

## La británica Admiral estudia entrar en España en el seguro de coches de venta directa

**El grupo asegurador, que obtiene el 85% de su negocio a través de Internet, prevé replicar aquí su modelo de crecimiento basado principalmente en ofrecer pólizas a precios competitivos.**

Modelo de crecimiento Salida a bolsa

El mercado de seguros de automóviles español no sólo atrae el interés de las entidades españolas -que en varias ocasiones han anunciado su entrada en este negocio-. La aseguradora británica [Admiral Group](#) estudia entrar en este negocio a través de la venta directa, mercado en el que operan en España Línea Directa, Direct Seguros, Génesis, Fénix Directo y buena parte de las aseguradoras tradicionales que utilizan el teléfono como uno de sus canales de venta. (...)

Esta batalla no sería nueva para ninguna de las dos aseguradoras, que ya compiten en el Reino Unido. De hecho, Línea Directa, participada al 50% por Bankinter y por Royal Bank, nació en el mercado británico, donde es líder del sector bajo la marca Direct Line.

El director financiero de [Admiral Group](#) aseguró que su intención es aplicar en España su modelo de crecimiento en el Reino Unido, basado principalmente en ofrecer seguros de coches de primas de bajo coste. "Intentaríamos replicar nuestra estrategia, aunque debemos tener en cuenta que los cuatro mercados que estamos estudiando son menos sofisticados que el británico, donde un 85% del negocio nos llega a través de Internet".

En septiembre de 2004 la compañía salió a bolsa con una capitalización inicial de 711 millones de libras. Desde entonces su valor ha subido un 56%, hasta 1.160 millones de libras.

[Admiral Group](#) se creó en 1992 y empezó a vender pólizas en enero de 1993. Comenzó con menos de sesenta empleados y sin ningún cliente, pero la compañía no ha parado de crecer desde entonces: a finales de 2004 contaba con unos ingresos de 107,5 millones de libras (158 millones de euros), unos beneficios de 86,6 millones y más de 1.500 empleados.

España es uno de los mercados europeos en los que [Admiral Group](#) estudia implantarse, junto con Alemania, Francia o Italia, afirma Andrew Probert, director financiero de la entidad. "Si al final entramos, nuestro principal competidor sería Línea Directa", afirma Probert.

Probert afirma que el grupo analiza los mercados para determinar cuál de los cuatro es más atractivo y una vez concluido este proceso, tomarán una decisión en los próximos meses. "De momento estamos abiertos a todas las posibilidades: tanto puede ser que entremos sólo en España, como en Italia o en los cuatro países a la vez". En el sector asegurador español, las entidades que compiten en este negocio cuentan ya con [Admiral Group](#) como un nuevo operador en el seguro de automóviles.

[Admiral Group](#) opera en el Reino Unido bajo cuatro marcas distintas: Elephant, Bell, Diamond y [Admiral Group](#). Cada una de ellas está enfocada a un nicho de mercado: seguros de automóviles tradicionales, pólizas para conductores con un buen historial de siniestralidad, para mujeres y para jóvenes.

La reaseguradora alemana Munich Re es el mayor accionista de [Admiral Group](#), con el 14,5% del capital, seguido de Barclays que controla el trece por ciento.

Esta batalla no sería nueva para ninguna de las dos aseguradoras, que ya compiten en el Reino Unido. De hecho, Línea Directa, participada al 50% por Bankinter y por Royal Bank, nació en el mercado británico, donde es líder del sector bajo la marca Direct Line.