

Anexo I. Registro del Título del Trabajo Fin de Grado (TFG)

NOMBRE DEL ALUMNO: Ana Meco Cartujo

PROGRAMA:

GRUPO: Psicología y ADE

FECHA: 18/10/2025

Director Asignado: Sentana Lledo, Juan
Apellidos Nombre

Título provisional del TFG:

Estructura de mercado y comportamiento estratégico en el sector asegurador del automóvil en España

ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 4 páginas: Índice provisional, objetivos, metodología y bibliografía)

Índice provisional

1. Introducción
2. Estructura del mercado asegurador en España
 - 2.1. Caracterización del ramo de automóviles
 - 2.2. Factores de concentración y competencia
3. Estrategias competitivas y transformación digital
4. Objetivos
5. Metodología
6. Bibliografía

Introducción

El sector asegurador español constituye una parte esencial del sistema financiero nacional, aportando alrededor del 5 % del PIB y empleando a más de 700.000 personas (Medina Fábrega, 2020). Dentro de este, el ramo del seguro del automóvil representa el segmento más relevante dentro de los seguros de No Vida, tanto por volumen de primas como por el número de pólizas activas. Su evolución reciente refleja una competencia intensa, marcada por la presión en precios, la digitalización de los canales de distribución y la aparición de nuevos actores tecnológicos (insurtechs).

El análisis de la estructura de mercado y el comportamiento estratégico de las aseguradoras en el ramo de automóviles es fundamental para comprender la dinámica competitiva actual del sector en España. Este trabajo explorará el grado de concentración, la interacción entre estructura y estrategia, y el impacto de la transformación digital en la posición de las principales aseguradoras (Mapfre, Mutua Madrileña, Allianz, Línea Directa, etc.). Asimismo, se contextualizarán estos fenómenos dentro del marco europeo, especialmente a la luz de la digitalización del sector asegurador impulsada por la EIOPA (2024).

2. Estructura del mercado asegurador en España

2.1. Caracterización del ramo de automóviles

Según la DGSFP y FUNCAS (Manzano, 2024), el mercado asegurador español alcanzó en 2023 un volumen de primas de más de 76.000 millones de euros, de los cuales el ramo de automóviles representó más de 12.000 millones, con un crecimiento del 6,6 % respecto a 2022. Este ramo, además de ser uno de los más extendidos socialmente, se caracteriza por su alta competencia y su peso en los resultados técnicos del sector No Vida.

Alemany (2013) destaca que el mercado español ha evolucionado desde una estructura altamente regulada hacia una competencia oligopolística, donde unas pocas entidades concentran gran parte de las primas, pero en la que persiste una rivalidad significativa por cuota de mercado. La competencia se basa no solo en el precio, sino también en la reputación, la calidad del servicio y la red de distribución.

2.2. Factores de concentración y competencia

El análisis de Medina Fábrega (2020) muestra que el mercado asegurador español mantiene un índice de concentración moderado, con las cinco principales aseguradoras agrupando más del 50 % de las primas. Sin embargo, las barreras de entrada —como los requerimientos de capital de Solvencia II y la necesidad de escala operativa— dificultan la aparición de nuevos competidores.

A nivel estructural, el sector presenta una segmentación entre aseguradoras tradicionales y directas, donde las compañías digitales han incrementado su presencia gracias a la eficiencia de costes y a la simplificación de los canales de contratación. Este cambio está modificando la estructura competitiva y la naturaleza del comportamiento estratégico de las entidades.

3. Estrategias competitivas y transformación digital

La digitalización ha transformado la naturaleza de la competencia en el seguro de automóviles. El informe de la EIOPA (2024) revela que más del 50 % de las aseguradoras europeas ya integran estrategias digitales y utilizan tecnologías como inteligencia artificial, Internet de las Cosas o blockchain para mejorar la experiencia del cliente y la gestión del riesgo.

El estudio de Wei, Talib y Sharif (2025) identifica los principales factores que impulsan la adopción de soluciones digitales en el sector asegurador: la confianza del consumidor, la utilidad percibida y la facilidad de uso. Al mismo tiempo, las principales barreras son la percepción de riesgo, la complejidad tecnológica y la falta de alfabetización digital. En el contexto español, este proceso se refleja en la expansión de canales online y aplicaciones móviles que permiten comparar precios, gestionar pólizas y tramitar siniestros.

En paralelo, Manzano (2024) señala que el crecimiento del ramo de automóviles en 2023 fue impulsado tanto por la revalorización de primas frente a la inflación como por la reconfiguración de las estrategias comerciales, orientadas a la retención de clientes y la optimización del riesgo técnico. De esta forma, las aseguradoras están combinando políticas de eficiencia, innovación y segmentación para sostener la rentabilidad en un entorno de fuerte competencia.

4. Objetivos

Objetivo general:

Analizar la estructura de mercado y el comportamiento estratégico de las aseguradoras del ramo de automóviles en España, identificando los factores que determinan la competencia y las estrategias de adaptación ante la digitalización.

Objetivos específicos:

- Caracterizar la estructura del mercado de seguros de automóviles en España y su nivel de concentración.
- Examinar las estrategias de diferenciación y fidelización adoptadas por las principales aseguradoras.
- Evaluar el impacto de la digitalización y las tecnologías emergentes sobre la estructura y dinámica competitiva.

- Contrastar la evolución del mercado español con las tendencias europeas en materia de digitalización y eficiencia operativa.

5. Metodología

El enfoque metodológico combinará análisis descriptivo y revisión documental:

1. Revisión bibliográfica y documental: Se consultarán artículos académicos y estudios sectoriales
2. Análisis empírico: Se emplearán datos de la DGSFP e ICEA para estimar indicadores de concentración
3. Estudio comparativo: Se analizarán las estrategias de digitalización y posicionamiento de las principales compañías del ramo de automóviles.
4. Síntesis crítica: Se integrarán los resultados para identificar la relación entre estructura de mercado, estrategia competitiva y transformación digital.

6. Bibliografía

Alemany, R. (2013). *The history of the insurance market in Spain*. *Assurances et Gestion des Risques*, 81(1–2), 59–76. https://www.revueassurances.ca/wp-content/uploads/2016/03/2013_81_no1_2_guillen.pdf

EIOPA. (2024). *Report on the digitalisation of the European insurance sector*. European Insurance and Occupational Pensions Authority. https://www.eiopa.europa.eu/document/download/6ca9e171-42b9-44d7-a2e6-beaf0134ecb8_en

Manzano, D. (2024). *Spain's insurance business in 2023 and outlook for 2024*. *FUNCAS SEFO*, 13(4), 41–49. <https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2024/07/Manzano-13-4.pdf>

Medina Fábrega, I. (2020). *Análisis del mercado asegurador español* [Trabajo Fin de Grado, Universidad Pontificia Comillas]. <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/408679/retrieve>

Segovia-Vargas, M. J., Camacho-Miñano, M. M., Pascual-Ezama, D., & Tolmos Rodríguez-Piñero, P. (2015). *Análisis de los factores de riesgo en el seguro del automóvil mediante ecuaciones estructurales*. *Innovar*, 25(Ed. Especial), 121–130. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81842948010.pdf>

Wei, A., Abdul Talib, Y. Y., & Sharif, Z. (2025). *Exploring digital insurance solutions: A systematic literature review and future research agenda*. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 16(4), 708–714. https://thesai.org/Downloads/Volume16No4/Paper_70-Exploring_Digital_Insurance_Solutions.pdf

Firma del estudiante:

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'M' followed by a large 'X' and a loop.

Fecha: 18/10/2025