

Los desafíos del nuevo
entorno:
Distribución Tradicional

Antonio Escrivá
Allianz Seguros

XXI Encuentro del Sector Asegurador: Avanzando en la recuperación

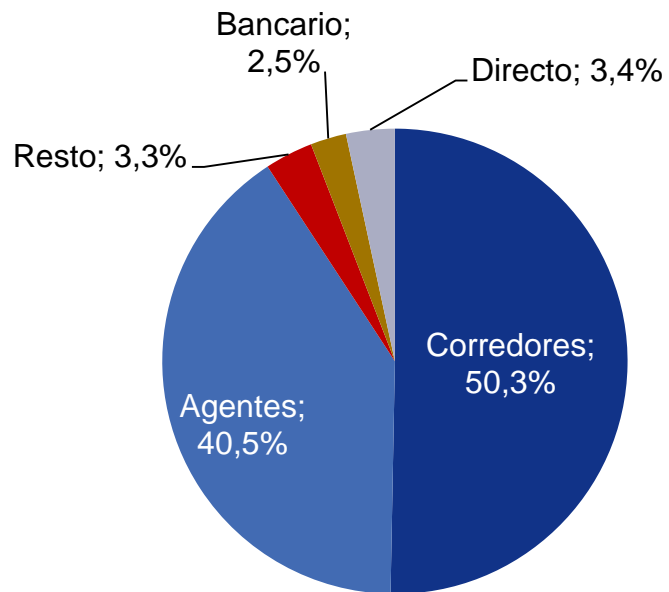
Allianz España: Una aproximación

- ✓ Alrededor de **4** Millones de clientes
- ✓ Más de **6,5** Millones de pólizas
- ✓ **1,8** Millones de siniestros tramitados
- ✓ **13.000** Mediadores
- ✓ **3.188,7** Millones de euros en Primas
- ✓ **419,8** Millones de resultado operativo

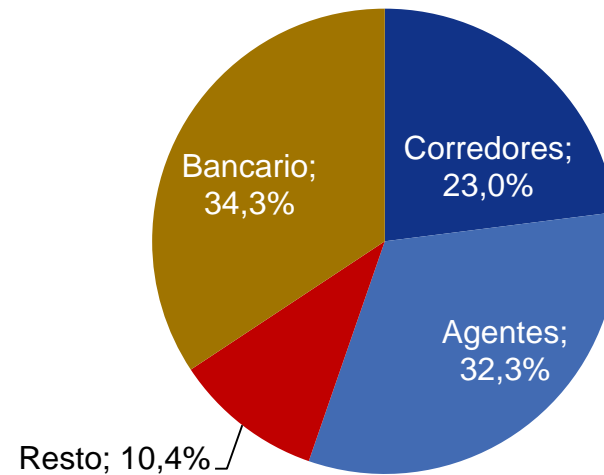


Distribución del negocio de Allianz por canales

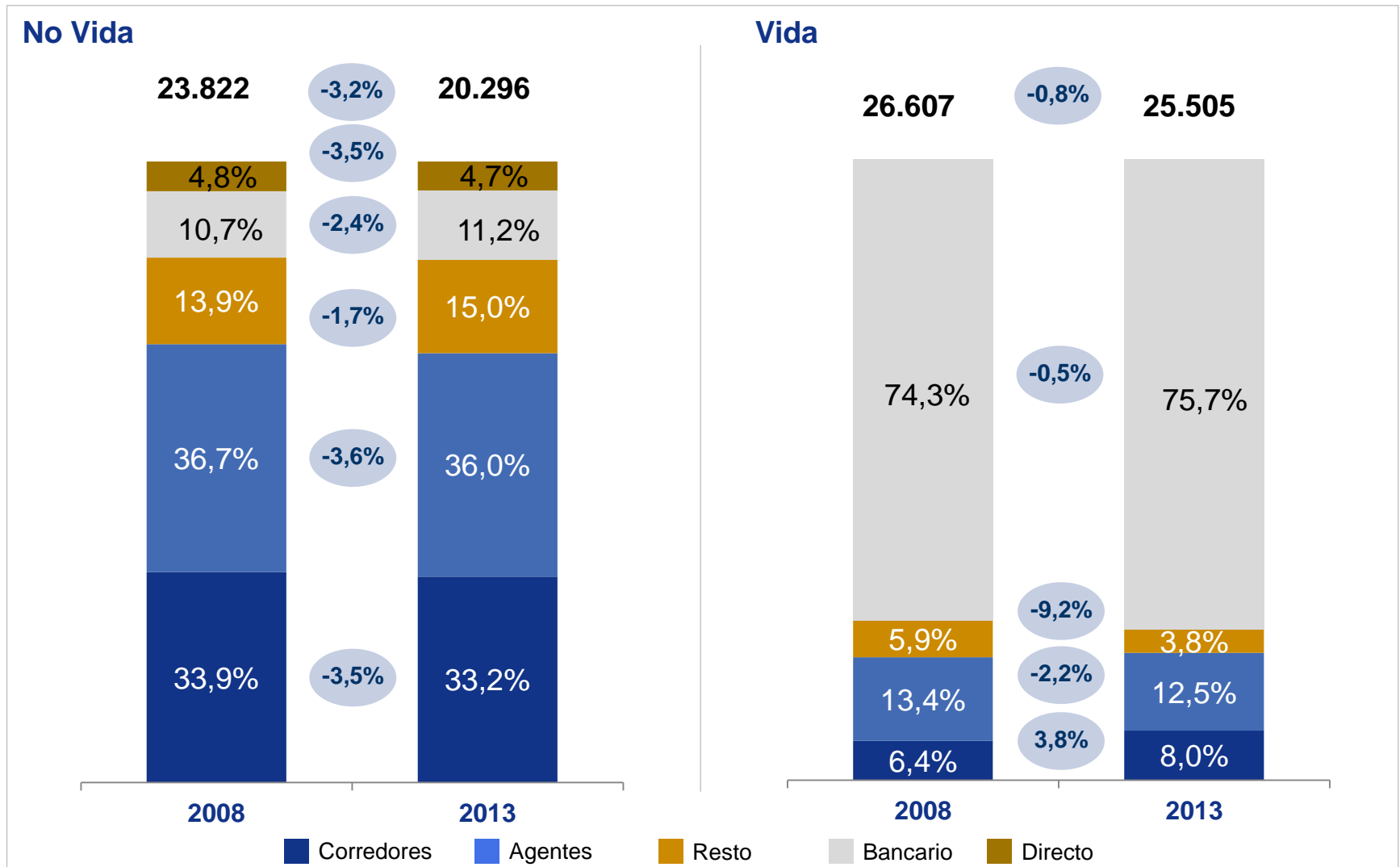
**No Vida,
1,965 Mn€**



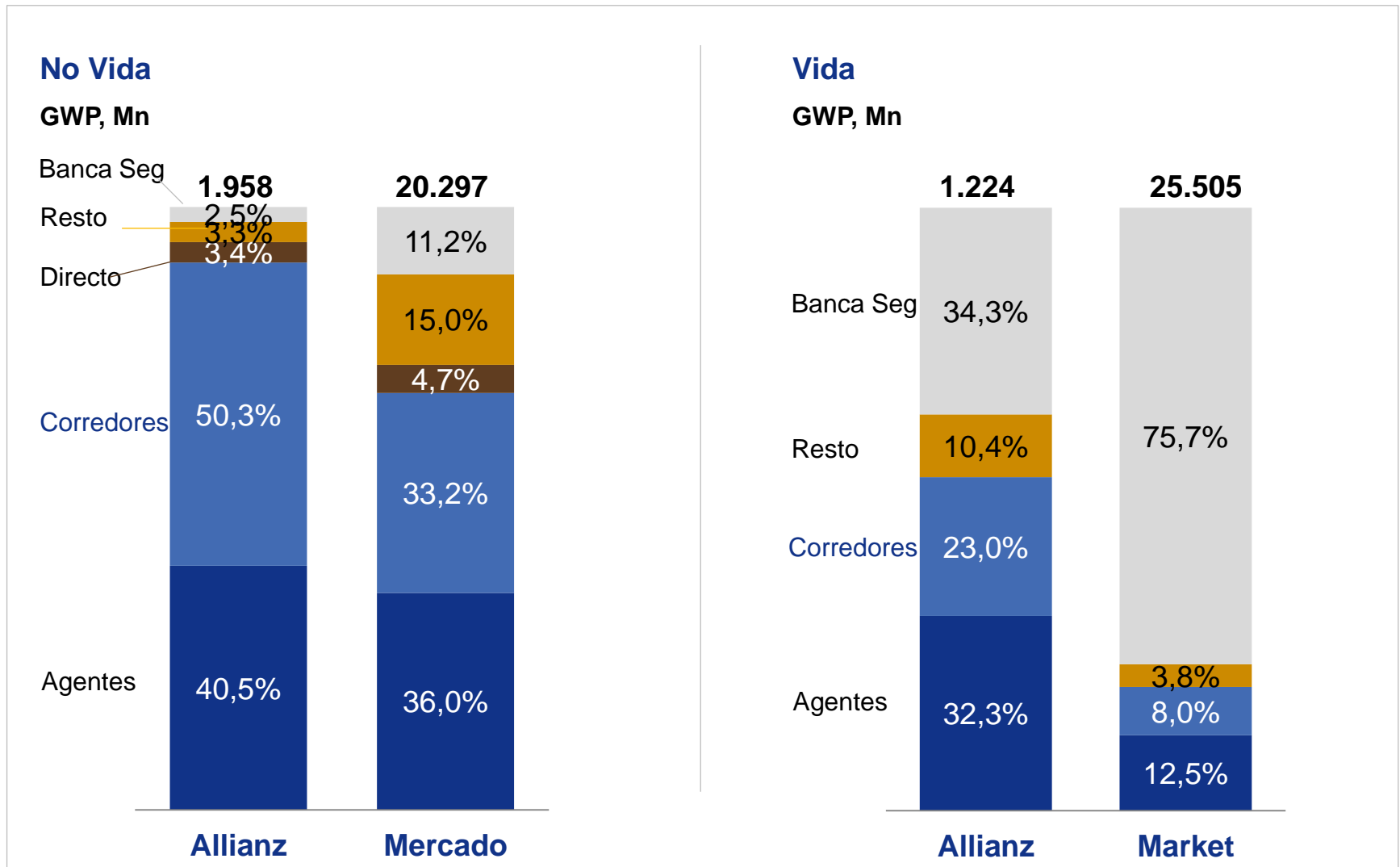
**Vida,
1,224 Mn€**



Evolución de la distribución por canales en Vida y No Vida

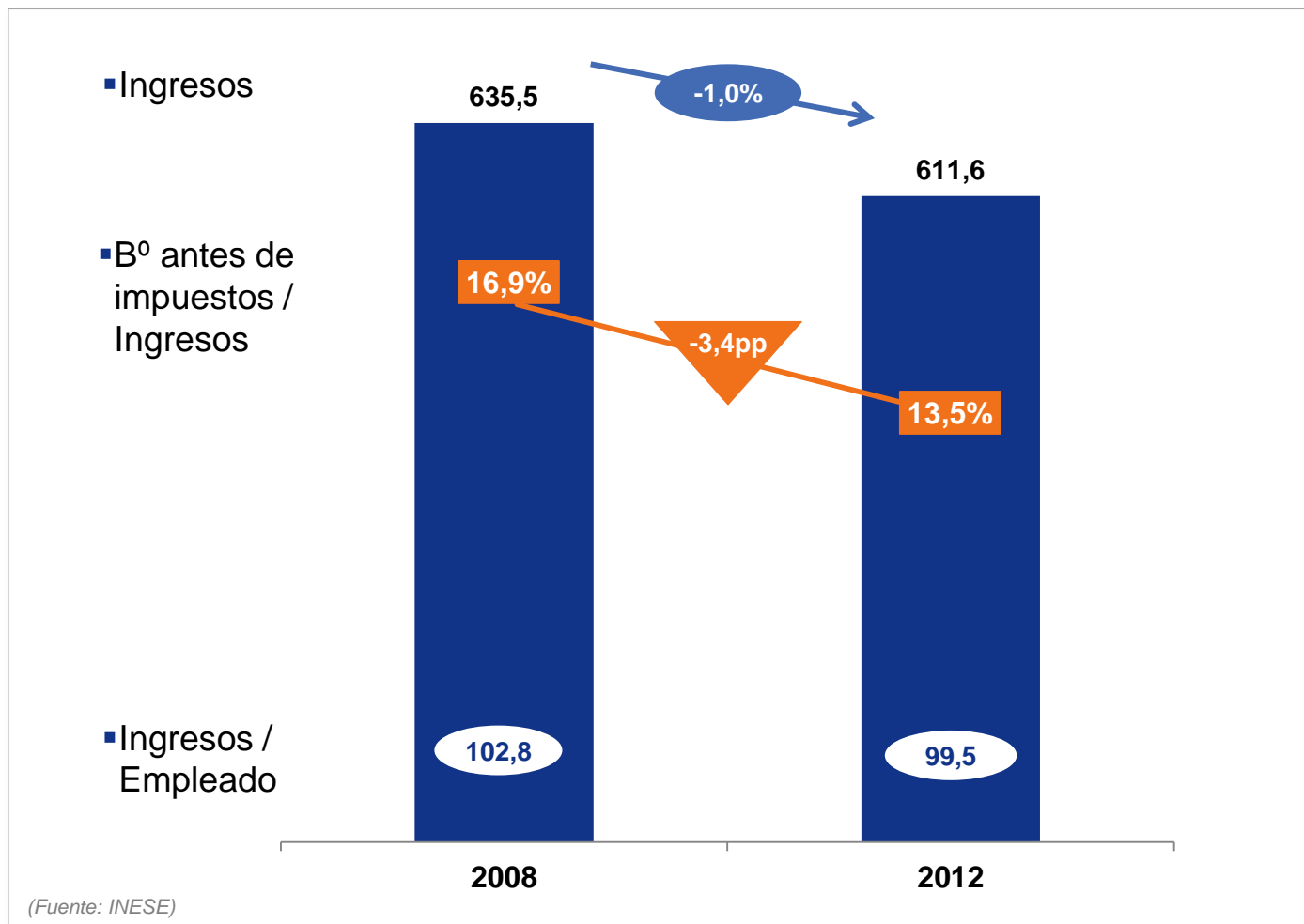


Distribución Allianz vs. Mercado

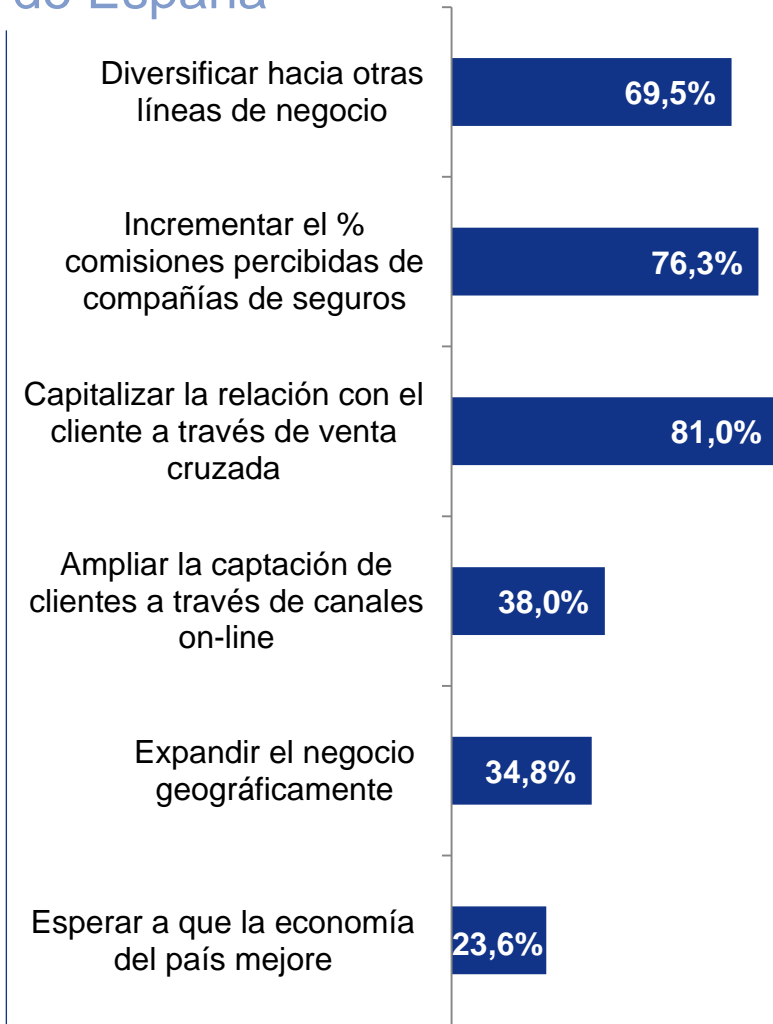
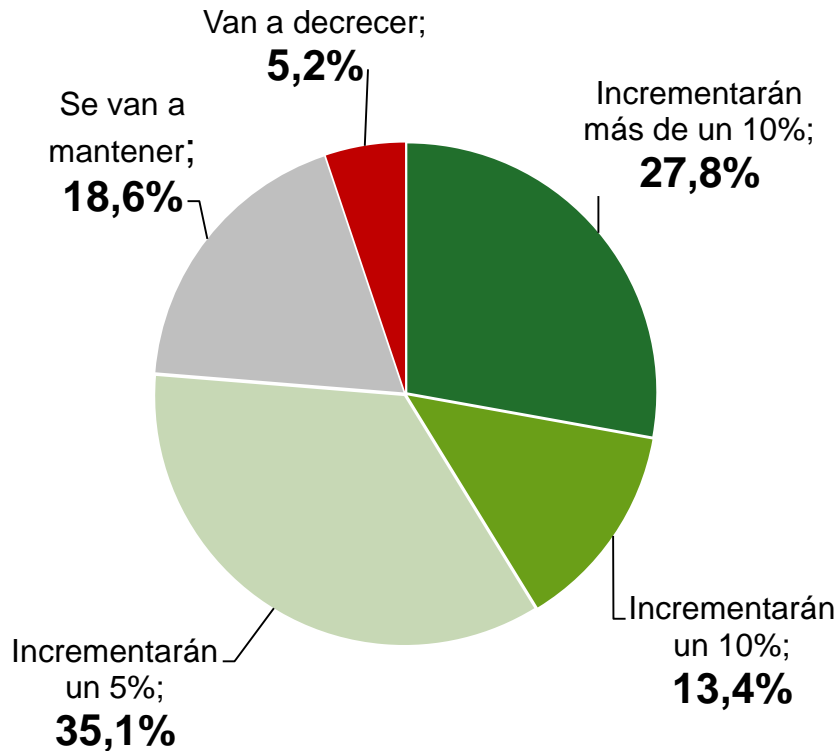


Evolución de los ingresos y gastos de las principales corredurías en España

90% de las primas del Canal Corredor

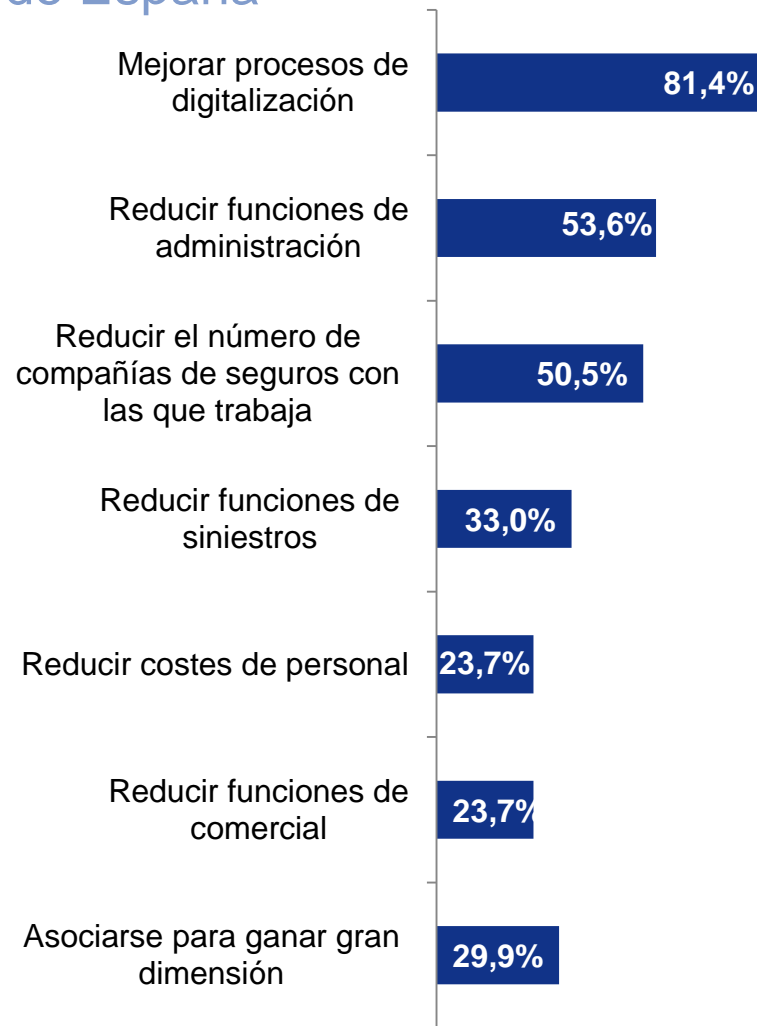
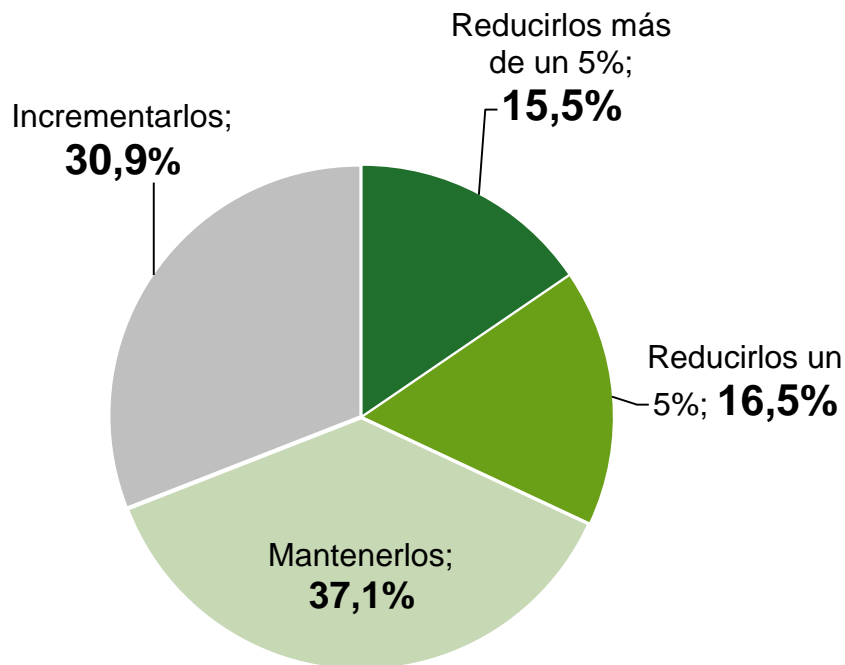


¿Qué va a pasar con los ingresos de su correduría? Encuesta a las principales corredurías de España



*Fuente: Encuesta de tendencias a Corredores. Elaboración propia

¿Qué va a hacer con los gastos de su correduría? Encuesta a las principales corredurías de España



*Fuente: Encuesta de tendencias a Corredores. Elaboración propia

Situación actual y tendencias de los Canales de Distribución

- La mediación defiende su posición en no Vida.
- Moderado crecimiento del canal directo.
- Fuerte competencia del **canal bancario también en no Vida.**
- Proceso de **concentración / asociacionismo en la mediación.**
- Presión sobre los **costes.**
- Tendencia hacia productos **estandarizados.**
- Incremento paulatino de número de carriers y productos comercializados por corredor.
- Nuevos modos de distribución (ej. brokers online).
- Incertidumbres derivadas de la **IMD2.**
- Oportunidades en **Vida y Salud.**
- Corredores dirigen su estrategia hacia segmentos más pequeños, incluso **particulares.**
- Esfuerzos continuos por la mejora de la **satisfacción del cliente.**

Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades del Canal Mediado

- **Domina** el negocio de no Vida.
- **No requiere mínimos de capital.**
- **Sector con buena salud.**
- **Cercanía y contacto personal.**

F

Fortalezas

- **Alta rotación de carteras.**
- **Caída de precios.**
- **Presión en los márgenes.**

D

Debilidades

- **Potencial de venta cruzada.**
- **Vida.**
- **Herramientas digitales.**
- **Mayor valor añadido para el cliente.**

O

Oportunidades

- **Directo y Bancaseguros.**
- **Ley de mediación.**
- **Riesgo de falta de adaptación a las nuevas tecnologías del mercado.**
- **Estructuras rígidas de costes.**

A

Amenazas

Retos del Canal Mediado y Estrategia

