noviembre.
- THUREAU-DANGIN, P., 1990, *Bancassurance, les faux amants*, Dynasteurs, Marzo 1990, (5 páginas).
- TIRADO, F., 1992, *Problemática del Empleado Productor, del Subagente y del Empleado del Corredor. Transformación de Corredor en Agente*, Previsión y Seguro, Revista Técnica de Seguros, Centro de Estudios del seguro, S.A., Madrid, n°17, mayo-junio 1992, pp. 51-62.
- TORRE, J., 1988, *Planes y Fondos de Pensiones Privados*, Caser, Madrid.
- TRUBAC, C., 1990, *Sistemas alternativos de distribución ¿Que es lo que crea la excelencia en la gestión?*, ICEA, 25 Jornadas de Estudio para Directores Generales y Altos Ejecutivos, "Canales de Distribución del Seguro. Situación y perspectivas.", Tenerife, Marzo de 1990.

- TULIPE, J., 1992, *Managing the "Cannibalisation" Risk*, Conferencia "The Growing Trend Towards Bancassurance", Ernst & Young, Bruselas, mayo de 1992.
- UCKERMANN, E., 1992, *Directs Sales in Life Insurance: Barriers and Opportunities*, Seminar on Banking and insurance: Pressure on Profits: Pressure on Research, London, 29-31 enero de 1992, ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.
- UNESPA, 1988, *Texto Refundido de la Ley y Reglamento de la producción de seguros privados*, Madrid.
- UNESPA, 1991, *Información sobre el seguro en la Comunidad Económica Europea*, nº 13, Madrid, abril 1991.
- UNESPA, 1992, *El seguro español en cifras - 1990 y 1991*.
- UNESPA, 1993, *Estadística de seguros*, Avance 1992, Madrid.
- UNESPA, 1993, *Información sobre el seguro en la Comunidad Económica Europea*, Información CEE, nº 18, Madrid, junio 1993.
- URIA URIA, S., 1992, *Competir con éxito en los 90. Un punto de vista*, ICEA, XXVII Jornadas de Estudio para Directores del Sector Seguros, Lanzarote, marzo 1992.
- USQUIN, B., *L'optimisation des synergies entre banque et assurance*, Les Rencontres Internationales du CAPA, 8<sup>e</sup> SIMA, Paris, 7 - 10 junio.
- VALCKENAERE, G., 1989, *Recent developments in financial services in Belgium*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA- European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.

- VALENZUELA, F., 1990a), *Actividad bancaria y actividad aseguradora: algunos aspectos de integración y competencia*, Revista de Derecho Bancario y Bursátil, octubre-diciembre, 1990, pags. 853- 891.
- VALENZUELA, F., 1990b), *La red bancaria como soporte de distribución de seguros - experiencia Plus Ultra - CAPA*, Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 7e Semaine Internationale du Marketing de l'Assurance, Communication n° 13 B, Paris, Mayo 1990.
- VAN MAMEREN, H., 1989, *Twenty years of cooperation*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA- European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.
- VARELA UÑA, J., 1989, *A strategy for mixed distribution*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA- European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.
- VARELA UÑA, J., 1990, *Distribución del seguro. Reflexiones sobre el caso español* ICEA, 25 Jornadas de Estudio para Directores Generales y Altos Ejecutivos, "Canales de Distribución del Seguro. Situación y perspectivas.", Tenerife, Marzo de 1990.
- VELASCO, E., 1991, *Las tres caras ¿de una misma moneda?*, Marketing y Ventas, n° 51, septiembre 1991, pp. 22 - 23.
- VENARD, B., 1992, *Optimizing Distribution Channels*, Seminar on Banking and insurance: Pressure on Profits: Pressure on Research, London, 29-31 enero de 1992, ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.
- VERLUCA, M., *La distribución del seguro por la vía asociativa*,

- ICEA, 25 Jornadas de Estudio para Directores Generales y Altos Ejecutivos, "Canales de Distribución del Seguro. Situación y perspectivas.", Tenerife, Marzo de 1990.
- VILA, A., 1993a, *Perspectivas del ramo vida y pensiones*, ICEA, Perspectivas del seguro y de la economía para 1993, Documento nº 153, PL - 28, Madrid, marzo 1993.
- VILA, A., 1993b, *La política de calidad y el servicio en el Grupo Asegurador de la Caixa*, Les Rencontres Internationales du CAPA, Paris, junio 1993.
- VIVAS, M., 1992, *Posibles tendencias en el mercado único*, Institute for International Research España, S.A., Conferencia "La Distribución del Seguro . Perspectivas y tendencias en los próximos tres años.", Madrid, abril de 1992.
- VOISARD, M., 1990, *Perspectives bancassurance*, CAPA, Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, 7e Semaine Internationale du Marketing de l'Assurance, Communication nº 13 C, Paris, Mayo 1990.
- WALLER, A., 1992, *Global Impact of Bancassurance*, Conferencia "The Growing Trend Towards Bancassurance", Ernst & Young, Bruxelles, mayo de 1992.
- WARNER, J., 1989, *T.S.B. - Building on 21 years of experience*, Banking and insurance. Optimising synergy to win customers, EFMA- European Financial Management and Marketing Association, Madrid, Noviembre-diciembre de 1989.
- WATKINS, N., 1992, *Recession and the Financial Decisions of Smaller Business*, Seminar on Banking and insurance: Pressure on Profits: Pressure on Research, London, 29-31 enero de 1992, ESOMAR - European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.

- WEBER, W., 1990, *Marketing directo. Amigo o enemigo?*, ICEA, 25 Jornadas de Estudio para Directores Generales y Altos Ejecutivos, "Canales de Distribución del Seguro. Situación y perspectivas.", Tenerife, Marzo de 1990.
- WEIN, A.; TURTON, C.; 1992, *Measuring bancassurance success*, Conferencia "The Growing Trend Towards Bancassurance", Ernst & Young, Bruselas, mayo de 1992.
- WEINREICH, J., 1991, *Colonia Lebensversicherung Shuns The Herd Instinct*, 3rd International Life Insurance Conference, "Making Allfinanz Work", Londres, marzo 1991.
- WILSON, M., 1990, *Retos que habrá de afrontar la industria del seguro de vida en los 90*, ICEA, 25 Jornadas de Estudio para Directores Generales y Altos Ejecutivos, "Canales de Distribución del Seguro. Situación y perspectivas.", Tenerife, Marzo de 1990.
- YATES, B. y otros, 1991, *Swiss Banks and Insurers*, European Financials, Fox-Pitt, Londres, julio 1991, pp. 1-22.
- ZABALA, A., 1991, *Planes y Fondos de Pensiones*, Boletín de Estudios Económicos, Vol.XLVI, nº142, abril 1991, Universidad Comercial de Deusto, Bilbao, pp. 27-42.
- ZELTZER, E., 1990, *Marché des particuliers et marchés des entreprises: deux nouveaux observatoires du CAPA*, CAPA - Comité d'Action pour la Productivité dans l'Assurance, Diversification, multidistribution et efficacité commerciale - Rendez-vous d'Octobre - Nice 1989, COM - nº 201, abril 1990, Paris.
- ZUÑIGA, J., 1990, *Ranking por grupos aseguradores y primas totales 1990*, Actualidad Aseguradora, Madrid.