

TÍTULO: La actividad de bancaseguros en el mercado asegurador español: modelos y nivel de implantación.

AUTOR: Francisco Montijano Guardia
Universidad de Jaén
Departamento economía aplicada
Despacho 7259
Campus Las lagunillas s/n 23071 Jaén
Correo: fguardia@ujaen.es
Teléfonos: 953212068; Fax: 953-212077

Resumen:

La actividad de bancaseguros está considerada un movimiento empresarial que surge en respuesta a los cambios del entorno. En el entorno asegurador de nuestro país han concurrido determinados factores que han impulsado este movimiento y que ha tenido como modelo preferente de implantación el de servicios financieros integrados. Con la bancaseguros, las entidades bancarias han liderado la desintermediación financiera, ejerciendo un control sobre los recursos captados por la actividad aseguradora y teniendo como principal factor de competitividad sus propias redes de distribución.

Palabras clave: mercado asegurador español, ramo de vida, bancaseguros

1.- Introducción

Las entidades de seguros básicamente se definen como empresas de servicios financieros asistenciales que presta un servicio público, gestionado privadamente. Además, al seguro se le reconocen, en el ejercicio de su actividad, importantes funciones en el orden económico y social. En este sentido y desde una perspectiva microeconómica, los individuos son adversos al riesgo, y el seguro trata de resolver de manera razonable la conversión de riesgos individuales por agrupación en sucesos medios ciertos. Por lo tanto, el seguro contribuye a sostener y equilibrar el sistema económico, minimizando o en su caso, eliminando los riesgos personales y/o empresariales.

Dentro del contexto económico nacional, la actividad aseguradora está acumulando un notable peso dentro del sector servicios, con tasas de crecimiento en su producción que superan el propio ritmo de crecimiento de la economía española. Así, la tasa de participación del seguro ha ido incrementándose progresivamente en los últimos 20 años. En concreto, en 1970 esta participación se fijaba en el 1,5 por ciento sobre el P.I.B. mientras que en 2003 se sitúa en el 7,42 por ciento.

En el contexto sectorial, el sector asegurador ha estado inmerso en un importante proceso de reestructuración empresarial. Un proceso que ha estado marcado por una nueva posibilidad estratégica de relación entre entidades bancarias y aseguradoras. La actividad de bancaseguros está considerada un movimiento empresarial que surge en respuesta a los cambios del entorno y que sus

posibilidades de éxito están concebidas en función del proceso de acercamiento entre entidades y atendiendo a los objetivos que se pretenden alcanzar.

Así pues, es en este contexto de relación empresarial donde establecemos nuestro objetivo, con un doble propósito. Primero, con el estudio de los factores que han impulsado la aparición de las relaciones banca-seguros en nuestro país. Segundo, contemplar los distintos modelos de esta relación y ponderar su nivel de implantación. En función de estos objetivos el trabajo comprende los siguientes apartados, además, de esta introducción. En el segundo de los apartados, abordamos los determinantes iniciales que han impulsado esta relación. El tercer apartado acomete desde una amplia perspectiva, los factores que fortalecen esta relación. El cuarto apartado aborda, desde una vertiente práctica, los modelos que implementan este movimiento empresarial, en función de los objetivos que se pretenden alcanzar y de los ámbitos de relación que deseen promoverse. El quinto apartado analiza cuantitativamente la banca-seguros. Finalmente, extraemos a modo de conclusión las reflexiones más significativas.

2. Antecedentes de las relaciones banca-seguros en España

En España, las relaciones banca-seguros han estado presididas por la tradicional vinculación existente entre compañías de seguros¹ y entidades bancarias, siendo aquellas cautivas de éstas. Sin embargo, este tradicional dominio de la banca

¹ España es uno de los países donde la presencia de la banca en el seguro tiene más tradición, ya que el grupo Banco Bilbao-Vizcaya posee la compañía de seguros Aurora Polar desde hace aproximadamente 70 años, además de ser el propietario de Euroseguros desde 1974.

ha tenido un carácter financiero/industrial, ya que generalmente ambos negocios se gestionaban aparte, incluso en el uso de la red bancaria para la posible comercialización de productos aseguradores.

Este singular carácter financiero/industrial ha estado determinado por la propia legislación. En efecto, la legislación impedía, hasta hace poco tiempo, el interrelacionamiento entre ambas actividades. Por ejemplo, la anterior legislación presentaba serias incompatibilidades para la comercialización de productos de seguros a través de la banca. Varias son las razones apuntadas para justificar esta separación, en primer lugar, la derivada del carácter específico del negocio de cada una de ellas: la banca se dedica a la gestión del balance, y el negocio de los seguros reside fundamentalmente en su cuenta de explotación.

Prieto Pérez, E. (1996, pág. 34) señala que la "... separación encuentra su fundamento en la naturaleza de las operaciones² que les son propias, y por esta misma razón, las directivas comunitarias no contemplan la posibilidad de consolidar las entidades aseguradoras con las entidades de crédito". Así pues, la separación entre las entidades de crédito y las entidades aseguradoras es tajante, en cuanto al desarrollo de sus actividades respectivas.

En cambio, el entorno legislativo vigente ha permitido el acceso de las entidades bancarias a la condición de agente³, corredor o mediador de seguros. Este

² El modelo actual de gestión de las entidades aseguradoras, el cálculo de las provisiones técnicas, las operaciones de reaseguros y las terminologías contables no permiten la consolidación.

³ Esta oportunidad se señala en la Ley de Mediación en Seguros Privados, de 30 de abril de 1992

acceso puede concretarse en diversas posibilidades de actuación del banco, por ejemplo, como tomador con el objeto de distribuir el seguro entre su propia clientela. En virtud de este cambio, las cuestiones reglamentarias han desarrollado un papel clave en el inicio de este acercamiento banca-seguros. Así pues, el cambio normativo admite la distribución de productos de seguros por parte de las instituciones financieras y, en particular, por las entidades bancarias. Iglesias, J.L. (1992, pág. 50) señala que “Esta presencia no implica, en efecto, que las referidas entidades hagan seguros, es decir, asuman contractualmente riesgos de daños o de personas, sino que se traduce simplemente en una intermediación entre el cliente que lo es de determinados productos bancarios y las entidades aseguradoras...”. Además, la normativa⁴ vigente permite la creación de filiales bancarias por parte de las aseguradoras y, el hecho contrario, la creación de filiales de seguros por iniciativa de empresas bancarias.

Sin embargo, conforme a las reglamentaciones en vigor, únicamente las empresas que han recibido autorización expresa están habilitadas para actuar en los servicios de seguros. En este sentido, la producción del servicio asegurador por un

en cuya exposición anuncia que “... las Entidades Aseguradoras podrán celebrar contratos de Agencia con cualesquiera personas físicas o jurídicas que tengan capacidad legal para el ejercicio del comercio, principio que se traduce en la posibilidad de utilizar para la producción de seguros las redes de distribución, por ejemplo, de bancos o entidades financieras, grandes almacenes, etcétera”

⁴ No existe en nuestro ordenamiento una específica prohibición de las inversiones de entidades bancarias en entidades aseguradoras y viceversa. La ley 26/1988, de 29 de julio, sobre Disciplina e Intervención de las Entidades de Crédito, establece- en su disposición adicional segunda- un deber de comunicación al Banco de España y a la propia entidad afectada “... toda participación en el capital de una entidad de crédito española que, directa o indirectamente, suponga la titularidad o el control del 5 por ciento o más del capital social de la misma” por su parte, el apartado 8 de la disposición adicional primera de la misma ley, hizo extensivo el mismo deber de comunicación a las participaciones en sociedades de seguros y reaseguros.

banco o cualquier otra empresa está totalmente prohibida⁵. También está prohibida la fusión de una empresa de seguros con cualquier otro intermediario financiero, ya que el efecto resultante es el mismo. En definitiva, el banco si opta por la ampliación de su oferta necesita de una compañía de seguros, que es la única entidad legalmente capacitada para la producción del seguro. Sin embargo, sí se admite la intermediación del banco entre el cliente y la entidad aseguradora.

En consecuencia, este marco reglamentario ha supuesto un primer paso para iniciar el acercamiento entre las actividades de banca y de seguros. Actualmente, partimos de una reglamentación más indulgente que permite la entrada en el capital social de una compañía de seguros por parte de un banco y liberaliza las posibilidades de distribución de seguros por entidades bancarias.

En definitiva la regulación limitó, durante muchos años, la cooperación entre entidades financieras y de seguros. En este sentido, los cambios legislativos han supuesto los antecedentes básicos en las relaciones banca-seguros. Además, este cambio es más significativo en nuestro país, ya que existe un gran número de aseguradoras las cuales pertenecen a grupos bancarios. Sin embargo, no podemos obviar la concurrencia de otros factores que conforman el entorno estratégico de esta relación en nuestro país.

3. Determinantes de la bancaseguros: actuales y tradicionales

⁵ Esta prohibición está señalada en las Directivas 90/618/CEE; 92/49/CEE y 92/96/CEE, es decir, 2ª Directiva de Seguros Vida, 3ª Directiva Seguros de Daños y 3ª Directiva Seguros de Vida. Su transposición queda contenida en la Ley 30/1995, de 8 de noviembre, sobre Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados.

Además del ámbito normativo han concurrido otros factores propicios para que banca y seguros establezcan algún tipo de relación. Desde una perspectiva general, el inicio de esta relación ha estado determinado por el crecimiento de los fondos de pensiones y de jubilación como productos financieros. Gardener E.P.M; Carbo, S.; Molyneux, P. y Willians, J. (1998, pág. 334) afirman "que una menor provisión de pensiones de jubilación (unido al envejecimiento de la población europea) ha sido un importante estimulante de las estrategias de universalización (allfinanz y bancassurance)". En este sentido, los bancos están mejor preparados en los aspectos de comercialización del producto. Sin embargo, las compañías de seguros disponen de ventajas comparativas en la producción, debido a la gran similitud tecnológica y productiva que existe entre los productos de vida y los planes de pensiones. Así pues, entidades bancarias y aseguradoras buscan fórmulas de asociación en el terreno comercial y en el ámbito de la producción para reforzar su competitividad en el mercado del ahorro privado a largo plazo.

De carácter general, también, hemos de subrayar los cambios del entorno financiero que a través de los procesos de desregulación⁶ y desintermediación financiera operan empujando a entidades bancarias a buscar negocios alternativos al tradicional y a compañías de seguros a buscar nuevas vías de comercialización. En este sentido, las entidades financieras, motivadas por pérdidas de ingresos procedentes de su negocio tradicional, se han visto en la necesidad de obtener

⁶ El concepto de desregulación financiera hace referencia a la eliminación de normas restrictivas de ciertas operaciones, actividades o prácticas financieras, exclusivamente bancarias, y se extiende hasta orientaciones comunitarias en cuestiones de liberalización, constituyendo, a todos los efectos, un marco general con incidencias múltiples.

ingresos complementarios, por ejemplo en concepto de comisiones, diversificando sus líneas tradicionales de negocio por medio de la creación de grupos financieros.

Asimismo hemos de mencionar el rol desempeñado por los cambios económicos y culturales en el impulso de la bancaseguros. El incremento de la renta de las familias junto a un mayor conocimiento de las distintas posibilidades ofrecidas por las entidades financieras y aseguradoras, han modificado los hábitos de consumo y de ahorro de los españoles, en beneficio de la bancaseguros. Este cambio de actitud del cliente ha dado lugar a una situación donde la iniciativa de asegurar, actualmente, la toman los propios asegurados demandando el seguro para sus necesidades de cobertura de riesgos u ahorro. Esta actitud junto a la proximidad del canal bancario, "... fomenta la venta pasiva de los productos de seguros, y el crecimiento vegetativo y la respuesta a la demanda viene principalmente por la presión de la clientela, más que por el comportamiento activo de los vendedores" (Martínez Vilches, R.; 1996, pág. 61). Este cambio de comportamiento se va consolidando: en 1999 el 16,8 por ciento de los usuarios financieros habían contratado algún seguro a través de redes bancarias frente al 10,8 por ciento de 1994 (FRS⁷ - Grupo Inmark; 1999, pág. 51).

Además de los factores externos y sectoriales, este acercamiento se ha sustentado en un ámbito de complementariedad empresarial y de negocios. En el primero, las actividades de banca y seguros se complementan en el uso de la red de

⁷ Datos procedentes de un estudio realizado sobre una muestra de 8.000 personas, mayores de 18

distribución, personal, tecnología, etc., y/o se complementan en su desarrollo comercial. En este sentido, la distribución se sitúa como el elemento competitivo clave: el sistema bancario español se caracteriza por poseer una densa⁸ red de sucursales distribuidas por todo el territorio nacional.

Por otra parte, las relaciones banca-seguros descansa en un ámbito de complementariedad tradicional que surge del propio desarrollo de sus actividades principales. Las entidades bancarias realizan operaciones de activo, por ejemplo, la concesión de créditos y préstamos a sus clientes. Operaciones que en muchas ocasiones carecen de algún tipo de garantía y, por tanto, necesitan de algún tipo de cobertura aseguradora. Éste constituye un aspecto contemplado desde hace tiempo, que revela el interés de la banca hacia la actividad aseguradora como actividad que complementa su actividad principal y viceversa. A este respecto Lasheras- Sanz A. (1939, pág. 1) afirma que "... el banquero y el asegurador efectúan operaciones financieras opuestas que no tienen más punto de contacto que el riesgo. La misión de la banca es conceder créditos, en tanto que la del seguro es garantizarlos; por consiguiente, no existe competencia, sino que, por el contrario, se complementan, pues la Banca en la concesión de crédito trata de eliminar el riesgo que no puede sino producirle pérdidas y el seguro busca como finalidad objetiva el riesgo que debe producirle beneficio". En este aspecto, la entidad bancaria está reforzando, de hecho, las operaciones financieras, asegurando las obligaciones de

años y residentes en poblaciones de más de 2.000 habitantes.

⁸ España tiene la mayor densidad bancaria de toda Europa con cerca de 30.000 puntos de venta.

los clientes, por ejemplo mediante el seguro de amortización de créditos o seguros de incendios ligados a créditos hipotecarios.

4. Modelos de negocio

Los distintos modelos bajo los cuales pueden implementarse la bancaseguros, abarcan desde una relación comercial entre entidades, hasta modelizaciones que conllevan implicaciones estructurales y organizativas, principalmente, de la entidad bancaria hacia el desarrollo del seguro. La iniciativa puede ser conjunta, por ejemplo, mediante acuerdos empresariales o comerciales, donde predomina que la entidad bancaria actúe como canal agencial; o puede ser individual, cuando se plantea la creación o adquisición de empresas filiales (cuadro núm. 1.

En los acuerdos de distribución, la entidad bancaria planea, principalmente, objetivos de complementariedad estratégica del seguro con su negocio principal. Mediante los acuerdos, la entidad bancaria recibe unos honorarios por utilización de su red, no comparte la base de datos y no acomete inversiones en la aseguradora. Sin embargo, la entidad aseguradora pretende con los acuerdos de distribución que los productos aseguradores⁹, tengan una más amplia comercialización y, por tanto, le permita un acceso a nuevos segmentos de mercado. Este aspecto ha sido estudiado por FRS (1999, pág. 53), que confirma que entre los que poseen un seguro de vida a través de entidades financieras, se

⁹ Algunos de estos productos se diseñan específicamente para ser distribuidos por el canal bancario,

produce también la utilización del seguro de hogar en el 33 por ciento de los casos, del automóvil en el 8 por ciento, de amortización de créditos en el 6,4 por ciento, de accidentes en el 6,2 por ciento de ellos y de asistencia sanitaria en el 3 por ciento. En suma, ambas entidades pretenden beneficiarse del hecho de que los clientes consuman un mayor número de productos aseguradores a través de las entidades bancarias.

En el mercado español se han establecido acuerdos significativos. La aseguradora Sanitas, del ramo de salud, ha llegado a acuerdos de distribución con Deutsche Bank y Bankinter. Estos acuerdos comprenden desde la emisión y gestión de recibos hasta inversiones, domiciliaciones, cobros por tarjetas, etc. Otro acuerdo, es el realizado por Deutsche Bank con DKV Previa, por el que el banco se lleva una comisión fija a través de su correduría y las pólizas de salud se distribuirán a través de todos los canales de los que dispone el grupo bancario. También, La aseguradora AEGON mantiene en vigor 18 acuerdos con distintas entidades bancarias, citamos a modo de ejemplo Bankpyme, Citibank, etc.

En cambio, con las alianzas estratégicas se busca la integración en el desarrollo de productos, prestación de servicios y gestión de canales. Este compromiso requiere inversiones en tecnología y formación en personal. Además, queda abierta la posibilidad de compartir las bases de datos de clientes. Desde la óptica específica de las compañías de seguros, la bancaseguros supone aprovechar las enormes carteras de clientes de las entidades bancarias ideales

con la incorporación de nuevas tecnologías.

para la distribución de seguros de masa. En otros casos, la alianza con un banco permite financiar nuevos desarrollos de negocio y aumentar la confianza del público en la aseguradora. En el mercado español, destacamos la alianza llevada a cabo entre Caja Madrid y Mapfre creando un holding que agrupa los seguros generales, vida y de salud de ambos grupos. El 51 por ciento del holding corresponde a Mapfre y el 49 por ciento restante a Caja Madrid, con intercambio de acciones. El acuerdo recoge la utilización de los 4.200 puntos de venta que reúnen ambas entidades para la distribución conjunta de servicios bancarios y de seguros. El objetivo final es contribuir al aumento de la dimensión de las dos entidades en el mercado nacional e internacional, con una gestión compartida de los negocios integrados. Asimismo, se pretende con esta alianza reducir los gastos de explotación, y potenciar la capacidad de expansión y crecimiento del negocio a través de la red de agentes del Grupo Mapfre.

La modalidad de joint-venture entre una entidad bancaria y una aseguradora como iniciativa conjunta consiste en la puesta en marcha de una compañía de seguros en común, distribuyendo gastos y beneficios. En el seno de esta colaboración, la entidad bancaria ofrece la canalización de los productos del grupo asegurador a través de sus sucursales; y la compañía de seguros pone al servicio del banco los productos y la administración de los mismos. Algunos ejemplos del panorama español: Metropolitan Life Insurance Company que opera junto con el Banco de Santander Central Hispano con la creación de Génesis, y el caso del Banco Popular y Allianz Ras con la creación de Eurovida y

Europensiones. En España, este modelo ha sido preferentemente adoptado por los grandes bancos y las aseguradoras extranjeras.

En el supuesto de grupos de servicios financieros, generalmente, la entidad bancaria crea o adquiere una filial aseguradora. Con la creación se establece una colaboración tecnológica puesto que la entidad aseguradora surge de la propia organización bancaria. Esta integración organizativa implica y facilita compartir proyectos, aplicaciones, ideas, información y recursos que se intentan disponer de forma integrada (Pablos, C, y Montero, A.; 1998, pág. 121). Esta integración les permite controlar el proceso de producción, mejorar la calidad y reducir los costes externos, por ejemplo, los costes ligados a la información.

Éste ha sido el modelo predominante en España porque las entidades bancarias no se conforman con los beneficios de la distribución sino que pretenden estar en la organización y producción del seguro. En el mercado asegurador español existe un gran número de aseguradoras que son ejemplos representativos de este tipo de planteamiento, en el que la actividad aseguradora surge por desarrollo interno y queda integrada plenamente en la estructura del banco. Por ejemplo, las aseguradoras, BBVA Seguros, BCH Vida, Génesis, Bansabadell Vida, Banesto, Bankinter Seguros de Vida, S.A., Banesto Seguros Cía Aseguradora, Barclays Vida y Pensiones y Santander Seguros y Reaseguros. También, es significativo el papel de las cajas de ahorro españolas en la creación de sus propias entidades aseguradoras especializadas en el ramo de seguros vida, por ejemplo, Vida Caixa, Caser, Ascat vida, etc.

5. Bancaseguros: penetración y distribución

El objetivo de este apartado es el de ponderar la bancaseguros bajo una doble vertiente: a) calculando las cuotas de mercado de aquellas aseguradoras en las que las entidades bancarias tienen una participación de control, normalmente del 50 por ciento o más; y, b) cuantificando la comercialización de seguros realizada a través de oficinas bancarias.

Desde la primera vertiente, el cuadro núm. 2 muestra la evolución de la actividad aseguradora controlada por entidades de bancaseguros tanto en el ramo de vida como en el ramo no vida. En primer lugar, la penetración estimada en productos vida, en 1992, asciende al 41 por ciento sobre el total del ramo. Esta dedicación como negocio se acentúa en el transcurso de los próximos años y, para el año 2000, las entidades de bancaseguros controlan hasta un 66 por ciento del negocio de vida, 16.911 millones de euros correspondientes a más de nueve millones de pólizas. Estos datos nos confirman que el mercado español de bancaseguros es a nivel mundial uno de los más desarrollados. No obstante, este crecimiento tan fuerte no es exclusivo de la bancaseguros sino que también se debe atribuir al incremento medio anual del 30 por ciento que en los últimos quince años se ha registrado en el mercado de vida y a la fuerte implementación del negocio de bancaseguros procedente de las cajas de ahorro. Las cajas de ahorro por su volumen de negocio representan en la actualidad el 50 por ciento de las primas de vida de bancaseguros (SCOR, 2003).

El negocio total de las entidades de bancaseguros en seguros de vida asciende a 16.911 millones de euros, por lo que supera a las no bancarias, cuadro núm. 5. De este negocio, el ahorro colectivo mantiene una participación del 28 por ciento frente al 72 por ciento del seguro individual. Con los seguros de vida *unit linked*, las compañías de seguros tienen la oportunidad de que los ahorradores consideren el seguro de vida como un producto de ahorro que proporciona una rentabilidad de mercado asociada a un determinado nivel de riesgos.

En segundo lugar, la penetración de la bancaseguros en seguros no vida se mantiene prácticamente invariable, con una participación en torno al 4 por ciento del mercado. En efecto, las entidades banco-aseguradoras no tienen como ámbito de negocio preferente la dedicación a los seguros no vida. En algunos casos, el dominio de este negocio corporativo se lleva a cabo utilizando estrategias de distribución diferentes al canal bancario, por ejemplo, la venta por teléfono, agentes o corredores como canales para facilitar servicios al cliente, consiguiendo de esta forma los beneficios de la suscripción.

Desde la segunda vertiente, ponderamos el negocio distribuido por redes bancarias. Un canal que se revela competitivo apoyado en ventajas como: a) la posibilidad de realizar un contacto de más calidad y más frecuente con los potenciales clientes; b) el mayor grado de confianza, elemento fundamental para comprar un producto asegurador; c) el mayor número de clientes potenciales y la mayor capilaridad en las redes de distribución. El cuadro núm. 3 muestra la

evolución del negocio distribuido por el canal bancario. Durante 1992, la distribución por redes bancarias ascendió al 10,69 por ciento del total del negocio asegurador. En el año 2000, la distribución se incrementa sensiblemente hasta suponer el 46,32 por ciento del negocio asegurador.

Sin embargo, el examen por ramos es diferente, deduciéndose que la distribución está condicionada por los productos a comercializar. Si consideramos los principales ramos del sector: vida, salud, autos, riesgos industriales y multirriesgos, advertimos distintos niveles de distribución. En el ramo de vida, cabe resaltar la creciente presencia, hasta el 72,22 por ciento del ramo, que han adquirido las oficinas bancarias como canal asegurador. Situación que se justifica principalmente porque la mayoría de las aseguradoras que han iniciado su actividad en vida en la década de los noventa son de procedencia bancaria.

Para el ramo multirriesgo se constata una tendencia favorable en la mediación de la banca y cajas de ahorro, con respecto a la situación observada en 1992. En este ramo, el canal incrementa su participación en un 6,03 por ciento respecto a 1992. Este empuje se realiza en detrimento de la distribución realizada por los agentes y oficinas de la entidad. Paralelamente, hemos de subrayar la tendencia favorable del ramo de salud, que partía de niveles prácticamente nulos y, en el año 2000, canaliza un 8,22 por ciento de las primas del ramo. Sin embargo, la distribución del seguro de automóviles y riesgos industriales no manifiesta cambios significativos. De los datos anteriores se desprende que las oficinas bancarias están cada vez asumiendo un papel más activo como canal asegurador.

6. Reflexiones finales

Por último, queremos exponer algunas de las reflexiones más significativas extraídas de este trabajo. En primer lugar, hemos de concluir que el conjunto de transformaciones económicas, sociales y legales acaecidas en nuestro país han conformado un escenario favorable para la implantación de relaciones entre entidades bancarias y aseguradoras.

Además, esta relación se ha desarrollado en el campo operativo, en el comercial, financiero y de negocios. En concreto, se le reconoce una complementariedad entre el canal bancario y la distribución de seguros que se beneficia de las ventajas de esta red comercial bancaria.

Por otro lado, podemos confirmar el creciente control corporativo que las entidades bancarias ejercen principalmente sobre el seguro de vida como fuente de captación de recursos. En este control, la red de sucursales bancarias ha sido un aspecto clave, pues ha mantenido una favorable trayectoria en la comercialización y la distribución de productos del ramo de vida, asumiendo un papel más activo como canal de oferta. En cambio, de la gama de productos no vida, únicamente el seguro multirriesgo parece tener cierta aceptación.

Cuadro Núm. 1
Modelos de Negocios

Modelos	Descripción	Objetivos
Acuerdos de distribución	Los bancos distribuyen productos de seguros de vida a cambio de ingresos por honorarios. No comparten o sólo en parte bases de datos de clientes. Inversiones limitadas.	Distribución pasiva de seguros a través de la red bancaria
Alianzas estratégicas	Integración en el desarrollo de productos, prestación de servicios y gestión de canales. Posibilidad de compartir bases de datos de clientes. Se requieren inversiones en tecnología y en personal de ventas.	Cooperación entre intermediarios financieros de diversos sectores
Joint ventures	Propiedad compartida de productos y de clientes. Se comparten bases de datos de clientes. Se requieren compromisos fuertes y a largo plazo.	Cooperación entre compañías de diversos sectores, tamaños y experiencias
Grupos de servicios financieros	Las operaciones y sistemas se pueden integrar completamente. Alta capacidad de fidelización en los clientes y otras prestaciones de servicios bancarios. Servicios financieros completos. Potencial para productos completamente integrados.	Participación activa en el negocio asegurador, objetivos de eficiencia y dominio del mercado de seguros.

Fuente: SIGMA (2003). Elaboración propia

Cuadro núm. 2
Evolución de la penetración¹⁰ del negocio de bancaseguros
(en tanto por ciento del total del negocio asegurador)

Línea de productos/años	Grado de penetración			
	1992	1996	1998	2000
Seguros de vida	41,0	43,1	55,1	66,0
Seguros no vida	3,0	4,0	4,3	4,4

Fuente: Dirección General de seguros (varios años). Elaboración propia.

Cuadro núm. 3
Distribución bancaria por ramos en España, 1992-2002
(porcentajes sobre total negocio)

	1992	2000
Total vida	31,70	72,22
Total salud	0,15	8,22
Autos	0,62	0,86
Riesgos industriales	1,97	2,20
Multirriesgo total	5,93	11,96
Total	10,69	46,32

Vida: incluye el seguro individual y el colectivo.

Multirriesgo: modalidades que cubren el hogar, las comunidades, los comercios y la pequeñas industrias.

Autos: integrado por el seguro de suscripción obligatoria y voluntaria.

Industriales: formado por aquellos seguros que cubren las grandes industrias.

Salud: recoge los seguros de asistencia sanitaria y enfermedad.

Fuente: ICEA: (Varios años).

Bibliografía

BENGOECHEA, J. (1990): "Desafíos y respuestas en la banca española", *Papeles de Economía Española*, núm. 44, págs. 26-47.

¹⁰ Tanto para los seguros de vida como los seguros de no vida, la penetración se mide como porcentaje de las primas suscritas por entidades de bancaseguros.

BENGOECHEA J. y PIZARRO J. (1993): "Las nuevas fronteras del negocio bancario", *Papeles de Economía Española*, núm. 54, págs. 85-112.

BENGOECHEA J. y PIZARRO J. (1994): "El catalizador del cambio en el negocio bancario. La desintermediación", *Papeles de Economía Española*, núm. 48, págs. 78-89.

CARBÓ VALVERDE, S. y RODRIGUEZ FERNANDEZ F. (1998): "Destinos financieros del ahorro de las familias: una comparación internacional", *Cuadernos de Información Económica*, núm. 11, págs. 57-64.

CARBÓ VALVERDE, S. y RODRIGUEZ FERNANDEZ F. (1999): "El ahorro familiar: situación y previsiones para 1999", *Cuadernos de Información Económica*, núm. 151, págs. 97-106.

CONTRERAS, C. (1999): "Seguros vinculados a fondos: su evaluación bajo un enfoque de economía pública", *Cuadernos de Información Económica*, núm. 152/153, págs. 109-120.

DIRECCION GENERAL DE SEGUROS (varios años): Balances y cuentas, entidades aseguradoras, Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid.

FRS - GRUPO INMARK; (1999): "Los españoles como usuarios de productos de bancaseguros", *Aseguranza*, núm. 32, págs. 51-53.

GARCÍA ROA, J. (1994): "Criterios actuales de cooperación y adquisición de entidades por las cajas de ahorros españolas", *Perspectivas del Sistema Financiero*, núm. 48, págs. 236-246.

GARDENER, E.P.M. (1994): "Estrategias bancarias en la Unión Europea: las empresas de servicios financieros tras el informe Cecchini", *Perspectivas del Sistema Financiero*, núm. 48 págs. 187-201

GARDENER, E.P.M, MOLYNEUX, P. (1995): "Estrategias y estructura organizativa de los bancos en la nueva Europa", *Papeles de Economía Española*, núm. 65, págs. 99 - 114.

GARDENER, E.P.M; CARBO, S.; MOLYNEUX, P. y WILLIAMS, J. (1998): "El futuro de las cajas de ahorros en el mercado único financiero de la unión Europea", *Papeles de Economía Española*, núm. 74-75, págs. 332-433.

ICEA (Varios años): "Estadística sobre Canales de Distribución", Informe varios, Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras, Madrid.

MARTÍNEZ VILCHES, R. (1996): "Mercado potencial de banca-seguros. Naturaleza y gama de productos a comercializar", *Cuadernos de Información Económica*, núm. 113-114, págs. 57-66

MONTIJANO, F. (2001): *La diversidad de enfoques en la relación banca-seguros*, Universidad de Jaén y Fundación Mapfre Estudios, Madrid.

MUTH, M. (1994). "Cambios estructurales en el sector asegurador europeo. *Revista Harvar Deusto Business Review*, núm. 32, págs. 78-89.

PABLOS, C. y MONTERO A. (1998): "Relación de la arquitectura de la tecnología de información con la estructura organizativa en el sector asegurador", Dirección y Organización, *CEPADE*, núm. 22, págs. 121-130.

PINILLOS, M. J. y MARTIN, M. L.(1999): "El fenómeno de la bancaseguros desde una perspectiva estratégica", *Cuadernos de Información Económica*, núm. 152/153, págs. 121-130.

RALA, M. N. (1994): *Las relaciones banca-seguros. Una perspectiva desde el sector asegurador*. Centro de Estudios del Seguro, S.A. Madrid.

SANTOMERO, A.M. (1992): *Financial Managemen of Life insurance Companies. Banking and Insurance: A banking Industri Perspective*, Huebner Inernational Series on Risk, insurance, and Economic Security.

SCOR (2003): *El sector bancaseguros en el mundo*, Informe técnico, ISSN 1638-2846.

SANZ ARNAL, E.; (2000): "El seguro de vida como instrumento de captación de ahorro para las entidades financieras", *Perspectivas del Sistema financiero*, núm. 74, págs 37-52.

SIGMA (2003): "El negocio unit-linked en Europa occidental: ¿nuevamente con viento en popa?", *Sigma* núm. 3.