



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado en Administración y Dirección de Empresas

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**ANÁLISIS DE LA ENTIDAD ASEGURADORA REALE Y EL SECTOR DEL
SEGURO**

Presentado por Rubén Fagúndez Fagúndez

Tutelado por Sergio Núñez Vadillo

Segovia, Septiembre de 2020

INTRODUCCION.....	3
CAPÍTULO 1:	
APARACIÓN E HISTORIA DEL SEGURO.	
1.1 Evolución del Sector del Seguro en España.....	6
1.1.1 El Negocio del Seguro.....	7
CAPÍTULO 2:	
REALE SEGUROS	
2.1 Análisis de la Entidad REALE	12
2.1.1 Historia REALE	12
2.1.2 Objetivos.....	13
2.1.3 Modalidades de Seguros	14
2.1.4.1 Mediadores	18
2.1.4.2 Proveedores	21
2.1.4.3 Plantilla de REALE Seguros	22
2.1.4.1 Clientes	24
2.1.5 Situación Económica	26
2.1.5.1 Cuota de Mercado y Prima	27
2.1.5.2 Ratio Combinado.....	28
CAPÍTULO 3:	
REALE Y LOS AVANCES TECNOLOGICOS	
3.1 Digitalización	32
3.1.1 Cambios en el Paradigma del Consumidor	32
3.1.2 Tecnologías en el Sector del Seguro.....	34
3.1.3 INSURTECH.....	35
3.1.4 REALE	36
CAPÍTULO 4:	
LA COMPAÑÍA EN LA ACTUALIDAD	
4.1 Efecto del Covid-19	39
4.1.1 Crisis del Sector Seguros.....	39
4.1.2 REALE Seguros	40
CONCLUSIONES:	43
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	48

INTRODUCCION

En la Edad Antigua ya se conocía el seguro como “préstamos a la gruesa”, estos se definen como el préstamo realizado por una persona física a otra que se encargaba del transporte de sus mercancías, concepto que surge de los mercaderes babilónicos. Debido a esta situación en el año 2250 a.C. surge la primera ley denominada “Código Hammurabi”, la cual se fundamentaba en la solidaridad vecinal ya que, ante cualquier imprevisto, ya sea fallecimiento del cónyuge, pérdida de bienes o muerte de un animal, la parte afectada recibía una compensación. Esta costumbre también fue desarrollada por los hebreos y los griegos.

Durante la Edad Media surgen los seguros de vida como consecuencia del crecimiento comercial, ya que se realizaban largos viajes en los que los navegantes eran capturados por lo piratas, posteriormente este seguro llegó a cubrir incluso el fallecimiento durante la travesía. En la época de las cruzadas aparece el pago de una prima fija, con el fin de asegurar todo el buque y la carga.

Con el comienzo de los gremios surgen en Inglaterra, Francia y Alemania, los primeros aseguradores, estos eran personas físicas que aseguraban individualmente uno o varios riesgos.

El primer contrato de seguro data del año 1347, es firmado en Italia en el siglo XIV, en el cual se aseguraba el buque “Santa Clara”, su trayecto era desde Génova a Mallorca, el propósito del contrato era realizar un préstamo que garantizara todos los imprevistos que pudieran surgir, a este hecho también podemos atribuir el inicio del concepto de las pólizas.

En 1500 tiene lugar los viajes a las Indias, con la finalidad de traer plata, oro, especias etc. De las colonias americanas, lo que supone la utilización urgente de los seguros marítimos, principalmente por dos motivos: por la aparición de una nueva ruta comercial y por la dificultad y amenaza que entrañaba, el otro motivo era porque esos buques transportaban capitales privados. En estos viajes se producían con frecuencia naufragios ya sea por el mal estado de los buques o por los temporales a los que se tenían que enfrentar.

Posteriormente en Barcelona en 1435 se establece la primera regularización, esta es la Ordenanza del Seguro Marítimo.

Ya en la Época Moderna, durante el reinado de Carlos I se dictamina la primera Ley de carácter obligatorio del Seguro Marítimo, en este momento ya no es la persona física la que asumen los riesgos, sino que pasa a ser entidades pluripersonales y sociedades anónimas.

Un hecho de especial relevancia para las aseguradoras es el gran incendio producido en Londres en 1666, en el cual miles de habitantes vieron sus negocios y viviendas destruidas, en este momento, un médico llamado Nicholas Barbon decide crear su propia compañía aseguradora contra incendios “Fire Office” y comienza a reconstruir las viviendas destruidas.

Otro personaje de especial relevancia en la historia de los seguros es Edward Lloyd quien tenía una cafetería, lugar muy común de encuentro de comerciantes y personas de negocio de la época. Tras observar dichas reuniones decide en 1698 publicar las Lloyd’s News”, donde se informaba sobre los viajes comerciales realizados y los peligros de pérdidas de mercancías que estos suponían. A raíz de esto crea la primera asociación de aseguradores

particulares “Lloyd’s Underwriters”, esta sociedad aseguraba todo tipo de pólizas. Hasta mediado del siglo XX tuvo el monopolio de los seguros marítimos en Inglaterra.

El antecedente del seguro de vida se basaba en leyes de probabilidad y esperanza de vida de la población de la época. Aquellos miembros que pretendían formar parte de este grupo debían pagar una cuota anual destinada a un depósito de fondo para invertirlo, al final de año los beneficios alcanzados eran repartidos entre los participantes.

El cálculo científico de las rentas vitalicias y las indemnizaciones tiene su origen el siglo XVIII, momento en el que se le da credibilidad a las teorías probabilísticas de Galileo y Pascal dando lugar al uso de las tablas de mortalidad, en las que se tenían en cuenta la edad y otros factores. La suma de la indemnización y la prima sería fijada al contratar la póliza como tal.

En 1802 aparece el reaseguro, con el fin de distribuir los riesgos, por lo que la mutua se hacía cargo de los siniestros que pudiera soportar y, los siniestros que no se puedan soportar los colocaban en el reaseguro para compartir el riesgo con otras mutuas.

**CAPÍTULO 1:
APARACIÓN E HISTORIA DEL SEGURO.**

1.1 Evolución del Sector del Seguro en España

A partir de este momento si nos centramos en el contexto español encontramos la utilización del préstamo a la gruesa y la comenda debido al comercio internacional a través del Mediterráneo. La primera Ordenanza de Seguros data de 1435 y se incorporó al Llibre del Consolat de Mar (1494), que fue el principal texto que reguló los contratos mercantiles hasta las Ordenanzas del Consulado de Bilbao (1737). Las compañías existentes tenían todo su capital dividido en acciones consiguiendo los partícipes, de hecho, tener su responsabilidad limitada al monto de su inversión.

España ha sido un país agrícola sobretodo hasta mediados del siglo pasado, en el 1500 no se conocía el seguro como tal, aunque realizaban un prestamos parecido al seguro, el cual consistía en que los agricultores que habían obtenido una buena cosecha o disponían de dinero, se lo entregaban a los agricultores que no habían obtenido cosecha ese año, ya sea por un fenómeno meteorológico o provocados por un incendio, más tarde fue el poder público el que intentaba paliar los fenómenos medioambientales con ayudas a los agricultores, con la rebaja de tributos o canones. No es hasta el 1900 cuando nace el seguro agrario como tal para asegurar las producciones. El peso que tenía la agricultura para la economía iría disminuyendo.

Tras el conflicto Bélico ocurrido entre 1793-1814 el comercio marítimo se ve afectado y por lo tanto las compañías aseguradoras quebraron y desaparecen casi en su totalidad debido al aumento de la siniestralidad que en aquella época sucedía acompañado por los cambios culturales que trajo consigo la sociedad industrial, sobreviviendo únicamente la Compañía de la Reina Maria Luisa gracias a la protección real. Tras la guerra de la independencia la recuperación fue lenta ya que la situación política no animaba a los inversores, pero el comercio marítimo favoreció a un nuevo crecimiento de la actividad aseguradora aunque el desembolso no superaba el 10% del capital. En este periodo empiezan aparecer las mutuas de seguros contra incendios con la colaboración de ayuntamientos para la organización en los servicios de extinción.

Debido a la creciente demanda se le empieza a dar importancia al sector de los seguros, por lo que el estado comienza a intervenir tanto para participar a través de la fiscalidad en lo que se revelaba como un nuevo campo de posibles ingresos, como para evitar posibles actuaciones fraudulentas y, en definitiva, proteger a los asegurados¹.

En esta etapa el sector del sector del seguro se caracteriza por:

- Hasta finales del siglo XIX, el negocio del seguro de transporte, junto a los de rentas vitalicias e incendios, fueron las únicas modalidades que operaron regularmente en España.
- La continua aparición y desaparición de sociedades de seguros, debido, probablemente, a las condiciones en que se constituían y a la debilidad de su estructura financiera, es decir se creaban con poca solidez, una vez que pasaban los 5 primeros años su probabilidad de supervivencia era muy alta.
- Los periodos de crecimiento del sector de los seguros durante esta época estuvo ligado a las diferentes crisis, produciendo una recesión de los seguros en

¹ La ley de presupuestos de 5 de agosto de 1893.

momentos en los que el país sufría crisis; y momentos de crecimiento de las compañías de seguros cuando el país vivía tiempos de bonanza.

- El negocio de los seguros se encuentra muy concentrado en aquellas localidades que por su desarrollo urbano, económico o financiero ofrecen un mejor campo de actuación, Barcelona acapara casi la totalidad de los seguros marítimos, de transporte y de accidentes, y Madrid opera en general, vida e incendios.

Una vez adentrados en el siglo XX, en primer lugar, surge la ley que regula los accidentes de trabajo (1900) por lo que los empresarios industriales pasaron a ser responsables de los accidentes de sus trabajadores y pronto empezaron a aparecer mutuas, patronales y compañías de seguros dispuestas a cubrir esa responsabilidad. Posteriormente se crea el Instituto Nacional de Previsión y el seguro voluntario de jubilación, además se aprobó la ley de inspección de seguros (1908).

Durante la segunda república se impone un seguro obligatorio a los trabajadores agrícolas e impuso a los empresarios la obligación de contratar un seguro, ya fuese en una compañía mercantil o en una mutua patronal, lo que supuso el progreso de estas últimas.

Tras la Guerra Civil, las entidades aseguradoras se mostraron incapaces de atender la siniestralidad extraordinaria que esta provocó. La solución impuesta por el gobierno consistió en la creación del Consorcio de Compensación de Riesgos Catastróficos, que inicialmente nació como una institución temporal pero que finalmente se consolidó como una institución permanente, dando lugar al Consorcio de Compensación de Seguros.

A partir de los años 60 el seguro del automóvil sufrió un crecimiento debido al seguro obligatorio establecido en 1965.

En los años 70, y especialmente a lo largo de los años 80 y 90, el crecimiento del sector asegurador se vio favorecido por la modernización de la economía española y la disminución gradual del intervencionismo franquista.

La Ley de Ordenación del Seguro Privado de 1984 supuso el despegue definitivo del sector asegurador español².

1.1.1 El Negocio del Seguro

Podemos definir seguro como la transferencia de riesgos con el fin de eliminar las consecuencias económicas negativas de los siniestros de forma que el importe de los daños o pérdidas que sufre una parte se distribuyen entre una comunidad de personas que la soporta de forma conjunta, con un efecto mucho menor que si el daño se presentara de forma individual.

El seguro se configura como una pieza básica de la actual estructura social, con dos grandes manifestaciones:

- Seguridad Social, que es un sistema obligatorio de cobertura, administrado por el Estado, dirigido a proporcionar protección y bienestar a los ciudadanos, que suele garantizar una prestación económica en caso de jubilación, incapacidad laboral, fallecimiento, desempleo, etc.

² La presente Ley tiene por objeto establecer la ordenación básica del seguro privado y regular su control, para tutelar los derechos del asegurado y para impulsar y encauzar el ejercicio de la actividad aseguradora, fomentando en todos los órdenes el desarrollo del seguro privado

- Seguros privados, que cubren y protegen a las personas o entidades que contrata, pudiendo ser de suscripción obligatoria o voluntaria. Ejemplos de seguros privados son los seguros de robo o incendio de un inmueble o los seguros de automóviles o de accidentes de personas.

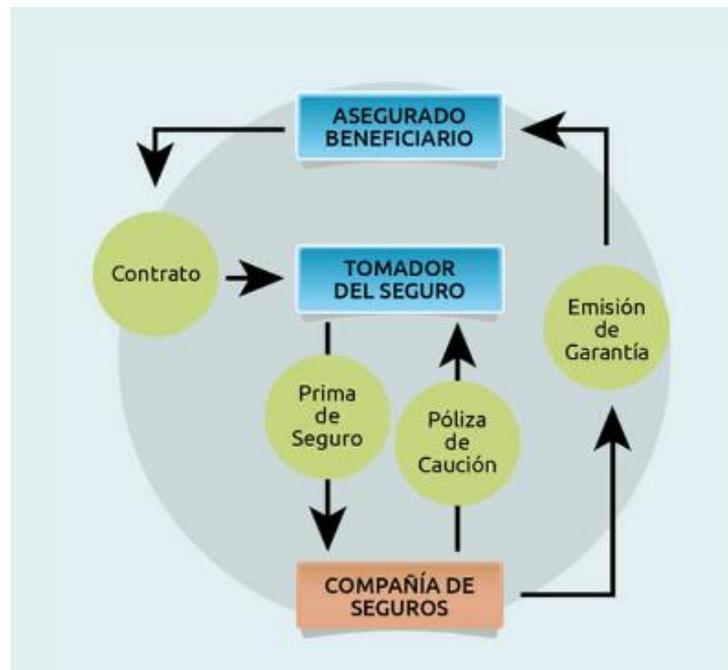


Ilustración 1: Fuente: <https://www.abarcaseguros.com/SOLUCIONES/>

Para eliminar las consecuencias negativas mencionadas anteriormente se debe realizar un contrato de seguro³, es aquel por el que el asegurador se obliga, mediante el cobro de una prima y para el caso de que se produzca el evento cuyo riesgo es objeto de cobertura a indemnizar, dentro de los límites pactados, el daño producido al asegurado o a satisfacer un capital, una renta u otras prestaciones convenidas. A la hora de hablar de contrato de seguro debemos tener en cuenta varios elementos esenciales, descritos a continuación.

No cabe concebir un contrato de esta naturaleza sin que haya una persona o destinatario final de la garantía que se pacta y cuyos intereses, protegidos de esta suerte, son la causa eficiente de dicho contrato. Dicha persona es el asegurado, es decir, el titular del área de interés de la cobertura del seguro y del derecho a la indemnización que en su día se satisfaga, aunque, en ciertos casos, puede trasladarse al beneficiario. Se trata de la persona natural o jurídica a quien el acaecimiento del siniestro va a afectarle más directamente.

Por otro lado, debemos tener en cuenta la parte aseguradora, esta es una empresa especializada en el seguro, cuya actividad económica consiste en ofrecer el servicio de seguridad, cubriendo determinados riesgos económicos (riesgos asegurables) a las unidades económicas de producción y consumo. El asegurador está obligado a satisfacer la indemnización, reparación o reposición al término de las investigaciones y peritaciones

³ El contrato de seguro y sus modificaciones o adiciones deberán ser formalizados por escrito. El asegurador está obligado a entregar al tomador del seguro la póliza o, al menos, el documento de cobertura provisional. En las modalidades de seguro en que por disposiciones especiales no se exija la emisión de la póliza el asegurador estará obligado a entregar el documento que en ellas se establezca.

necesarias para establecer la existencia del siniestro y, en su caso, el importe de los daños que resulten del mismo.

La persona que contrata el seguro se denomina tomador y puede contratar el seguro por cuenta propia o ajena. En caso de duda se presumirá que el tomador ha contratado por cuenta propia. Si el tomador del seguro y el asegurado son personas distintas, las obligaciones y los deberes que derivan del contrato corresponden al tomador del seguro, salvo aquellos que por su naturaleza deban ser cumplidos por el asegurado.

En la contratación del seguro se establece la persona beneficiaria, esta es quien tiene derecho a recibir la prestación del asegurador, es decir, es aquel sobre quien recaen los beneficios de la póliza pactada, por voluntad expresa del tomador.

El artículo 84 de la L.C.S. de España, establece textualmente que el tomador del seguro podrá designar beneficiario o modificar la designación anteriormente realizada, sin necesidad del consentimiento del asegurador. Con ello queda claro que la facultad de señalar y revocar beneficiarios está en la mano del tomador. El asegurado no posee ningún derecho o disposición sobre el particular, ni siquiera de aprobar o rechazar el beneficiario que el tomador ha elegido.

El tomador del seguro está obligado al pago de la prima en las condiciones estipuladas en la póliza. Por lo tanto, la prima puede definirse como el precio del seguro o contraprestación, que establece una compañía de seguros calculada sobre la base de cálculos actuariales y estadísticos teniendo en cuenta la frecuencia y severidad en la ocurrencia de eventos similares, la historia misma de eventos ocurridos al cliente, y excluyendo los gastos internos o externos que tenga dicha aseguradora.

Debemos tener en cuenta el supuesto en el cual si no se ha pagado la prima antes de producirse el desastre o accidente, el asegurador se libera de la obligación contraída en el contrato.

Si nos centramos en la finalidad del seguro consiste en proporcionar seguridad económica contra el riesgo, esta finalidad se consigue por la certeza de tener una compensación económica en caso de que se produzca el evento dañoso temido (fuego, muerte, enfermedad, etc.).

El riesgo es la posibilidad de que por azar ocurra un hecho que produzca una necesidad patrimonial y presenta ciertas características:

- Es incierto y aleatorio. Debe ser incierto, porque si necesariamente va a ocurrir, nadie asumiría la obligación de repararlo.
- Posible. Lo imposible no origina riesgo.
- Concreto.
- Lícito.
- Fortuito.
- De contenido económico.

En el contrato de seguro el asegurador no puede asumir el riesgo de una manera abstracta, sino que este deber ser debidamente individualizado ya que no todos los riesgos son asegurables. Es por ello que se deben limitarse e individualizarse, dentro de la relación contractual.

Las obligaciones a cargo del asegurador comienzan en el momento en que se produce el siniestro, lo cual consiste en la ocurrencia de un suceso amparado en la póliza de seguros.

El siniestro se puede definir también como la avería, destrucción fortuita o pérdida importante que sufren las personas o la propiedad y cuya materialización se traduce en una indemnización. Entendemos por indemnización la acción que se le otorga al acreedor o a la víctima para exigir de parte de su deudor o bien del causante de un daño una cantidad de dinero equivalente a la utilidad o beneficio que a aquél le hubiese reportado, el cumplimiento efectivo, íntegro y oportuno de la obligación instaurada entre las partes o la reparación del mal causado a la víctima.

Estas son las premisas básicas del negocio del seguro privado, aunque según vayan evolucionando las necesidades de los clientes, las compañías aseguradoras se tendrán que ir adaptando a las diferentes formas de venta y a los nuevos riesgos que puedan surgir formalizando en nuevos tipos de pólizas de seguros.

CAPÍTULO 2:
REALE SEGUROS

2.1 Análisis de la Entidad REALE

2.1.1 Historia REALE

La entidad REALE surge en Turín en 1828, con la constitución de la “Società REALE Assicurazione Generale e Mutua Contro gli Incendi”, en castellano Real Sociedad de Seguros Generales y Mutuales contra Incendios. Más tarde pasaría a llamarse “REALE” con la traducción al castellano de real.

En 1859 como consecuencia de la expansión del Reino de Cerdeña, abre sus primeras oficinas en Milán y al sur de la península, llegando en 1870 a abrir otra sucursal en Roma, estando en 1889 formada por 60 agencias.

Su verdadera consolidación surge entre finales del siglo XIV y principios del XX, ya que llegan a sumar 400.00 socios, además en este periodo a raíz de la Guerra Mundial decide destinar parte de sus beneficios en ayuda a los combatientes, familias y prisioneros.

A partir de 1929 comienza a tener otras razones sociales y aparecen nuevos seguros como los de accidentes, responsabilidad civil, daños, robo y vida.

Tras el fin de la Segunda Guerra Mundial la entidad se extiende y comienza a adquirir las características de la gran empresa de seguros, con sociedades vinculadas y activas también en el extranjero, llegando en este momento a España.

Después del 2000 pasan a formar parte del Grupo REALE Mutua las compañías Universo Assicurazioni, Universo Vita, La Piemontese Assicurazioni y La Piemontese Vita, y se constituye Banca REALE. En 2002 el patrimonio inmobiliario de REALE Mutua se confiere a la sociedad inmobiliaria del Grupo, REALE Immobili. Entre los años 2002 y 2005 continúan las adquisiciones de compañías en España (Imperio Vida y Diversos en 2002 y Aegon Seguros Generale en 2005), y en 2010 se constituye REALE Vida y Pensiones. En 2012 REALE Mutua es la primera Compañía de seguros de Italia que obtiene la certificación ambiental UNI EN ISO 1001.

En 2015 el Grupo REALE Mutua cambia su denominación pasando a ser REALE Group.

En 2016 llega por primera vez al mercado latinoamericano con la fundación de Reale Chile Seguros Generales S.S. REALE Group.

A través del siguiente eje cronológico podemos ver la evolución del Grupo REALE a lo largo de los años, tanto sus adquisiciones como sus avances y novedades introducidas.

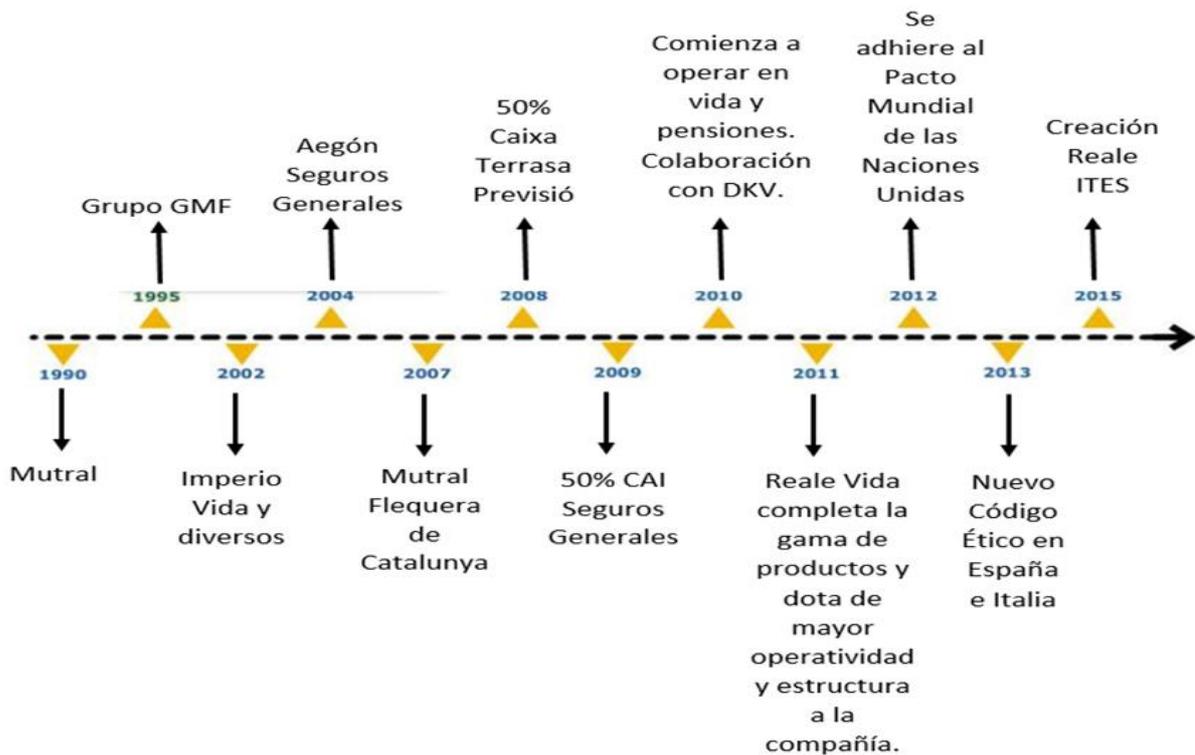


Ilustración 2. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Grupo REALE

2.1.2 Objetivos

REALE traza sus objetivos a través del análisis de los diferentes ámbitos, estos son:

- Sociodemográfico: identificar tendencias generales, y foco en evolución sociodemográfica de España.
- Macroeconómico: identificar tendencias y perspectivas económicas generales, y foco de situación económica y perspectivas para España.
- Sectorial: Principales indicadores macroeconómicos a nivel global para ver las tendencias y perspectivas económicas generales, y foco de situación económica y perspectivas para España.
- Resultados de REALE Seguros: Análisis de la evolución y comportamiento de los principales resultados y atributos en España.

En la actualidad su estrategia para 2019-2022 se centra en asegurar un mayor crecimiento del negocio dirigido a mantener cuota de mercado, garantizar la rentabilidad y preparar a la compañía para los retos de medio / largo plazo, en definitiva, busca ser la compañía de referencia de la mediación en España con un modelo territorial.

ESTRATEGIA 2019-2022 REALE Seguros: compañía de referencia de la mediación en España

- Crecer de manera rentable, optimizando nuestro modelo actual y adaptándonos para las necesidades futuras.
- Extender el perfil de cliente de REALE Seguros
- Ampliar la oferta actual de REALE Seguros para especializarse, también, en nichos de negocio en crecimiento.

- Consolidar la red de mediación, además de apostar por el desarrollo de nuevos canales e impulsar el crecimiento y rentabilidad de nuestros canales de mediación tradicional.
- Generar palancas de eficiencia y generar eficacia en la gestión del negocio a través del desarrollo de un modelo de operaciones.
- Desarrollar nuevas líneas y modelos de negocio que permitan a REALE Seguros diversificar negocio y complementar su oferta de seguros.
- Consolidar un “modelo de personas” que facilite el equilibrio entre la satisfacción y el compromiso y que permita disponer de las competencias necesarias para responder a las necesidades presentes y futuras de la compañía.
- Desarrollar acciones de sostenibilidad social, medioambiental y de voluntariado



Ilustración 3. Fuente: <https://www.reale.es/es>

2.1.3 Modalidades de Seguros

Los productos de los que dispone REALE se dividen en particulares y empresas, dentro de cada apartado podemos distinguir patrimoniales y personales, alguno de los productos que comercializa la compañía serían:

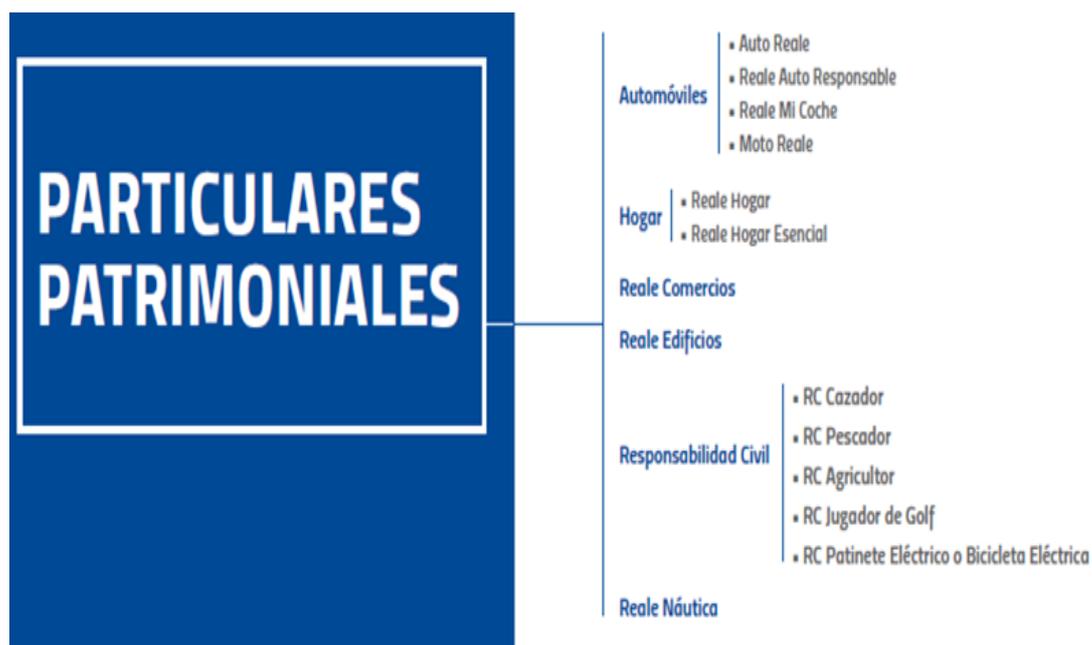


Ilustración 4. Fuente: Oferta REALE Seguros Personales

En particulares patrimoniales podemos dividir 6 categorías:

- Automóviles: para proteger al cliente y su vehículo en todas las circunstancias del hecho de la circulación, en este apartado encontramos distintas modalidades como puede ser seguro a terceros, terceros ampliado y a todo riesgo. Nos centramos en REALE MI COCHE que está diseñado para competir en el entorno online con un nuevo proceso de cotización y contratación online, en el que podrás solo contratar lo que quieres tener cubierto en el seguro de tu coche y pagar solo por ello.
- Hogar: nos encontramos 4 modalidades de seguro como puede ser hogar principal, de vacaciones, alquiler o desocupada.
- Comercios y Oficinas: asegura todo tipo de establecimiento dedicados a la venta de productos de consumo y servicios.
- Edificios: dirigido a comunidades de vecinos, edificios de oficinas, locales, comercios o garajes, dentro de edificios hay tres líneas de negocio teniendo en cuenta el uso del edificio.
- Responsabilidad Civil: cazador, pescador, agricultor, jugador de golf, patinete eléctrico
- Náutica: dirigida a propietarios y usuarios de embarcaciones de recreo o de uso particular.

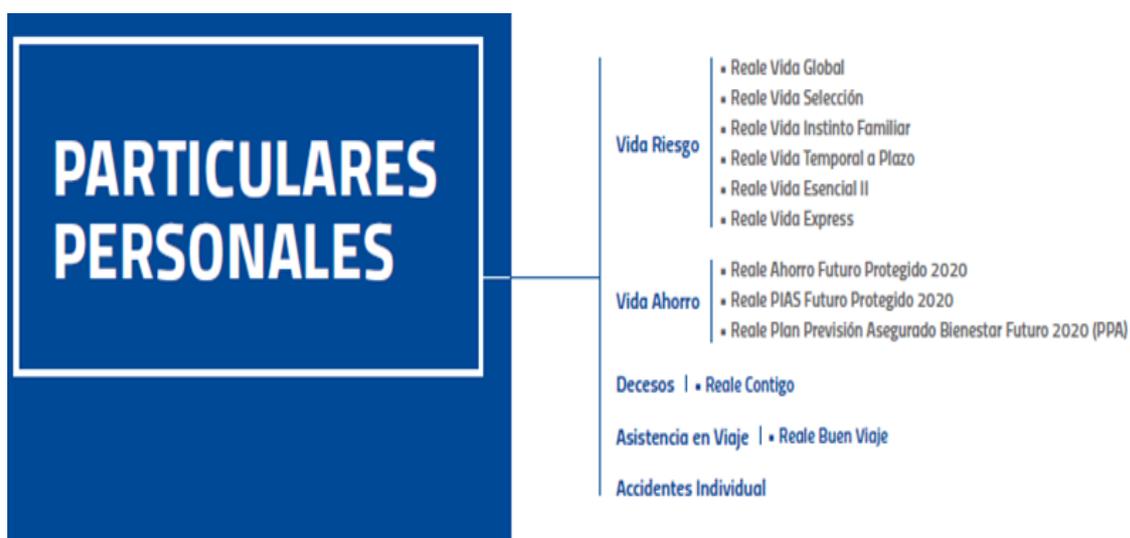


Ilustración 5. Fuente: Fuente: Oferta REALE Seguros Personales

En particulares personales nos encontramos 5 categorías:

- Vida Riesgo: dentro de esta categoría nos encontramos muchas modalidades en las que podemos resumir en el pago de una cantidad en caso de que nos pase una situación (fallecimiento o invalidez) contratada en póliza.
- Vida Ahorro: con el objetivo de la constitución de una capital a largo plazo, a través de una prima única, proporcionando liquidez cuando lo necesite.

- Decesos: cubre la garantía principal de vernos en situaciones de fallecimiento tanto a nivel personal como personal, cubriendo situaciones y necesidades que rodean al fallecimiento.
- Asistencia en Viaje: Destinado a personas que viajan y le acontece situaciones como perdida del equipaje, caer enfermos, cancelación de viajes.
- Accidentes Individuales: dirigido a personas jóvenes, solteros o parejas sin hijos, cubre las incapacidades que le impidan seguir con su estilo de vida.



Ilustración 6. Fuente: Fuente: Oferta REALE Seguros Personales

Para las empresas encontramos 4 categorías en patrimoniales:

- Automóviles: dirigido a profesionales del transporte, propietarios de vehículos industriales, agricultores o ganaderos, cubriendo las incidencias que puedan ocurrir en la ruta o durante el trabajo.
- Responsabilidad Civil: dirigido a los empresarios de cualquier sector económico y dando respuesta a cada tipo de riesgo que pueda surgir en el desempeño del trabajo.
- Multirriesgo Industrial: Tiene como finalidad la cobertura de los bienes y el patrimonio de empresas, fabricas, almacenes etc.
- Ramos Técnicos: podemos encontrar distintos ramos como seria en construcción, avería de maquinaria, daños en edificación, transporte marítimo, terrestre.

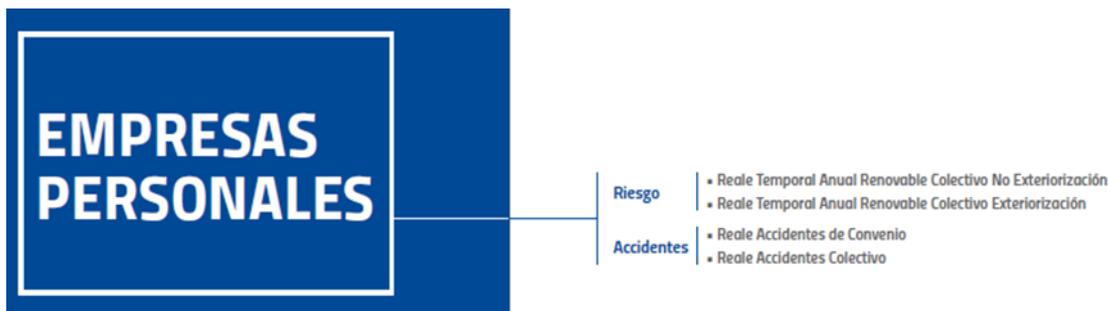


Ilustración 7. Fuente: Fuente: Oferta REALE Seguros Personales

Para empresas y personales tenemos 2 categorías:

- **Riesgo:** diseñado para garantizar el bienestar y la tranquilidad de los asegurados y sus familiares frente a la posibilidad de muerte o incapacidad y pueda alterar la estabilidad económica de la familia, con el pago de un capital en caso de ocurrir cualquier caso contratado en póliza.
- **Accidentes:** dirigido a cubrir el riesgo de fallecimiento o incapacidad de los trabajadores de una empresa.

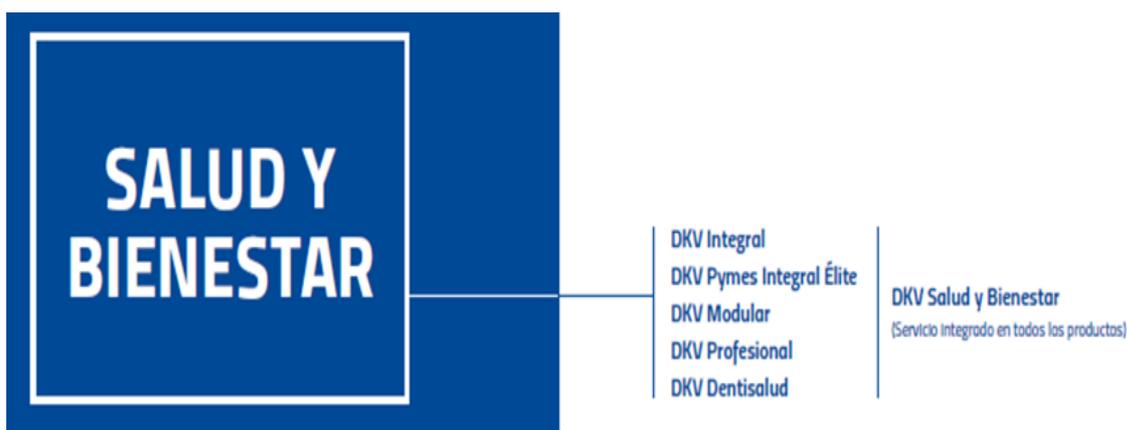


Ilustración 8. Fuente: Fuente: Oferta REALE Seguros Personales

Son seguros contratados por acuerdos entre REALE y DKV y van dirigidos a personas residentes en España, cubriendo asistencia primaria, especialistas y hospitalización.

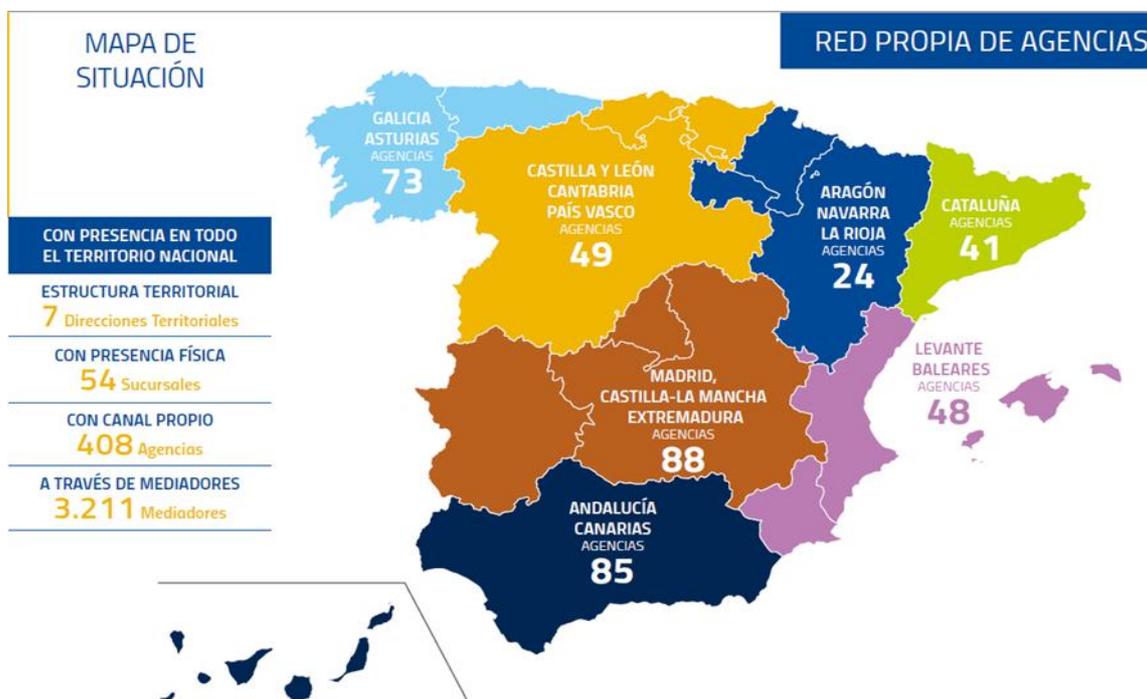
2.1.4 Estructura de la compañía

En el análisis realizado de la estructura de la compañía REALE nos encontramos con una división territorial por todo el contexto español, de modo que apuesta por la cercanía y la presencia física para dar servicio a los mediadores y clientes, contando esta amplia red de centros territoriales con autonomía en las áreas técnicas, comercial, de prestaciones y de administración, que permiten atender de forma individual a todo el territorio nacional.

Para garantizar dicha cercanía y una relación personalizada y flexible del servicio a sus casi 1.900.000 clientes, actualmente cuenta con sucursales de REALE en 54 ciudades, a su vez posee 413 agencias y más de 3.200 colaboradores.



Ilustración 9. Fuente: informe de sostenibilidad 2019



2.1.4.1 Mediadores

La principal razón de su inversión en la expansión y la potenciación se explica porque el 95% del negocio está distribuido por mediadores, de este modo a su vez se aseguran también el crecimiento de sus colaboradores, y uno de los objetivos prioritarios: diferenciarse como la compañía de referencia en la mediación, esta meta se definió en 2014 y se ha reafirmado con el desarrollo del Plan Director para los años 2019-2022.

El mediador⁴ aconseja al cliente sobre las modalidades de seguro y coberturas que más le convienen en función de su situación personal y, para ello, analiza los riesgos a los que está expuesto y los perjuicios económicos que pudieran surgir como consecuencia.

A su vez, los mediadores se dividen en: Agentes exclusivos, Agencia REALE y corredores.

⁴ Según afirman Herce et al. (2013).



Ilustración 10. Fuente: informe de sostenibilidad 2019

Vemos la importancia de estas tres figuras basándonos en los datos aportados por la propia compañía, la cual los divide en dos categorías: REALE Seguros Generales y REALE Vida. Los datos se resumen de la siguiente manera:

En el ámbito de agencias REALE y agentes exclusivos:

- REALE Seguros Generales operó en el mercado español en 2019 a través de:
 - 1.117 agentes exclusivos.
 - 413 agencias.
 - 196 agentes vinculados (se excluyen mediadores en mantenimiento puro).
 - La cartera intermediada por agencias y agentes ascendió a más de 286 millones de euros.
- REALE Vida operó 2019 en el mercado español a través de:
 - 1.010 agentes.
 - La cartera mediada en Vida Riesgo Individual por el Canal de agencias y agentes supuso un 45% de las primas de cartera en la compañía

En el ámbito de los corredores:

- REALE Seguros Generales
 - Operó en 2019 en el mercado español a través de 2.151 corredores.
 - Intermedió 1.680.000 pólizas de cartera, lo que supone un 58% de la cartera global de la compañía.
 - El peso del negocio del Canal es del 63% en cartera y aporta el 67% de la nueva producción.
- REALE Vida
 - Operó en el mercado español en 2019 con 1.500 corredores.
 - La cartera mediada supone el 50% de la cartera global de la compañía en pólizas

Las agencias REALE son empresas vinculadas a la entidad REALE, cuyo objetivo consiste en captar a nuevos asegurados y asesorar a aquellos que ya poseen un contrato de seguro en la compañía.

Esta agencia cuenta con la imagen de la aseguradora en su proceso comercial, por lo que por cada cliente captado y por la promoción de las renovaciones de seguros entre los clientes existentes en su cartera obtiene una retribución.

Dada la importancia otorgada a las agencias, en 2014 se inicia un plan estratégico con el cual pretende dotar a las agencias de las herramientas necesarias para el desarrollo de su actividad profesional, entendiendo que el perfil de estas y las circunstancias de las personas que las gestionan pueden ser diferentes en función de la edad que tengan, la antigüedad en la compañía, la ubicación de la oficina o su tamaño.

Una fortaleza en la relación con las agencias es la celebración de Consejos Territoriales y Convenciones Anuales, los primeros, pretenden escuchar las necesidades, ideas y sugerencias de las agencias REALE y encontrar puntos de encuentro. Además, permite informar y explicar proyectos y objetivos estratégicos de la compañía y del Canal, así como velar por el correcto desarrollo del colectivo y fortalecer las relaciones con este; la segundas tienen como objetivo fomentar la relación y la cercanía con las agencias, se convoca a todas las agencias REALE de España, y se reconocen a las mejores agencias del año anterior mediante los premios Más Vida, Más Empresas, Código Ético y Mejor Agencia del año.

Otro tipo de mediadores que nos encontramos son los agente exclusivos, se corresponden con las personas físicas o jurídicas que, mediante la celebración de un contrato de agencia de seguros con una entidad aseguradora y la inscripción en el Registro administrativo especial de mediadores de seguros, corredores de reaseguros y de sus altos cargos, se comprometen frente a dicha entidad aseguradora a realizar la actividad de mediación de seguros.

A lo largo de 2019 se fue implementando el denominado Plan Director que establece la implantación del Plan Estratégico de Agentes. El cual consiste en segmentar la cartera de agentes para establecer una estrategia con cada tipología de agentes y dotar la oferta de valor adecuada para cada una de ellas. Tras esto a cada sucursal se le doto de un modelo retributivos para cada uno de los segmentos, con ello se consigue facilitar y optimizar la gestión de cada territorio, de modo que esta gestión queda automatizada porque se establece una oferta de valor para cada segmento y estrategia.

En último lugar, cuenta con corredores, personas físicas o jurídicas que realizan la actividad mercantil de mediación de seguros privados sin mantener vínculos contractuales que supongan afección con entidades aseguradoras, y que ofrece asesoramiento independiente, profesional e imparcial a quienes demanden la cobertura de los riesgos a que se encuentran expuestos sus personas, sus patrimonios, sus intereses o responsabilidades.

Los corredores de seguros deberán informar a quien trate de concertar el seguro sobre las condiciones del contrato que a su juicio conviene suscribir y ofrecer la cobertura que, de acuerdo a su criterio profesional, mejor se adapte a las necesidades de aquél; asimismo, velarán por la concurrencia de los requisitos que ha de reunir la póliza de seguro para su eficacia y plenitud de efectos.

Actualmente ha surgido un nuevo perfil de corredurías en auge, estas son más industrializadas, y con unas necesidades diferentes, en las cuales se trabajará para adaptar los servicios, otorgándole cabida a su realidad. Las características de estas corredurías serían:

- Puntos de ventas en diferentes provincias.
- Medios estructurales y personales superiores a la media.
- Procesos de gestión estandarizados y automatizados.
- Alta inversión en tecnología.

2.1.4.2 Proveedores

En 2019 los proveedores de los que dispone la compañía son 10.835, los cuales se distinguen en dos tipos, por un lado, están los que tienen relación directa con la compañía, estos serían los proveedores de negocio y, por otro lado, contamos con los proveedores indirectos, son aquellos que no tienen relación directa.

- Proveedores de Negocio:

TIPO DE PROVEEDOR	Nº DE PROVEEDORES	Nº DE SERVICIOS
Talleres concertados, reparación de carrocería	2.116	58.550
Talleres especialistas en reparación y sustitución de lunas	1.667	64.459
Vehículos grúa de asistencia en viaje	6.479	350.645
Asistencia sanitaria	5	9.888
Peritos autos	158	172.359
Peritos diversos	190	132.445
Peritos médicos	83	28.455
Abogados	137	38.613

Ilustración 11. Fuente: Informe de Sostenibilidad 2019

Un ejemplo claro es un taller concertado, aquel por el que gracias a un acuerdo con una determinada compañía de seguros forma parte de su red de talleres, para formar parte de esta red los talleres deben cumplir una serie de requisitos establecidos por la compañía aseguradora. Cada compañía de seguros cuenta con su propia red de talleres, la compañía REALE diferencia tres tipos de talleres; preferentes, concertados y de autovaloración, el cliente puede elegir el taller que desee, la compañía le ofrecerá uno de los tres tipos por las mejores condiciones que le puede ofrecer al cliente. Estos acuerdos que tiene el taller con la compañía consisten en cuanto más volumen de coches le lleven al taller más descuento le ofrecerá a la compañía y ella conseguirá arreglar los coches más barato. De los cuales el cliente puede elegir el que mejor se adapte a sus necesidades, por lo que estos le darán un valor añadido al cliente. Estos acuerdos que tienen los talleres con la compañía se basan en volumen de coches y descuentos, es decir, cuanto más volumen de coches mayor será el descuento, y mejores condiciones para los clientes.

- Talleres concertados, en ellos se le ofrece: una atención prioritaria, limpieza del vehículo, entrega y recogida en un radio de 25Km, descuento del 20% en la franquicia, vehículo de sustitución.
- Talleres preferentes, cuentan con unas instalaciones de mayores dimensiones que los concertados y ellos ofrecen: atención prioritaria, limpieza del vehículo, entrega y recogida en un radio de 25Km, recepción del parte,

descuento del 20% en la franquicia, las reparaciones son a precio REALE y garantía de la reparación.

- o Talleres autovaloración, además de todas las ventajas de los talleres preferentes, estos ofrecen una atención inmediata y una peritación instantánea al no necesitar presencia pericial, reparación y sustitución de urgencia (faros, retrovisores, pilotos) reducción del tiempo de entrega.

El perito del seguro es un técnico experto en una materia que conoce la técnica aseguradora y, además, el contrato del seguro. Su función es la de investigar y analizar las causas del siniestro; valora los daños, es decir, realiza una tasación del valor del bien objeto del seguro; las circunstancias que determinan la indemnización y formula la propuesta del importe de la misma.

Los abogados de compañía de seguros son aquellos profesionales que rinden cuentas a las entidades aseguradoras. Entre sus funciones se encuentran; llevar reclamaciones por impagos de primas, cubrir la defensa jurídica que algunas pólizas integran o trabajar en la defensa de la compañía ante algunas reclamaciones. También pueden llevar gestiones propias de un abogado de empresa, como puede ser la redacción de pólizas de seguros que cubran bien las necesidades de la compañía.

- o Proveedores Indirectos:

En relación con los proveedores de servicios generales, que son aquellos que no tienen que ver con el negocio de forma directa, la contratación se realiza bajo un modelo de gestión único basado en criterios de igualdad de oportunidades y transparencia.

2.1.4.3 Plantilla de REALE Seguros

En 2019, un total de 1.048 personas integraban la plantilla en España, de REALE Seguros, en la que destaca su paridad: 555 hombres, el 53%, y 493 mujeres, el 47%, de los cuales con trabajo indefinido son el 98%. Como las personas son el principal y más poderoso activo de la compañía, se fomenta el equilibrio entre la vida profesional, familiar y personal a través de distintas iniciativas, así como la igualdad, para que no exista brecha de género, y la inclusión de la diversidad.

La misión de la Dirección de Personas se fundamenta en cuatro ejes:

- Satisfacción: resultado de gestionar la empresa pensando en la “centralidad de las personas”.
- Compromiso: suma del sentimiento de pertenencia a la compañía y la motivación.
- Eficiencia: gestión óptima del gasto de personal. Permite ser competitivos, para poder seguir invirtiendo en las condiciones de trabajo.
- Gestión del cambio: capacidad de encarar la constante evolución del entorno.

La idea es velar porque estos elementos vayan siempre de la mano, y lograr que se relacionen de la manera más armoniosa posible.

Para ello REALE fomenta el equilibrio entre la vida familiar y la vida profesional a través de un convenio colectivo, del que se destaca:

CONVENIO COLECTIVO	CONCILIACIÓN	BENEFICIOS SOCIALES	VIDA SALUDABLE
100% de la plantilla	<ul style="list-style-type: none"> ■ Flexibilidad horaria. ■ 24 horas de asuntos particulares. ■ Cuidado de familiar dependiente. ■ Días de vacaciones adicionales para empleados mayores de 60 años. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Plan de pensiones. ■ Seguro médico gratuito. ■ Ayudas para estudio de hijos. ■ Pago de guardería. ■ Fondo de escolaridad. ■ Ayudas económicas por familiares dependientes e hijos con discapacidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Primeras Olimpiadas Reale Group: Cross Continent Olympics. ■ III Edición de las Olimpiadas Solidarias eHealth Challenge. ■ Gimnasio El Patio en la sede de Madrid.

Ilustración 12. Fuente: Informe de Sostenibilidad 2019

Alguno de los puentes fuertes que encontramos en la compañía en los puestos de trabajo:

- Puntos fuertes:
 - o Primera compañía del mundo en conseguir la calificación A+, como empresa familiarmente responsable.
 - o Elegida por quinto año, una de “Las 50 Mejores Empresas para trabajar en España” en el ranking Great Place to Work. y situándose en la 5ª posición, dentro de las empresas de nuestra categoría de 500 a 5.000 empleados. De los puntos fuertes que destacan son la estabilidad laboral que se consigue, el despido sería la última opción considerado por un 92% de los trabajadores, un ambiente laboral y compañerismo y un 89% considera que es un lugar cordial para trabajar.
 - o Obtención del "Distintivo de Igualdad en la empresa" concedido por el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad. Se ha desarrollado III plan de igualdad en 2018, con el objetivo de lograr una mayor motivación y autoconocimiento y eliminar posibles barreras o creencias limitantes que dificultan la promoción de las mujeres.

EMPLEADOS POR GÉNERO Y EDAD

GÉNERO	<30		30-50		>50		TOTAL	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Hombres	16	16	307	308	230	231	553	555
Mujeres	39	39	302	308	132	146	473	493
Total	55	55	609	616	362	377	1.026	1.048

Ilustración 13. Fuente: Informe de Sostenibilidad 2019

Se aprecia que en el último año han aumentado las contrataciones de mujeres, y en un tramo de edad a partir de los 30 años.

- o Primera compañía en el mundo en obtener el Sello Horarios Racionales otorgado por ARHOE, que acredita políticas de horarios racionales y conciliación en la organización.

- Flexibilidad horaria de entrada y salida de dos horas
 - Jornada intensiva de 1 de junio a 30 de septiembre y todos los viernes del año
 - Jornada laboral de 8:00 a 15:00 horas por cuidado de hijo menor de 5 años, sin reducción de salario
 - Ayuda a la dependencia para empleados con familiares a cargo (económicas, reducción de jornada sin reducción de salario, flexibilidad temporal adicional, etc)
- Los trabajadores consideran que la compañía necesita mejor algún área como:
 - o Ausencia de favoritismos
 - o Un 56% cree que los ascensos son para los que más se lo merecen, mientras que un 68% considera que los responsables evitan hacer favoritismos.
 - o Reconocimiento
 - o Un 61% considera que todos tenemos la oportunidad de recibir un reconocimiento especial y un 68% que los responsables reconocen el buen trabajo y el esfuerzo extra.
 - o Aspectos retributivos
 - o Solo un 47% entiende que siente que recibe una parte de las ganancias de la organización y un 49% que recibe un pago justo por su trabajo.

2.1.4.1 Clientes

CLIENTES	2015	2016	2017	2018	2019
Evolución N ^a clientes	1.742766	1.766.417	1.793.495	1.809.585	1.873.995
N.º pólizas clientes	1,46	1,46	1,48	1,50	1,51

Ilustración 14. Fuente: Elaboración Propia a través de Informes de Sostenibilidad

Al cierre del 2019 se obtuvo un incremento del número de clientes respecto al 2018 de un 3,5%, tendencia que ha sido protagonista los últimos años con un crecimiento de los clientes, se espera que para el 2020 se acerque a 1,9 millones de clientes y el 2021 alcanzar los 2 millones de clientes, según el consejero delegado Ignacio Mariscal. El aumento de clientes se produce porque están leyendo o entendiendo bien las necesidades de los clientes y adaptándose a los tiempos que corren.

Cercanía, lealtad y dedicación son el reflejo del concepto de mutualidad en que se fundamentan las acciones de REALE Group hacia el exterior. El propio concepto de mutualidad responde a la necesidad de establecer un vínculo fuerte entre empresa y entorno. Por este motivo, se persigue, en función de la misión y con arreglo a los valores esenciales del Grupo, la centralidad del Cliente, concretada en unas pautas de actuación, ya que para REALE al igual que para el resto de las compañías lo más importante son los clientes.

- **Fiabilidad y competencia:** prestan servicios y productos de calidad y garantizamos la certidumbre de las prestaciones comprometidas.
- **Rapidez y puntualidad:** trabajan para responder con prontitud a las solicitudes del cliente y ofrecer prestaciones concretas y eficientes.
- **Cercanía al territorio:** están presentes en todo el territorio, de manera que a través de los mediadores seamos el punto de referencia.
- **Carácter distintivo:** actúan de forma eficiente sin descuidar nunca una cultura sólida de legalidad y control.

Las líneas estratégicas de trabajo para el año quedaron marcadas en el Plan Director a tres años, realizado en 2016. Los dos grandes objetivos de nuestra gestión de los clientes son:

- Gestionar con visión cliente.
- Digitalizar la compañía.

El Servicio de Atención y Defensa del Cliente (SADC), además de responder a las quejas y reclamaciones, está constituido como un departamento de calidad que analiza las reclamaciones y propone acciones correctoras y proyectos de mejora, tanto de los procesos como de las formas de actuar de la compañía, para mejorar la calidad y el servicio prestado a los clientes.

El SADC interviene también en la creación de productos, así como en su actualización; revisa la documentación de la comunicación y el tráfico con los clientes, y, por último, propone modificaciones de los procesos de negocio de la compañía.

No obstante, los condicionados es un área de mejora solicitada por los clientes en todas las encuestas que realiza el departamento de Marketing para medir su grado de satisfacción.

Han descendido las quejas de clientes respecto a 2018 en un 18% y han sido respondidas 1976 dudas a través de redes sociales, además los 5 indicadores mejor valorados de REALE Seguros por los clientes son:

1. Tiene potencial de crecimiento futuro
2. Es una empresa bien organizada
3. Ofrece productos y servicios con buena relación calidad/precio
4. Responde de la calidad de sus productos y servicios
5. Ofrece productos y servicios de alta calidad

PATROCINIOS Y PUBLICIDAD



Ilustración 15. Fuente: Informe de Sostenibilidad 2019.

El compromiso de REALE Seguros con sus cerca de 1.900.00 clientes se refleja no solo en la amplia gama de productos que comercializa, sino también en las diversas campañas y acciones de sensibilización relacionadas con la protección que la compañía lleva a cabo. Desde sus redes sociales se dan consejos relacionados con la conducción con la seguridad vial y con hábitos saludables.

2.1.5 Situación Económica

La situación económica del sector de los seguros durante el 2019 y años atrás han tenido un impulso provocado principalmente por la mejora de la renta que obtienen los hogares en España y por la caída del desempleo. En estos años obtenemos unos datos de consumo por hogar medio en diferentes ramos de seguros como sería en salud un gasto medio⁵ de 1.219 €, en automóviles 586€ lo que quiere decir que los hogares están contratando pólizas.

Por otro lado nos centramos en el PIB de España para ver cuál es la situación económica que nos ha ido acompañando en este periodo de tiempo y obtenemos un PIB⁶ alrededor del 3%, con una tasa de paro que se va reduciendo después de salir de la crisis del 2008.

Para explicar los beneficios que obtiene la empresa REALE, nos tendremos que centrar en la cuota de mercado, y sabiendo la cuota de mercado obtendremos las primas que obtiene la compañía es decir una parte de los beneficios. Las compañías de seguros como otras empresas obtienen una parte de los beneficios a través de inversiones que realizan en diferente cartera de activos.

Un punto muy importante para las empresas de seguros es el ratio combinado, que de una forma muy resumida su explicación sería cuantas primas de seguros que obtengo de los clientes tengo que utilizar para hacer frente a los siniestros que suceden en esas pólizas de seguros.

⁵ Datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística

⁶ Producto Interior Bruto

2.1.5.1 Cuota de Mercado y Prima

Las aseguradoras igual que todas las empresas tienen una cuota de mercado, que sería el porcentaje de productos consumidos, con respecto al total de productos consumidos, en este caso la cuota de mercado sería de servicios consumidos. La empresa REALE divide sus seguros en dos ramos: por un lado Vida y por otro No Vida, con los dos ramos en conjunto obtendría una cuota de mercado de 1,5% y con ello obtiene un puesto 16 en el ranking de empresas de seguros que venden en España. El punto fuerte de la compañía REALE es el ramo no vida, en él se encuentra automóviles, multirriesgo, etc. Los ramos que obtiene más cuota de mercado la compañía sería en automóviles que con respecto a otras compañías se encuentra en el puesto 7 en la venta de seguros de coches y en multirriesgo (robo, rotura de cristales) respecto a otras compañías se encuentra en el puesto 9.

JUNIO

(millones de euros)		SECTOR			REALE					Diciembre 2019	
RAMOS	2019	2020	% Var. s/ 2019	2019	2020	% Var. s/ 2019	Cuota de Mercado	Posición Ranking (Grupos)	Cuota de Mercado Reale	Posición Ranking (Grupos)	
VIDA	14.703	10.878	-26,0	25,7	19,8	-23,0	0,18%	39	0,19%	39	
NO VIDA	18.995	19.074	0,4	455,4	463,5	1,8	2,4%	12	2,5%	12	
TOTAL SEGURO DIRECTO	33.698	29.952	-11,1	481,1	483,3	0,5	1,6%	16	1,5%	16	
AUTOMÓVILES	5.867	5.694	-2,9	272,3	277,7	2,0	4,9%	7	4,8%	7	
SALUD	4.472	4.694	5,0	2,2	2,1	-4,7	0,0%	-	0,0%	-	
MULTIRRIESGOS	3.877	3.988	2,9	149,1	154,1	3,3	3,9%	9	3,9%	9	
RESTO NO VIDA	4.779	4.698	-1,7	31,8	29,7	-6,8	0,6%	-	0,7%	-	
TOTAL NO VIDA	18.995	19.074	0,4	455,4	463,5	1,8	2,4%	12	2,5%	12	
TOTAL NO VIDA SIN SALUD	14.523	14.380	-1,0	453,3	461,5	1,8	3,2%		3,2%		

Ilustración 16. Fuente: Informe Grupo REALE

Como habíamos comentado para saber las primas que obtiene la compañía tendríamos que saber que cuotas de mercado tiene y para ellos nos fijaremos en el sector en conjunto y en REALE en particular, como habíamos comentado hay dos tipos de ramos Vida y no Vida, en el ramo Vida el sector de los seguros ha sufrido un descenso de la cuota de mercado de un -26% pero en la compañía ese descenso que ha sufrido el sector no le ha repercutido tanto ya que ha obtenido un incremento de la cuota de mercado en el ramo Vida en junio de 0,18% y en diciembre un incremento del 0,01% es cierto que es un incremento pequeño, pero para no ser su fuerte es bastante positivo.

En el ramo No vida el sector de los seguros en general se ha producido un incremento de solo 0,4%, si nos centramos en la compañía REALE se ha producido un 2,5%, viendo que la tendencia creciente de la empresa en este ramo sigue creciendo y por lo tanto se refleja por el incremento de clientes que habíamos comentado anteriormente.

Ahora nos centraremos en las primas que cobra la compañía y por lo tanto una parte importante de los beneficios que obtiene la empresa, como podemos observar en la tabla

nos centraremos en el total (total seguro directo) ya que refleja los dos ramos, vemos que han incrementado las primas en un 0,5% con un total de 483 millones de euros

2.1.5.2 Ratio Combinado

Un componente que afecta a los ingresos que obtiene una compañía de seguros es el ratio combinado, porque determina la rentabilidad financiera es decir los beneficios que obtiene la empresa de invertir o a partir de recursos propios. La explicación sería la suma de gastos de personal, de tramitación que tiene una póliza más los siniestros que presentan esas pólizas, que sería el ratio de siniestralidad neta más el ratio de gastos de explotación netos y obtendríamos el ratio combinado. La compañía REALE obtiene ratios combinados de los territorios comentados anteriormente, para saber si la cartera de mercado que tiene la empresa es buena en el sentido que genera rentabilidad para la empresa.

- **Ratio combinado:** es la suma del ratio de siniestralidad neta y el ratio de gastos de explotación neta. Este ratio mide la rentabilidad técnica que obtiene la compañía, es decir si obtienen beneficios de la pólizas o pérdidas, y se obtiene de sumar los gastos que con lleva tramitar esas pólizas más la suma de los siniestros que presentan esas pólizas, por lo tanto si ese ratio sale menor que 100% se obtiene beneficios, quiere decir que sumando los gastos de tramitación más los siniestros la empresa obtiene benéficos de esas pólizas, en cambio si el ratio combinado sale mayor que 100% es que esas pólizas presentan pérdidas, ya sea porque han sufrido siniestros ese periodo o por los gastos de tramitación.

Ratio combinado	=	Ratio de siniestralidad neta + Ratio de gastos netos
-----------------	---	--

Ilustración 17. Fuente: Elaboración Propia

- **Ratio de siniestralidad neta:** es la cantidad de primas cobradas por la empresa que es consumida por los siniestros que presentan esas pólizas, cuanto más alto sea este porcentaje más siniestros ha tenido la compañía, por lo tanto el ratio combinado saldrá mayor a 100%. Se calcula con la suma de todos los siniestros entre las primas cobradas en esas pólizas.

Ratio de siniestralidad neta	=	$\frac{\text{Siniestralidad neta de reaseguro} + \text{Variación de otras provisiones técnicas}}{\text{Primas netas}}$
------------------------------	---	--

Ilustración 18. Fuente: Elaboración Propia.

- **Ratio de gastos de explotación netos:** es la combinación de primas cobradas por las pólizas y los gastos derivación de la formalización de esas pólizas como pueden ser gastos de personal, gastos de tramitación, cobro de primas. Con la suma de todos los gastos se divide entre las primas cobradas.

Ratio de gastos de explotación	=	$\frac{\text{Gastos de adquisición} + \text{Gastos de administración netos de raseguro}}{\text{Primas netas}}$
--------------------------------------	---	--

Ilustración 19. Fuente: Elaboración propia.

Algunos ejemplos que obtenemos de la compañía REALE en el año 2018 en los que podemos ver que la cartera que tiene la compañía le reporta bastante más beneficios que otros territorios, eso lo vemos en el ratio combinado si es superior a 100% es que los gastos en ese territorio y los siniestros que se producen son mayores que las primas cobradas, en cambio sí es menor que 100% las primas son mayores que los gastos o los siniestros, en conclusión vemos que en el total de la compañía obtuvo un ratio de 96,2% mejorando un punto respecto de otro año por lo que se ve la eficacia la rentabilidad de la cartera y su modelo de gestión.

COMPAÑÍA REALE	RATIO COMBINADO
Central	72,54%
Galicia y Asturias	97,28%
Andalucía y Canarias	115,66%
Madrid, Castilla la mancha y Extremadura	101,06%
Levante y Baleares	106,67%
Cataluña	99,72%
Aragón, Navarra y La Rioja	105,22%
Castilla León, Cantabria y País vasco	97,24%
TOTAL COMPAÑÍA	96,2%

Ilustración 20. Fuente: Elaboración Propia a partir de datos de ratio combinado REALE grupo

Con los beneficios que obtienen de las primas de los seguros, las compañías de seguros realizan inversiones. La compañía REALE realiza inversiones en Acciones, bonos, inmuebles y en otras inversiones financieras, de todas ellas ha obtenido un beneficio de

44.320€ en el año 2019 muy superior a lo obtenido en el 2018 que fue de 15.804€. Cabe destacar que dentro de su política conservadora a la hora de hacer inversiones se ha visto reducido el número de inversiones en Activos de Renta Variable.

CAPÍTULO 3:
REALE Y LOS AVANCES TECNOLOGICOS

3.1 Digitalización

3.1.1 Cambios en el Paradigma del Consumidor

Estamos en un momento en que la digitalización, las nuevas tecnologías, el cambio y big data nos rodean y hacen cambiar las formas de trabajar, y no podía ser menos en el sector de los seguros. ¿Estará preparado el seguro para salir de su zona de confort? Está claro que las nuevas tecnologías van a cambiar el desarrollo del producto, la suscripción, la distribución y la forma de gestionar los siniestros. Se ha producido un aumento de las InsurTech, que proviene de dos palabras Insurance (seguro) y Technology (tecnología). Los usuarios cada vez tienen más información y no están dispuestos a pagar por cosas que no usan o no van a usar, los usuarios desean seguros o productos y precios que se ajusten a sus necesidades y a lo que están contratando. Por lo tanto las tendencias y hábitos del consumidor los podremos resumir:

- Los clientes buscan la personalización: buscan productos que se adapten a ellos, tanto la oferta como las necesidades, con lo que conseguirá que el cliente se sienta único para la marca y la fidelización.
- Con las nuevas tecnologías el cliente puede comprar a cualquiera hora y cualquier día de la semana, en tres palabras, cómo, cuándo y dónde.
- En la actualidad con los dispositivos móviles, los cuales permiten a los clientes desplazarse de un portal digital de las empresas de una forma rápida, puesto que los clientes para hacer una consulta visitan cerca de 3 páginas.
- Los clientes que desean comprar un producto, comienzan buscando información en una página web, comparando con otros productos y compartiendo con otros usuarios, en el caso de los seguros el 64% de los clientes empiezan visitando las páginas web para informarse por lo que le obliga a las compañías dar una buena imagen en las páginas desde el principio ya que los clientes podrían cambiar rápidamente, estos clientes suelen contratar sus pólizas de seguros en una tienda física. En el caso de seguros de vida y salud tienen un alto porcentaje en venta iniciada online y cerrada online, mientras automóviles se cierra en oficinas físicas casi un 95% de las pólizas.
- Los clientes demandan autoservicio, el cual consiste en hacer ellos mismos sus pólizas de seguros contratando lo que necesitan, una parte de los clientes no están dispuestos hacer sus pólizas ellos por el miedo de no saber si están haciendo el seguro que en realidad desean tener.
- Las redes sociales son un medio para estar en continua comunicación con los clientes, ya que a través de ellas los clientes intercambian opiniones, experiencias y quejas. Las compañías de seguros deberán de estar atentas a todos esos comentarios, ya que al igual que se busca opinión, se emite información que resulta influyente sobre otros posibles consumidores.
- El móvil es el dispositivo más utilizado en España para acceder a internet, lo utiliza un 97% de la población, de los cuales el 89% de los usuarios tuvieron una experiencia positiva con una marca a través del móvil son propensos a recomendarla.

Las compañías de seguro ponen a disposición de sus clientes la posibilidad de la contratación online, sin embargo un 80% de las compañías tienen alguna app para interactuar con su compañía, estas apps normalmente tienen la función de localizar oficinas, tener acceso a teléfonos de atención al cliente, ver las pólizas, recibos. Respecto a los portales públicos de las compañías, estas ofrecen información acerca de los productos que se ofrecen, presupuestos, contratación de nuevas pólizas y situación de siniestros; algo que destaca negativamente para todas las compañías son las pocas encuestas de satisfacción de cliente que realizan, solo el 41% de las organizaciones la realizan, ya que vivimos en un momento en el cual la valoración del cliente es importante, porque este feedback permite a las aseguradoras mejorar, ya sea aumentando la calidad de su servicio, una mejor imagen o los procesos. Las compañías por motivos de imagen de marca, reputación, campañas de marketing están presentes en redes sociales, consiguiendo con ello un contacto con los clientes, las redes sociales más utilizadas por las compañías son Facebook en la cual las compañías hacen una media de 900 publicaciones al año y algunas compañías cuentan con 3 millones de seguidores, le sigue otra red social que ha perdido importancia como es twitter, seguidamente de Youtube.

SITUACIÓN GENERAL DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

TODOS LOS RAMOS. DATOS 2019

	Volumen de Negocio				Nueva Producción
	% primas		2019		% primas
	2018	2019	Primas (millones €) ¹	Incrementos	2019
Agentes y corredores	45,43%	46,25%	29.670	0,73%	35,71%
Operadores Bancaseguros	38,21%	36,48%	23.403	-5,38%	53,52%
Sin Mediadores	16,35%	17,27%	11.083	5,30%	10,77%
Total Sector	100,00%	100,00%	64.156	-0,42%	100,00%

Ilustración 21. Fuente: Datos de ICEA

La situación actual de los canales de distribución del sector asegurador fijándonos en las primas de nueva producción con los datos del 2019, en el caso de los agentes y corredores tienen un porcentaje de 35,71% de la contratación de nuevas pólizas, siendo los que más contratan pólizas nuevas operadores bancaseguros, con más de la mitad de las contrataciones totales un 53,52%, el 10,77% sin mediadores corresponde a oficinas, empleados y canales alternativos⁷. En comparación con datos del 2017, se ha producido un aumento de la producción de nuevas pólizas en agentes y corredores, acompañando también el ramo sin mediadores, y en el caso de bancaseguro se ha producido un descenso.

Si hacemos el estudio por la composición de la cartera y volumen de negocio, el correo electrónico tiene mucho peso en el ramo de autos, y lo mismo pasa con el de marketing directo. En el ramo vida es el segundo más comercializado vía soporte digitales pero lejos de autos. Y en el ramo que menos se utiliza la contratación vía digital es el ramo multiriesgos, el motivo es el autoservicio comentado anteriormente en el cual elegías las coberturas que quisieras tener cubiertas, y en este caso los clientes temen hacer una mala póliza.

⁷ Correo Electrónico, Sistemas de Marketing Directo (teléfono, correo)

3.1.2 Tecnologías en el Sector del Seguro

Hace unos años sería impensable tener estos avances, y cualquier aseguradora que haga oídos sordos a estas tecnologías sufrirá un atraso y lo que conllevará una pérdida de los clientes, algunos de los avances que la tecnología aporta a los clientes de los seguros son:

Inteligencia artificial (IA), internet de las cosas (IoT) y Big data: las compañías disponen de muchos datos, y hacer negocio de esos datos es uno de los mayores retos que se le plantean.

- La inteligencia artificial: con unos datos consiste en identificar patrones e incluso realizar predicciones de comportamiento, facilitando la predicción y la evolución de los riesgos fijándose en el comportamiento de cada uno de los asegurados. La inteligencia artificial es útil para las compañías porque al saber el comportamiento y la predicción de suceder un siniestro, pueden ofrecer a los asegurados productos personalizados y a su vez una cuota acorde a cada cliente.
- Internet de las cosas (IoT): es un conjunto de dispositivos, ya sean móviles, máquinas etc. que su función es transferir datos a través de la red. Algunos ejemplos de internet de las cosas:
 - Domótica: son dispositivos que permiten controlar toda la domótica del hogar a través del móvil, cambios como la seguridad de la casa, la iluminación y la temperatura. Los beneficios para el asegurado sería controlar el consumo del agua, la luz, un mayor control de la calefacción. Las ventajas para las aseguradoras serían pueden controlar mucho más los riesgos que puedan surgir en un hogar y así ajustar el precio de la póliza ya que estos dispositivos se consideran mitigantes del riesgo.
 - Automóviles: en la actualidad ya hay dispositivos instalados en los vehículos que detectan la forma de conducir, otra forma sería con un móvil y la función GPS activada. Algunos de los ejemplos son: desde el 2000 todos los vehículos que salen de fábrica llevan un dispositivo puerto OBD el cual consiste en diagnosticar rápidamente que fallo tiene el vehículo. En ese puerto se pueden conectar más dispositivos en los que detalla el consumo por tramos, las veces que se acelerado, y su posición GPS. Aunque estos sistemas tienen algunas desventajas ya que se sabría en todo momento donde nos encontramos. Las ventajas que reportan al asegurado son: un mejor precio además de un incremento en la seguridad y evitar accidentes, algunas aseguradoras realizan precios más bajos a los asegurados que utilizan poco el coche. Los beneficios para las aseguradoras consiguen establecer perfiles de conductores según su forma de conducción, evitarían el fraude, por el motivo que si este dispositivo lo tienen todos los vehículos se sabría cómo ha sucedido el accidente.
 - Salud y vida: destaca los wearables que son dispositivos conectados con el individuo que lleva en su actividad diaria, dentro de esta categoría nos encontraríamos con las pulseras de actividad, las cuales calculan las calorías quemadas, la actividad física, la frecuencia cardíaca, horas de sueño, pasos etc. Con todos esos datos se crea un estilo de vida y con esos datos un perfil de cada uno de los usuarios, esa información se vuelca en una aplicación móvil.

- **Big data:** se puede definir como grandes volúmenes de datos e información que pueden venir de diferentes fuentes con el objetivo de conseguir o extraer información. En el sector seguro una buena fuente para obtener información sobre los asegurados será el internet de las cosas ya que se obtiene datos, de los dispositivos que hemos comentado antes se obtendría información la cual ayudaría para ajustar la prima de los asegurados y sobretodo una buena segmentación e identificar perfiles en base al riesgo de cada uno y por lo tanto conseguir unas campañas de marketing mucho más centradas a un segmento de la población no haciendo promociones o pólizas en global para todos los clientes. Con la información que se obtiene puede detener el fraude ya que se conocerían los movimientos por los que surgió el accidente en autos y en salud se conseguiría evitar un fraude de lesión con la monitorización de los pasos, lo que supondría una reducción de costes para la empresa al no tener que indemnizar accidentes que no han ocurrido.

Algunas de las inversiones que realizarán las aseguradoras en el 2020, con el cambio de legislación serían: el 70% de las aseguradoras están haciendo inversiones en la adaptación a la nueva legislación y a la venta online, el 63% en proyectos relacionados con o la movilidad, y el 54% realizan inversiones en Big data. Las aseguradoras españolas cada vez hacen más uso ya lo tengan implantado o en desarrollo de tecnologías digitales como el cloud por un 83% de las aseguradoras, otra compañías están desarrollando la inteligencia artificial, en lo que menos invierten las aseguradoras es en realidad virtual un 2,4%.



Ilustración 22. Fuente: datos de ICEA

3.1.3 INSURTECH

Podremos definirlo como una gran cantidad de entidades que han surgido estos últimos años, se podría afirmar que las Insurtech son todas aquellas compañías relacionadas con el sector de los seguros que emplean los nuevos avances tecnológicos y las posibilidades de digitalización para hacer evolucionar al sector, aportando modelos nuevos de negocio y revolucionando la cadena de valor del negocio asegurador tradicional. Como ejemplos

de la tecnología disruptiva empleada se puede destacar el Big data, el internet de las cosas (IoT), la tecnología móvil, la inteligencia artificial o el blockchain. También el uso intensivo de plataformas web o aplicaciones móviles. Como resumen de la definición son las compañías que cumplen dos requisitos: ser una empresa integrada en el sector de los seguros y emplear nuevas tecnologías que optimizan, innovan o afectan los modelos de negocio tradicionales del sector asegurador.

Algunas de las consecuencias de la irrupción de las Insurtech ha sido la revolución del sector de los seguros, por lo que se traduce en cuatro consecuencias: la oferta de nuevos productos innovadores; la apertura de nuevos canales de venta; la renovación de los modelos de negocio y el desarrollo de un sector complementario y al servicio del sector Insurtech.

Las ventajas de la entrada de las Insurtech, tanto para las propias aseguradoras como para los clientes:

- Disminución de costes y mayor eficiencia en procesos: si el proceso de contratación se realiza a través de una Insurtech los costes de la actividad son menores, si comparamos, en el seguro tradicional, tendrías que tener una relación con el cliente en el momento de contratar la póliza, ofrecerle un seguro con las necesidades que necesita, añadiendo tramitación del siniestro o la renovación de la póliza, en todo este proceso pueden intervenir varios operadores. En el caso de Insurtech todos esos canales se reducen, ya que accediendo a un comparador de seguros, el cual te permite comparar los seguros y contratar el que más se adapte a tus necesidades, introduciendo unos datos, esta disminución de operadores repercute en beneficio del cliente porque se le producirá una reducción de la prima.
- Cambio en la relación con el cliente: se debe al uso de las tecnologías se ha automatizado la atención a los usuarios, a través de plataformas, que son utilizadas para la resolución de dudas, gestión de siniestros, y todo eso desde aplicaciones móviles sin necesidad de desplazarse.
- Prevención de fraude y menor conocimiento del cliente: va desde la indemnización de siniestros hasta la prevención de estos, quiere decir que los clientes que no tienen siniestros se le recompensa devolviendo una parte de la prima que no ha sido utilizada por ausencia de siniestro.

3.1.4 REALE

REALE se encuentra en la vanguardia del sector, la compañía desde sus inicios se ha basado en la cercanía del mediador con el cliente pues bien ahora en estos tiempos en los cuales la tecnología digital hace más complicada la venta, ha desarrollado un plan directorio en el 2016 para la digitalización de los corredores, todo ello para seguir siendo la compañía de referencia de la mediación, con el objetivo de mejorar la red de agencia cuantitativamente y cualitativamente, mejorando las condiciones económicas, formativas y de autonomía sobre el negocio.

La industria del seguro cada vez más se mueve en el modelo B2B2C⁸ en el cual la aseguradora vende sus seguros a través de otra empresa las llamadas Insurtech. La formación de la compañía para ser pionera se centra en acciones presenciales, acciones

⁸ Empresa a Empresa a Cliente

blended⁹ y las acciones e-learning¹⁰ en una plataforma interna en la cual se suben los contenidos. Todo ello contando con una empresa pionera como es Takealeap la cual proporciona servicios digitales que consiste en compartir conocimientos ya que el 80% del conocimiento de una empresa reside en los trabajadores, por lo tanto es muy importante que esos trabajadores estén comunicados.

Como habíamos comentado anteriormente las empresas están invirtiendo en cómo nos moveremos en el futuro, el 63% de las aseguradoras tienen proyectos relacionados con la movilidad, ya que el cambio climático, la digitalización y la conectividad están propiciando cambios en el comportamiento de ciudades, empresas y ciudadanos, todo conduce a la implantación de nuevas estrategias de transporte y movilidad sostenible, por lo que es obligatorio asegurar tanto el medio de transporte como los propios usuarios.

Una de las ventajas que está generando las Insurtech a la compañía REALE, la cual se encuentra en desarrollo se encuentra en ámbito con el peritaje. El auge tecnológico ha conllevado la creación de plataformas para la gestión de siniestros que recogen pruebas documentales de forma automática. Se utiliza un software especializado con una herramienta de inteligencia visual capaz de reconocer diferentes elementos de una fotografía o de un video. Por ejemplo, en el caso de un accidente de coche, el software es capaz de reconocer las diferentes partes del vehículo para poder peritar los daños sufridos. Estas peritaciones se hacen a través de vídeo llamadas geo-localizadas, a partir de las cuales la plataforma realiza fotografías que sirven de prueba documental para una posterior valoración. Se consigue de esta manera medir objetos, longitudes, daños, etc. sin necesidad del desplazamiento de una persona. Asimismo, se aporta al cliente un servicio completo informando sobre cualquier duda que le surja en relación con la tramitación de su siniestro, reduciendo costes que implica el servicio de peritación. Se cuenta con otra aplicación blockchain que permite comprobar la veracidad de la información enviada por el cliente. Por ejemplo, en caso de que el usuario envíe una prueba fotográfica de los daños que reclama, la comprobación de su autenticidad es automática. De esta manera se aumenta la transparencia y la seguridad de la gestión de riesgos, reduciendo las posibilidades de interponer una reclamación fraudulenta.

⁹ Combinación del marketing online y marketing offline

¹⁰ Se refiere a la enseñanza y aprendizaje online, a través de Internet y la tecnología

CAPÍTULO 4:
LA COMPAÑÍA EN LA ACTUALIDAD

4.1 Efecto del Covid-19

4.1.1 Crisis del Sector Seguros

El motivo de la pandemia mundial Covid-19 es necesario estudiar en qué medida afectará a las empresas aseguradoras o si tiene alguna repercusión mayor, ya que aunque no sea una crisis económica como tal, hemos visto que le afecta a la economía de un país y en este caso demasiado, y como no tenemos datos de la situación actual, nos centraremos en la reciente crisis económica del 2008, por lo que podremos ver un poco la repercusión que puede suceder en estos años que nos preceden.

En la crisis del 2008, año en el cual empezó la crisis económica, ese año no tiene repercusión para las aseguradoras, todo empieza en el 2009 donde se produce un descenso de las primas en casi un 3% en el ramo no vida, ya se veía que se iba a mermar el negocio asegurador, y por lo tanto también el PIB, fue en 2010 cuando más se notó la crisis en el sector de los seguros con una bajada en el ramo vida de un 6% del volumen de las primas y en el conjunto de las primas un descenso de un 3% con el cierre o absorción de algunas aseguradoras.

Los años posteriores 2012 y 2013 se produce un descenso tanto en el ramo vida como en el de no vida, produciéndose en estos dos años la mayor caída en los tiempos de crisis con un descenso en total de las primas de un 5% y un 3% respectivamente, por lo que podemos deducir que la crisis en los seguros llega unos años más tarde que cuando empieza la crisis económica. En esos años se ha producido un descenso del PIB negativo de un 3%.

Se podría decir que hasta el 2016 no llego un punto de inflexión para el negocio de los seguros en el cual ya se produce un aumento del volumen de las primas bastante considerable tanto que hace que los próximos años tenga una tasa de variación negativa pero situándose a puntos más altos que principios de la crisis económica del 2008, en ese periodo también sufre un aumento el PIB.

Lo que podemos detallar es que el sector de los seguros no se ve afectado al comienzo de la crisis si no posteriormente, con lo cual podemos decir que con el Covid-19 que ha empezado en el 2019 no se está produciendo bajada de los contratos de los seguros o en este caso de las primas, pero esa bajada la obtendrá en años posteriores, es una crisis no producida por la economía, por lo que tendrá una corta duración y volverá la economía a datos del 2019, como explicaremos más adelante la bajada se va a dar en ramo no vida sobre todo por el cierre de empresas, comercios y una acuse menos pronunciado se producirá en el ramo vida ya que demuestran más solidez.

AÑOS	VIDA		NO VIDA		TOTAL		PIB
	PRIMAS	TASA VAR.	PRIMAS	TASA VAR.	PRIMAS	TASA VAR.	TASA ANUAL
2008	26607		32580		59187		0,9
2009	28119	5,68%	31664	-2,81%	59783	1,01%	-3,8
2010	26377	-6,20%	31804	0,44%	58181	-2,68%	0,2
2011	28872	9,46%	31733	-0,22%	60605	4,17%	-0,8
2012	26262	-9,04%	31119	-1,93%	57381	-5,32%	-3
2013	25510	-2,86%	30301	-2,63%	55811	-2,74%	-1,4
2014	25106	-1,58%	30580	0,92%	55686	-0,22%	1,4
2015	25567	1,84%	31298	2,35%	56865	2,12%	3,8
2016	31136	21,78%	32703	4,49%	63839	12,26%	3
2017	29784	-4,34%	33018	0,96%	62802	-1,62%	2,9
2018	29081	-2,36%	34779	5,33%	63860	1,68%	2,4
2019	27471	-5,54%	35894	3,21%	63365	-0,78%	2
2020, 1ªT	6000	-78,16%	13492	-62,41%	19492	-69,24%	-4,1

Ilustración 23. Fuente: Elaboración Propia a partir de datos de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones

4.1.2 REALE Seguros

Ahora nos centraremos más en la compañía REALE, la cual tiene una estimación del crecimiento del PIB el segundo trimestre del 2020 de -18%, el tercer trimestre de -4%, y el cuarto trimestre de 4%. La compañía considera que salir de esta crisis será mucho más rápido que de la anterior, ya que el problema no es económico, considera que a finales del 2021 estarán a niveles de diciembre, la crisis es en forma de “U” comenzando la reactivación de la economía en julio. Los sectores que más repercusión va a tener va a ser en el sector servicios, seguido de industria, con mayor gasto en (gasto médico, desempleo) mayor déficit e incremento de la deuda pública, por lo que aumentara la prima de riesgo.

AUMENTO, DISMINUCION DE POLIZAS	2019	2020	2021
AUTO	1,52%	-5,80%	4,60%
DIVERSOS	4,25%	-4,33%	5,17%
Salud	4,80%	3,30%	4,20%
Multirriesgo	3,97%	-4,60%	4,50%
Comercio	1,09%	-20,50%	9,40%
Comunidades	3,12%	1,80%	2,70%
PYMES	5,25%	-22,30%	10,90%
Hogar	4,26%	1,50%	2,90%
Otros ramos	3,98%	-11,70%	6,90%
Vida riesgo	3,06%	-3%	6%

Ilustración 24. Fuente: Elaboración Propia a partir de datos de REALE grupo

Antes de la crisis del Covid-19, REALE venía de una situación de crecimiento acumulado del 1,7%, en abril del 2020 estaba en -3,3%, el motivo ha sido la caída de las ventas provocado porque no hay mercados nuevos y se producen más anulaciones, la compañía se encontraba en un buen dato de siniestralidad de autos, algo que puede cambiar con el Covid-19 y provocar mayor frecuencia de autos y siniestralidad, en cambio en diversos es menor la siniestralidad, si se produce una alta siniestralidad como habíamos comentado el ratio combinado subiría más de 1 y tendría que destinar más primas para hacer frente a los siniestros lo que produciría que el crecimiento sea aún menor. Las compañías han invertido en el 2019 el 75,1% de la cartera de inversiones en deuda pública la cual con la crisis se reducirá el valor. La solvencia de la compañía se encuentra en 219%, a finales de 2019 era del 211%.

Como podemos observar en el cuadro anterior para el 2020 la compañía espera obtener una disminución en las pólizas de seguros, la situación para el 2021 es todo lo contrario y esperan tener un crecimiento mayor que en 2019:

- En Autos: caída de la ventas un -5,8% debido a la no matriculación, falta de liquidez de la familias para pagar primas altas y no disponer de flotas, lo cual

conlleva a contratar lo básico, y con una mayor presión en precios de renovación por el incremento del paro y ajustes de coste de empresas.

- Salud: es el único ramo que crece en tiempos de crisis y más por cuestiones sanitarias, este tipo de pólizas demuestran gran solidez.
- Hogar: hay una reducción de la contratación de seguros por la reducción del mercado provocado por menos construcción y menos casas no aseguradas que se aseguran, acompañado de una presión de precios por la renovación.
- Comercio: uno de los ramos que más sufren esta crisis con un descenso del -20%, provocado por el cierre en el 2ºT y 3ºT y no apertura de nuevos locales, acompañado también con la presión de precios por la renovación.
- PYMES: sufre un descenso del 22,3% por los motivos que le sucede al comercio, cierre de empresas y con dificultades para la renovación.
- Comunidades: se reduce la contratación en este ramo, con la dificultad de la renovación por ajuste de costes.

CONCLUSIONES:

El inicio del seguro se data en la Edad Antigua con el transporte de mercancías, más tarde en la Edad Media se aseguraban las personas. El primer contrato de seguro surge en Italia en 1347 empezando a desarrollarse el concepto de pólizas de seguros. En la Época Moderna aparecen las sociedades anónimas de seguros, otro hecho importante en el campo de los seguros es el nacimiento del reaseguro, porque le permitía a las compañías compartir los riesgos que esa compañía por sí misma no sería capaz de soportar.

La primera ordenanza de seguros en España data de 1494, las compañías de seguros tenían el capital dividido en acciones y con una responsabilidad limitada, en el conflicto Bélico debido a la siniestralidad y con el cambio cultural se produce el cierre de numerosas compañías de seguros, sobreviviendo únicamente la compañía de la Reina María Luisa, después de ese periodo las compañías de seguros cobran importancia en la economía del país y el estado se interesa en ellas tanto para prevenir acciones fraudulentas como por posible ingreso de fiscalidad.

En el siglo XX aparecen las primeras Mutuas y Compañías dispuestas a cubrir los accidentes de trabajo, más tarde en la Segunda República es obligatorio contratar un seguro de accidentes. En la Guerra Civil las aseguradoras no tenían solvencia para abonar toda la siniestralidad que se había ocasionado y surgió el Consorcio de Compensación de Seguros, el cual está vigente en la actualidad. A partir de los años 60 se produce la modernización de la economía, además de un aumento en el ámbito de los automóviles, lo cual conlleva a un crecimiento del sector del seguro.

La compañía REALE nace en Italia (Turín) en 1828 como una compañía de Seguros, expandiéndose inicialmente por todo el territorio italiano, más tarde llega a España y en el 2016 a Chile. Formada por 9 empresas (Banca, Finanzas, Inmobiliarias y Seguros).

El Grupo REALE (España) en la actualidad se centra en un mayor crecimiento del negocio y prepara a la Compañía para nuevos retos, tanto en avances tecnológicos como maneras de satisfacer las necesidades de un cliente cada vez más exigente, para ello cuenta con una amplia gama de productos y de posibilidades para llegar a estos, siendo ofrecidos por mediadores (Agencias, Agentes y corredores) y cuenta con una plantilla de 1000 personas que velan por el buen funcionamiento de la empresa ya que son el principal activo de la compañía y adaptándose a las evoluciones tecnológicas y la eficiencia, dado que para la compañía REALE uno de sus pilares fundamentales es tener un trato muy cercano con el cliente por ello tiene distribución Territorial de la península con el objetivo de proporcionar un trato único y cercano a cada cliente, adicionalmente a lo anterior también es preciso resolver sus necesidades de manera rápida y con la mejor calidad, por lo tanto cuenta con una amplia gama de proveedores de negocio e indirectos, los cuales se ocupan de resolver sus siniestros lo antes posible y de una forma eficiente para el cliente.

En estos tiempos donde la digitalización, los avances tecnológicos están en continuo desarrollo y accesibilidad a información, se desarrollan productos que puedes personalizar y que se ajusten a las necesidades de precio. Todo lo anterior acompañado de la facilidad de comparar esa información y de acceder a una amplia gama de productos de otras compañías por medio de un comparador de seguros (Insuthet) en un instante, hace este negocio muy competitivo; es cierto que para las compañías le ha beneficiado porque tienen una nueva forma de vender productos novedosa, de la cual consiguen una disminución de costes, una mayor eficiencia y una obtención de datos, de información (Big Data), que si le sumamos un avance tecnológico y una inteligencia artificial hace que la compañía de seguros ajuste lo máximo posible el precio y la póliza a las necesidades de su cliente y por lo tanto el cliente disfrute de lo mismo.

La situación económica de los años 2012 hasta el 2019 donde se estaba recuperando de la crisis vivida anteriormente, donde se había producido en ese periodo una recuperación de los sectores, con bajada del paro, una subida del PIB. En el 2020 se produce una crisis sanitaria provocada por el Covid-19 que hace una repercusión en la economía del país, provocando una subida del paro, una recesión del PIB y quedando muchos sectores económicos afectados. Se estima que esta crisis tenga forma de “U” por lo tanto a finales del 2020 se produzca ya una recuperación de la economía.

La empresa REALE en el periodo anteriormente comentado había experimentado un aumento de la cuota de mercado, una subida de las primas cobradas y una bajada del ratio combino; El sector de los seguros le afecta las crisis económicas por el cierre de empresas, reducción del gasto medio por hogar en seguros, siendo el ramo no vida el más perjudicado.

Como se ha mencionado anteriormente el sector del seguro, aunque relativamente joven, debe estar en constante evolución al igual que cualquier otro sector o empresa.

En España es en el siglo XX cuando se produce su eclosión, dificultada por una guerra civil con las consecuencias económicas que los conflictos bélicos provocan en los países que los sufren. No obstante, tras esto el sector resurge con un alto crecimiento y una recuperación económica. En este periodo hasta el actual, el sector al igual que la economía mundial sufre un revés con la crisis del año 2008. Las aseguradoras tras esto tienen un retardo en el momento de sufrir el inicio de la crisis, igual que en el momento de la recuperación de esta, se produce tiempo después.

Hasta el año 2019 se percibía cierto crecimiento sostenido en el sector. Actualmente en plena crisis sanitaria de COVID-19 se estiman caídas en el sector, que ya se pueden percibir a cierre de los meses del periodo estival. El panorama que se presenta es similar al de la crisis del 2008, no obstante, la recuperación económica tras la crisis actual se estima más rápida puesto que el tejido empresarial solo se ha paralizado temporalmente.

De cara a los años venideros, se esperan cambios en el sector seguro, debido a las innovaciones tecnológicas próximas, que ya están surgiendo, como la digitalización, el coche conectado y el Big Data, entre otros harán que las compañías ofrezcan servicios personalizados para cada cliente, con servicios específicos y adicionales para satisfacer las necesidades a un cliente cada vez más conectado y digital.

En el caso de REALE Seguros, se trata de una compañía consolidada, desde su llegada a España, adquiriendo compañías del sector, ampliándose y consolidándose dentro del mercado nacional. Actualmente ocupa el puesto 16 del ranking de primas y su cuota de mercado de las Aseguradoras (ICEA, publicado en junio 2020), mostrando un crecimiento sostenible en los últimos años. En los primeros años de actividad en España su negocio principalmente estaba centrado en el ramo Autos, posteriormente ha ampliado a Multirriesgo y recientemente al ramo de Vida.

La Compañía está consolidada en el mercado español, mostrando datos que indican que su crecimiento es sostenible y firme, incluso en 2016 expandió su mercado a Chile como medio de ampliar su negocio ante la imposibilidad de adquisición de otras compañías.

Parte de esta consolidación dentro del mercado de seguros se ha debido a la selección de cartera, esto es el resultado de su distribución en delegaciones territoriales que se traduce en conocimientos de la zona a la hora de decidir el aseguramiento de un riesgo, además de una cercanía a la mediación y al propio asegurado, siendo esto virtud muy bien valorada desde estos. Esto se puede corroborar en la bajada progresiva del ratio combinado en los últimos años, situándose en el 2019 en 96,2%.

En cualquier caso, la Compañía debe afrontar nuevos retos a medio plazo, debido a las innovaciones digitales que se avecinan. La primera de ellas es la que afecta a la contratación de nuevas pólizas que como hemos visto anteriormente se sustenta en la mediación tradicional, con las innovaciones que se van a presentar. En el año 2016 la Compañía inició un Plan de acción denominado “Plan Directorio” con el objetivo de informatizar y poner al día en los avances tecnológicos a esos mediadores tradicionales con lo que pretende conseguir una adaptación progresiva a la digitalización.

Por otro lado, internamente también ha iniciado el proceso de digitalización en los distintos departamentos, siendo especialmente visible en el de “Prestaciones”, que se ha puesto de manifiesto durante el estado de alarma generado por la Covid-19 en la gestión de siniestros a través de video-peritaciones con los propios asegurados sin poner en riesgo la salud de los mismos ni de sus proveedores, sistema que actualmente sigue en uso, con buena aceptación y resultados.

Una realidad próxima para el sector Seguros y para la compañía REALE Seguros es que en estos tiempos los consumidores comparan y consultan los productos a través de aplicaciones, pero en el momento de la contratación siguen recurriendo al asesoramiento de un mediador tradicional. Se estima que a medio plazo esto cambie y se contrate directamente on-line, como ocurrió con las compras a través de la red y consecuentemente surgirán unos mediadores “virtuales”, los cuales las Aseguradoras ya están desarrollando, consecuentemente cambiará la forma de venta de pólizas tal y como la conocemos hoy, por lo que los mediadores tradicionales deberán adaptarse o estará en peligro su continuidad.

Con la actual crisis sanitaria Covid-19 que está afectando a la economía, se prevé que no será excesivamente larga y la salida será a corto plazo, siguiendo una forma de U. En el sector seguros se producirá una bajada de cuota de mercado que será manifiesta en el segundo trimestre del 2020 comenzando la tendencia positiva de crecimiento en el primer trimestre de 2021, llegando a finales de ese año a una situación semejante a la de Diciembre de 2019. Algunos “ramos” se verán más afectados que otros. El ramo más afectado será el “No Vida”, sobre todo por el cierre de empresas y en autos que no se producirán ventas. Esto impactará negativamente en REALE ya que precisamente ese Ramo es su fuerte y donde acumula su mayor cuota de mercado. Aunque otros “ramos” como salud saldrán muy beneficiados de esta crisis y más debido porque es sanitaria, en cuanto a la compañía, aunque su cuota es mínima, se le presenta una oportunidad para crecer, no obstante, no será fácil debido a la competencia del sector, que se estima feroz ya que ninguna compañía está dispuesta a perder mercado.

Esta crisis producirá que desaparezcan algún riesgo que existía antes de la crisis, acompañado de una difícil renovación de las pólizas ya vigentes porque todas las compañías van a querer captar esos clientes y los hogares no van a disponer de fondos.

En cualquier caso, tanto el sector del Seguro como la compañía REALE Seguros tienen delante un futuro prometedor y con retos que afrontar. REALE Seguros se encuentra consolidada en el mercado español con un índice de solvencia del 211% a cierre de 2019, una ratio combinado del 96,2% aumentando su cuota de mercado sobre un 3% anual, con una plantilla de empleados comprometidos y cercanía Territorial lo que hace que su futuro se consistente y prometedor.

Tiene retos por delante, como afrontar el periodo de la actual crisis del Covid-19, la digitalización y cambio del modelo de negocio tradicional, los cuales ya se encuentra abordando para continuar con la tendencia de modelo de negocio de los últimos años, generando una confianza muy necesaria dentro del Sector.

Por lo anterior, considero que el futuro de sector asegurador sufrirá un impacto inminente con un decrecimiento económico debido a la caída del PIB, aumento del paro y la desaparición de algunos riesgos, al estar provocado por una crisis sanitaria se espera una recuperación a corto plazo, si bien es cierto que no se espera estar hasta 2022 en valores de finales de 2019. Lo que si va a acelerar esta crisis sanitaria son cambios en un sector tradicionalista como es el del Seguro, en lo que se refiere al teletrabajo, el empleado ya no es imprescindible que esté en la oficina, las reuniones se harán a distancia, la atención al público/asegurado se apoyara en medios telemáticos.

En cuanto a REALE, por el estudio realizado hay que indicar que, si bien es una compañía consolidada, su tendencia y política de ventas en los últimos años ha estado prácticamente centrada en el canal mediación, sin prácticamente haber iniciado otros canales de producción a través, por ejemplo, de la venta online, esto le pone en una posición de desventaja frente a otras aseguradoras que abrieron estos canales hace años. La otra cuestión para tener en cuenta es que la adaptación a las nuevas tecnologías (digitalizarse) necesitar recursos, tanto económicos, como de personal y en esto las compañías medianas/pequeñas tienen desventaja respecto a las mas grandes, lo que creará una brecha entre las que llegan primero y tienen las dos ofertas disponibles y las que llegarán a posteriori.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acebes Abadía, L. (2015). *Mejora del proceso de comunicación interna en Reale Seguros (Trabajo fin de grado)*. Universidad Carlos III: Madrid.8
- Adn del seguro. Ignacio Mariscal, CEO: “Reale es un buque que solo tiene un rumbo y es la mediación”. <https://adndelseguro.com/adn-actualidad/ignacio-mariscal-ceo-reale-es-un-buque-que-solo-tiene-un-rumbo-y-es-la-mediacion/> (Consulta: 15 de junio de 2020)
- Adn del seguro. Reale seguros adquiere el 10% de la empresa noruega Tribe Holding. <https://adndelseguro.com/portada/reale-seguros-adquiere-el-10-de-la-empresa-noruega-tribe-holding/> (Consulta: 27 de julio de 2020)
- Alexandra Ilie, A.M. (2016). *Retención de clientes en el sector asegurador (Trabajo de fin de grado)*. Universidad de Zaragoza: Zaragoza.
- Amat Albuixech, A. (2016). *Internet de las cosas: la experiencia internacional y su aplicación al sector asegurador español (Trabajo fin de máster)*.
- Arriero Mamblona, S; Torre Quesada. M. (2018). *Seguros Génesis “Mis sueños, los vivo” (Trabajo fin de grado)*. Universidad de Valladolid: Segovia.
- “BBVA Research” situación Seguros. Diciembre 2018.
- BOE. Código de comercio y legislación complementaria, Madrid, (ed. Actualizada, 8 de mayo de 2020).
- BOE Núm. 140. Convenio colectivo del Grupo Asegurador Reale, Madrid, (29 de mayo de 2017).
- BOE Núm. 170. Mediación de seguros y reaseguros privados, Madrid, (18 de julio de 2006).
- BOE Núm.186. Ordenación del seguro privado. Madrid, (4 de agosto de 1984).
- Bustos, V. Merca2. Reale aspira a conquistar los dos millones de clientes en 2021. <https://www.merca2.es/reale-conquistar-millones-clientes/> (Consulta: 5 de agosto de 2020)
- Carraco, G. *El origen de los seguros*. <https://www.farodevigo.es/especiales/miralfuturo/el-origen-de-los-seguros.html> (Consulta: 25 de mayo de 2020)
- Comparador de seguros. *Perito del seguro – Seguros.es*. <https://www.seguros.es/perito-del-seguro.html> (Consulta: 7 de junio de 2020)
- Consumoteca. *Agencia de seguros: Diferencias con una correduría de seguros*. <https://www.consumoteca.com/economia-familiar/agencia-de-seguros/> (Consulta: 1 de junio de 2020)
- Criado, A. *El Español. Mariscal (Reale): “Llegarán las pólizas de movilidad personal que cubran el ‘carsharing’”*. <https://www.lespanol.com/invertia/empresas/20190318/mariscal-reale-llegaran->

[polizas-movilidad-personal-carsharing/383962290_0.html](https://takealeap.es/polizas-movilidad-personal-carsharing/383962290_0.html) (Consulta: 20 de junio de 2020)

Damiano, N. *Take a Leap. Entrevista a Josep Gendra, Responsable de Formación de Negocio de Reale Seguros*. <https://takealeap.es/entrevista-josep-gendra-reale/> (Consulta: 15 de julio de 2020)

Diana Rob, R. (2017). *El reaseguro y las entidades aseguradoras cautivas (Trabajo fin de grado)*. Universidad de Valladolid: Valladolid.

“Departamento de comunicación Reale Group” Informe de auditoría de cuentas anuales emitido por un auditor independiente 2018.

“Departamento de comunicación Reale Group” Informe especial de revisión independiente del informe sobre la situación financiera y de solvencia 2018.

“Departamento de comunicación Reale Group” Informe seguimiento competencia. Abril 2020.

“Departamento de comunicación Reale Group” Seguimiento competencia (Informe mensual) Auto y moto. Abril 2020.

“Departamento de comunicación Reale Group” Seguimiento competencia (Informe mensual) Patrimoniales. Abril 2020.

“Departamento de comunicación Reale Group” Seguimiento competencia (Informe mensual) Personales. Abril 2020.

“Departamento de comunicación Reale Group” Informe sostenibilidad 2016.

“Departamento de comunicación Reale Group” Informe sostenibilidad 2017.

“Departamento de comunicación Reale Group” Informe de sostenibilidad 2019.

“Departamento de comunicación Reale Group” Oferta Reale Seguros Personales.

“Departamento de comunicación Reale Group” Resumen ejecutivo 2017.

“Departamento de comunicación Reale Group” Resumen ejecutivo 2019.

“Departamento de comunicación Reale Group” Sostenible, responsable, REALE: Resumen ejecutivo 2018.

“Departamento de comunicación Reale Group” Ventaja de reparación en talleres concertados, preferentes y autovaloración.

Díez Álvarez, L. (2014). *Sector asegurador: Análisis económico – financiero. Perspectiva Europea (Trabajo fin de Máster)*. Universidad de Oviedo: Oviedo.

Diez Muñoz, S. (2018). *El seguro privado en España: MAPFRE (1933-2018) (Trabajo fin de grado)*. Universidad de Valladolid: Valladolid.

Ey building a better working world. (2020). *Análisis de Situación Financiera y de Solvencia 2019 de las principales aseguradoras del mercado español*. Madrid: Ey building a better working world

- Ey building a better working world. (2019). *Informe Especial de Revisión Independiente del Informe sobre la Situación Financiera y de Solvencia*. Madrid: Ey building a better working world
- Fénix Directo. *Taller concertado – Diccionario de seguros de Fénix Directo*. <https://www.fenixdirecto.com/es/diccionario-seguros/taller-concertado#:~:text=Un%20taller%20concertado%20es%20aquel,establecidos%20por%20la%20compa%C3%B1a%20aseguradora>. (Consulta: 7 de junio de 2020)
- Fernández, C. (2006). “Cuota de mercado y poder de mercado”. *El abuso de posición de dominio*, 61-74.
- Freire, E. *La Vanguardia*. “El sector asegurador saldrá de esta crisis creando empleo”. <https://www.lavanguardia.com/seguros/20200514/481135960638/sector-asegurador-creara-empleo-para-salir-crisis-brl.html> (Consulta: 27 de junio de 2020)
- Fundación Mapfre. (2010). *Investigaciones históricas sobre el Seguro español*. Madrid: Pons Pons, J., Pons Brías, M.A.
- Grupo Aseguranza. Reale supera por primera vez los 900 millones de primas en seguros generales. <https://www.grupoaseguranza.com/noticias-de-seguros/reale-supera-primeravez-900-millones-primas-seguros-generales> (Consulta: 3 de julio de 2020)
- Hernández Cuellar, C. *Cuota de mercado- Qué es, definición y concepto*. <https://economipedia.com/definiciones/cuota-de-mercado.html> (Consulta: 3 de julio de 2020)
- Hernández Díaz, C. (2012). “El Perito, clave en la compañía de seguros”. *Revista técnica de reparación y peritación de daños en carrocería y pintura de automóviles*, 81, 43-47.
- ICEA. (2020). *Cuota de mercado y nº de participantes*. Madrid: ICEA.
- ICEA. (2017). *El Big Data, el Machine Learning, el Internet de las Cosas y la Inteligencia Artificial, principales tendencias de TI en seguros*. Madrid: ICEA.
- ICEA. (2018). *La Inteligencia Artificial, el Machine Learning, el Internet de las Cosas, principales tendencias de TI en seguros*. Madrid: ICEA.
- ICEA. (2020). *Las adaptaciones por la nueva legislación, la venta on line y la movilidad son los principales proyectos en internet de las aseguradoras*. Madrid: ICEA.
- ICEA. (2019). *Las aseguradoras impulsan su transformación usando tecnologías digitales como el Cloud, el Machines learning o la inteligencia artificial*. Madrid: ICEA.
- Lavandera Alonso, A. (2016). *Evolución del contrato de seguro en España: la cobertura del riesgo y las condiciones generales de la contratación (Trabajo fin de grado)*. Universidad de Valladolid: Valladolid.
- María Camarero, J. *La verdad. Reale Seguros superó los 900 millones de euros en primas durante 2019*. <https://www.laverdad.es/economia/empresas/reale-seguros-supero-20200213131003-ntrc.html> (Consulta: 20 de junio de 2020)

- Mediadores de seguros. Reale pone en marcha un plan estratégico para potenciar sus más de 340 agencias.* <https://mediadoresdeseguroscv.com/reale-pone-en-marcha-un-plan-estrategico-para-potenciar-sus-mas-de-340-agencias/> (Consulta: 27 de julio de 2020)
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (1996). *1902-1992 90 años de seguros agrarios en España*. Madrid: Burgaz, J; Pérez, Morales, M.M.
- Nadal Cervera, M. (2019). *El seguro bajo demanda (digitalización + nuevos hábitos de consumo = soluciones disruptivas) (Tesis de Máster)*. Universidad de Barcelona: Barcelona.
- Pons, Pons, J. (2007). “Compañías de seguro marítimo en España (1650-1800)”. *Hispania: Revista española de historia*, 67(225), 271-294.
- Reale Group. *Nuestra historia*. <http://www.realegroup.eu/ES/nosotros/nuestra-historia> (Consulta: 25 de mayo de 2020)
- Reale Group. *Reale seguros*. <https://www.reale.es/es> (Consulta: 25 de mayo de 2020)
- Reale Seguros. *Red de talleres*. <https://www.reale.es/es/te-ayudamos/asistencia/ventajas-red-de-talleres> (Consulta: 7 de junio de 2020)
- Reale Seguros. *Ser Reale – Cómo nos moveremos en el futuro*. <https://blog.reale.es/serreale/2019/04/como-nos-moveremos-en-el-futuro/> (Consulta: 15 de julio de 2020)
- Rivas España, M. *Qué es un abogado especialista en seguros*. <https://miguelrivasespana.es/que-es-un-abogado-especialista-en-seguros/#:~:text=Los%20abogados%20de%20compa%C3%B1a%20de,la%20compa%C3%B1a%20ante%20algunas%20reclamaciones.> (Consulta: 13 de junio de 2020)
- Rosales. E. F., Quizá, J. M. (1996). “Los Seguros en España: 1830-1934”. *Revista de historia económica*, 14 (01), 183-203.
- Seguros News. Encuentro virtual entre Reale Seguros y E2K*. <https://segurosnews.com/news/encuentro-virtual-entre-reale-seguros-y-e2k> (Consulta: 26 de julio de 2020)
- Suárez Martínez, L. (2015). *La competencia en el sector asegurador (Trabajo fin de grado)*. Universidad De A Coruña: A Coruña.
- Vallejo Molina, B. (2013). *El sector de los seguros en España: análisis de la entidad aseguradora MAPFRE (Trabajo fin de grado)*. Universidad de Valladolid: Soria.
- (2014). *¿Afecta la crisis al seguro privado de salud en España? (Trabajo fin de grado)*. Universidad Pablo De Olavide: Sevilla.