

The logo for BBVA Research, featuring the word "BBVA" in a bold, white, sans-serif font, followed by the word "Research" in a smaller, lighter weight of the same font. A small teal square is positioned to the right of the word "Research".

BBVA Research

Situación Seguros

Mayo 2018

A photograph of a modern, curved glass and concrete building with the BBVA logo on the upper facade. The building has a distinctive arched top and a series of white, vertical, fin-like structures. The foreground shows a courtyard with green trees and a paved walkway.

Creando Oportunidades

Índice

Editorial	3
1. Previsiones macroeconómicas de la economía española y del sector de seguros	4
2. Transformación digital y contratación on-line de seguros	6
3. Análisis del perfil de clientes de seguros a partir de datos Big data BBVA	11
4. Análisis de la situación del sector de seguros mediante la Encuesta de expertos del BBVA	16

Fecha de cierre: **04 de mayo de 2018**

Editorial

El sector de seguros tiene una indudable relevancia dentro del sistema financiero, como mecanismo de valoración y distribución de los riesgos que permite mejorar la asignación intertemporal de los recursos. Dentro de su labor de investigación económica y financiera, BBVA Research, en colaboración con BBVA Seguros, ha sentido la necesidad de poner en marcha la presente revista, que se editará semestralmente. Entre los objetivos de la revista se encuentra el análisis de la evolución y tendencias del sector seguros, su transformación digital, los impactos de los cambios en la regulación y en el perfil del usuario, y la comparación internacional y regional de todas estas tendencias.

La prioridad de esta publicación es complementar otras ya existentes en la materia con trabajos de investigación de calidad, poniendo a disposición del sector y de la comunidad académica la experiencia de BBVA Research en campos de la modelización, las previsiones, el análisis de grandes bases de datos con herramientas innovadoras (Big data) y el desarrollo de indicadores adelantados del sector a partir de encuestas de expertos.

Confiamos en que todo ello ayude a conocer mejor el sector y a impulsar la educación financiera entre la población, lo que constituye una apuesta estratégica para BBVA.

Santiago Fernández de Lis Alonso
Responsable de Sistemas financieros y
Regulación
BBVA Research

En primer lugar, me gustaría agradecer a BBVA Research su iniciativa de poner en marcha esta publicación periódica sobre seguros. Me tomo la libertad de hablar en representación del sector asegurador español, permitiéndome afirmar que es un gran privilegio para el conjunto de nuestra industria que un servicio de estudios con la reputación y la excelencia de BBVA Research dedique una parte de sus análisis e investigaciones a nuestro sector.

Lanzar esta publicación es un claro ejemplo de la importancia del sector asegurador en la marcha económica del país, a la vez que juega un papel fundamental para la estabilidad del conjunto de la sociedad, protegiendo a las familias y a las empresas, que es la razón de ser del seguro.

El sector asegurador tiene una gran capacidad para innovar y hacer evolucionar su modelo de negocio, gracias a la progresiva incorporación de las nuevas tecnologías como el big-data, el internet de las cosas, la inteligencia artificial y blockchain, por citar algunas, y que están facilitando la generación de nuevos modelos de negocio, pero que aún no son más que el principio de su transformación digital, y que será uno de los principales focos de atención y análisis por parte de BBVA Research.

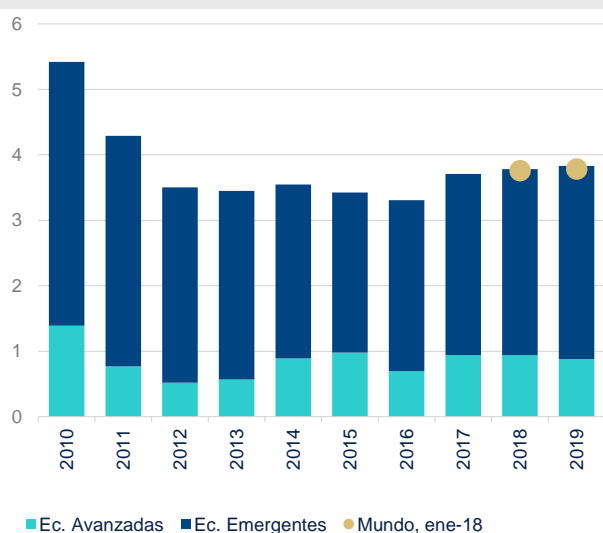
Eugenio Yurrita Goiburu
Consejero Delegado
BBVA Seguros

1. Previsiones macroeconómicas de la economía española y del sector de seguros

El entorno macroeconómico global y nacional

Las previsiones de BBVA Research¹ apuntan a que el crecimiento global se acelerará ligeramente en el bienio 2018-19 hasta el 3,8% (véase el Gráfico 1.1), gracias a la mejor evolución de la actividad en EE.UU., China y la Eurozona, pero especialmente apoyado en la recuperación de la inversión y del comercio. A pesar de la robustez del crecimiento mundial previsto, hay un aumento de la incertidumbre debido a las medidas proteccionistas adoptadas en EE.UU y al incremento de la volatilidad en los mercados.

Gráfico 1.1 Previsión crecimiento PIB mundial por áreas (%)



Fuente: BBVA Research a partir de FMI

Cuadro 1.1 Previsiones macroeconómicas de España

	2016	2017	2018	2019
Actividad				
PIB real	3,3	3,1	2,9	2,5
Consumo privado	2,9	2,4	2,2	2,0
Consumo público	0,8	1,6	1,7	1,9
Formación Bruta de Capital Fijo	3,3	5,0	4,8	5,4
Demanda Interna	2,5	2,8	2,6	2,6
Exportaciones	4,8	5,0	4,8	6,1
Importaciones	2,7	4,7	4,2	6,1
Demanda Externa	0,7	0,3	0,3	-0,1
Mercado de trabajo				
Tasa de paro (% población activa)	19,6	17,2	15,3	13,7
Hogares				
Renta disponible nominal	2,0	2,0	4,3	5,3
Tasa de ahorro (% renta nominal)	7,9	5,9	6,5	7,9

Fuente: Research a partir de INE y Banco de España

En España, los fundamentos de la economía avalan la continuidad del crecimiento en los próximos años, aunque a un ritmo menor que el observado desde el inicio de la recuperación. Estas expectativas se sustentan en la moderación del impulso hasta ahora proporcionado por la política monetaria expansiva y los bajos precios del petróleo, así como en el agotamiento de la demanda doméstica, embalsada y en un tono prácticamente neutral de la política fiscal. Así, el presente año se saldará con un crecimiento anual del 2,9%, mientras que en 2019 la economía avanzará el 2,5% (véase el Cuadro 1.1).

1: Ver BBVA Research: Situación España. Segundo trimestre de 2018. Entorno global, pp 5-9.
 Disponible en: https://www.bbva.com/wp-content/uploads/2018/04/Situacion_Espana_2T18.pdf

Perspectivas del sector asegurador en 2018 y 2019

El seguro de No Vida volverá a tomar un ligero impulso en los próximos dos años respecto a 2017 por la continuidad en la mejora del entorno económico, con especial foco en el entorno de los hogares que verán en su conjunto aumentar su renta bruta disponible en un entorno de mayor confianza por la caída del desempleo (véase el Cuadro 1.1). Así, se espera que el negocio No Vida aumente hasta 4,4% en 2018 y hasta el 4,7% en 2019 (véase el Cuadro 1.2).

El seguro Auto podría experimentar una ligera aceleración hasta el 5,1%, y que podrían alcanzar el 7,0% en 2019 apoyada en unas ventas que seguirán aumentando dado el envejecimiento del parque automovilístico, la mejora de las rentas familiares y la confianza de una mejoría económica. Algo más modesto será el incremento de las ventas de seguros multiriesgo Hogar, que podrán alcanzar el 4,3% y el 4,8% respectivamente en los próximos dos años apoyados en la recuperación del mercado inmobiliario. Por su parte, el seguro de Salud continuará su ligera desaceleración hasta el 3,2% en 2018, para recuperarse lentamente en 2019 hasta el 3,7%, acompañando a la mejora de la actividad económica. Por último, el seguro de Accidentes experimentará una desaceleración del crecimiento en 2018 hasta el 2,0% tras un 2017 excepcional, y recuperará pulso en 2019 hasta el 5,3% por la mejora de la actividad económica.

Cuadro 1.2 Previsiones del sector de Seguros por ramos (%)

	2016	2017	2018 (p)			2019 (p)		
Seguros No Vida	4,7%	3,9%	4,4%			4,7%		
Autos	5,1%	3,4%	3,2%	5,1%	7,1%	4,9%	7,0%	9,1%
Mult. Riesgo Hogar	3,6%	3,0%	3,5%	4,3%	5,1%	4,1%	4,8%	5,5%
Salud	5,1%	4,2%	2,1%	3,2%	4,5%	2,3%	3,7%	4,8%
Resto. Accidentes	5,3%	12,9%	-0,7%	2,0%	4,4%	2,0%	5,3%	8,6%
Seguros Vida	21,8%	-5,6%	1,9%			4,2%		
Riesgo	11,4%	0,0%	5,5%	9,1%	12,8%	3,6%	8,1%	12,3%
Ahorro	23,6%	-6,4%	-0,9%	0,7%	2,3%	1,3%	3,6%	5,9%

(p) Previsión central e intervalos al 70% de confianza.
Fuente: BBVA Research a partir de ICEA

Por otra parte, las perspectivas del segmento de Vida para 2018 son algo más halagüeñas para el ramo de Riesgo, con un aumento del 9,1% ligado a la actividad económica y a la inmobiliaria a través de la concesión de hipotecas tras el frenazo de 2017. Para 2019, se espera que mantenga prácticamente la dinámica que se supone alcanzará en el presente año con un aumento del 8,1%. Por su parte, el seguro Vida Ahorro que ha retrocedido en 2017 por el excepcional año 2016, recuperará aumentos ligeramente positivos en 2018 del 0,7% por la mejora de la actividad económica, pero se verá frenado por la baja rentabilidad real de largo plazo de la renta fija. Para 2019, a la continuidad de la mejora económica se sumará el esperado aumento de los tipos largos que podrían hacer subir las primas ahorro hasta el 3,6%.

2. Transformación digital y contratación on-line de seguros

Introducción

El presente capítulo persigue dos objetivos. En primer lugar, analiza el nivel de digitalización de la sociedad y del sector de seguros en España en comparación con Europa. En segundo lugar, da a conocer las características personales, familiares y socioeconómicas que identifican a los individuos que han contratado un seguro por Internet. Para ello, se utilizan los datos de la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación en los Hogares (TIC-H), elaborada por el Instituto Nacional de Estadística.

Uso de Internet, comercio electrónico y suscripción on-line de seguros en España

La digitalización de la sociedad en España ha avanzado de forma significativa durante la última década. El número de personas entre 16 y 74 años que se ha conectado en alguna ocasión a Internet aumentó el 24,5% entre 2010 y 2017, hasta superar los 29,6 millones, lo que representa el 86% de la población adulta (véase el Gráfico 2.1). Además, el uso de Internet es un fenómeno recurrente. La información de la TIC-H indica que el 98,9% de quienes declaran haber navegado por la red se ha conectado durante el último año, y el 97,2% lo ha hecho durante el último mes.

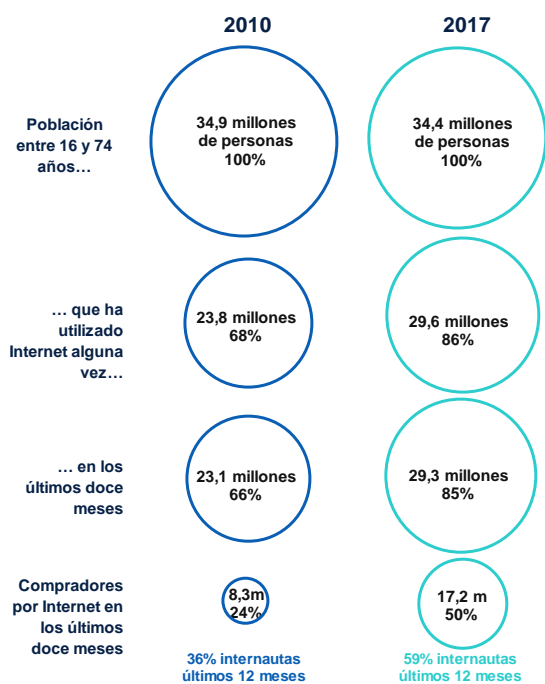
Uno de los motivos por los que la población accede a Internet es la posibilidad de adquirir bienes y servicios. De hecho, la incidencia² del comercio electrónico ha crecido de forma ininterrumpida durante la última década. Como se aprecia en el Gráfico 2.1, el número de compradores por Internet en España se ha duplicado desde 2010, hasta aproximarse a los 17,2 millones personas en 2017. Esta cifra representa el 49,9% de la población adulta y el 58,6% de los internautas.

Los seguros son uno de los productos que han contribuido al avance del comercio electrónico. En 2017, el 5,9% de la población adulta suscribió o renovó una póliza de seguro a través de Internet, 1,4 puntos más que en el año precedente³. La incidencia de la contratación de seguros por Internet en España se encuentra en línea con la que le correspondería dada la tasa de penetración del comercio electrónico, como ilustra el Gráfico 2.2. Sin embargo, todavía se sitúa lejos del promedio de la UE15 (14% en 2017) y de las economías líderes en suscripción on-line de pólizas de seguro, como Reino Unido (37%) y Países Bajos (33%).

2: Denominamos incidencia o penetración del comercio electrónico al porcentaje de internautas adultos que ha adquirido bienes o servicios por Internet durante los doce meses anteriores a la realización de la encuesta.

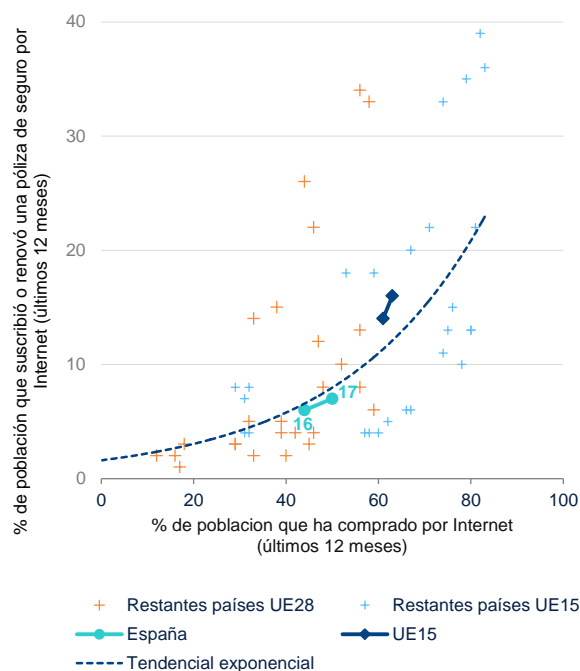
3: Nótese que la información sobre la suscripción o renovación on-line de pólizas de seguro solo está disponible desde 2016.

Gráfico 2.1 Población entre 16 y 74 años, internautas y compradores por Internet en España, 2010-2017



Fuente: BBVA Research a partir de TIC-H

Gráfico 2.2 Comercio electrónico y contratación de seguros por Internet en Europa, 2016-2017



Fuente: BBVA Research a partir de TIC-H

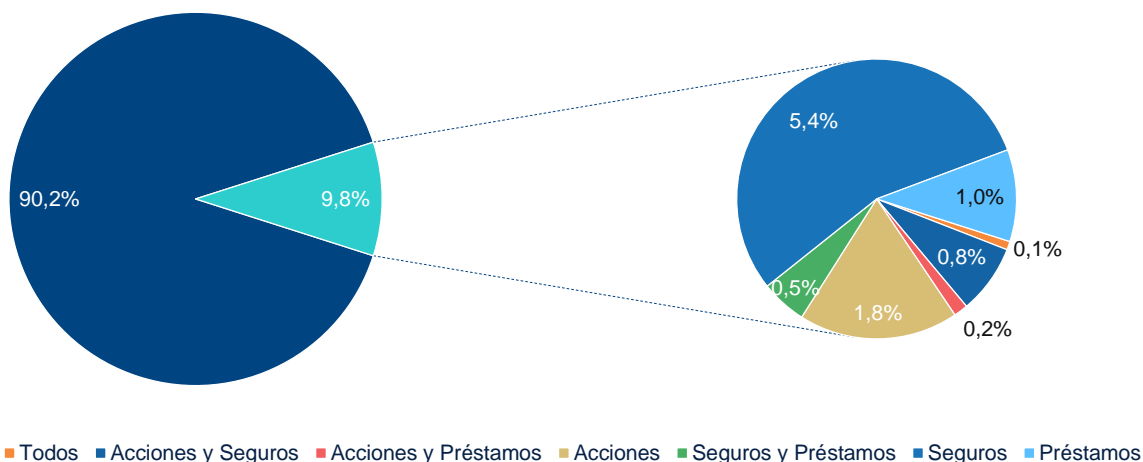
Tipología del comprador de seguros por Internet

A pesar de la expansión que han experimentado el uso de Internet y el comercio electrónico en España durante los últimos años, la demanda de productos financieros por Internet todavía exhibe cifras discretas. Los resultados del Gráfico 2.3 confirman que la contratación de productos financieros se sitúa en un estadio incipiente de crecimiento, en línea con las conclusiones presentadas por Arellano y García⁴ (2017). En 2017, el 90,2% de los internautas entre 16 y 74 años no adquirió productos financieros on-line en los doce meses anteriores a la realización de la encuesta. Con todo, este porcentaje se redujo en algo más de dos puntos porcentuales respecto a 2016.

Entre quienes contrataron al menos un producto financiero, casi siete de cada diez personas suscribieron o renovaron pólizas de seguro, lo que refleja su liderazgo en el comercio electrónico de servicios financieros. Esta relación es menor en el caso de la compra-venta de acciones, bonos, fondos u otros productos de inversión financiera (casi tres de cada diez personas) y de la contratación de préstamos on-line (dos de cada diez personas).

4: Arellano, A. y J. R. García (2017): "Determinantes de la adopción de la banca digital en España", Observatorio Económico de Economía Digital, BBVA Research, Madrid. Disponible en: <https://www.bbvarsearch.com/publicaciones/determinantes-de-la-adopcion-de-la-banca-digital-en-espana/>

Gráfico 2.3 Distribución de la población entre 16 y 74 años que se ha conectado a Internet en los últimos 12 meses según las actividades financieras realizadas (%)



Fuente: BBVA Research a partir de TIC-H

Con el objetivo de hacer una primera aproximación al colectivo con mayor propensión a contratar seguros por Internet, se consideran diversas características personales, familiares y socioeconómicas del individuo. El Cuadro 2.1 ofrece información sobre la incidencia de la suscripción electrónica de seguros en España y la UE15, es decir, el porcentaje de población entre 16 y 74 años que ha contratado al menos un seguro on-line durante los últimos doce meses, y la distribución de los compradores de seguros para cada una de las variables que caracterizan al individuo.

En primer lugar, se aprecia que la suscripción de seguros por Internet en 2017 fue realizada mayoritariamente por hombres, entre 25 y 54 años, de nacionalidad española, con estudios superiores, ocupados, situados en la cola derecha de la distribución de ingresos, residentes en hogares de dos a cuatro miembros, que disponen de ordenador en la vivienda, se conectan diariamente y tienen confianza en Internet. Como se puede observar en el Cuadro 2.1, las diferencias entre grupos poblacionales disminuyeron con respecto a 2016. Así por ejemplo, el 58,6% de los suscriptores de seguros por Internet en 2017 eran hombres, 7,2 puntos menos que en 2016. Igualmente, la población entre 25 y 54 años concentró el 72,7% de los compradores de seguros on-line en 2017, 8,2 puntos menos que un año antes.

Al estudiar la incidencia de la contratación de seguros por Internet, se constata que el grupo etario más propenso a suscribirlos durante 2017 tenía entre 25 y 34 años (8,5%), seguido por el colectivo entre 45 y 54 años (7,9%). En todos los grupos se produjo un aumento de la incidencia entre 2016 y 2017, excepto en el de 35 a 44 años.

El peso de la suscripción on-line de seguros crece con el nivel de estudios del internauta. Las personas con estudios básicos tienden a contratar menos (sólo un 2,9% de los internautas en 2017), mientras que el porcentaje de internautas con un nivel de estudios superior se sitúa por encima de la media (10,6% en 2017).

La situación laboral también introduce diferencias significativas en cuanto a la contratación on-line de seguros, siendo mayor entre los ocupados (9,0%) y menor entre los desempleados (3,3%) y estudiantes (2,8%). El Cuadro 2.1 muestra que la incidencia aumentó en todos los grupos entre 2017 y 2016, excepto para los parados.

Adicionalmente, se aprecia que la suscripción de seguros por Internet está positivamente correlacionada con el nivel de renta. La incidencia entre los individuos situados en el cuartil superior de la distribución de ingresos del hogar superó el 12% en 2017, casi cuatro veces más que la de aquellos ubicados en el cuartil inferior.

La presencia de equipamiento TIC y de conexión a Internet en el hogar favorece la contratación electrónica de seguros. Entre los individuos que disponen de ordenador, la incidencia se multiplica casi por siete respecto a quienes no cuentan con él. Además, se observa que los compradores de seguros on-line tienden a utilizar la red con frecuencia y a exhibir un grado de confianza en Internet elevado.

Por último, se constata que la incidencia de la contratación on-line de seguros es menor en España que en Europa para todas las características consideradas. Las diferencias son mayores para los varones, los jóvenes entre 25 y 34 años, la población de nacionalidad española y los ocupados. Además, aumenta con la titulación alcanzada por el encuestado, pero disminuye con el nivel de ingresos del hogar.

Conclusiones

A pesar de la notable expansión del uso de Internet y del comercio electrónico en España, la contratación on-line de productos financieros es todavía escasa e incipiente. La TIC-H de 2017 indica que tan solo 10 de cada 100 internautas han realizado algún tipo de actividad financiera a través de Internet durante los últimos doce meses, una cifra ligeramente superior a la del año anterior. La mayor parte de las personas que adquieren este tipo de productos (7 de cada 10) al menos suscriben o renuevan un seguro on-line.

Los datos sugieren que la incidencia de contratar un seguro por internet es mayor para los varones, con edad entre 25 y 34 años, los nativos, quienes cuentan con estudios superiores, los ocupados con ingresos comparativamente elevados, y aquellos con equipamiento adecuado en el hogar y destrezas en la utilización de las nuevas tecnologías. Estos resultados cualitativos sobre la tipología del comprador de seguros por Internet son consistentes con el perfil planteado por BBVA⁵ (2015) para las personas que realizaban comercio electrónico en España en 2015.

5: BBVA (2015): "Comercio electrónico en España: ¿qué compramos y por qué?". Situación Consumo. Primer semestre de 2015, Madrid, BBVA. Disponible en: <https://www.bbvarsearch.com/public-compuesta/situacion-consumo-espanaprimer-semestre-2015/>

Cuadro 2.1 Caracterización de los internautas que contratan seguros on-line (2016-2017, %)

Año	Distribución		Incidencia			
			2016		2017	
	2016	2017	España	UE15	España	UE15
Total	100%	100%	5,5%	14%	6,9%	16%
Género						
Mujer	34,2%	41,4%	3,9%	12%	5,8%	13%
Varón	65,8%	58,6%	7,1%	17%	8,1%	19%
Edad						
< 25 años	4,7%	6,6%	1,8%	8%	3,9%	10%
25-34	21,2%	21,9%	6,1%	18%	8,5%	20%
35-44	35,5%	25,5%	7,6%	16%	7,1%	17%
45-54	24,5%	25,7%	6,1%	15%	7,9%	17%
55-64	11,0%	15,2%	4,5%	13%	7,1%	15%
65-74	3,1%	5,1%	3,1%	13%	5,2%	13%
Nacionalidad						
Extranjera	10,7%	13,3%	4,4%	13%	7,2%	13%
Española	89,3%	86,7%	5,6%	14%	6,9%	16%
Nivel de estudios						
Básicos	11,6%	14,3%	1,9%	6%	2,9%	6%
Secundarios	22,7%	26,2%	4,6%	13%	6,7%	15%
Superiores	65,8%	59,6%	9,3%	22%	10,6%	24%
Situación laboral						
Ocupado	76,9%	74,8%	7,2%	17%	9,0%	19%
Parado	11,5%	7,5%	4,1%	6%	3,3%	6%
Estudiante	4,8%	4,3%	2,3%	7%	2,8%	9%
Jubilado u otros inactivo	6,8%	13,4%	2,7%	11%	5,7%	12%
Ingresos mensuales netos del hogar						
1ª cuartila	4,9%	7,3%	2,4%	8%	3,7%	8%
2ª cuartila	20,4%	22,4%	4,5%	8%	5,9%	10%
3ª cuartila	22,9%	27,8%	6,8%	10%	9,8%	11%
4ª cuartila	33,5%	32,0%	10,3%	13%	12,3%	15%
NS/NR	18,2%	10,6%	3,7%	-	3,3%	-
Tamaño del hogar						
1 miembro	7,8%	11,0%	6,9%		9,7%	
2	23,0%	23,0%	5,6%		7,0%	
3	26,5%	28,8%	5,2%		7,2%	
4	33,6%	30,7%	5,8%		6,7%	
5 o más	9,0%	6,6%	4,4%		4,6%	
Ordenador en la vivienda						
No	1,8%	1,2%	1,3%		1,1%	
Si	98,2%	98,8%	5,8%		7,4%	
Frecuencia de uso de Internet						
Diaria	97,1%	94,8%	6,5%		8,1%	
Semanal	2,8%	3,9%	1,3%		2,1%	
Menor que semanal	0,1%	1,3%	0,1%		1,8%	
Confianza en Internet						
Poca	20,4%	22,9%	3,4%		4,8%	
Bastante	65,5%	63,1%	6,2%		7,4%	
Mucha	14,1%	14,0%	8,7%		11,5%	

Fuente: BBVA Research, a partir de INE y Eurostat

3. Análisis del perfil de clientes de seguros a partir de datos Big data BBVA

Introducción

La revolución digital está cambiando las relaciones entre productores y consumidores en todos los órdenes de la economía, también en el sector seguros. En el entorno del comercio electrónico, se observa una fuerte competencia ya que permite una comparación fácil y rápida de cualidades y precios en los productos. La empresa que mejor conozca las necesidades y gustos de los clientes tendrá más posibilidades de ofrecer un producto diferenciado con respecto a la competencia. En el caso del sector de seguros, la reciente aparición de nuevas startups llamadas Insurtech incentiva a las empresas tradicionales a realizar también dicha transición. Las Insurtech se especializan en segmentos de negocio muy concretos y utilizan como herramientas de análisis y comercialización únicamente medios digitales (Big data, inteligencia artificial, aplicaciones móvil, etc), y que pueden ofrecer productos muy competitivos con un precio muy ajustado.

Con el objetivo de averiguar si los datos reales del comportamiento del consumidor soportan esta tendencia en el sector, se analiza una base de datos Big data con más de 3.500 millones de transacciones con tarjeta realizadas por los clientes de BBVA desde mediados de 2014.

Cabe destacar, que la base Big data de BBVA contiene datos anonimizados de los clientes (vía la tokenización de las tarjetas de crédito) con el objetivo de proteger la identificación de los clientes y con una finalidad única de investigación.

Evolución trimestral de contrataciones de seguros con tarjeta:

Según un trabajo de BBVA Research (2018)⁷ el número de clientes BBVA que había comprado por Internet había aumentado desde el 41% en diciembre de 2015 al 57% en diciembre de 2017. Sin embargo, este fenómeno se está produciendo de forma desigual en los distintos estratos de la población. En líneas generales, los varones realizan un número mayor de transacciones (21 transacciones por año) que las mujeres (16,8 transacciones anuales). También se observan diferencias en cuanto a los segmentos de edad. Las cohortes de población más jóvenes realizan un mayor número de transacciones que aquellas de edad más avanzada.

Si bien el sector de seguros representa un porcentaje de transacciones on-line muy bajo con respecto al total del comercio electrónico, el crecimiento que está observando es muy sobresaliente. En los Gráficos 3.1 y 3.2 se muestran las contrataciones de seguros en España a partir de los datos de transacciones con tarjeta efectuadas por una base común de clientes de BBVA⁸ entre julio de 2014 y el segundo trimestre de 2017.

Como se puede observar, la tendencia en la contratación de seguros ha aumentado tanto en el canal físico como en el digital. Sin embargo, el ritmo de crecimiento de las contrataciones por vía electrónica ha sido notablemente superior al realizado por la vía tradicional. Mientras que las contrataciones presenciales han aumentado en más de

6: Los datos se refieren a las contrataciones de los clientes BBVA con todas las empresas aseguradoras con pagos realizados con tarjetas de crédito.

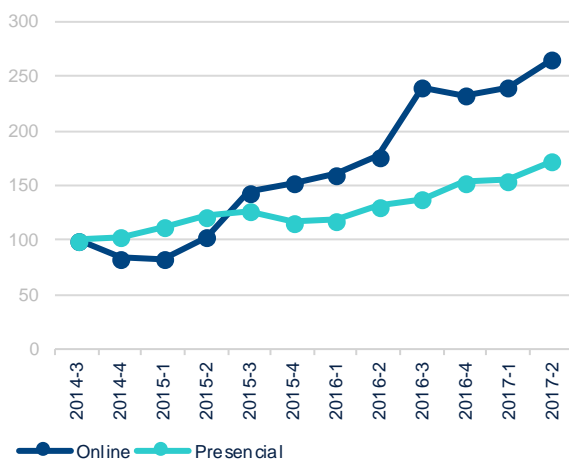
7: BBVA Research (2018): Situación Consumo. Segundo semestre 2017. Capítulo 1, pp 9-18.

8: Con el objetivo de que los resultados no se vean afectados por cambios en el perímetro del negocio, se utiliza una muestra de 3,6 millones de clientes que permanece estable durante todo el periodo. Ver Alonso y Ganga (2018).

Alonso, J., Ganga H. (2018) "El uso del comercio electrónico en España. Una comparativa de resultados de Big data con fuentes a partir de encuestas.". De próxima aparición en BBVA Research.

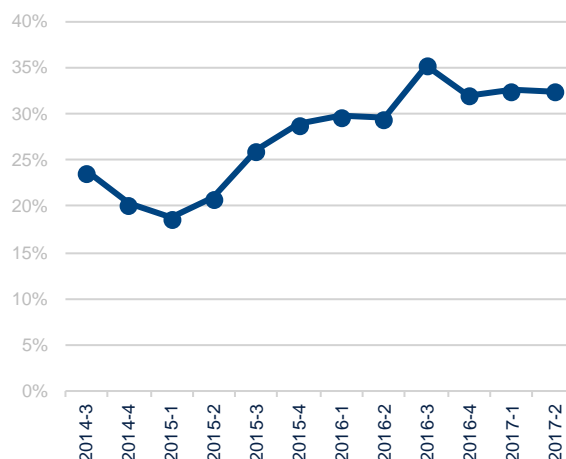
un 50% entre julio 2014 hasta el segundo semestre de 2017, en el caso de las contrataciones on-line el aumento ha sido casi exponencial, multiplicando por 2,5 el volumen de contrataciones observadas con respecto al inicio del periodo (Gráfico 3.1).

Gráfico 3.1 Evolución contratación de seguros (Primas) (2014/3=100)



Fuente: BBVA Research

Gráfico 3.2 Peso de las contrataciones on-line con respecto al total de contrataciones de seguros (en %)



Fuente: BBVA Research

El crecimiento rápido de la contratación de seguros a través del canal digital ha provocado que el porcentaje de primas suscritas que han utilizado este canal haya aumentado también desde el 24% al inicio del periodo hasta el 33% en el tercer trimestre de 2017 (Gráfico 3.2)⁹. Debemos hacer énfasis en que los datos mostrados no hacen referencia al total de suscripción de seguros, sino que recogen únicamente aquellos pagados con tarjeta de crédito.

El perfil del cliente de seguros:

El perfil de los subscriptores de una póliza de seguros a través del comercio electrónico sigue un patrón similar al consumidor tipo a través de la red. El 11,19 % de los clientes estudiados (13,79% los hombres y 8,71% las mujeres) tiene contratado algún tipo de seguro pagado a través de una tarjeta y el 5,87% tiene contratado algún seguro a través de Internet (7,71% los hombres y 4,09% las mujeres), que son cifras muy parecidas al resultado obtenido por el INE del 5,4% mencionado anteriormente en el Capítulo 1. Sin embargo, ese porcentaje podría cambiar según el perfil del cliente. El cuadro 3.1 distingue a los usuarios según la edad y el sexo.

9: Debemos hacer énfasis que los datos mostrados no hacen referencia al total de suscripción de seguros, sino que recogen únicamente aquellos pagados con tarjeta de crédito.

Cuadro 3.1 Distribución de los usuarios de seguros según la edad y el sexo (Clientes con tarjeta, %)

Edad	Usuarios Seguros		Usuarios E-Seguros	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menores de 30 años	12,63%	8,10%	8,43%	4,96%
30 a 45 años	17,22%	10,82%	10,99%	6,00%
45 a 60 años	13,81%	8,80%	7,30%	3,69%
Mayores de 60 años	9,62%	5,91%	3,26%	1,42%
Media total	13,79%	8,71%	7,71%	4,09%

Fuente: BBVA Research

En términos generales, en sintonía con los resultados de la encuesta TIC-H del capítulo 2, los datos reales confirman que los hombres contratan más seguros que las mujeres tanto presencialmente como on-line. Igualmente, se observa que las subscripciones de pólizas de seguros decrecen con la edad a partir del grupo de 30 a 45 años. Por otro lado, se destaca que el grupo de edades entre 30 y 45 años son los que más realizan contrataciones. Sin embargo, se observa un cambio en el ranking entre on-line y presencial en el siguiente grupo de edad, donde los adultos entre 45 y 60 ocupan el segundo puesto presencialmente, mientras que los jóvenes menores de 30 ocupan el segundo puesto en Internet. En ambos casos, los mayores de 60 años son los que menos seguros tienen contratados y pagados con tarjetas de crédito, tanto en el medio digital como en el físico.

Análisis del gasto per cápita en seguros:

Una de las principales utilidades del análisis Big data con datos reales es la posibilidad de profundizar en el análisis del gasto de los clientes, según el tipo de seguros y atendiendo a algunas características personales del usuario como es la edad.

Cuadro 3.2 El gasto per cápita de los clientes de seguros según el perfil del usuario y el tipo de seguro

	Auto	Salud	Hogar
Menores de 30 años	400	336	174
30 a 45 años	359	345	205
45 a 60 años	381	388	259
Más de 60 años	383	495	267
Media total	374	387	226

Fuente: BBVA Research

Según el Cuadro 3.2, entre los tres tipos de seguros estudiados, se observa que los ramos de Salud y Auto son los que tienen el gasto anual per cápita más elevado, con una media de 387 euros y 374 euros respectivamente.

En primer lugar, conviene destacar que las comparaciones entre las distintas tipologías de clientes están condicionadas al tipo de coberturas que se incluyen en cada caso, aparte de la prima finalmente contratada en función de sus características demográficas.

En el caso específico del seguro de Auto, se observa que el grupo etario que tiene las primas más altas son los jóvenes menores de 30 años, seguidos por los mayores de 60 años que, en definitiva, representan los grupos con mayor riesgo.

Sin embargo, en el caso del seguro de Salud, se constata claramente que el coste del seguro aumenta con la edad, siendo los mayores de 60 los que realizan un mayor gasto con una media anual de 495 euros.

Para el seguro del Hogar, se podría afirmar que, en general, los jóvenes tienen el gasto más bajo, debido a que suelen vivir en pisos de pequeñas dimensiones. En cambio, según va aumentando la edad, mejora la renta de las personas y aumenta el tamaño de las familias, por lo que suelen adquirir viviendas de mayores dimensiones. Esto conlleva a que mejoren su cobertura y, por lo tanto, aumenten el gasto del seguro de Hogar.

Por otro lado, si se analizan únicamente las contrataciones on-line, los datos *Big data* confirman que el seguro de Auto es el más contratado (más del 70% del total). La razón de ello se debe principalmente a la expansión de los comparadores on-line de seguros de Auto y la aparición de empresas exclusivamente digitales que se dedican a comercializar este tipo de seguros con unos precios muy competitivos.

Análisis regional de las contrataciones on-line:

Para realizar una comparativa territorial de las contrataciones *on-line* de seguros, se ha diseñado el mapa 3.3 basándose en el porcentaje de usuarios que han mostrado una preferencia por contratar un seguro on-line respecto a hacerlo presencialmente en el año 2017.

Los colores oscuros corresponden a los que tienen un porcentaje de usuarios on-line superior a la media, mientras que el color claro corresponde a los que presentan un porcentaje menor a la media.

Gráfico 3.3 Usuarios e-seguros por provincias



Fuente: BBVA Research

En 2017, el 32% del volumen de las contrataciones de seguros se han hecho a través de Internet. A nivel regional, se puede observar claramente que los usuarios de las provincias del centro y noreste son las que presentan mayores porcentajes de uso.

Algunas provincias que, aunque pertenecen a las CCAA con una tasa de usuarios más baja que la media, destacan por un alto nivel de usuarios, como es el caso de la provincia de Valencia, Teruel, Tenerife o Soria, entre otras. Además, la CCAA de Cataluña es la única donde todas sus provincias presentan una tasa de usuarios mayor que la media.

Conclusiones:

Los datos *Big data* del BBVA confirman un fuerte y sostenido aumento de las contrataciones on-line de seguros con tarjeta entre 2014 y 2017, con una tasa de crecimiento que supera el 200%.

Se constata un cambio en el comportamiento de los clientes: cada vez hay más usuarios que prefieren contratar el seguro en Internet en vez de hacerlo presencialmente. Más del 30% de las compras de seguros en el último año se han hecho a través de Internet. Las aseguradoras deben estar preparadas y capacitadas para analizar el riesgo del cliente on-line, ofrecerle el producto adecuado y posibilitar la contratación y el pago de forma telemática.

La tipología del cliente es diferente según cada tipo de seguro, aunque en general se podría confirmar que los hombres contratan más seguros que las mujeres, y que los clientes con más probabilidad de contratar un seguro pertenecen al rango de edad entre 30 y 45 años.

Los datos Big data corroboran el absoluto liderazgo del seguro Auto en Internet, presentando un gasto medio mayor para el caso de los jóvenes menores de 30 años, seguidos por los mayores de 60 años.

4. Análisis de la situación del sector de seguros mediante la Encuesta de expertos del BBVA10

Introducción

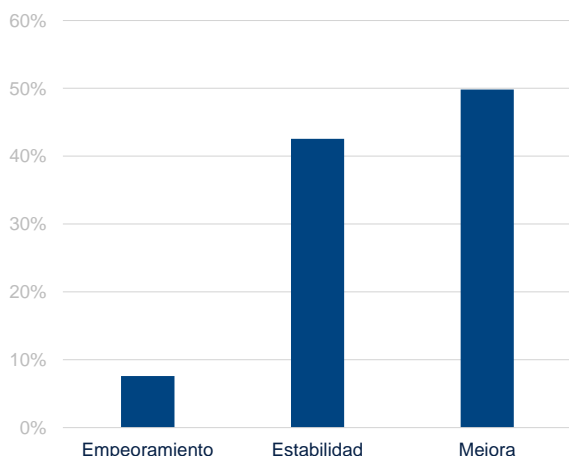
Con el objetivo de complementar el análisis de la situación del sector de seguros en España y su interrelación con la evolución de la economía, BBVA Research y BBVA Seguros han diseñado la Encuesta de Situación Seguros (ESS), que tendrá una periodicidad semestral. La ESS está dirigida a los directores de la red de BBVA en España, responsables de la comercialización de los diferentes productos de seguros¹¹.

A continuación se presentan los resultados de la primera edición de ESS, correspondiente a la segunda mitad del año 2017 y sus expectativas para el primer semestre de 2018.

Percepción sobre la evolución de la economía española

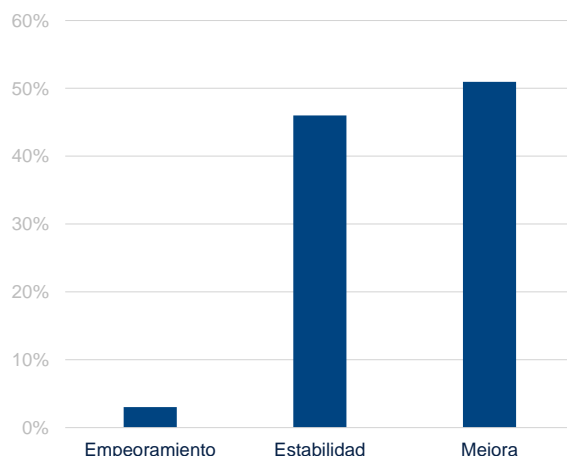
Los resultados de la ESS son consistentes con los datos de crecimiento de la economía española en el último semestre de 2017 y con las expectativas de crecimiento, que siguen siendo favorables para el primer semestre de 2018. Los participantes esperan que la actividad económica mantenga el mismo dinamismo entre enero y junio de 2018 (Gráficos 4.1 y 4.2).

Gráfico 4.1 Percepción sobre la situación de la economía española en el segundo semestre de 2017



Fuente: BBVA Research

Gráfico 4.2 Percepción sobre la situación de la economía española para el primer semestre de 2018



Fuente: BBVA Research

10: Agradecemos la ayuda y comentarios de Pep Ruiz, unidad de España y Portugal y Julio Cesar Hernández Camero (BBVA Research).

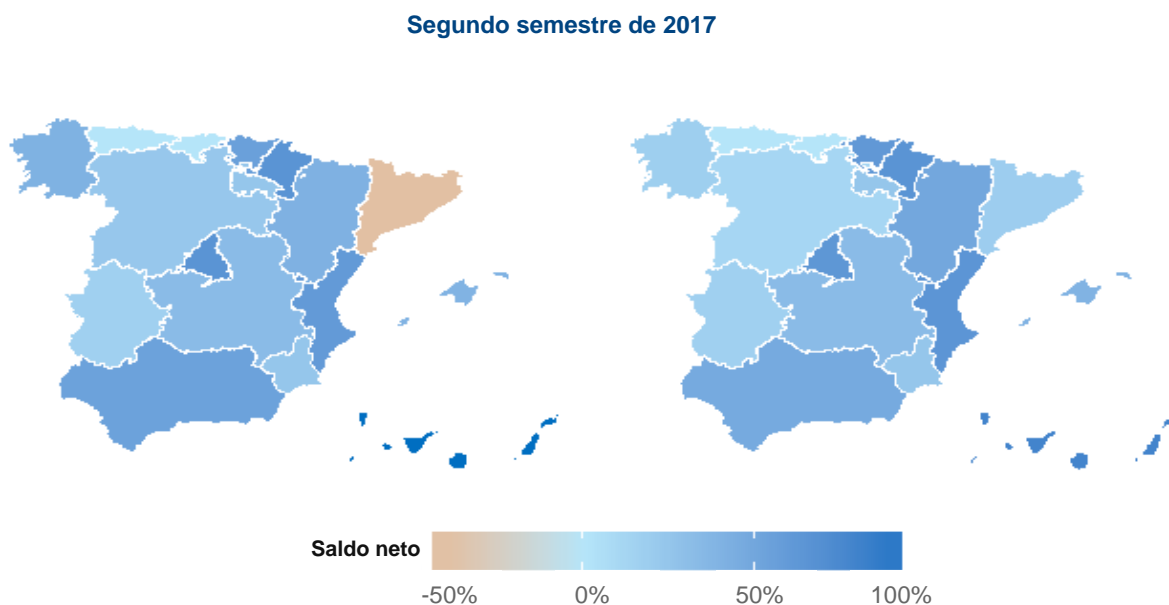
11: El total de encuestados de la ESS es de 265 personas, repartidos por todo el territorio nacional. La encuesta se realizó en enero de 2018.

Percepción sobre la evolución de la economía a nivel regional

A nivel regional, existen diferencias entre los encuestados sobre la evolución de la economía en sus respectivas Comunidades Autónomas (Gráfico 4.3).

Por un lado, hay regiones donde los encuestados han observado un mayor crecimiento de la economía en el último semestre de 2017, tal como es el caso de las Comunidades de Canarias, Madrid, Navarra y País Vasco. Por otro lado, se destaca la Comunidad Autónoma de Cataluña como la única región con un saldo neto negativo¹², es decir, que la mayoría de los encuestados afirma haber notado un deterioro en la economía en el último semestre. El resultado se debe principalmente a la incertidumbre política que ha vivido Cataluña en los últimos meses de 2017, que ha lastrado su crecimiento. En el resto de las comunidades predomina la estabilidad en el último semestre de 2017.

Gráfico 4.3. Percepción sobre la situación de la economía de la CC.AA en el último semestre de 2017



Fuente: BBVA Research

En cuanto a las perspectivas para el presente semestre se observa una estabilidad o mejora en el conjunto de las regiones con respecto al semestre anterior. La Comunidad Autónoma de Cataluña ha mejorado notablemente sus expectativas una vez que ha pasado la inestabilidad política más urgente.

Evolución de las contrataciones de seguros por ramo

Con el objetivo de realizar un seguimiento sobre las expectativas de crecimiento de los expertos para los diferentes ramos de seguros, se incluye una pregunta detallada en la ESS. Los resultados se presentan en el Cuadro 4.1.

¹²: El saldo neto de respuestas se obtiene como diferencia entre el porcentaje de respuestas de los usuarios que consideran que la actividad evolucionó al alza menos los que consideran que lo hizo a la baja.

Cuadro 4.1. Evolución de las contrataciones de seguros por ramo (porcentaje de los encuestados)

Ramo	Segundo semestre 2017				Primer semestre 2018			
	Reducción	Estabilidad	Mejora	Saldo neto	Reducción	Estabilidad	Mejora	Saldo neto
Automóvil	8%	26%	66%	58%	1%	23%	76%	75%
Autónomos	2%	29%	69%	67%	1%	14%	85%	84%
Decesos	20%	41%	39%	19%	6%	47%	47%	41%
Hogar	2%	45%	53%	51%	1%	37%	62%	61%
Protección de Pagos	6%	27%	67%	61%	3%	20%	77%	74%
Pymes	2%	25%	73%	71%	1%	14%	85%	84%
Salud	1%	9%	90%	89%	11%	19%	70%	59%
Vida Ahorro	18%	48%	34%	16%	11%	53%	36%	25%
Vida Libre	6%	40%	54%	48%	2%	40%	58%	56%

Fuente: BBVA Research

Según muestra el Cuadro 4.1, en la segunda mitad de 2017, el panorama global del mercado ha sido bastante positivo en general, con un conjunto de respuestas en las que predomina el sesgo de estabilidad o mejora de las contrataciones. Los ramos dónde se ha notado una mejora, con más del 60% de los encuestados, son los segmentos de Automóvil, Autónomos, Protección de pagos, Pymes y especialmente Salud, con el 90% de los encuestados. Los segmentos que han mostrado un mayor grado de estabilidad son los de Hogar, Vida Ahorro, Vida Libre y Decesos, donde el porcentaje de respuestas que indican estabilidad en las ventas se encuentra entre el 40% y el 50% de las respuestas.

Para el primer semestre de 2018, se aprecian mejores perspectivas respecto al semestre anterior. Todos los segmentos mejoran sus expectativas, donde el saldo neto supera el 50% de las respuestas en todos los sectores, excepto en Vida Ahorro y Decesos, y con mención especial a Autónomos y Pymes (por encima del 80% de los casos). Cabe destacar que en el segmento de seguros de Salud, aunque continúa estando en una situación de ventas optimista, ésta es menor a la observada en el segundo semestre de 2017, debido a la estacionalidad en la última parte del año.

Evolución de la competencia en el sector de seguros:

Como se ha mencionado anteriormente, la llegada de nuevos competidores y la expansión en el uso de Internet ha conllevado a que el sector de seguros sea cada vez más competitivo. Para averiguar en qué ramos está aumentando la competencia, se ha incluido una pregunta en la ESS a los expertos. El Cuadro 4.2 resume los resultados.

Cuadro 4.2. Evolución de la competencia en el sector de seguros por ramo

Ramo	Segundo semestre 2017				Primer semestre 2018			
	Reducción	Estabilidad	Subida	Saldo neto	Reducción	Estabilidad	Subida	Saldo neto
Automóvil	2%	46%	52%	50%	1%	38%	61%	60%
Autónomos	2%	57%	41%	39%	2%	43%	55%	53%
Decesos	5%	77%	18%	13%	4%	68%	28%	24%
Hogar	1%	67%	32%	30%	1%	58%	40%	39%
Protección de Pagos	4%	78%	18%	14%	3%	69%	28%	25%
Pymes	1%	51%	48%	47%	1%	40%	59%	58%
Salud	3%	39%	58%	55%	6%	40%	54%	48%
Vida Ahorro	4%	75%	21%	17%	5%	70%	25%	20%
Vida Libre	2%	74%	24%	22%	0%	64%	36%	36%

Fuente: BBVA Research

Según el Cuadro 4.2, en el último semestre de 2017, predomina la estabilidad en la mayoría de los ramos encuestados, salvo en los ramos de Salud y Automóviles dónde la mayoría afirma haber notado un mayor grado de competencia.

Sin embargo, para el presente semestre se nota un aumento en los saldos netos en todos los ramos, sobre todo en Auto, Autónomos, Pymes y Salud. En el resto de los ramos, se estima que la competencia será igual o con una subida ligera.

Conclusiones

En definitiva, en línea con las previsiones de BBVA para el presente año, los resultados de la ESS confirman que el ramo no Vida de seguros mantendrá un crecimiento positivo y estable en el primer semestre de 2018. Las señales son positivas respecto a los ramos de Autónomos, Pymes, Auto y Protección de pagos, aunque el camino no será fácil, porque se espera una mayor competencia especialmente en los ramos dónde se espera un mayor crecimiento.

El menor optimismo de los encuestados tiene lugar concretamente en el ramo de Vida Ahorro, que está claramente condicionado con el cuadro macroeconómico de tipos de interés muy bajos, dónde no se espera ninguna subida durante el año en curso.

AVISO LEGAL

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA.

Este informe ha sido elaborado por BBVA Research / BBVA Seguros

Sistemas Financieros

Javier Alonso Meseguer
javier.alonso.meseguer@bbva.com

José Felix Izquierdo
jfelix.izquierd@bbva.com

España y Portugal

Juan Ramón García
juanramon.gl@bbva.com

Regulación digital y tendencias

Alfonso Arellano Espinar
alfonso.arellano.espinar@bbva.com

Análisis estratégico

Francisco Javier Fernández Díaz
fj.fdz@bbvaseguros.es

Hicham Ganga
Hicham.ganga.contractor@bbvaseguros.es

José Antonio García Moreno
ja.garciamoreno@bbvaseguros.es

BBVA Research

Economista Jefe Grupo BBVA

Jorge Sicilia Serrano

Análisis Macroeconómico

Rafael Doménech
r.domenech@bbva.com

Economía Digital

Alejandro Neut
robertoalejandro.neut@bbva.com

Escenarios Económicos Globales

Miguel Jiménez
mjimenezg@bbva.com

Mercados Financieros Globales

Sonsoles Castillo
s.castillo@bbva.com

Modelización y Análisis de largo plazo Global

Julián Cubero
juan.cubero@bbva.com

Innovación y Procesos

Oscar de las Peñas
oscar.delaspenas@bbva.com

Sistemas Financieros y Regulación

Santiago Fernández de Lis
sfernandezdelis@bbva.com

Regulación Digital y Tendencias

Álvaro Martín
alvaro.martin@bbva.com

Regulación

Ana Rubio
arubiog@bbva.com

Sistemas Financieros

Olga Cerqueira
olga.gouveia@bbva.com

España y Portugal

Miguel Cardoso
miguel.cardoso@bbva.com

Estados Unidos

Nathaniel Karp
nathaniel.Karp@bbva.com

México

Carlos Serrano
carlos.serranoh@bbva.com

Turquía, China y Big Data

Álvaro Ortiz
alvaro.ortiz@bbva.com

Turquía

Álvaro Ortiz
alvaro.ortiz@bbva.com

Asia

Le Xia
le.xia@bbva.com

América del Sur

Juan Manuel Ruiz
juan.ruiz@bbva.com

Argentina

Gloria Sorensen
gsorensen@bbva.com

Chile

Jorge Selaive
jselaive@bbva.com

Colombia

Juana Téllez
juana.tellez@bbva.com

Perú

Hugo Perea
hperea@bbva.com

Venezuela

Julio Pineda
juliocesar.pineda@bbva.com

INTERESADOS DIRIGIRSE A:

BBVA Research: Calle Azul, 4. Edificio La Vela – 4ª y 5ª plantas. 28050 Madrid (España). Tel.: +34 91 374 60 00 y +34 91 537 70 00 / Fax: +34 91 374 30 25 - bbvaresearch@bbva.com www.bbvaresearch.com