



Análisis de los Comercios en España.

Composición, Evolución y Oportunidades de
negocio para el mercado asegurador

Estudio realizado por: Maite López Aladros
Tutor: Josep Esclusa Rof

Tesis del Master en Dirección de Entidades
Aseguradoras y Financieras

Curso 2008/2009

Esta tesis es propiedad del autor.

No está permitida la reproducción total o parcial de este documento sin mencionar su fuente.

Presentación

Elaborar este documento, pone punto final a un año de nuevas experiencias en mi vida. Volver a la Facultad, compartir horas en común y la alegría de las aulas con los compañeros de curso, ha sido como una renovación del espíritu.

He de agradecer a los profesores y a nuestro director del Master, Sr. José Luis Pérez Torres, por las horas de dedicación que, sin ellas, este trabajo no hubiera sido posible.

Agradezco a mi tutor de Tesis y profesionalmente responsable directo, Sr. Josep Esclusa Rof, la posibilidad de asistir a este curso, su dedicación y atención.

Resumen

El sector de servicios y venta al por menor tiene un peso importante en el negocio de los seguros Multirriesgo. La situación de crisis económico-financiera en la que nos encontramos, caracterizada por una fuerte desaceleración, afecta directamente al negocio de Multirriesgo de Comercio. Será primordial el análisis profundo de la realidad del mercado, de los resultados históricos y evolución del ramo, para conseguir resultados positivos en este producto.

La experiencia de las crisis anteriores y el estudio de los datos históricos, permitirán tomar las medidas precisas para que el ramo Multirriesgo de Comercios siga dando resultados positivos. La finalidad de esta tesis es, precisamente, obtener resultados mediante el análisis de esa experiencia.

Resum

El sector de serveis i venda al detall té un pes important en el negoci de les assegurances Multirrisca. La situació de crisi econòmic-financera en la que ens trobem, caracteritzada per una forta desacceleració, afecta directament al negoci del Multirrisca de Comerç. Serà primordial l'anàlisi profunda de la realitat del mercat, dels resultats històrics i evolució del ram, per aconseguir resultats positius en aquest producte.

L'experiència de les crisis anteriors i l'estudi de les dades històriques, permetran prendre les mesures precises perquè el ram Multirrisca de Comerços continuï donant resultats positius. La finalitat d'aquesta tesi és, precisament, obtenir resultats mitjançant l'anàlisi d'aquesta experiència.

Summary

The service sector and retail sales is an important part in the Multi-risk insurance business. The actual situation of economic and financial crisis, characterized by a sharp slowdown, directly affect the business of Multi-risk Commerce. It will be essential to analyse the market realities, the historical results and evolution of the sector to achieve positive results in this product. The experience of previous crises and the study of historical data, will take the necessary measures in order to continue giving positive results in the branch of Multi-risk Commerce. The purpose of this thesis is precisely to obtain results through the analysis of that experience.

Índice

1. Introducción	8
2. Los comercios: Composición y distribución del mercado español	10
2.1. Nº de locales	10
2.2. Distribución geográfica	11
2.3. Tipo de consumidores finales	13
2.4. Superficie destinada a la venta	13
2.5. Volumen de negocio por sistema de venta	15
3. Composición del mercado asegurador español	16
3.1. Volumen de negocio	16
3.2. Evolución	17
3.3. Ranking de compañías	18
3.4. Distribución por áreas geográficas	19
3.4.1. Distribución por provincias	19
3.4.2. Distribución por Comunidades Autónomas	22
3.5. Tipología de comercios asegurados	24
3.5.1. Clasificación	24
3.5.2. Volumen de Negocio. Evolución en pólizas y Primas	25
3.6. Siniestralidad	34
3.6.1. Evolución	34
3.6.2. Siniestralidad por actividad	36
3.6.3. Evolución de la siniestralidad por tipología de siniestro. Ratios.	38
4. Resultados del producto Multirriesgo de Comercio	46
5. El seguro Multirriesgo de comercio. Coberturas clásicas y novedades	48
5.1. Coberturas clásicas	48
5.2. Novedades	51
6. Situación económica actual del mercado asegurado	52
7. Influencia de la situación económica en la siniestralidad	57
8. Previsiones de futuro	59
8.1. Previsiones para 2009.	

Decrecimiento del mercado asegurador	59
8.2. Previsiones de futuro. Oportunidades de negocio.	60
9. Bibliografía	62
Anexos	

Análisis de los Comercios en España.

Composición, Evolución y Oportunidades de negocio para el mercado asegurador

1. Introducción

El entorno económico en el que nos encontramos se caracteriza por la desaceleración económica de repercusión mundial. El freno en la inversión inmobiliaria, motor de la economía del país, descenso en el consumo privado, subida de los tipos de interés, el aumento del paro y restricción de los créditos, ocasionan un deterioro en el panorama económico español. Esta situación se refleja en el mercado asegurador.

La tendencia en los seguros de No Vida es descendente. Esto se observa desde el 2002. Es cierto que las perspectivas no son muy óptimas, pero se habiéndose producido una situación positiva en los últimos años, cabe prever una fuerte ralentización importante. Por el momento, los resultados son positivos.

Como país maduro en el negocio asegurador, el mercado se caracteriza por la concentración y la intensa competencia en la mayoría de los ramos. En una situación de crisis, a esto cabe añadir la tendencia a la disminución en el importe de las primas, el elevado índice de anulaciones y la tendencia al alza en la rotación de cliente.

Con este trabajo se pretende analizar el contexto en el que se sitúan los negocios de venta al por menor y a las empresas de servicios, es decir, los comercios; qué son y qué venden; qué oferta de aseguramiento existe, cómo es el seguro Multirriesgo de Comercio, sus coberturas, sus resultados técnicos, la siniestralidad ante la crisis y, finalmente, qué estrategias cabrían para mantener el resultado del ramo en positivo.

Así, en el primer capítulo de este trabajo se describe y contextualiza el mercado, analizando el volumen de negocio de las actividades de venta al por menor, según la clasificación utilizada por el Instituto de Estadística, INE, que son las siguientes:

- Comercio al por menor de productos alimenticios
- Comercio al por menor de productos no alimenticios:
 - Productos médicos y farmacéuticos
 - Textil y calzado
 - Muebles y electrodoméstico
 - Otros productos no alimenticios
- Servicios de reparación
- Otras actividades comerciales
- Otras actividades y servicios

También se analizan el número de empresas censadas por sectores de actividad, número de personas que ocupan laboralmente y la superficie del local destinada a la venta.

Visto el entorno, se estudia la composición del mercado asegurador español. La importancia que tiene el producto Multirriesgo de Comercio dentro de los Multirriesgos, la evolución en los últimos años del volumen de negocio, la nueva producción y el ranking de compañías aseguradoras del ramo.

El análisis del mercado asegurador se realiza también desde el punto de vista de la penetración geográfica, esto es, por provincias y comunidades autónomas.

Para finalizar esta parte del trabajo, se estudia el comportamiento del ramo en función de las actividades aseguradas (Clasificación de ICEA).

Posteriormente, en el capítulo dedicado a la siniestralidad, se muestra, de manera más gráfica, la situación y evolución en función de la tipología del siniestro y en función de las actividades económicas, destacando la relevancia que tienen en el ramo los siniestros de la tipología de robo.

Se destina un capítulo para las coberturas del seguro Multirriesgo de Comercio. No se pretende aquí explicar con profundidad el tema. Esto sería motivo de otro estudio. Pero, no puede dejar de mencionarse la tendencia la prestación de servicios, frente a la indemnización. Forma parte de la propia evolución de los Multirriesgos y del Multirriesgo de Comercio en concreto.

El estudio sobre la situación del mercado asegurador en los Comercios, debe incluir el la visión sobre la situación económica actual. La situación económica como detonante directo, no ya sólo sobre la apertura y cierre de nuevos negocios, sino sobre el incremento de la siniestralidad, del fraude, de las anulaciones, de la renovación constante de la cartera

2. Los comercios: Composición y distribución del mercado español

El mercado potencial del sector asegurador de Multirriesgo de comercio puede englobar algunas o todas las actividades que se analizan en la Encuesta Anual de Comercio realizada por el INE. En este se clasifican las actividades en 76 subsectores. En los anexos a este trabajo se adjunta información complementaria al tema. Lo conforman 817.589 empresas, con 976.419 locales, con un volumen de negocio de 772.150.887 € y dan empleo a 3.464.506 personas

Para el análisis de los establecimientos que realizan la actividad de venta al por menor, se ha utilizado la clasificación utilizada por el INE y que corresponde al código 52, dentro de la clasificación CNAE93, excepto comercio de vehículos a motor, motocicletas y ciclomotores.

2.1. - Número de locales

El cuadro siguiente explica la clasificación utilizada, en función del número de empresas que la componen, el número de locales que declaran y el volumen de negocio.

Actividades	Número de empresas	Número de locales	Volumen de negocio
Comercio al por menor en establecimientos no especializados	33.925	50.262	82.755.589
Comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos especializ.	117.138	133.788	25.568.268
Comercio al por menor de productos farmacéuticos, médicos, belleza e higiene	31.938	38.646	19.795.203
Otro comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados	278.616	344.670	85.122.269
Comercio al por menor de bienes de segunda mano en establecimientos	1.390	1.523	131.565
Comercio al por menor no realizado en establecimientos	50.344	53.399	4.940.378
Reparación de efectos personales y enseres domésticos.	13.421	14.435	952.204
TOTAL	526.772	636.723	219.265.476

Fuente: Instituto Nacional de Estadística
Copyright INE 2009

Gráfico 1 – Aproximación del mercado al por menor: número de locales, nº de empresas y volumen de negocio

2.2. - Distribución geográfica

En función de la distribución geográfica de los locales minoristas, vemos que éstos se concentran en 3 provincias. Madrid, Barcelona y Valencia, aglutinan el 28 % de los locales.

52 Comercio al por menor,excepto comercio vehículos motor, motocicletas y ciclomotores	nº de locales	% s/ total	% acumulado
Madrid	75.608	11,72%	11,72%
Barcelona	75.542	11,71%	23,43%
Valencia\València	34.464	5,34%	28,77%
Alicante/Alacant	28.519	4,42%	33,19%
Sevilla	26.986	4,18%	37,37%
Málaga	24.530	3,80%	41,17%
Murcia	19.067	2,96%	44,13%
Cádiz	17.530	2,72%	46,85%
A Coruña	17.444	2,70%	49,55%
Vizcaya	16.318	2,53%	52,08%
Illes Balears	16.290	2,52%	54,60%
Las Palmas	16.201	2,51%	57,11%
Santa Cruz de Tenerife	15.152	2,35%	59,46%
Pontevedra	15.073	2,34%	61,80%
Asturias	15.026	2,33%	64,13%
Granada	13.123	2,03%	66,16%
Córdoba	12.168	1,89%	68,05%
Zaragoza	11.458	1,78%	69,82%
Guipúzcoa	10.866	1,68%	71,51%
Tarragona	10.559	1,64%	73,14%
Badajoz	10.270	1,59%	74,74%
Almería	9.902	1,53%	76,27%
Jaén	9.654	1,50%	77,77%
Toledo	8.992	1,39%	79,16%
Girona	8.919	1,38%	80,54%
Castellón/Castelló	8.578	1,33%	81,87%
Navarra	8.001	1,24%	83,11%
Cantabria	7.824	1,21%	84,33%
Ciudad Real	7.705	1,19%	85,52%
Huelva	7.550	1,17%	86,69%
Valladolid	7.241	1,12%	87,81%
León	6.836	1,06%	88,87%
Lleida	6.406	0,99%	89,86%
Cáceres	6.209	0,96%	90,83%

52 Comercio al por menor,excepto comercio vehículos motor, motocicletas y ciclomotores	nº de locales	% s/ total	% acumulado
Albacete	5.749	0,89%	91,72%
Lugo	5.285	0,82%	92,54%
Salamanca	5.215	0,81%	93,34%
Ourense	4.941	0,77%	94,11%
Burgos	4.905	0,76%	94,87%
La Rioja	4.563	0,71%	95,58%
Álava	3.824	0,59%	96,17%
Huesca	3.277	0,51%	96,68%
Cuenca	2.965	0,46%	97,14%
Zamora	2.827	0,44%	97,58%
Ávila	2.587	0,40%	97,98%
Palencia	2.567	0,40%	98,38%
Guadalajara	2.325	0,36%	98,74%
Segovia	2.316	0,36%	99,09%
Teruel	2.026	0,31%	99,41%
Melilla	1.341	0,21%	99,62%
Soria	1.258	0,19%	99,81%
Ceuta	1.216	0,19%	100,00%
Total Nacional	645.198	100,00%	100,00%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística
Copyright INE 2009

Gráfico 2 – Número de locales de comercio minorista por provincias

2.3. - Tipo de consumidores finales

Por el tipo de cliente, es el consumidor final, es decir, hogares y particulares, el que mueve mayor volumen de negocio (93%).

Actividades	Total	%	Consumidores finales (hogares y particulares)	%
Comercio al por menor en establecimientos no especializados (CNAE 521)	82.755.589	37,74%	81.173.425	39,81%
Comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados (CNAE 524)	85.122.269	38,82%	74.571.897	36,57%
Comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos especializados (CNAE 522)	25.568.268	11,66%	23.650.305	11,60%
Comercio al por menor de productos farmacéuticos, médicos, belleza e higiene (CNAE 523)	19.795.203	9,03%	19.014.025	9,32%
Comercio al por menor no realizado en establecimientos (CNAE 526)	4.940.378	2,25%	4.621.304	2,27%
Reparación de efectos personales y enseres domésticos (CNAE 527)	952.204	0,43%	755.073	0,37%
Comercio al por menor de bienes de segunda mano en establecimientos (CNAE 525)	131.565	0,06%	120.699	0,06%
Total	219.265.476	100,00%	203.906.728	93,00%

Gráfico 3 - Comercio al por menor: resultados por desglose del volumen de negocio según tipo de cliente y actividad principal

2.4. - Superficie destinada a la venta

La superficie destinada a la venta en los locales minoristas es mayoritariamente inferior a 120 m², siendo el 81,13% de los locales inferiores a esta medida.

Actividades	< 120 m2	De 120 a 399 m2	De 400 a 999 m2	De 1000 a 2499	> 2499
Comercio al por menor en establecimientos no especializados (CNAE 521)	30.525	9.940	5.316	2.710	612
Comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos especializados (CNAE 522)	113.103	3.687	390	99	8
Comercio al por menor de productos farmacéuticos, médicos, belleza e higiene (CNAE 523)	33.107	3.525	257	112	31
Comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados (CNAE 524)	278.292	44.059	10.260	3.745	1.329
Comercio al por menor de bienes de segunda mano en establecimientos (CNAE 525)	1.204	230	45	1	1
Total	456.231	61.441	16.267	6.667	1.980

Gráfico 4 - Distribución de los establecimientos por actividades y superficie

En función de los metros cuadrados, el grupo de locales que da ocupación a menos de 2 personas es, precisamente, los de superficie inferior a los 120 m2.

m2	Total	Menos de 2 ocupados	%	De 2 a 4	De 5 a 9	De 10 a 19	De 20 a 49	Más de 49
Menos 120 m2	456.231	212.798	37,84%	174.592	35.546	14.614	10.327	8.354
De 120 a 399 m2	61.441	7.178	1,28%	21.567	11.411	5.718	4.921	10.645
De 400 a 999 m2	16.267	766	0,14%	2.847	2.689	1.612	1.605	6.748
De 1000 a 2499	6.667	22	0,00%	767	783	806	555	3.733
Más de 2499	1.980	0	0,00%	78	242	405	225	1.029
Puestos fijos	19.773	10.218	1,82%	7.329	1.144	615	213	253
Total	562.363	230.986	41,07%	207.180	51.816	23.771	17.847	30.763

Fuente: Instituto Nacional de Estadística
Copyright INE 2009

Gráfico 5 - Resultados por distribución de los establecimientos según superficie destinada a la venta y ocupados.

2.5. - Volumen de negocio por sistema de venta

En cuanto al volumen de negocio en función del sistema de venta y actividad principal, la venta es eminentemente tradicional.

Actividades	Total	Tradicional	Autoservicio
Comercio al por menor en establecimientos no especializados (CNAE 521)	82.755.589	20.453.783	61.932.324
Comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos especializados (CNAE 522)	25.568.268	22.431.928	2.481.391
Comercio al por menor de productos farmacéuticos, médicos, belleza e higiene (CNAE 523)	19.795.203	18.774.560	842.509
Comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados (CNAE 524)	85.122.269	73.168.663	7.547.555
Comercio al por menor de bienes de segunda mano en establecimientos (CNAE 525)	131.565	98.379	24.644
Comercio al por menor no realizado en establecimientos (CNAE 526)	4.940.378	339.687	14.634
Reparación de efectos personales y enseres domésticos (CNAE 527)	952.204	708.357	1.795
Total	219.265.476	135.975.357	72.844.852

Fuente: Instituto Nacional de Estadística
Copyright INE 2009

Gráfico 6 - Resultados por desglose del volumen de negocio según el sistema de ventas y actividad principal

3. Composición del mercado asegurador español

3.1. – Volumen de negocio

Dentro del negocio del seguro No Vida, el Multirriesgo concluye el año 2008 con el 18,16% del volumen de negocio.

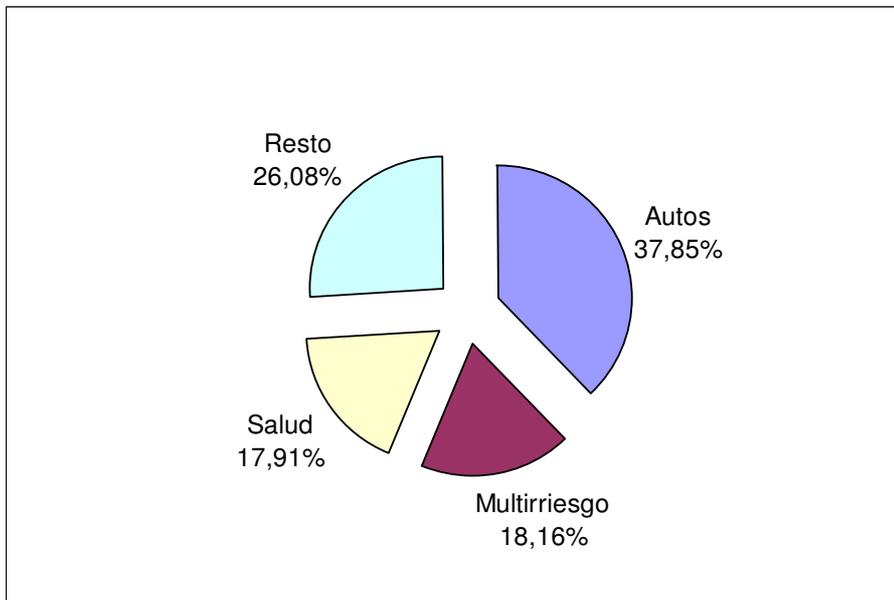


Gráfico 7 – Volumen de negocio del seguro Multirriesgo dentro del seguro No Vida (2008)

En los seguros Multirriesgo, el seguro de Comercios supone el 11,4% del total de las primas del año 2008.

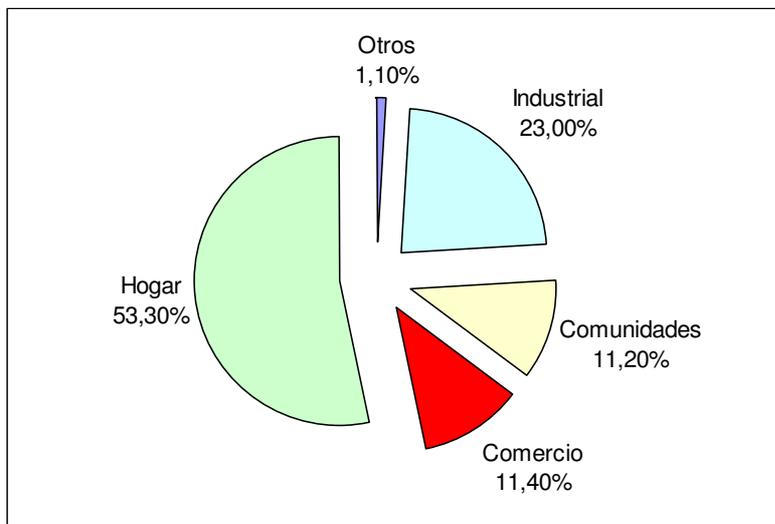


Gráfico 8 – Distribución de los seguros Multirriesgo

3.2. - Evolución

En el siguiente cuadro se muestra el peso del seguro Multirriesgo comercio. Se observa que, mientras que el volumen en primas de los Multirriesgo de Hogar y de Comunidades se incrementa, el de Comercios decrece en 1,3 %.

	2.002	2.003	2.004	2.005	2.006	2.007	2.008
HOGAR	51,20%	50,80%	51,20%	52,00%	52,50%	52,70%	53,30%
COMUNIDADES	10,90%	10,80%	10,90%	11,10%	11,00%	11,10%	11,20%
COMERCIOS	12,70%	12,40%	12,30%	12,10%	11,70%	11,50%	11,40%
PYME	23,90%	24,40%	24,00%	23,10%	22,90%	23,00%	23,00%

Gráfico 9 -Evolución del Multirriesgo Comercio (S/ total de las Primas de Multirriesgo)

Los últimos datos facilitados por ICEA, sobre el primer trimestre del año y para el Multirriesgo de Comercio, reflejan la tendencia a la disminución en las primas, tanto en la venta nueva como en la cartera,. En cuanto al incremento en el número de pólizas, para este trimestre, el descenso es, igualmente importante, aunque se mantiene positivo (de un 11.4% a un 6.40%).

	Incremento Primas a 03-2009		Incremento Pólizas a 03-2009	
	% volumen negocio	% nueva producción	% volumen negocio	% nueva producción
HOGAR	7,83%	6,56%	3,15%	13,11%
COMUNIDADES	8,42%	13,26%	5,14%	10,00%
COMERCIOS	-1,86%	-0,09%	0,17%	6,40%
PYME	0,65%	8,46%	-0,09%	8,65%

Gráfico - 10 Incrementos durante el 1er trimestre 2009

3.3.- Ranking de Compañías

El mercado asegurador español está concentrado en pocas compañías. Para el Multirriesgo de Comercio, sólo las cinco primeras acaparan más del 54% de la cuota del mercado; mientras que las 15 primeras aglutinan el 86% del volumen de negocio.

Pos.	Entidad	Nº PÓLIZAS	PRIMAS €	Prima media	Cuota de mercado	Cuota de mercado ACUMULADA
1º	MAPFRE FAMILIAR	207.673	133.369.543	642	19,78%	19,78%
2º	AXA SEGUROS GENERALES	184.878	91.371.833	494	13,55%	33,33%
3º	ALLIANZ	129.832	60.706.834	468	9,00%	42,33%
4º	ZURICH ESPAÑA	81.240	43.850.330	540	6,50%	48,83%
5º	S. CATALANA OCCIDENTE	80.401	38.256.751	476	5,67%	54,50%
6º	ESTRELLA SEGUROS	78.708	36.998.440	470	4,49%	58,99%
7º	REALE SEGUROS GENERALES	64.975	30.444.195	469	4,52%	63,51%
8º	VITALICIO SEGUROS	51.810	26.848.125	518	3,98%	67,49%
9º	GROUPAMA SEGUROS	63.397	26.507.464	418	3,93%	71,42%
10º	CASER	85.073	23.237.225	273	3,45%	74,87%
11º	HELVETIA SEGUROS	42.362	20.563.361	485	3,05%	77,92%
12º	SEGUROS BILBAO	36.416	15.235.473	418	2,26%	80,18%
13º	SANTALUCÍA	37.054	15.130.762	408	2,24%	82,42%
14º	FIATC	24.639	14.371.019	583	2,13%	84,55%
15º	LIBERTY SEGUROS	23.046	11.899.784	516	1,77%	86,32%

Gráfico 11 - Ranking de las 15 1as. Compañías. Multirriesgo de comercios (2008)

3.4. - Distribución por Áreas geográficas

3.4.1.– Distribución por provincias

Durante el 2008 la mayor concentración del negocio asegurador (en general) en primas se centra en tres provincias: Madrid, Barcelona y Valencia, con el 44% de las primas.

Los incrementos que han experimentado del 2007 al 2008 son muy dispares: Madrid con el 1.87%, Barcelona con el 12.61% y Valencia con un crecimiento negativo del -3.64%.

En cuanto a los Multirriesgos, en estas tres provincias se ha producido un decremento en el número de éstos.

	Volumen de negocio		Nueva producción	
	Inc	% s/total Prov.	Inc	% s/total Prov.
MADRID	7,43	10,2	-1,66	20,57
BARCELONA	5,96	11,24	4,36	19,24
VALENCIA	9,72	14,37	3,42	20,17

Gráfico 12 – Los Multirriesgos en las tres principales provincias

La distribución por provincias del volumen de negocio del Multirriesgo Comercios repite, nuevamente, el ranking antes mencionado de las tres provincias: Madrid, Barcelona y Valencia. Aunque, es en la Provincia de Barcelona donde se concentra el mayor volumen de negocio por delante de Madrid.

3.4.1. 1 – Por volumen de negocio

El siguiente cuadro recoge la distribución del negocio, en cuanto a volumen de primas y pólizas, donde las 8 primeras provincias aglutinan más del 50% de las primas de Multirriesgo de Comercio.

las 15 las. Provincias	Primas			Pólizas		
	Volumen de negocio	% vol. Neg. s/total	% vol. Neg. Acumulado	Volumen de negocio	% vol. Neg. s/total	% vol. Neg. Acumulado
Barcelona	92.558.821	14,49%	14,49%	187.007	14,17%	14,17%
Madrid	90.891.449	14,23%	28,72%	162.530	12,31%	26,48%
Valencia	38.154.523	5,97%	34,69%	74.976	5,68%	32,16%
Alicante	30.643.577	4,80%	39,49%	63.327	4,80%	36,95%
Sevilla	22.166.552	3,47%	42,96%	48.212	3,65%	40,61%
Málaga	21.932.095	3,43%	46,40%	43.047	3,26%	43,87%
Illes Balears	21.304.755	3,34%	49,73%	37.316	2,83%	46,69%
Vizcaya	20.918.288	3,27%	53,01%	48.532	3,68%	50,37%
Guipúzcoa	15.675.587	2,45%	55,46%	33.466	2,54%	52,91%
Murcia	15.627.404	2,45%	57,91%	30.433	2,31%	55,21%
Coruña	14.272.258	2,23%	60,14%	33.175	2,51%	57,72%
Asturies	13.751.383	2,15%	62,29%	34.422	2,61%	60,33%
Las Palmas	12.769.337	2,00%	64,29%	25.173	1,91%	62,24%
Girona	12.722.125	1,99%	66,29%	23.548	1,78%	64,02%
S.C. Tenerife	12.407.705	1,94%	68,23%	23.048	1,75%	65,77%
total	638.734.654			1.320.125		

Gráfico 13- . Distribución del volumen de negocio en pólizas y primas en las 15 primeras provincias

Recordemos que, según datos del INE, las provincias de Madrid, Barcelona y Valencia suman el 28,77% de los locales de venta al por menor. Mientras que el volumen de negocio de seguro en pólizas de estas tres provincias es del 32,16%. La concentración, pues, es importante.

3.4.1.2 – Por nueva producción

Referente a la nueva producción, es la provincia de Madrid la que alcanza el índice en primas y pólizas más elevado, por delante de Barcelona, según se refleja en el siguiente cuadro.

las 15 1as. Provincias	Pólizas			Primas		
	Nueva producción 07/08	%de primas s/total	%primas Acumulado	Nueva producción 07/08	%de primas s/total	%primas Acumulado
Madrid	14.198.402	14,31%	14,31%	27.253	12,53%	12,53%
Barcelona	12.569.806	12,67%	26,99%	25.995	11,95%	24,48%
Valencia	6.542.814	6,60%	33,58%	13.641	6,27%	18,80%
Alicante	5.671.571	5,72%	39,30%	12.295	5,65%	18,18%
Sevilla	4.600.869	4,64%	43,94%	9.622	4,42%	16,95%
Málaga	4.010.590	4,04%	47,98%	8.756	4,02%	16,55%
Huesca	3.732.501	3,76%	51,75%	800	0,37%	12,89%
Illes Balears	3.353.133	3,38%	55,13%	6.388	2,94%	15,46%
Murcia	2.649.596	2,67%	57,80%	5.664	2,60%	15,13%
Vizcaya	2.499.351	2,52%	60,32%	6.520	3,00%	15,52%
S.C. Tenerife	2.188.353	2,21%	62,52%	4.109	1,89%	14,42%
Cádiz	2.165.095	2,18%	64,71%	5.271	2,42%	14,95%
Las Palmas	2.089.335	2,11%	66,81%	4.407	2,03%	14,55%
Granada	2.009.585	2,03%	68,84%	4.642	2,13%	14,66%
Coruña	1.962.103	1,98%	70,82%	4.885	2,25%	14,77%
total	99.189.137			217.555		

Gráfico 14 - Distribución de la nueva producción en pólizas y primas de las 15 primeras provincias

3.4.2. Volumen de negocio por Comunidad Autónoma

3.4.2.1 - Volumen de negocio por primas

Si analizamos la concentración de negocio por Comunidades Autónomas, vemos que Catalunya destaca por volumen de negocio en primas, seguida de Andalucía y Madrid.

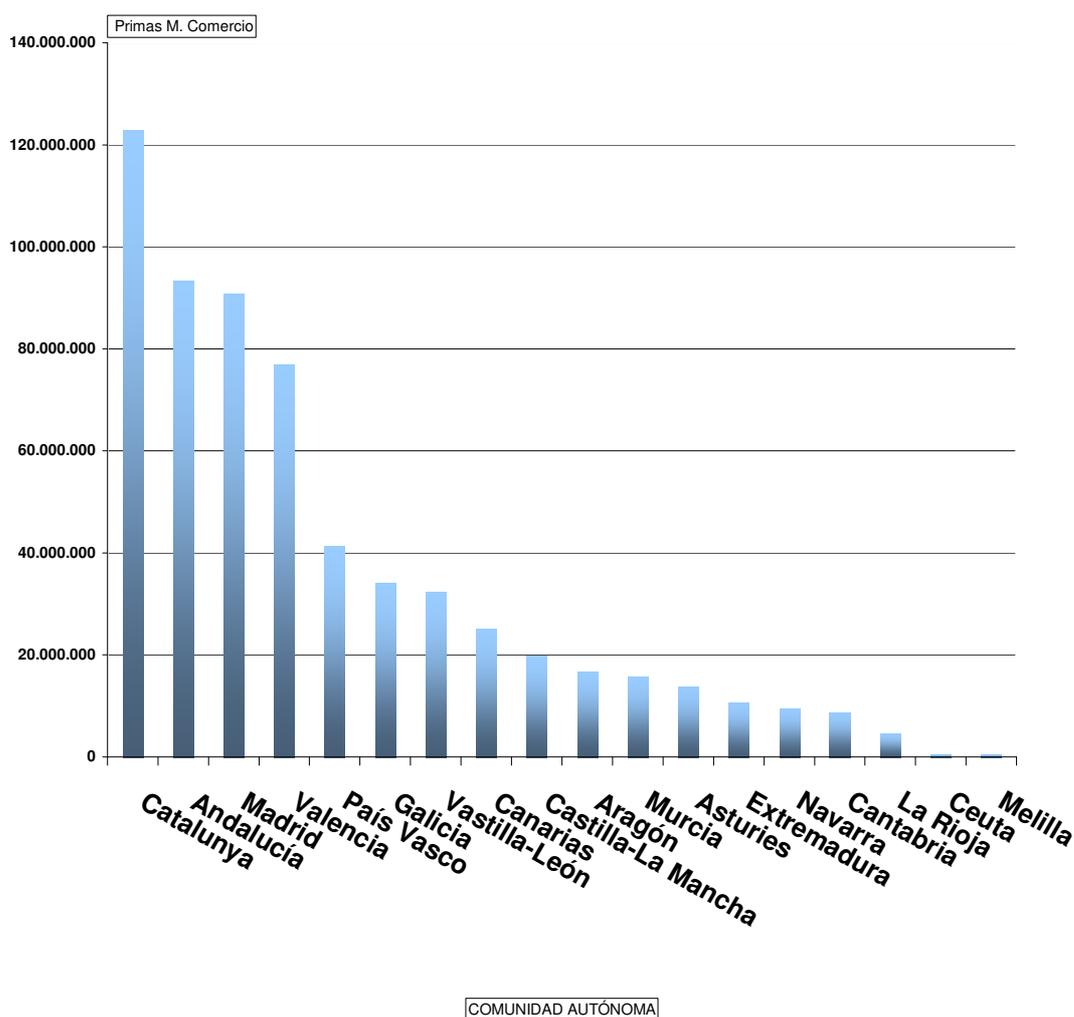


Gráfico 15 – Distribución de las primas de Multirriesgo Comercio por Comunidad Autónoma (2008)

3.4.2.2 – Volumen de negocio por pólizas

En cuanto a la distribución por número de pólizas por Comunidades Autónomas, la secuencia se repite: primero Catalunya, en segundo lugar Andalucía y en tercer lugar Madrid,

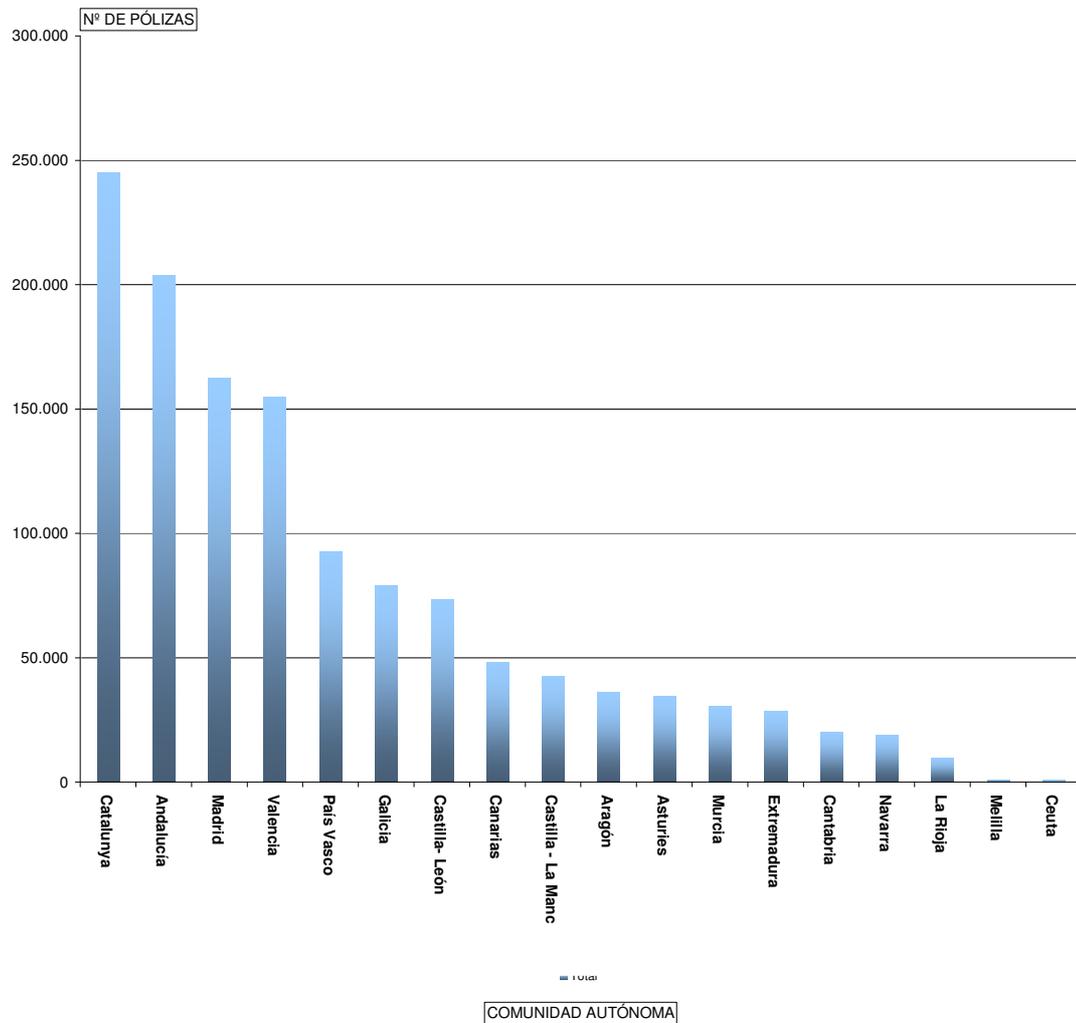


Gráfico 16 – Distribución del número de pólizas de Multirriesgo de Comercios por Comunidad Autónoma

3.5. Tipología de comercios asegurados

3.5.1.– Clasificación

Mediante el producto Multirriesgo de Comercio encontramos que en el mercado puede asegurarse actividades dispares. Pueden ser oficinas de servicios o despachos profesionales, de sanidad, centros de enseñanza, etc., que algunas compañías comercializan con productos específicos. Encontramos también los locales de minoristas para la venta al detalle de productos fabricados. De los informes elaborados por ICEA, se obtiene información exhaustiva sobre esta última actividad. No así de los locales de oficinas o servicios. Es por ello, que en la clasificación que se nombra en este trabajo se hace referencia exclusivamente a las siguientes actividades:

- Bares y restaurantes
- Boutiques y confección
- Tiendas de muebles
- Bazares – Artículos de regalo
- Supermercados
- Estancos
- Venta de Automóviles y motocicletas
- Farmacias
- Sonido
- Deporte
- Peletería

Esta última actividad, peletería, se nombrará poco dada su escasa penetración y relevancia (0.09% de las pólizas y 0.21% de las primas del año 2008).

Es interesante observar cómo el sector de la restauración copa casi el 45% de las primas y el 46% de las pólizas del Multirriesgo de Comercio en el mercado español. Por tanto, todo lo que afecte a esta actividad tendrá una implicación y consecuencia directa en el resultado del ramo.

La segunda actividad, por importancia de volumen de negocio, son las Boutiques y la confección. Estos locales acaparan el 7% de las primas y el 6% de las pólizas.

En los gráficos siguientes se muestra con más detalle esta concentración del mercado. Esta característica también se verá reflejada en el apartado siguiente dedicado a analizar la siniestralidad del ramo.

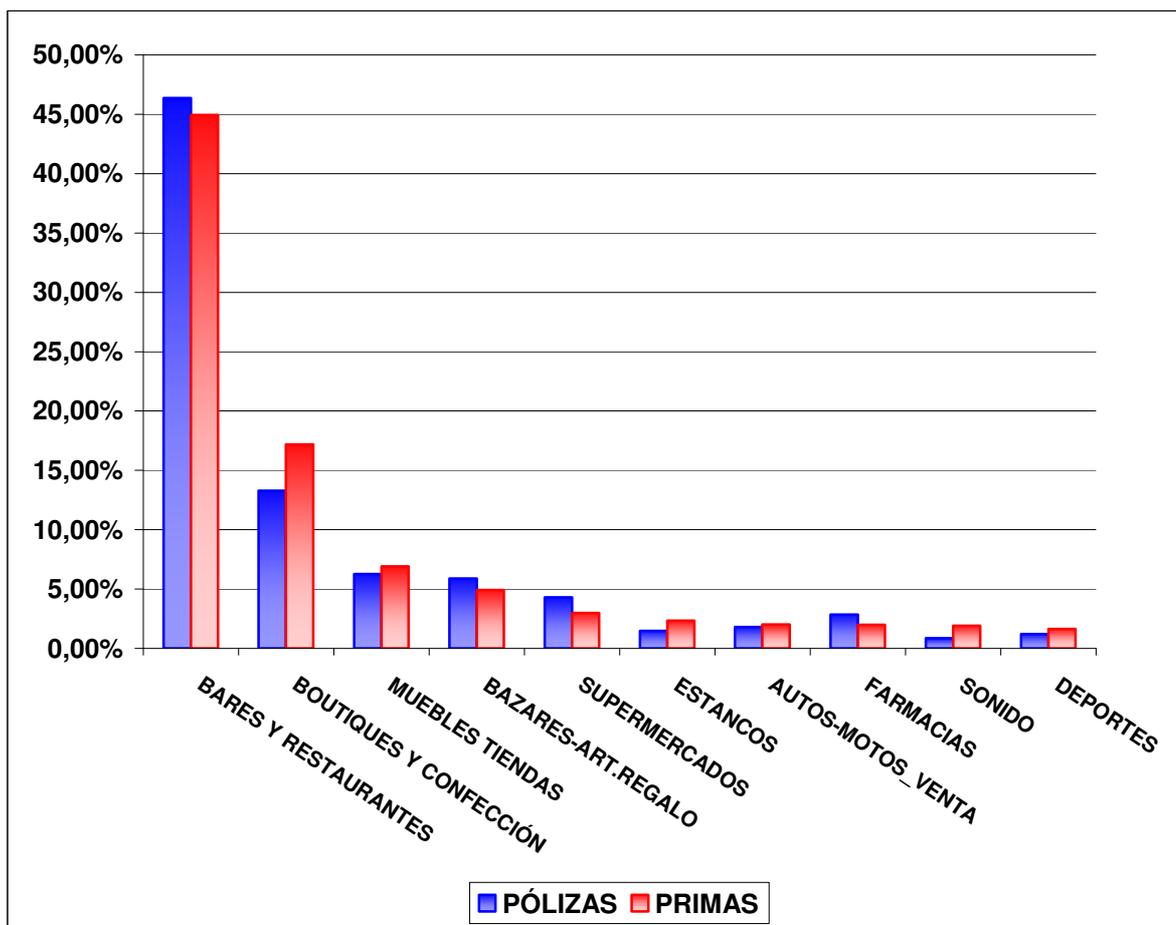


Gráfico 17 – Actividades aseguradas. Pólizas y Primas (2008)

3.5.2. Volumen de negocio. Series históricas. Evolución por primas y por pólizas

Las series históricas siguientes recogen la evolución, por actividades económicas, del volumen de negocio en pólizas y en primas.

Las actividades que experimentan incremento en el ejercicio 2008, tanto en pólizas como en primas, con respecto al año anterior son: los electrodomésticos, los comestibles, los bazares-Artículos de regalo y los estancos.

Las actividades que experimentan descenso en pólizas son: Bares y restaurantes, deportes y sonido. También ocurre lo mismo con Venta automóviles-motocicletas.

Llama la atención el comportamiento de los incrementos en primas y en pólizas de las actividades Supermercados y Venta de Muebles, las cuales invierten el trazado de la curva invirtiéndose el trazado de la curva. (Ver gráficos a continuación 19I y 19K).

Volumen de negocio					
ACTIVIDAD	Año	PÓLIZAS		PRIMAS	
		%	% Incre.	%	% Incre.
BARES Y RESTAURANTES	2008	46,37%	-2,80%	44,95%	-5,76%
BARES Y RESTAURANTES	2007	47,67%	-2,16%	47,54%	-1,26%
BARES Y RESTAURANTES	2006	48,70%	7,27%	48,14%	5,53%
BARES Y RESTAURANTES	2005	45,16%	-1,68%	45,48%	-1,47%
BARES Y RESTAURANTES	2004	45,92%	-1,98%	46,15%	4,94%
BARES Y RESTAURANTES	2003	46,83%		43,87%	
MUEBLES TIENDAS	2008	6,28%	-2,07%	6,92%	19,51%
MUEBLES TIENDAS	2007	6,41%	16,07%	5,57%	14,00%
MUEBLES TIENDAS	2006	5,38%	9,11%	4,79%	10,44%
MUEBLES TIENDAS	2005	4,89%	-19,22%	4,29%	-14,92%
MUEBLES TIENDAS	2004	5,83%	1,89%	4,93%	-10,55%
MUEBLES TIENDAS	2003	5,72%		5,45%	
BOUTIQUES Y CONFECCION	2008	13,28%	-6,17%	17,18%	0,81%
BOUTIQUES Y CONFECCION	2007	14,10%	12,13%	17,04%	4,64%
BOUTIQUES Y CONFECCION	2006	12,39%	-6,62%	16,25%	7,32%
BOUTIQUES Y CONFECCION	2005	13,21%	-8,48%	15,06%	-11,29%
BOUTIQUES Y CONFECCION	2004	14,33%	4,61%	16,76%	-1,07%
BOUTIQUES Y CONFECCION	2003	13,67%		16,94%	
SUPERMERCADOS	2008	4,31%	30,86%	2,99%	-8,36%
SUPERMERCADOS	2007	2,98%	-31,54%	3,24%	-8,95%
SUPERMERCADOS	2006	3,92%	-3,57%	3,53%	1,70%
SUPERMERCADOS	2005	4,06%	-64,53%	3,47%	-76,95%
SUPERMERCADOS	2004	6,68%	16,17%	6,14%	-6,03%
SUPERMERCADOS	2003	5,60%		6,51%	
AUTOS-MOTOS_VENTA	2008	1,79%	-21,23%	2,01%	-21,89%
AUTOS-MOTOS_VENTA	2007	2,17%	12,90%	2,45%	0,00%
AUTOS-MOTOS_VENTA	2006	1,89%	-2,65%	2,45%	5,71%
AUTOS-MOTOS_VENTA	2005	1,94%	16,49%	2,31%	25,11%
AUTOS-MOTOS_VENTA	2004	1,62%	-14,20%	1,73%	-10,98%
AUTOS-MOTOS_VENTA	2003	1,85%		1,92%	
FARMACIAS	2008	2,85%	-4,56%	2,00%	8,50%
FARMACIAS	2007	2,98%	2,35%	1,83%	-10,38%
FARMACIAS	2006	2,91%	14,78%	2,02%	0,50%
FARMACIAS	2005	2,48%	4,03%	2,01%	-5,97%
FARMACIAS	2004	2,38%	-9,66%	2,13%	-19,25%
FARMACIAS	2003	2,61%		2,54%	
ELECTRODOMÉSTICOS	2008	1,86%	13,44%	3,54%	40,40%
ELECTRODOMÉSTICOS	2007	1,61%	-11,80%	2,11%	-18,01%
ELECTRODOMÉSTICOS	2006	1,80%	-127,22%	2,49%	-75,50%
ELECTRODOMÉSTICOS	2005	4,09%	41,81%	4,37%	18,99%
ELECTRODOMÉSTICOS	2004	2,38%	-74,37%	3,54%	-29,94%
ELECTRODOMÉSTICOS	2003	4,15%		4,60%	
COMESTIBLES	2008	13,74%	10,26%	9,40%	11,06%
COMESTIBLES	2007	12,33%	-4,70%	8,36%	-5,98%
COMESTIBLES	2006	12,91%	1,39%	8,86%	0,68%
COMESTIBLES	2005	12,73%	15,95%	8,80%	18,07%
COMESTIBLES	2004	10,70%	13,46%	7,21%	6,24%
COMESTIBLES	2003	9,26%		6,76%	
BAZARES-ART.REGALO	2008	5,88%	14,63%	4,91%	13,24%
BAZARES-ART.REGALO	2007	5,02%	-15,34%	4,26%	-0,70%
BAZARES-ART.REGALO	2006	5,79%	-1,90%	4,29%	-24,24%
BAZARES-ART.REGALO	2005	5,90%	23,05%	5,33%	22,70%
BAZARES-ART.REGALO	2004	4,54%	-9,03%	4,12%	-4,13%
BAZARES-ART.REGALO	2003	4,95%		4,29%	
DEPORTES	2008	1,21%	-50,41%	1,63%	-58,28%
DEPORTES	2007	1,82%	21,98%	2,58%	9,30%
DEPORTES	2006	1,42%	-9,15%	2,34%	-8,55%
DEPORTES	2005	1,55%	8,39%	2,54%	6,69%
DEPORTES	2004	1,42%	-5,63%	2,37%	-12,66%
DEPORTES	2003	1,50%		2,67%	

Volumen de negocio					
ACTIVIDAD	Año	PÓLIZAS		PRIMAS	
		%	% Incre.	%	% Incre.
ESTANCOS	2006	1,39%	-54,68%	2,29%	-39,74%
ESTANCOS	2005	2,15%	-10,70%	3,20%	2,81%
ESTANCOS	2004	2,38%	-3,36%	3,11%	-1,93%
ESTANCOS	2003	2,46%		3,17%	
SONIDO	2008	0,86%	-77,91%	1,91%	-61,26%
SONIDO	2007	1,53%	5,88%	3,08%	24,68%
SONIDO	2006	1,44%	-22,92%	2,32%	-22,84%
SONIDO	2005	1,77%	13,56%	2,85%	47,72%
SONIDO	2004	1,53%	13,73%	1,49%	31,54%
SONIDO	2003	1,32%		1,02%	
PELETERÍAS	2008	0,09%	-11,11%	0,21%	-38,10%
PELETERÍAS	2007	0,10%	40,00%	0,29%	17,24%
PELETERÍAS	2006	0,06%	-16,67%	0,24%	-20,83%
PELETERÍAS	2005	0,07%	-314,29%	0,29%	-10,34%
PELETERÍAS	2004	0,29%	72,41%	0,32%	18,75%
PELETERÍAS	2003	0,08%		0,26%	

Gráfico 18 – Actividades aseguradas. Comportamiento por importe de primas y nº de pólizas (2003 al 2008)

3.5.2.1 – Actividad: Bares y Restaurantes

Se aprecia que, desde el 2004 - 2005, la tendencia es que los incrementos de las primas son menores a los incrementos en número de pólizas. Es decir, en la actividad mayoritaria para el Multirriesgo de Comercio, nos encontramos ante un descenso en el precio, sobretodo el experimentado el pasado año, que pasa de un incremento en primas del 47,54% a un incremento en primas del 44,95% en el 2008.

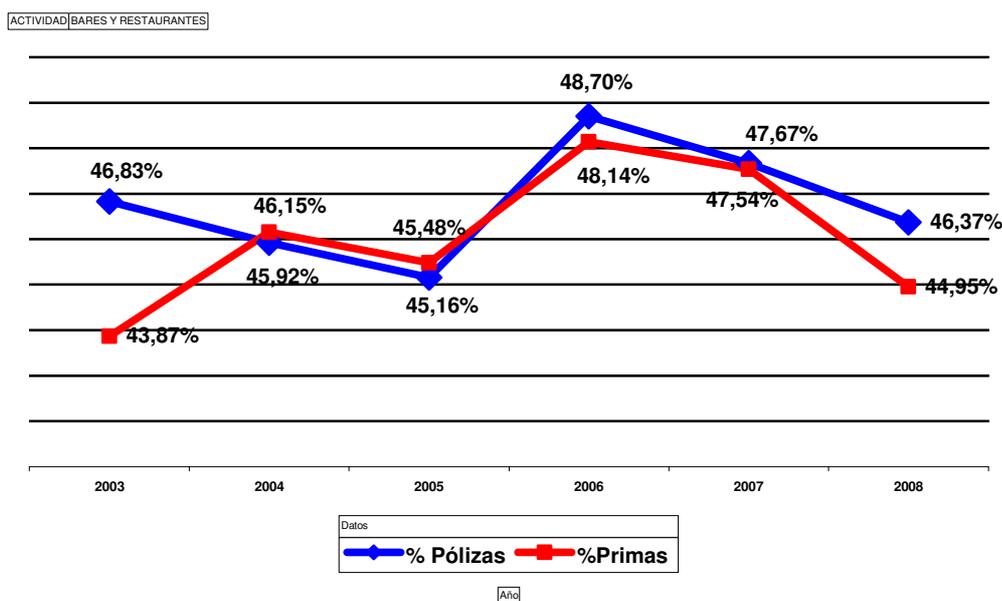


Gráfico 19 A – Actividad Bares y Restaurantes. Evolución de las primas y de las pólizas

3.5.2.2 – Venta de automóviles y motocicletas

Esta actividad se comercializa en algunas compañías mediante el Multirriesgo Industrial. No obstante, también en el Comercio se entremezcla, además de la venta de vehículos, con la venta de accesorios.

El volumen de negocio en pólizas y en primas que esta actividad desarrolla durante el 2008 presenta, también, descenso en los incrementos respecto al año 2007. Se sitúa en número de pólizas por debajo de 2003.

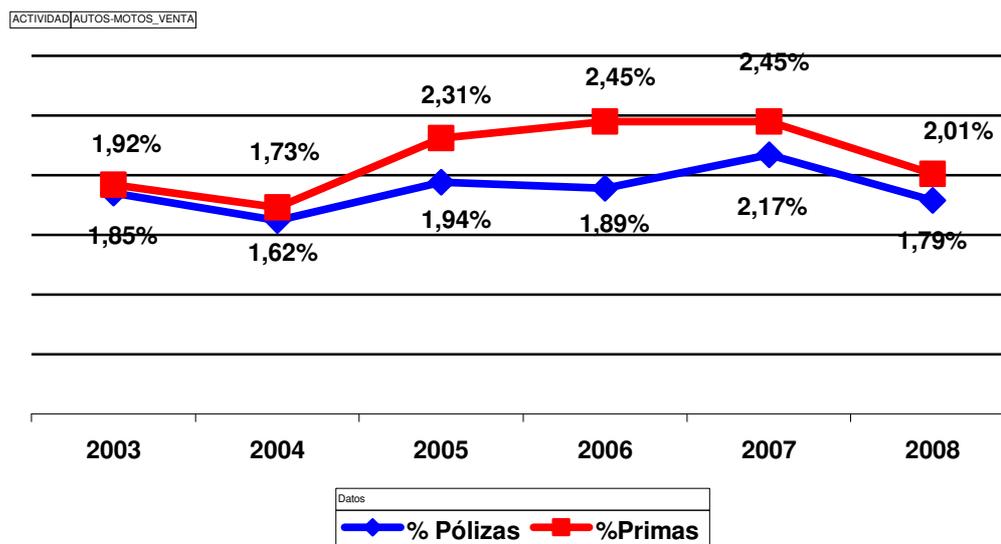


Gráfico 19 B –Actividad: Venta de automóviles y motocicletas. Evolución de las primas y de las pólizas

3.5.2.3 - Bazares y Artículos de regalo

Durante el último año se ha producido incrementos, tanto en primas como en pólizas, para este tipo de locales. Veremos cómo se comporta el sector al finalizar el 2009.

ACTIVIDAD BAZARES-ART.REGALO

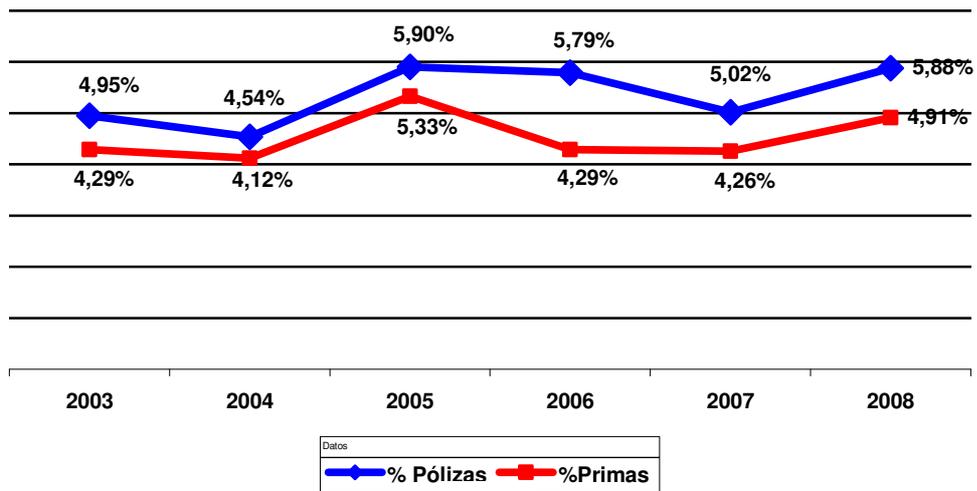


Gráfico 19 C –Actividad: Bazares y Artículos de regalo. Evolución de las primas y de las pólizas

3.5.2.4 – Comestibles

Durante el 2008, las tiendas de comestibles son la actividad que mayor incremento, en cuanto a volumen de negocio se refiere, han experimentado desde el 2003.

En el gráfico se aprecia el incremento sostenido año tras año.

ACTIVIDAD COMESTIBLES

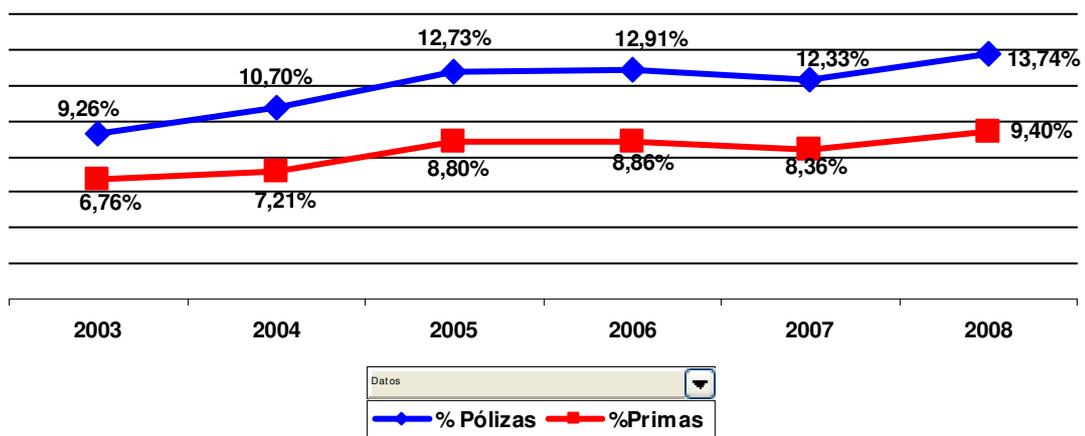


Gráfico 19 D –Actividad: Comestibles Evolución de las primas y de las pólizas

3.5.2.5 - Deportes

La actividad de deportes muestra un descenso importante en incremento. El próximo año es probable que la curva siga en descenso.

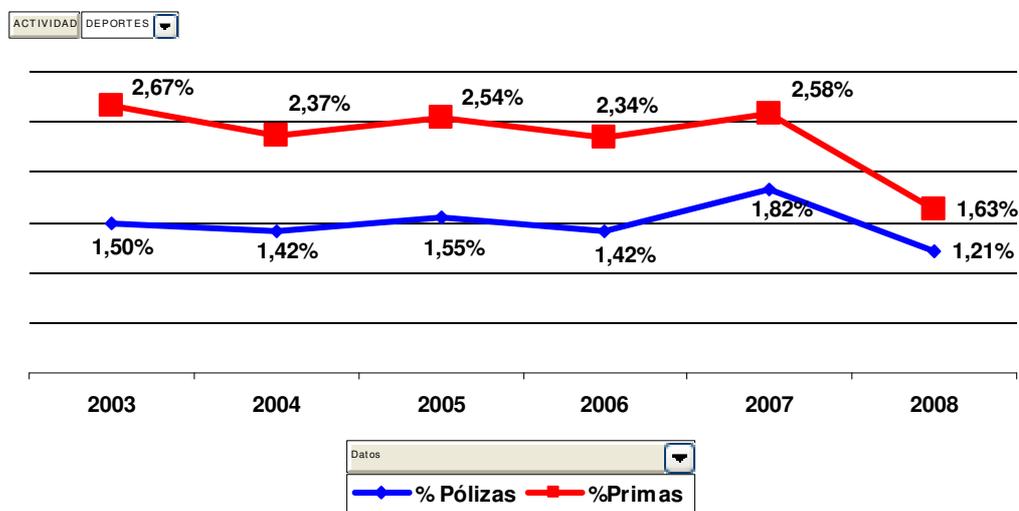


Gráfico 19 E –Actividad: Deportes. Evolución de las primas y de las pólizas

3.5.2.6 – Electrodomésticos

Incremento en importe de las primas muy superior al de las pólizas.

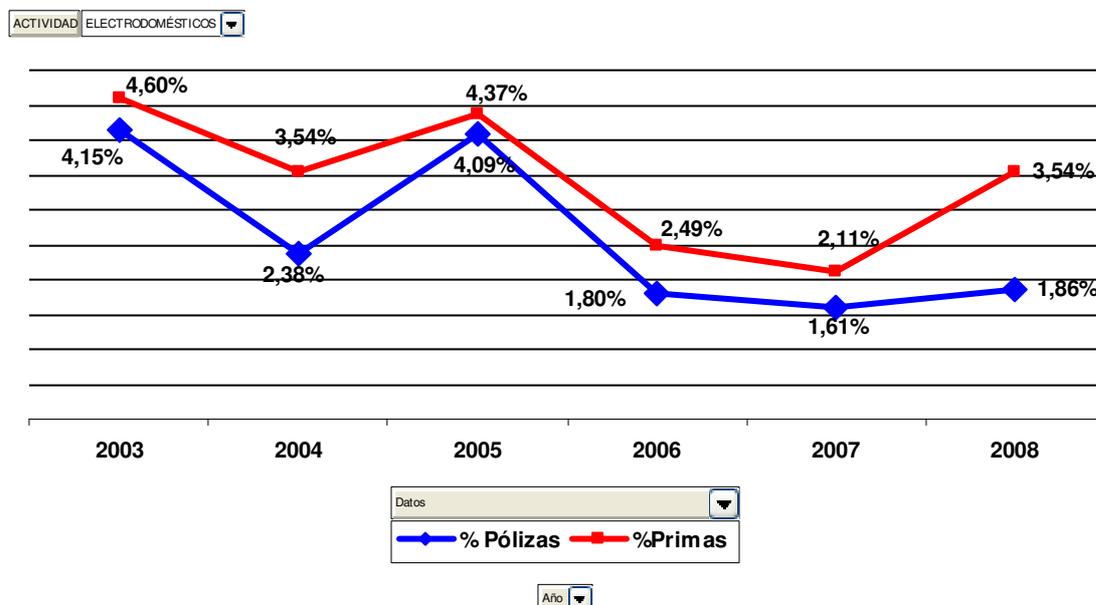


Gráfico 19 F –Actividad: Electrodomésticos. Evolución de las primas y de las pólizas

3.5.2.7 - Estancos

Los comercios agrupados en la actividad Estancos, después de dos años con incrementos descendentes, concluyen en el 2008 con incrementos superiores al 2007. Durante el pasado año no se aprecia que la “guerra de precios” influya en esta actividad.

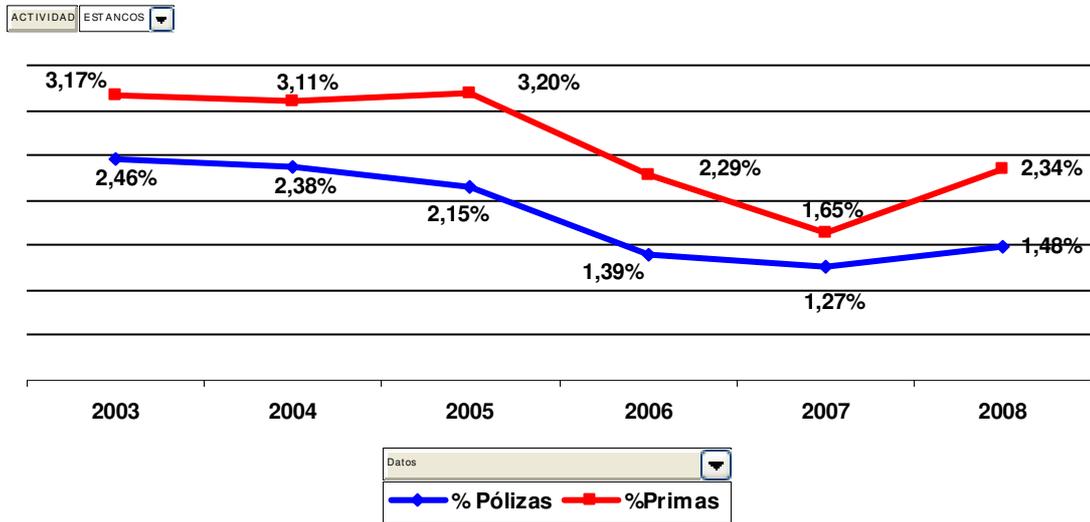


Gráfico 19 G –Actividad: Estancos. Evolución de las primas y de las pólizas

3.5.2.8 – Farmacias

Encontramos en esta actividad las llamadas Parafarmacias.

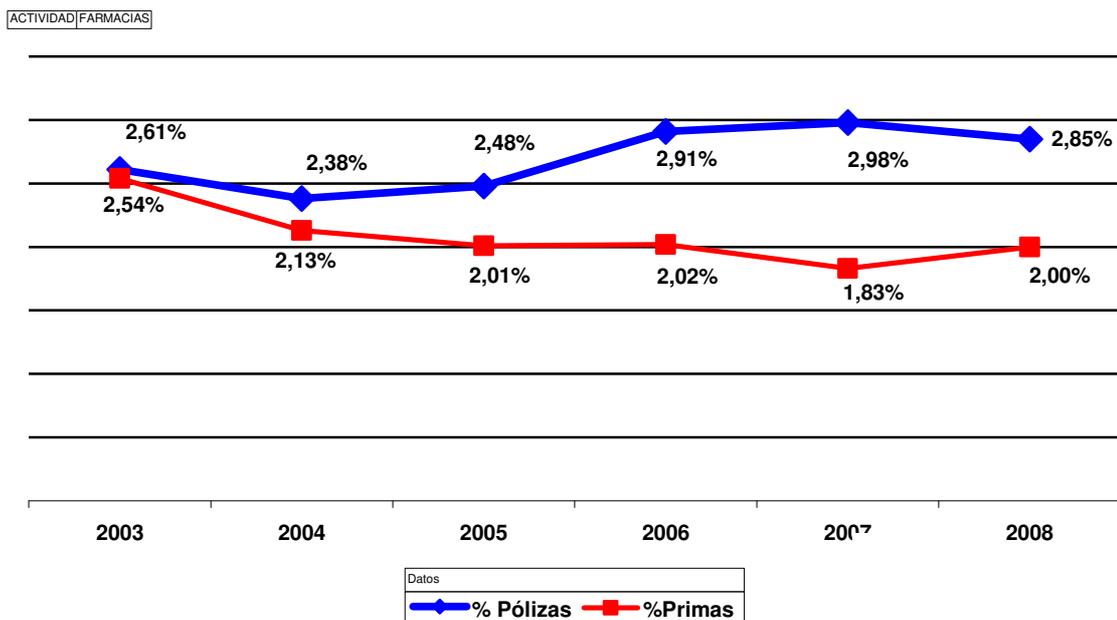


Gráfico 19 H –Actividad: Farmacias. Evolución de las primas y de las pólizas

3.5.2.9 – Venta tiendas de muebles

Esta actividad, entre otras, es una de las más afectadas por la situación económica en la que nos encontramos. Se produce descenso en los incrementos del número de pólizas entre el 2007 y el 2008. Deberemos esperar al cierre del 2009 para conocer realmente su afectación. Por el momento, el incremento en las primas ha sido superior al incremento en el número de pólizas.

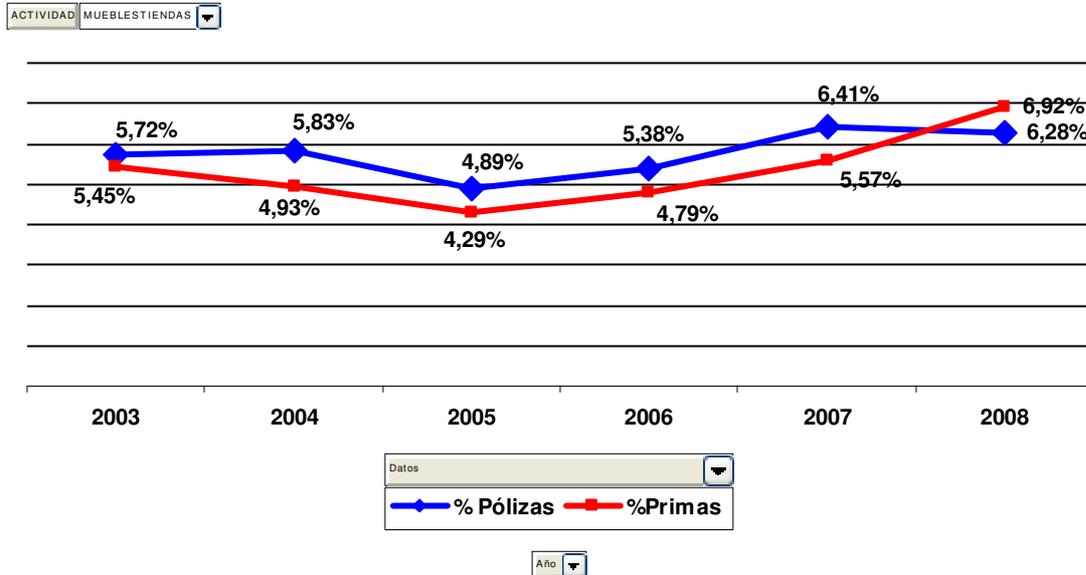


Gráfico 19 I –Actividad: Tiendas de muebles. Evolución de las primas y de las pólizas

3.5.2.10 – Sonido

Las tiendas dedicadas a la venta de electrónica y sonido, mantienen el descenso en los incrementos, sobretodo el producido en el 2008 con respecto al 2007.

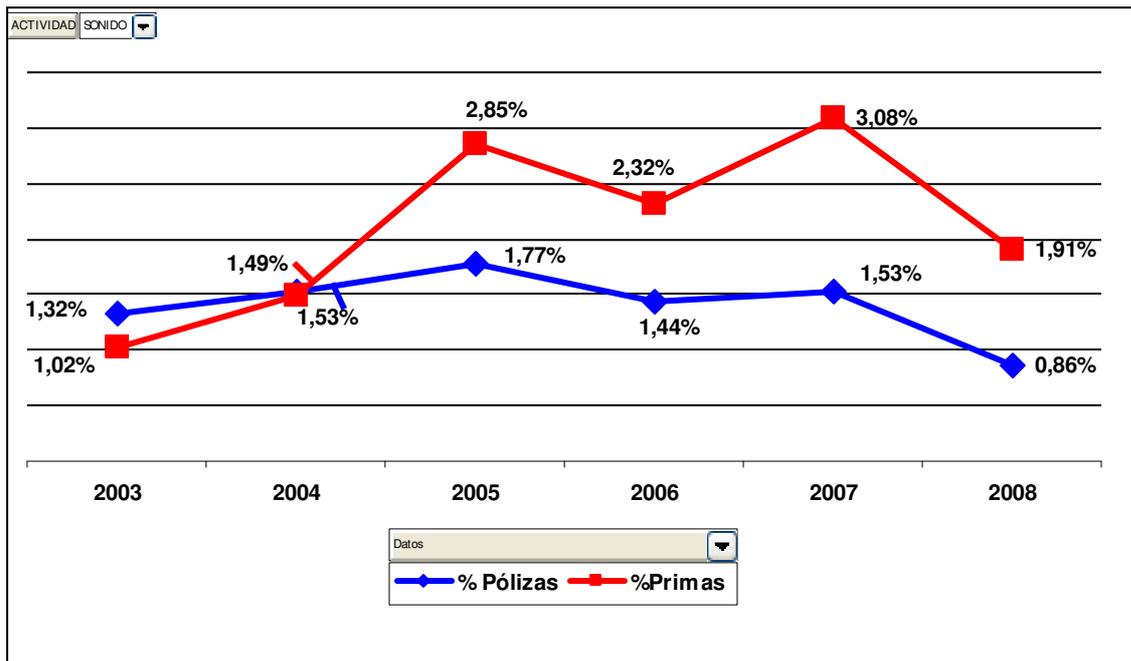


Gráfico 19 J –Actividad: Sonido. Evolución de las primas y de las pólizas

3.5.2.11 - Supermercado

Después del descenso entre los años 2004 y 2007 en incremento de número de pólizas, en el último ejercicio se ha producido aumento importante. En esta actividad puede apreciarse el efecto de la reducción en el precio de los contratos.

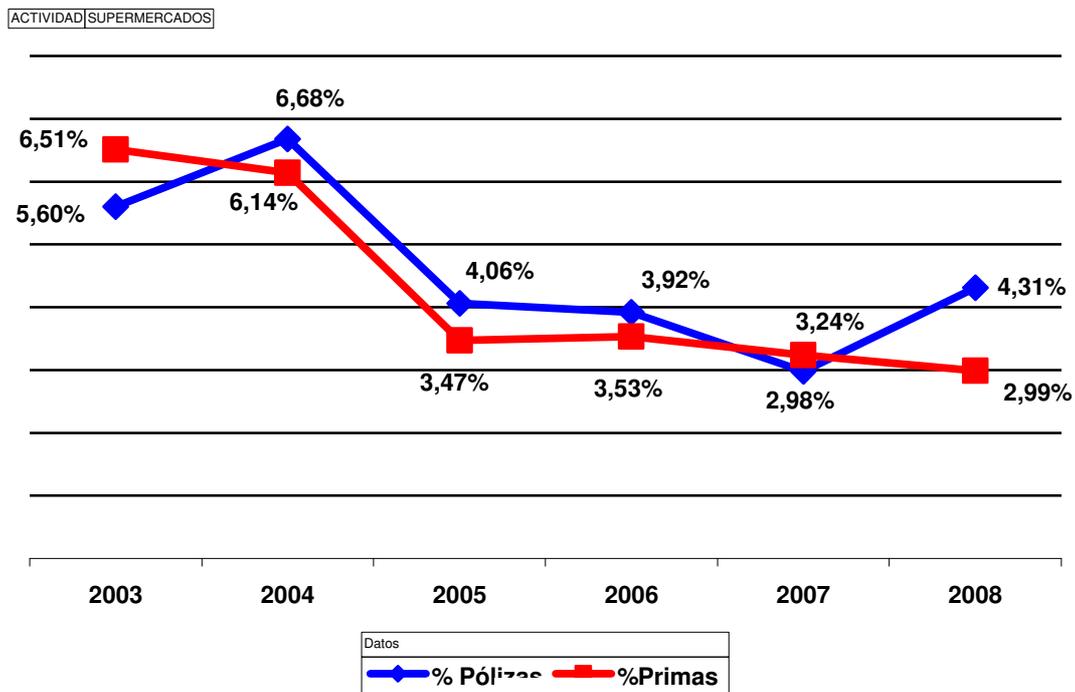


Gráfico 19 K –Actividad: Supermercados. Evolución de las primas y de las pólizas

3.6. Siniestralidad

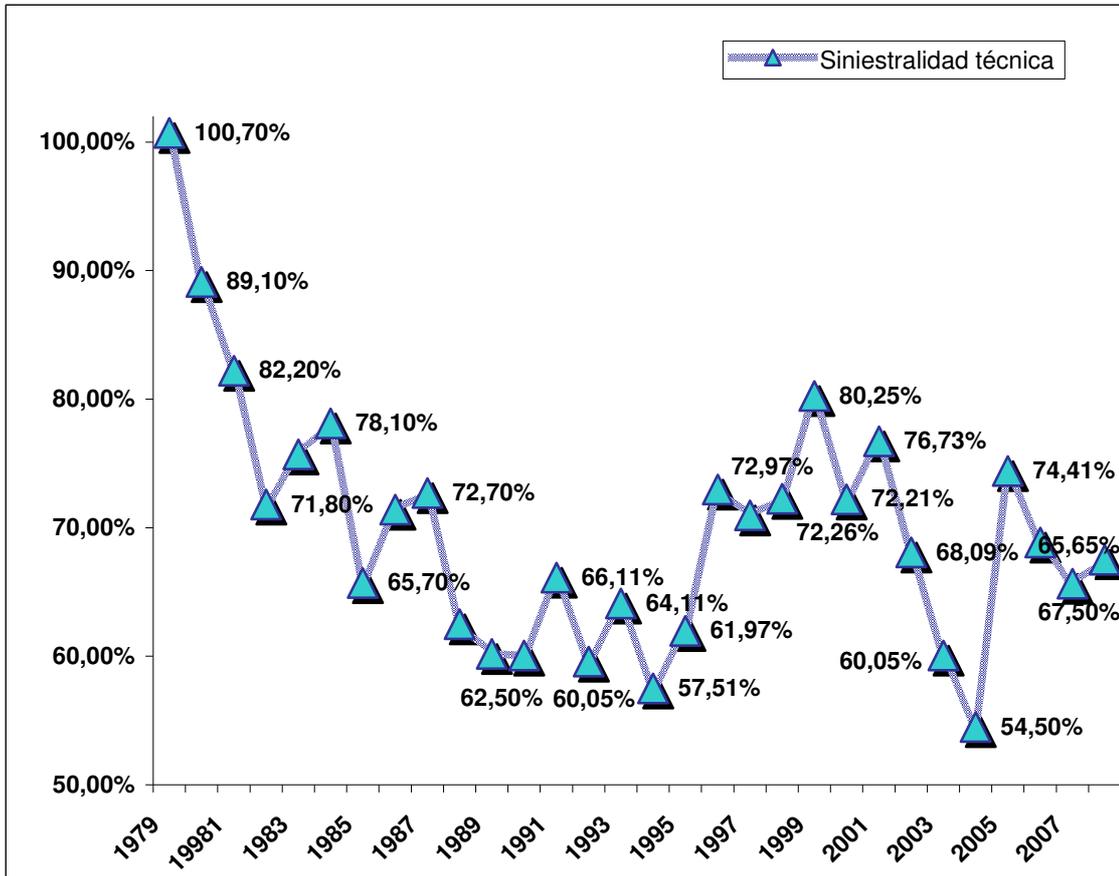
3.6.1.- Evolución

La evolución desde 1979 y 2008 de las variables de siniestralidad técnica se recoge en el siguiente cuadro genérico:

año	Frecuencia	Siniestralidad técnica	Importe medio siniestro
1979	26,50%	100,70%	255
1980	22,30%	89,10%	329
1981	22,70%	82,20%	356
1982	25,00%	71,80%	342
1983	28,90%	75,70%	363
1984	29,60%	78,10%	397
1985	26,40%	65,70%	393
1986	26,70%	71,40%	462
1987	27,40%	72,70%	483
1988	25,20%	62,50%	466
1989	24,18%	60,18%	534
1990	26,83%	60,05%	534
1991	27,72%	66,11%	552
1992	27,65%	59,59%	511
1993	3,76%	64,11%	522
1994	31,20%	57,51%	818
1995	32,23%	61,97%	499
1996	36,99%	72,97%	509
1997	34,92%	70,96%	535
1998	36,12%	72,26%	543
1999	39,00%	80,25%	576
2000	36,73%	72,21%	584
2001	33,03%	76,73%	710
2002	33,68%	68,09%	726
2003	32,68%	60,05%	744
2004	32,72%	54,50%	780
2005	30,92%	74,41%	1.032
2006	32,01%	68,85%	956
2006	32,01%	68,85%	956
2007	32,63%	65,65%	929
2008	35,70%	67,61%	914

Gráfico 20 - Por total: datos históricos

El siguiente gráfico muestra la curva de la siniestralidad técnica del ramo. Se observa unos porcentajes entre el 68% y el 80%: en la que se advierten claramente los resultados negativos de los años 1979 al 2003. En el 2004 se produce un descenso en la siniestralidad, lo que hace que el ramo se recupere y empiece a dar resultados positivos.



3.6.2. - Siniestralidad por actividad:

En los gráficos siguientes se muestra la distribución de los ratios de siniestralidad según la actividad del año 2008.

3.6.2. 1 – Frecuencia siniestral por actividades

La actividad que presenta una frecuencia siniestral más elevada es la de Bares y Restaurantes (15,72%), seguido de los Estancos.

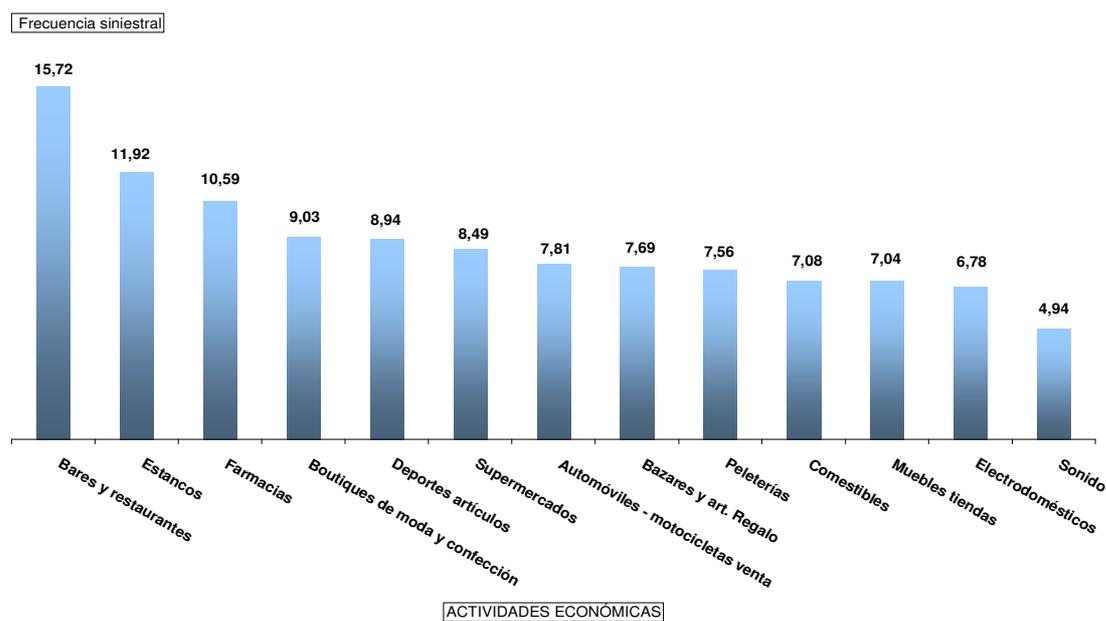


Gráfico 22 A- Frecuencia siniestral por actividades (2008)

3.6.2. 2 – Tasa de siniestralidad técnica por actividades

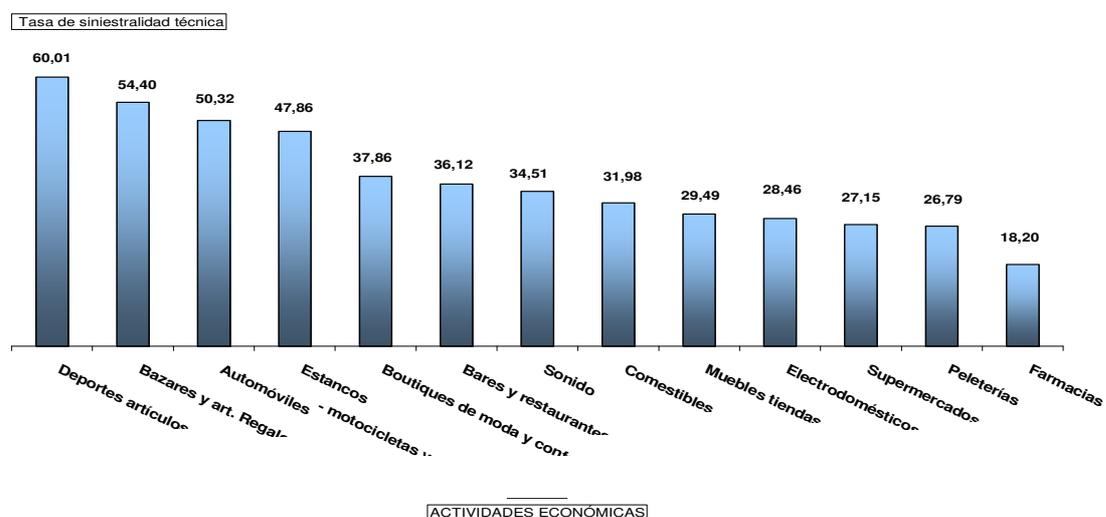


Gráfico 22 B- Tasa de siniestralidad técnica por actividades (2008)

Los Artículos de deportes es la actividad con una tasa de siniestralidad técnica más elevada (60.01%)

3.6.2. 3 – Importe medio del siniestro por actividades

El coste medio por siniestro alcanzado en el 2008 para el ramo de comercios fue de 913.61 euros, siendo la actividad con el importe más elevado la de Sonido (4.873.05 euros) frente a la actividad con el coste menor que fueron las Farmacias (862.20 euros).

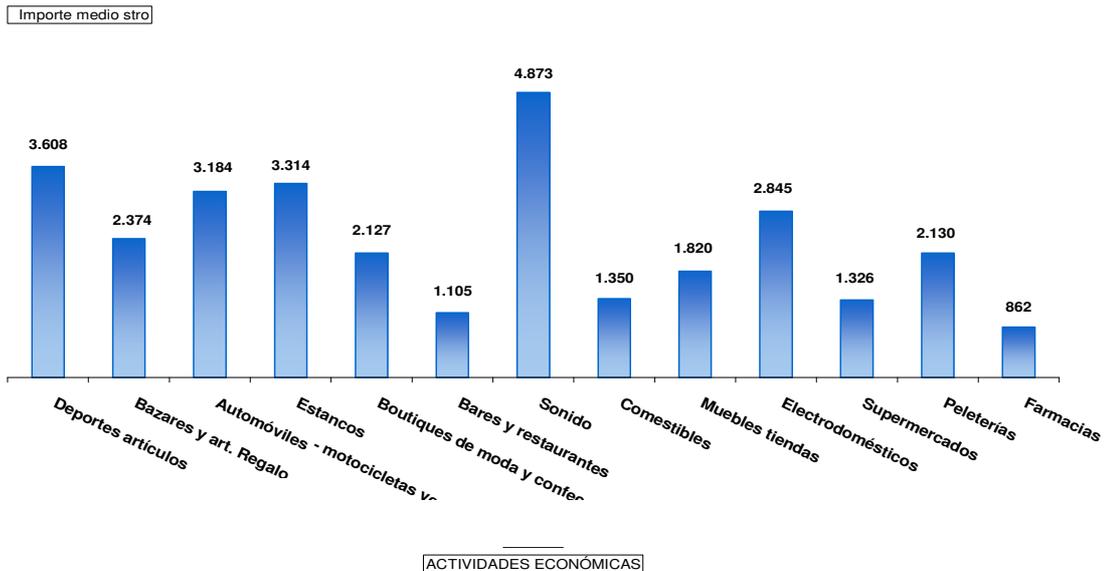


Gráfico 22 C- Importe medio del siniestro por actividades (2008)

3.6.2. 4 – Importe medio por póliza por actividades

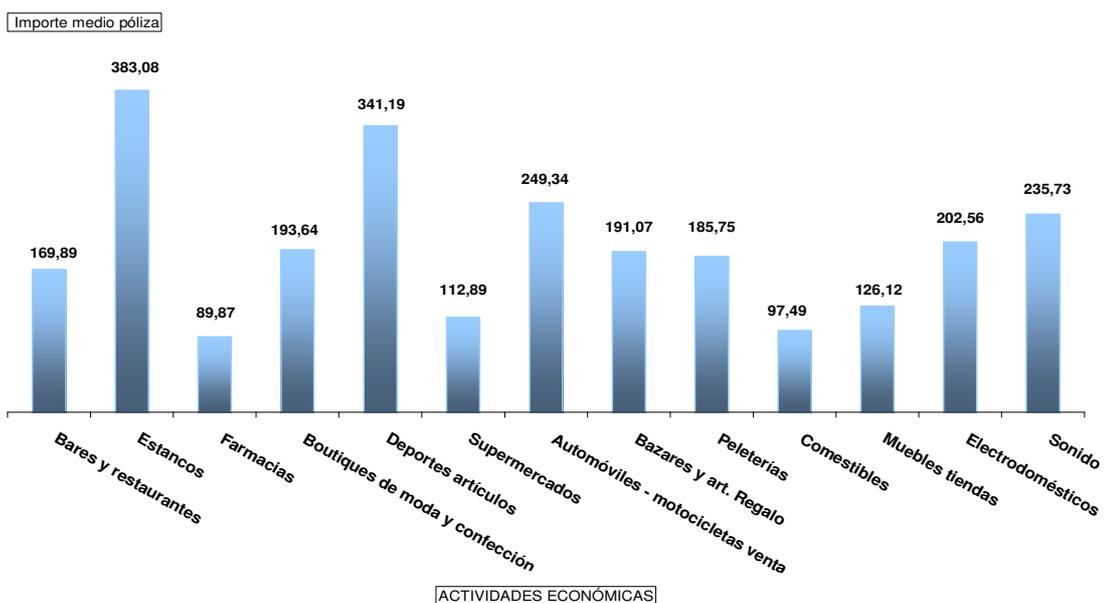


Gráfico 22 D- Importe medio por póliza (2008)

3.6.3. – Evolución de la siniestralidad por tipología de siniestro. Ratios

La naturaleza del siniestro está clasificada de la siguiente manera:

- Incendio
- Robo
- Responsabilidad Civil
- Responsabilidad Civil daños por agua (los datos aquí son incompletos)
- Daños por agua
- Cristales
- Pérdida de beneficios
- Avería de maquinaria
- Fenómenos Atmosféricos
- Daños eléctricos (no existen datos anteriores al 2005)
- Accidentes personales (los datos también son incompletos)
- Otros

De las series históricas que se dispone, resultan incompletas las de Responsabilidad Civil de daños por el Agua, Accidentes y Otras tipologías de siniestro. Al no aportar información comparativa no se recogen en este estudio.

3.6.3.1.. – Frecuencia siniestral

A continuación se muestran diferentes gráficos sobre la evolución de la frecuencia siniestral desde el año 2002 al 2008 según la tipología del siniestro.

Se observa cómo la frecuencia siniestral en Incendios experimenta un incremento sostenido en los últimos tres años.

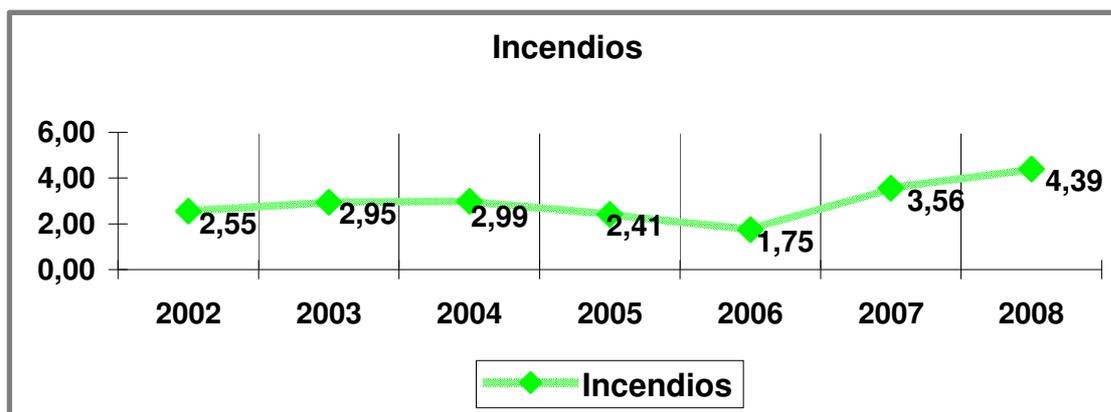


Gráfico 23 – Incendios. Frecuencia siniestral

La garantía por excelencia del ramo Multirriesgo de Comercios es, sin duda, el Robo, que junto con Daños por agua y Cristales, formas el grupo de garantías con índices de frecuencia más elevados.

La tendencia observada es de descenso, colocándose en el 2008 en un 7.13%.

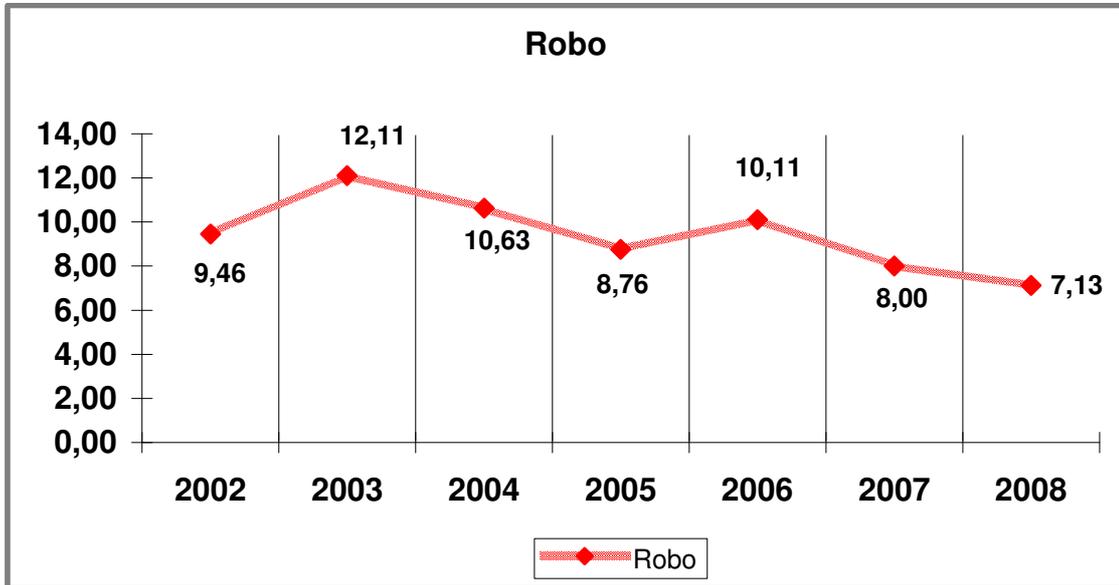


Gráfico 24 – Robo. Frecuencia siniestral

La frecuencia siniestral para la garantía de Responsabilidad Civil, desciende también, no así el importe medio del siniestro (ver gráfico 26)



Gráfico 25 – Responsabilidad Civil. Frecuencia siniestral

Después de producirse incrementos constante, la frecuencia en Daños por agua vuelve a los índices del año 2002.

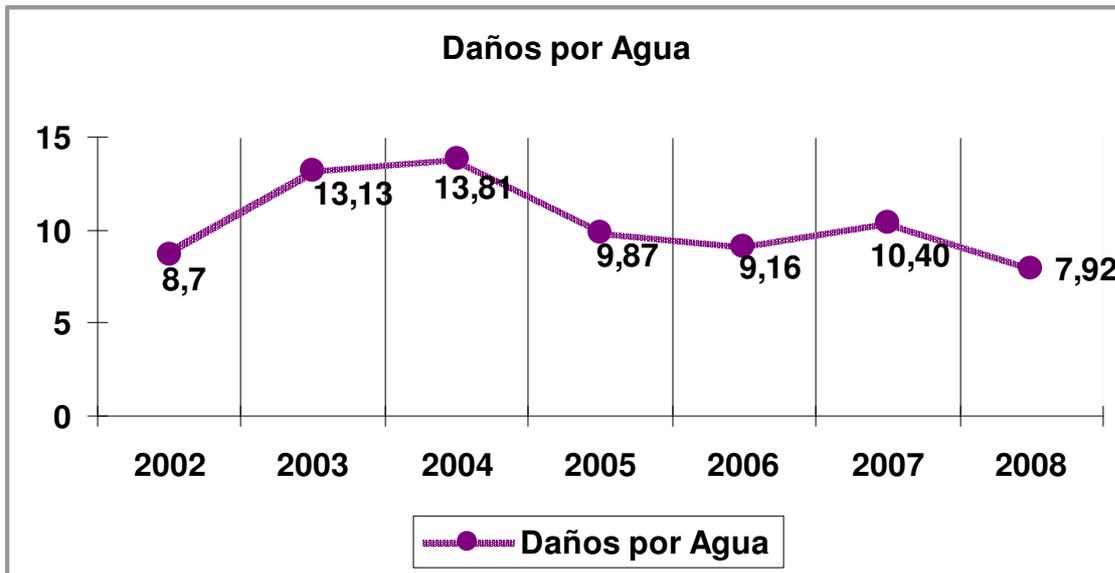


Gráfico 26 – Daños por Agua. Frecuencia siniestral

En Cristales, la tendencia estable de los años 2005 al 2007 se modifica a la baja en este 2008 (7,15%)

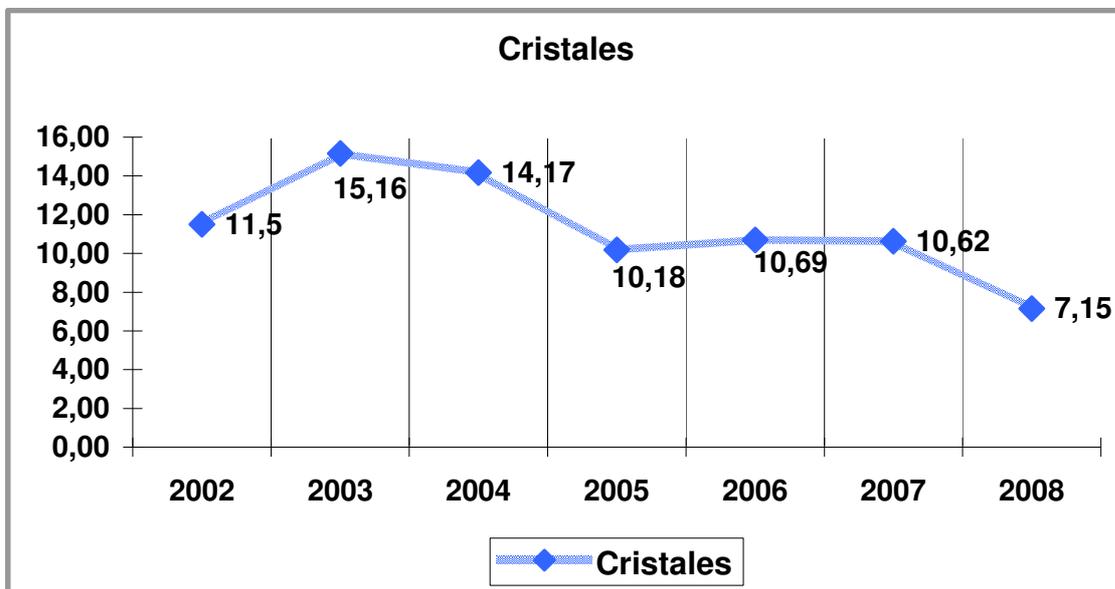


Gráfico 27 – Cristales. Frecuencia siniestral

Perdida de Beneficios es una garantía de frecuencia muy baja. No obstante, debe tenerse en cuenta dado su elevado importe medio del siniestro.

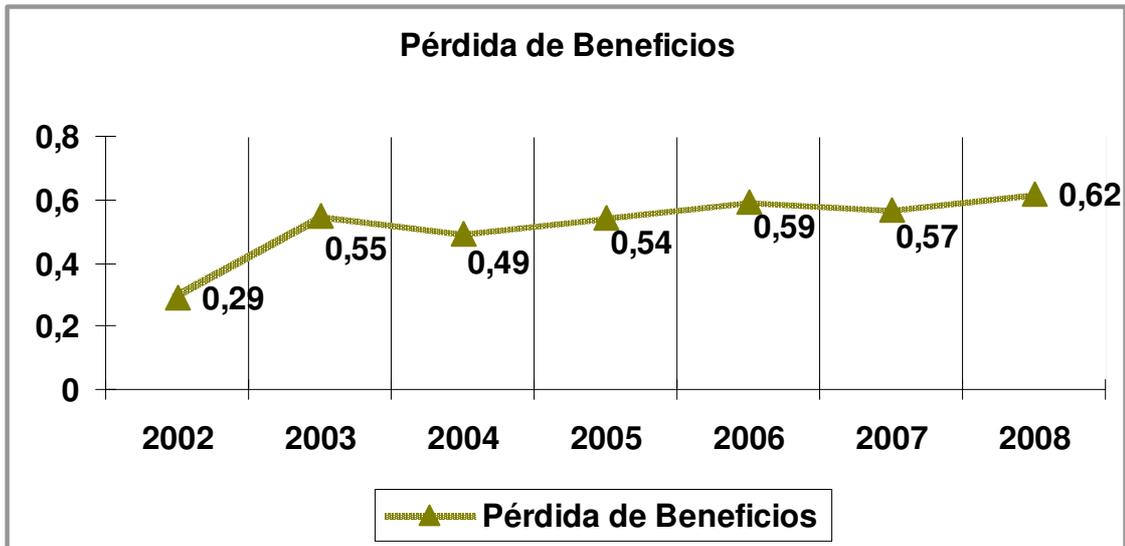


Gráfico 28 – Pérdida de Beneficios. Frecuencia siniestral

La frecuencia siniestral de Avería de maquinaria ha descendido en los últimos tres años.

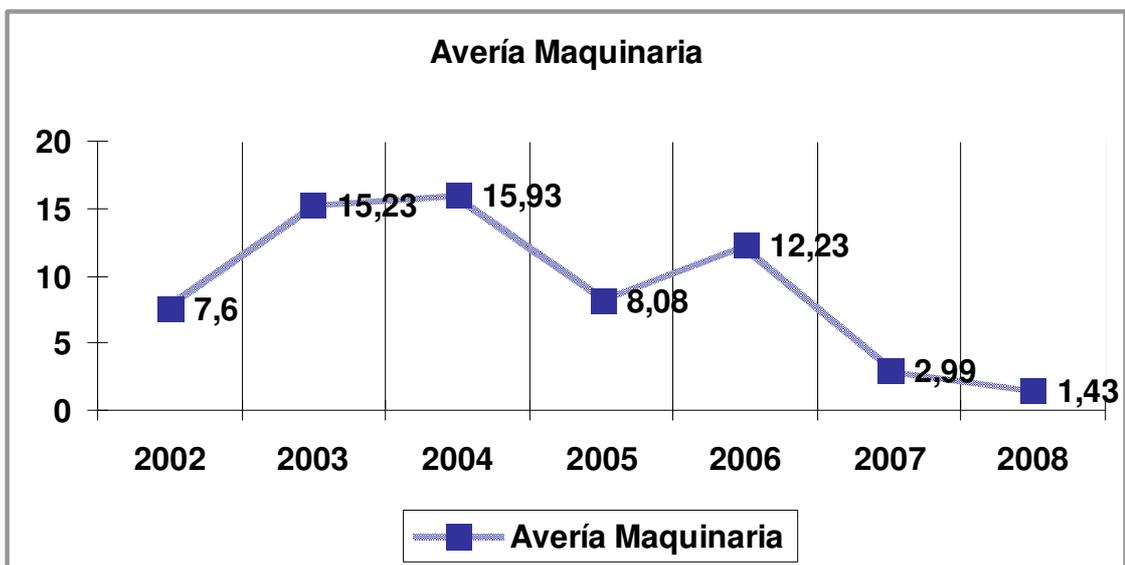


Gráfico 29 – Avería de maquinaria. Frecuencia siniestral

Tipología de siniestro estacional y cíclica, Fenómenos Atmosféricos se ha mantenido con una frecuencia siniestral baja en los últimos cuatro años.

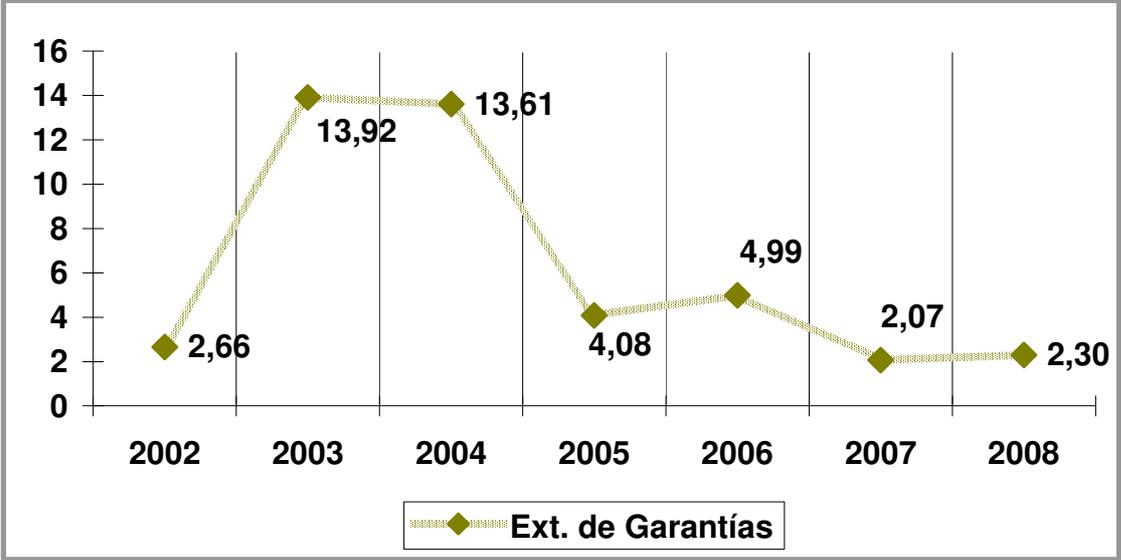


Gráfico 30 – Fenómenos Atmosféricos. Frecuencia siniestral

No hay datos sobre la frecuencia siniestral de Daños Eléctricos anteriores al 2006.

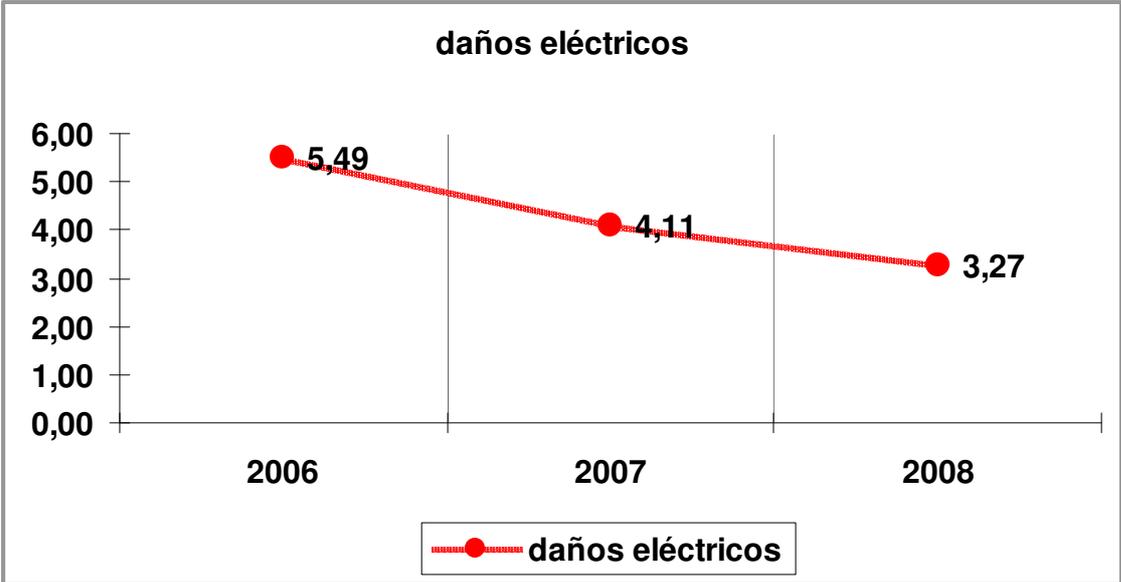


Gráfico 31 – Daños eléctricos. Frecuencia siniestral

Bajo el epígrafe de Otros, se engloba el resto de casuísticas. No hay datos específicos sobre Bienes Refrigerados, Accidentes o ampliación de Responsabilidad Civil (producto, post/trabajos, etc.). Cada compañía debe buscar en su propia experiencia.

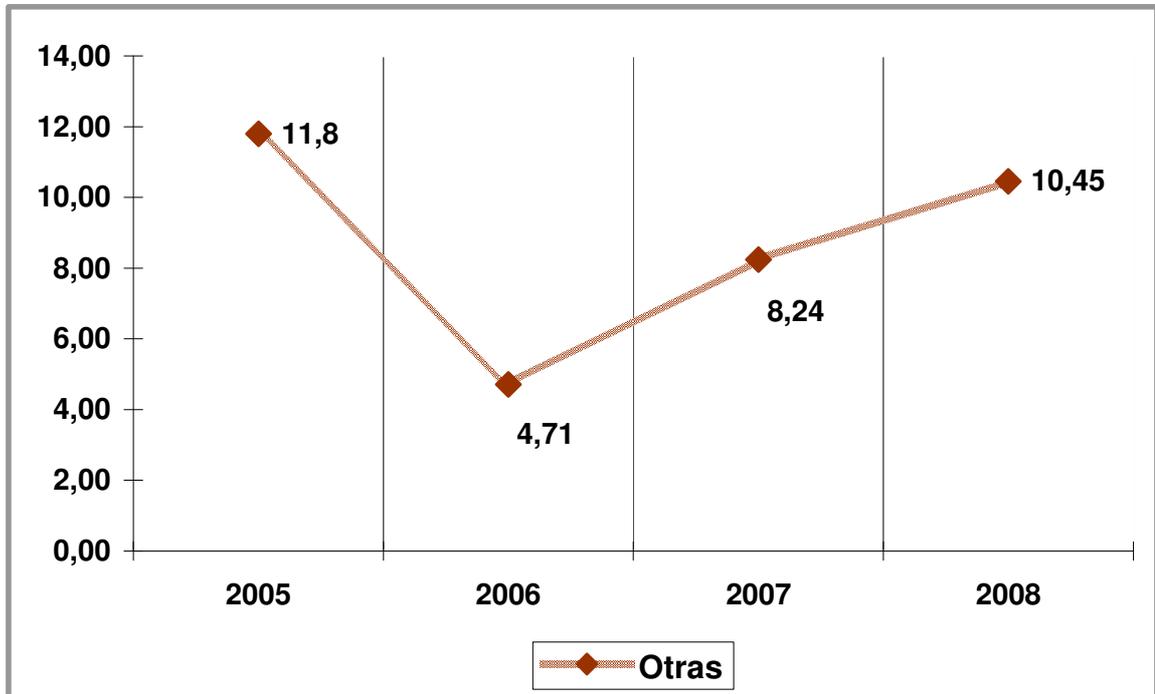


Gráfico 32 – Otras tipologías. Frecuencia siniestral

3.6.3.2.. Número de siniestros

En cuanto al número de siniestros totales y en función de la topología del suceso la evolución muestra la tendencia al incremento en Incendios y en Otras.

Naturaleza de los Siniestros	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Incendios	6,59	7,92	7,46	5,06	5,17	5,18	4,13	6,48	6,02
Robo	19,05	19,63	18,49	20,48	17,77	16,72	16,04	14,44	15,47
Responsabilidad Civil	8,13	7,53	8,01	8,12	8,53	9,45	7,51	6,97	6,42
R. C. Agua	1,24	0,13	--	--	--	--	0,26	0,20	0,21
Daños por Agua	19,59	20,25	20,69	19,97	21,07	21,37	22,33	21,80	21,60
Cristales	26,49	25,82	25,82	21,11	22,32	21,06	22,41	21,15	20,56
Accidentes Personales	0,04	0,04	0,05	0,04	0,02	0,03	0,35	0,07	0,01
Pérdida de Beneficios	0,43	0,24	0,22	0,00	0,30	0,33	0,24	0,32	0,44
Avería Maquinaria	3,30	2,36	1,63	1,63	2,08	1,65	2,26	2,03	2,09
Ext. de Garantías	10,64	12,21	11,85	9,85	9,32	5,69	5,33	4,91	4,47
Daños Eléctricos	--	--	--	--	--	--	5,3	5,36	5,29
Otras	4,49	3,88	5,79	13,76	13,42	18,52	13,83	16,27	17,43

Gráfico 24 – Nº se siniestros s/ el total de siniestros declarados (%)

3.6.3.3.– Importe siniestral

Robo es la garantía con mayor distribución del importe siniestral.

Naturaleza de los Siniestros	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Incendios	17,67	18,45	19,35	16,06	17,82	16,13	14,00	16,23	16,50
Robo	32,70	38,26	36,35	36,54	32,13	27,98	25,80	25,08	27,15
Responsabilidad Civil	9,11	8,18	9,45	9,38	9,34	13,33	10,86	11,00	10,23
R. C. Agua	0,47	0,1	--	--	--	--	0,18	0,17	0,15
Daños por Agua	15,75	15,09	12,32	13,35	15,15	15,72	16,46	17,06	16,97
Cristales	13,21	8,28	7,19	6,49	6,77	6,65	6,93	7,48	7,39
Accidentes Personales	0,07	0,08	0,17	0,02	0,03	0,04	0,77	0,26	0,03
Pérdida de Beneficios	0,70	0,22	0,26	0,51	0,34	0,63	0,54	0,66	0,72
Avería Maquinaria	1,53	1,47	1,07	1,19	1,53	1,17	1,64	1,52	1,59
Ext. de Garantías	5,69	6,71	8,41	6,26	5,27	3,69	4	5,42	4,64
Daños Eléctricos	--	--	--	--	--	--	3,23	3,30	3,11
Otras	3,10	3,16	5,43	10,2	11,61	14,66	15,59	11,83	11,52

Gráfico 25 - Evolución del importe siniestral por naturaleza del siniestro (%)

3.6.3.4. Coste medio

Incendios es la garantía que arroja mayor importe en cuanto a coste medio del siniestro. Es una constante cada año.

Naturaleza de los Siniestros	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Incendios	1.591	1.467	1.679	2.293	2.668	2.895	2.990	2.180	2.378
Robo	1.018	1.228	1.270	1.296	1.400	1.555	1.420	1.513	1.523
Responsabilidad Civil	665	714	776	833	848	1.310	1.277	1.374	1.383
R. C. Agua	226	496	--	--	--	--	--	--	--
Daños por Agua	477	470	385	487	557	683	651	681	682
Cristales	296	202	180	225	235	293	273	308	312
Accidentes Personales	7.016	1.186	2.397	555	925	1.313	--	--	--
Pérdida de Beneficios	960	577	807	1.008	990	1.784	2.001	1.804	1.425
Avería Maquinaria	276	392	427	535	567	659	638	653	660
Ext. de Garantías	317	346	460	467	438	603	662	960	901
Daños Eléctricos	--	--	--	--	--	--	538	536	510
Otras	411	513	606	541	670	736	995	633	574

Gráfico 26 – Evolución del coste medio del siniestro por tipologías (euros)

3.6.3.5. – Importe medio por póliza

La garantía de Robo es, nuevamente, la que presenta un mayor importe medio por póliza.

Naturaleza de los Siniestros	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Incendios	68,93	79,78	62,71	35,33	58,45	66,48
Robo	158,96	148,85	133,72	119,92	114,21	111,03
Responsabilidad Civil	42,17	42,27	54,84	56,01	46,48	37,66
R. C. Agua						
Daños por Agua	64,54	76,93	64,27	56,39	66,88	61,28
Cristales	4,26	33,29	29,86	26,82	32,09	26,52
Accidentes Personales	0,48	0,68	0,72			
Pérdida de Beneficios	5,59	4,46	12,23	15,89	10,15	7,72
Avería Maquinaria	81,55	90,32	53,4	79,41	18,76	9,4
Ext. de Garantías	65,03	59,66	23,85	28,99	21,36	22,04
Daños Eléctricos				25,9	20,61	16,86
Otras	103,22	93,92	84,78	45,82	41,7	45,48

Gráfico 27 - Importe medio de siniestro por póliza (euros)

4.- Resultados del Ramo Multirriesgo Comercio

El resultado del negocio de Multirriesgo de Comercios de los últimos seis años se ha caracterizado por mantener resultados positivos. Pese a ello, la tendencia es a la baja.

En el último ejercicio se produce una reducción importante al pasar de 14,84% del 2007 al 4,66% en el 2008.

Se aprecia esta evolución en el gráfico siguiente en el que se muestran los datos junto con la tasa de siniestralidad técnica. Se observa de esta manera cómo afecta directamente el incremento de la siniestralidad en el resultado positivo o negativo del ramo.

Los años previos al 2003 se caracterizaron por los pésimos resultados negativos. Pérdidas junto a una alta siniestralidad. Se aprecia claramente el repunte en siniestralidad del 2001 del 76.73% frente al resultado técnico y financiero del 10.76% en negativo.

El descenso de la siniestralidad durante los ejercicios 2002 al 2004 acompaña al repunte positivo del resultado.

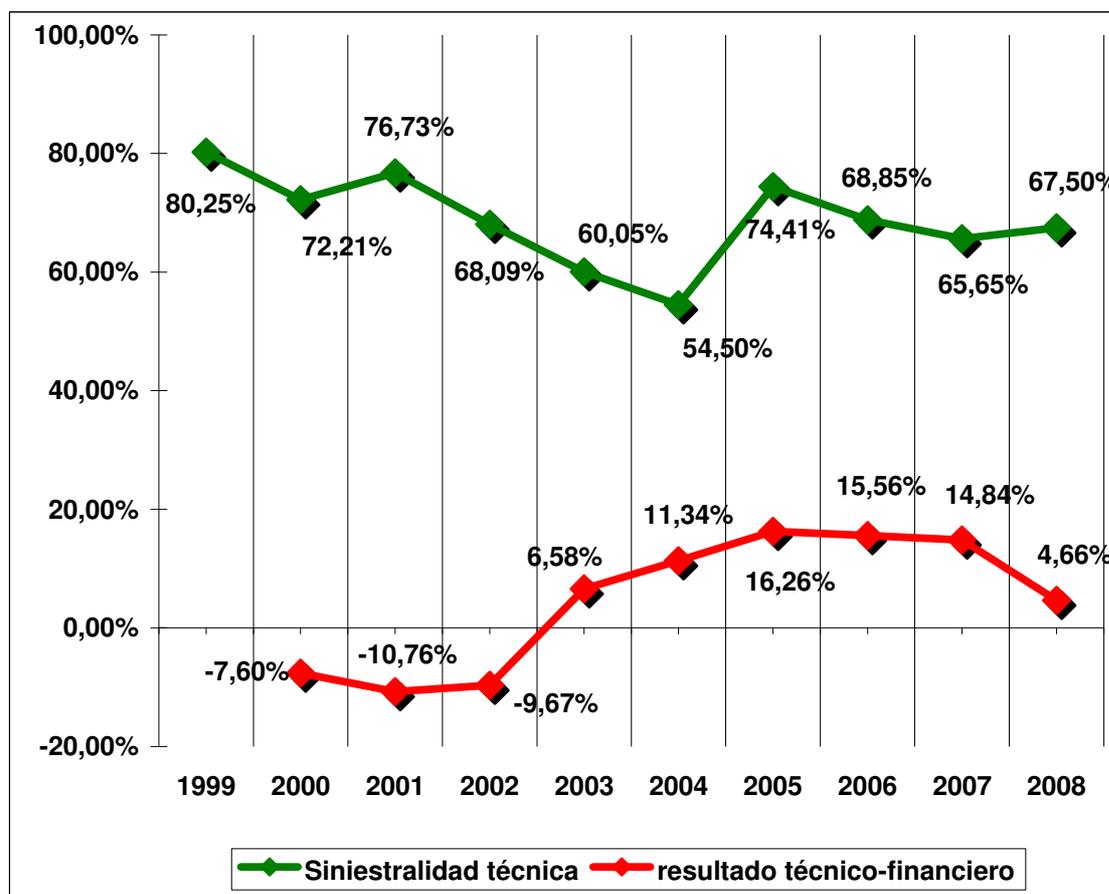


Gráfico 28 – Evolución Resultados del ramo

Es de prever un deterioro en los resultados del 2009 debido al la deducción de los márgenes financieros y al empeoramiento del resultado técnico, como consecuencia de la fuerte competencia en los precios, la previsible reducción del mercado y al previsible aumento del comportamiento siniestral.

5- El seguro Multirriesgo Comercio. Coberturas clásicas y novedades

Breve descripción de las coberturas y su evolución.

No se pretende aquí recoger la evolución del seguro Multirriesgo de Comercio en cuanto a su oferta y coberturas, pero sí entiendo que debe destinarse un capítulo, aunque breve, a las coberturas tradicionales y las nuevas ofertas que existen ya en el mercado.

5.1-Coberturas clásicas

Incendio y complementarios.

Garantía principal, incluso básica, según los productos, que garantiza la cobertura de daños materiales ocasionados por las consecuencias de un incendio, una explosión, la caída de Rayo, o debidos a la acción del humo, vapores, polvo, carbonilla.

Extensión de garantías (Riesgos Extensivos)

- En este grupo, tradicionalmente se engloban varias coberturas:
- Fenómenos atmosféricos: viento, lluvia, pedrisco y nieve.
- Actos vandálicos o mal intencionados
- Inundación por rotura de canalizaciones de lagos, presas, diques, etc.
- Daños ocasionados por el escape repentino del humo de sistemas de cocción o chimeneas.
- Choque o impacto de vehículos terrestres, de las cargas por éstos transportadas u ocasionados por la colisión de animales.
- Ondas sónicas producidas por las aeronaves.
- Derrame, fuga o escape accidental de las instalaciones automáticas de extinción de incendios

Daños ocasionados por el agua debido a:

- La rotura de tuberías
- A la omisión de cierre de grifos.
- A goteras procedentes de locales colindantes.

Cubre también la localización y la reparación de las tuberías.

Gastos derivados de un siniestro

- Por pérdida de alquileres
- Por desalojo del local
- Por desescombro
- Por gastos de extinción o aminoración del siniestro

- Por salvamento del contenido

Pérdida de beneficios por paralización de la actividad

Existen diferentes modalidades de aseguramiento:

- Por capital fijo diario pactado por un período, en concepto de gastos fijos del negocio,
- Por pérdida de beneficio

Con esta cobertura se garantiza la continuidad de la explotación pese a la ocurrencia de un siniestro, normalmente, derivado de daños por agua, incendio o Extensión de garantías.

Robo y expoliación

Garantía por excelencia en el seguro Multirriesgo de Comercio. Se da cobertura a la desaparición, por robo, expoliación o hurto de los bienes asegurados. Cada compañía tiene su versión de definición de la cobertura: según el código penal, definición de robo particular o una mezcla entre las dos.

Las coberturas que encontramos pueden ser:

- El robo y expoliación (en ocasiones hurto) del continente y/o contenido asegurado.
- Desperfectos por robo ocasionados al continente.
- Limitaciones de efectivo guardado dentro y fuera de caja fuerte.
- Limitaciones de efectivo por expoliación durante el transporte de fondos.
- Limitaciones del efectivo por expoliación ocurrida dentro del local.
- Cobertura para la expoliación sufrida por clientes y visitantes ocurrida dentro del local. O por empleados.
- Gastos por la sustitución de cerraduras por robo o expoliación o hurto de las llaves legítimas.
- La infidelidad de los empleados.

Responsabilidad civil de explotación

Garantiza la Responsabilidad Civil extracontractual, que pueda derivarse para el Asegurado, por los daños personales o materiales y por los perjuicios económicos derivados directamente de dichos daños personales o materiales, causados accidentalmente a terceros por la actividad desarrollada en el riesgo.

El alcance de la garantía se extiende a la cobertura para los gastos de defensa, pago de costas y demás gastos judiciales y la constitución de fianzas.

Brevemente, la cobertura abarca los aspectos relacionados con la actividad del negocio, derivada de la propiedad de inmuebles, participaciones en ferias, y en general derivadas del desempeño de la profesión.

Ampliación de la Responsabilidad Civil de Explotación

Del inquilino frente al propietario del local

De producto
Post Trabajos
Bienes dejados en depósito
Bienes manipulados
Por trabajos realizados fuera del local

Daños eléctricos

Daños materiales y directos ocurridos en aparatos y/o instalaciones eléctricas debidos a la alteración de la corriente eléctrica, a la sobretensión derivada de la caída del rayo, cortocircuitos, etc.

Avería de maquinaria

Daños materiales y directos ocasionados en la maquinaria asegurada y derivados de causas especificadas en la póliza. Normalmente debe existir relación de máquinas aseguradas.

Equipos ofimáticos.

Garantía para dar cobertura exclusivamente a los aparatos ofimáticos y sus periféricos. Es similar a la avería de maquinaria.

Bienes refrigerados

Garantiza la cobertura de los bienes guardados en neveras o cámaras refrigeradas dañados como consecuencia de avería en dichas cámaras, por la paralización de la máquina debido a averías, por la falta de suministro eléctrico, entre otras.

Roturas

Se garantiza la rotura accidental e imprevista de vidrios, lunas, espejos, rótulos, carteles, vitrocerámica, mármoles, granitos o incluso acuarios. Estas coberturas pueden encontrarse en el mercado como un paquete o por separado.

Accidenten personales

Accidentes por convenio
Prestaciones por accidentes sufridos por los empleados, por los clientes.
Servicio de ambulancia
Servicio médico

Los Servicios:

Normalmente se subcontratan a empresas especializadas. Los servicios que actualmente son comunes en los Multirriesgos son:

- Asistencia 24 h al comercio:

Por cerrajería de emergencia, fontanería, electricidad, cristalería, persianistas, etc. Servicio de ambulancia por accidentes en el local. Vigilante jurado.

- Servicio de reparaciones:

Algunas compañías de seguros ponen al servicio del cliente sus propios reparadores (empresas subcontratadas). Es la reparación Vs indemnización. Mayor control a menor coste.

- Defensa y/o reclamación de daños

Asistencia jurídica telefónica

Servicio de abogado, defensa penal.

Reclamación a terceros por daños sufridos en los bienes asegurados.

5.2.-Novedades

Nuevos servicios

Cada vez se incluyen más servicios en un contrato de seguros. España es un país puntero en la introducción del servicio de asistencia a domicilio. Muy introducido está, también, la Defensa o Asesoría jurídica. Primero se implementan en el seguro de Multirriesgo de Hogar, después se van introduciendo, en cascada, para el resto de multirriesgos. Por tanto, la experiencia ya existe. Tan sólo es cuestión de “alargar” más los servicios y hacerlo también al resto de pólizas de Multirriesgo.

En el mercado comienzan a verse algunos servicios innovadores adecuados o efectivos para los clientes del Multirriesgo de Comercio, como son:

- Servicio de “manitas”: ponen a disposición del cliente profesionales para la realización de pequeñas tareas.
- Backup informático: permite almacenar la información contenida en el equipo informático del local en un banco de datos remoto, ubicado fuera del local.
- Servicio de gestión y recadería.
- Asistencia informática telefónica, remota o in situ (técnica)
- Asistencia jurídico-legal-fiscal
- Búsqueda de Ayudas y Subvenciones: ayuda al comerciante para la administración de su negocio, vía Internet.
- Gestión de riesgos laborales: asistencia que facilita ayuda telefónica a través de expertos asesores.

6. Situación económica actual del mercado español: crisis

Nos encontramos ante una crisis económica mundial sin precedentes en la que se ha visto afectada la práctica totalidad de las actividades económicas. *“Aunque todos los países se han visto afectados, la magnitud varía en función de su nivel de crecimiento de partida, de los motores impulsores de su crecimiento en los últimos años, de los niveles de endeudamiento doméstico y empresarial, del estado de sus finanzas y de la orientación de los planes de estímulo económico, adaptados por cada gobierno”.* (PASCAL PERSONNE, “La economía mundial en crisis. Perspectivas 2009. Mundo y España”. [Artículo publicado en Boletín Diario de Seguros del día 28-01-2009])

Existe un panorama de desconfianza y pérdida crediticia en el que destacan ciertos sectores como son los de la construcción y el inmobiliario. Las insolvencias judiciales se concentran en empresas constructoras. Esto arrastra a los subsectores relacionados como es el sector servicios, esto es, las inmobiliarias, empresas comercializadoras de material de la construcción, muebles, decoración, electrodomésticos, textil del hogar, y demás servicios o empresas comercializadoras..

Se ven afectadas también las empresas de servicios dedicadas a la colocación de personal, al servicio de asistencia (informático, p.ej), equipamiento informático. En cambio, las empresas dedicadas al sector de la seguridad suben sus ventas.

La tendencia del consumo es a la baja. El mercado de la venta al consumidor final padece directamente las consecuencias. En un intento de incentivar el consumo en este periodo de crisis, las tiendas de toda España colgaron desde el 1 de julio el cartel de rebajas con descuentos aún mayores de los que han caracterizado las ventas durante todo el año. El objetivo del sector comercial es sacar de forma rápida el almacenaje de las tiendas y obtener al menos la liquidez necesaria para poder hacer frente a los pagos.

Según las estimaciones de la Federación de Usuarios y Consumidores Independientes (FUCI), cada persona desembolsará de media en el periodo estival diez menos con respecto a 2008, pese a que se prometen descuentos de hasta el 70 por ciento. El año pasado, las rebajas movieron 3.300 millones de euros, según datos de la Asociación Empresarial de Comercio Textil y Complementos (Acotex), y los comerciantes confían en que esta campaña al menos iguale a la del año pasado. (<http://www.xornal.com/artigo/2009/06/27/sociedad/comercios-anuncian-rebajas-historicas-salir-crisis/2009062716385984214.html>)

Las constantes ofertas que se han hecho durante los últimos meses son una salida para salvar los negocios, ya que los comerciantes han sufrido un primer trimestre muy complicado, tanto por la caída de ventas como por las dificultades de financiación.

La caída de ingresos en el sector, entre enero y mayo, se ha situado entre un 10 y un 12 por ciento con respecto al año pasado. En cuanto al cierre de comercios, la cifra fue de 13.000, un dos por ciento de los aproximadamente 650.000 que hay en España. Con las rebajas van a haber gran cantidad de productos a precios muy interesantes, aunque los márgenes van a ser reducidos para los comerciantes.

Según datos de la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (UPTA), cerca de 30.000 comercios han desaparecido en el último año. El sector del comercio se encuentra en una situación dramática, pese a haber experimentado una ligera recuperación en los últimos meses, en julio volvió a ofrecer síntomas de debilidad, al perder 1.265 activos.

Como dato, citar las declaraciones del presidente de la patronal del Pequeño y Mediano Comercio en Mallorca (Pimeco), Bernat Coll, el cual reveló el pasado mes de julio que los comercios en Mallorca esperan facturar un 10% menos en las rebajas de verano de este año. (Europa Press http://www.diariodemallorca.es/secciones/noticia.jsp?pRef=2009070500_2_481448__Mallorca-comercios-preven-facturar-menos-rebajas_05-07-2009).

El balance de los primeros meses de este 2009 arroja unas cifras poco alentadoras: las ventas se redujeron hasta un 70%, en subsectores como es el equipamiento para el hogar y el mobiliario; un 40% en productos sobre automoción; un 30% en electrodomésticos; un 25% en el sector de la moda y el calzado.

En el sector referido al ocio, el descenso es menor, entre un 15% y 20%. Y en la alimentación el descenso se encuentra entre un 2% y un 5%

Según una encuesta de la Fundació Comerç Ciutadà presentada el marzo pasado y referida al período de julio a diciembre del 2008, el 80% de los comerciantes ha notado una menor afluencia de público a sus establecimientos y otro 72% considera que sus clientes escogen los productos más económicos, fijándose sólo en el precio y no tanto en la calidad. *“Un 51% de los participantes en la encuesta afirma que este período de crisis obliga a reorientar el negocio para mejorar rendimientos. Según el presidente de la fundación, Jordi Rotllan, no se ha disparado el número de establecimientos que han cerrado, pero la crisis ha animado a los comerciantes que se iban a jubilar a acelerar el proceso. También se ha agilizado el cierre de aquellos negocios que han perdido rentabilidad en los últimos años.”* (Expansión, Martes 24-03-2009 pág 6).

Se produce un descenso en la venta de bebidas alcohólicas en el sector hostelero (3,4% en el ejercicio 2008 según el instituto Nielsen) y aumento del 1% en la distribución. Parece que la tendencia es que los españoles están saliendo menos y se quedan más en casa. Ahorrar es la costumbre en tiempo de crisis, y el consumo de bebidas en el hogar gana cada vez más espacio. El sector hostelero está perdiendo clientes. La caída de la venta de bebidas alcohólicas de alta graduación en la hostelería cae un 7%, y un 0.8% en el canal de distribución. Este camino descendente se refleja en la disminución del 2% del número de discotecas y bares de copas.

El turismo es un sector muy afectado por la crisis. Ya he citado la influencia sobre los locales de restauración y/o hostelería, también se refleja en el número de cierres de locales destinados a agencias de viajes. La crisis y la venta por Internet han ocasionado el cierre, por ejemplo, de 122 locales en Catalunya durante el 2008.

Las empresas turísticas, como principal sector de empresa española por ingresos, curiosamente adolece de estándares en el sector que permitan aumentar la eficiencia y ahorrar costes. Lo cual resulta imprescindible en el entorno en el que nos movemos. La estandarización permitiría reducir la inversión que estas empresas realizan en el BackOffice. No obstante, resulta difícil la implantación dado que el tejido turístico español está muy atomizado y formado por muchas PYMES, que no están capacitadas para hacer grandes inversiones en tecnología.

Según los datos de la Encuesta de Movimientos Turísticos en la Frontera (Frontur) hechos públicos por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en los siete primeros meses del año, España recibió un 10% menos de turistas respecto al período del año anterior.

Para concluir con el tema del sector turístico, cabe citar dos cuestiones más: que el nivel de ocupación del sector depende también de la climatología y que el sector arrastra con él todos los negocios ubicados al entorno de los centros turísticos, restauración, supermercados, bisuterías, bares, cafeterías, bazares, etc.

Las franquicias

El sistema de venta por franquicias se mantiene, a pesar de la situación económica. Según estudio elaborado por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF) el negocio de las franquicias facturó en España 24.786,9 millones de euros hasta julio de 2008, lo que supone un ligero aumento del 0.5%.

El negocio de los comercios franquiciados sigue teniendo oportunidades económicas. La Asociación Española de Franquiciadores (AEF) ha elaborado un informe sobre el sector en el 2008. Según el cual, se producen 32 cadenas más que en julio de 2009. Las nuevas franquicia aparecidas se engloban en las siguientes actividades: tiendas de belleza y estética, moda íntima y servicios varios, dietética y parafarmacia, entre otros.

“A pesar de que la crisis se ha acentuado en algunos sectores, la vitalidad de sistemas de franquicias español es evidente considerando el incremento del número de firmas y el ligero incremento en la facturación anual (0.5%). El mercado se muestra sensible a la eficacia de una fórmula que permite plantar cara a la situación actual y que sólo precisa de la financiación, que hoy los bancos no están dando, para poder recuperar su empuje expansivo.” (Xavier Vallhonrat, presidente de AEF, “El País”, 3 de mayo 2009, pág 15)

El sector perfumería

El mercado de perfumería y cosmética se enfrenta también a una desaceleración debida al descenso en el consumo familiar. No obstante, dicha desaceleración todavía no es alarmante.

Los Centros Comerciales en España

Según la Asociación Española que agrupa al sector, un centro comercial es *un conjunto de establecimientos comerciales independientes, planificados y desarrollados por una o varias entidades, con criterio de unidad, cuyo tamaño, formato comercial, servicios comunes y actividades complementarias están relacionadas con su entorno, y que dispone permanentemente*. Como aspecto a resaltar, la comunidad de Madrid dispone de 10 veces más de Centros comerciales que la media española.

Con la crisis económica, los consumidores han comenzado a apretarse el cinturón y aunque no dejarán de comprar quieren hacerlo más barato. No hacen sino seguir un camino ya experimentado con éxito en otros sectores. **Se han apuntado a la** tendencia que ya han explorado las aerolíneas y los hoteles: el *low cost*, un formato de bajo coste que empieza a cobrar fuerza en el mundo de la moda. Los comercios de moda textil son la principal locomotora de las grandes superficies. Dado que el gasto en textil, comienza a presentar signos preocupantes, con un descenso del 5,3% en los siete primeros meses del año, a los propietarios de los centros comerciales les interesa tener formatos *low cost* en tiempos de crisis, ya que en este tipo de grandes superficies los alquileres suelen ser diferentes de los de otros segmentos inmobiliarios. Se trata de contratos que tienen una renta mínima garantizada y un porcentaje de las ventas, por lo que a los gestores les interesa contar con firmas que tiren cuando el consumo comienza a resentirse. Aunque las rentas aún no han comenzado a bajar, porque los propietarios se resisten a bajar los precios, ahora comienza a costar alquilar estos locales. De hecho comienza a apreciarse visualmente el cierre de algunos de estos locales

Modificación en los hábitos de compra de los consumidores

La respuesta de las personas ante una crisis ha sido de contención en el gasto en bienes ocasionales, tales como el equipamiento profesional, del hogar y productos de ocio y deporte, mientras que para los bienes cotidianos, el gasto es superior.

En el sector del comercio al por menor el balance siempre había sido positivo en el 2008. Ha ido creciendo en torno a un uno o dos por ciento anual. En enero de 2009 se truncó por primera vez la tendencia: hubo más cierres de tiendas por la crisis que aperturas. Sin embargo, desde enero a mayo, en algunas provincias, el balance se ha equilibrado, lo cual puede denotar un síntoma de que ya han descontado el exceso de oferta comercial, los que por desgracia eran más ineficientes y no podían aguantar el bajón de ventas. Puede ser debido a que algunos negocios se montaron en un momento de euforia económica. Estos son los primeros que caen. Otros habían aparecido a la cola de la venta de las viviendas y se han visto afectados por el parón inmobiliario .

Según declaraciones del secretario general de la Confederación Española de Comercio (CEC), en Barcelona *"han crecido un 0,15% los puntos de venta en este cuatrimestre. Cataluña es la primera región que padece la crisis, pero también la primera que sale de ella"*. <http://noticias.terra.es/economia/2009/0718/actualidad/la-crisis-hace-que-muchos-comercios-se-planteen-el-cierre-por-vacaciones.aspx>. 20-07-2009).

7. Influencia de la situación económica en la siniestralidad

Crisis e incremento del fraude.

La crisis actual y las nefastas consecuencias que está teniendo en la sociedad española han "forzado" a cientos de familias a ingeniárselas para llegar a fin de mes. Los dramas son diarios y llegan, incluso, a convertirse en delito. Nos encontramos ante el intento del fraude.

El último informe sobre el fraude elaborado por la entidad Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones (ICEA) revela que 952 comercios de Valencia trataron de estafar a su seguro en 2007 (últimos datos recabados), 762 en Alicante y 197 en Castelló. Una media de dos establecimientos al día intentó defraudar a las aseguradoras.

En total, los peritos desenmascararon un total de 8.802 en toda la Comunitat Valenciana. La mayoría de casos se dieron en el sector del automóvil, con 3.599 casos en Valencia, 2.480 en Alicante y 833 en Castelló. Valencia, con 4.660 casos, es la tercera provincia de España con más tentativas de fraude, sólo por detrás de Barcelona (9.431) y Madrid (8.739).

El director de programas de ICEA, José María Olazábal, cita que este aumento se debe al declive de muchas empresas. *"Los casos más comunes se dan en pequeños comercios que van mal y en otros que no logran dar salida a buena parte de su stock"*. En cuanto a la tipología de este tipo de siniestros los medios más utilizados para tratar de defraudar a los seguros son, o bien los incendios provocados, o bien los robos falsos o exagerados.

Sin embargo, en "la mayoría de ocasiones" se suele desenmascarar el engaño. Los peritos se dan cuenta con relativa sencillez. En el caso de los incendios hay un hecho concluyente: la existencia de varios focos de origen del fuego. Y en el de los robos se abre el abanico, aunque lo más recurrente es simular una sustracción o denunciar un robo mayor del que realmente se ha sido víctima.

Crisis y el incremento del robo.

La recesión económica mundial ha contribuido a un aumento en el robo organizado en los comercios y a una mayor violencia e intimidación de los empleados. Aunque el impacto de la desaceleración económica se ha producido globalmente, el comercio minorista ha sido una de las primeras industrias en resentirse, y el efecto adverso en las ventas y la rentabilidad ha sido muy importante.

Los minoristas se enfrentan a un crecimiento considerable de casi todos los tipos de delincuencia en los comercios, que han afectado a todos los mercados verticales. El aumento de los hurtos en las tiendas, el robo por parte de los empleados, el robo con allanamiento, los atracos y el crimen organizado y el frau-

de en los comercios pueden aumentar la presión en los márgenes de beneficios.

Los informes, tanto de los minoristas como de la policía, muestran que el aumento del desempleo puede derivar en un incremento de la delincuencia en los comercios

Muchos minoristas dicen que ahora hay más ladrones aficionados robando, más crimen organizado en los comercios que conduce a robos de cantidades importantes y a más intimidación de los empleados.

Siendo la garantía de robo la de más impacto en el seguro de Comercio, se pronostica el incremento de esta siniestralidad.

8.- Previsiones de futuro

Según el estudio “El mercado español de seguros en 2008” realizado por la Fundación Mapfre, el volumen de primas sectorial *“encontrará dificultades para crecer, dentro de un contexto económico poco favorable, definido por la intensificación de las tendencias contradictorias, especialmente es el sector de la construcción, la caída del consumo privado, el mantenimiento de los niveles de desconfianza de los consumidores, el elevado desempleo y el creciente déficit público. (...) Las compañías tendrán que seguir lidiando con los efectos de la crisis en la demanda de aseguramiento: preferencia por productos y coberturas más económicos, aumento del índice de anulaciones y la competencia cada vez más intensa, con presión a la baja de las tarifas”*.

“Continúa la tendencia en la moderación del crecimiento observada desde 2002, provocada por la situación de intensa competencia consecuencia del grado de madurez del mercado.”

8.1. - Previsiones para el 2009: Decrecimiento del mercado asegurador

El entorno económico tiene un gran impacto, es evidente. Primero se deja notar en el brusco descenso en las ventas de viviendas, el aumento del paro y la caída de la actividad empresarial. Esto repercute negativamente en el mercado asegurador de los Multirriesgos. Los expertos pronostican una caída suave. Vistos los crecimientos registrados en años anteriores será difícil mantener en próximos ejercicios resultados técnicos tan buenos.

La desaparición de numerosos comercios debido a la crisis provoca la disminución del mercado potencial de riesgos asegurables. Es decir, que las compañías van a competir en un mercado ya maduro y en decrecimiento. La consecuencia primera, que ya se ha estado viviendo durante el 2008, es la reducción de las tarifas.

Esta disminución en las primas se aplica, no ya sólo en la nueva producción para conseguir un trocito más del pastel, sino que también van a la baja las primas de cartera con la finalidad de evitar las anulaciones debido a la fuerte presión en los precios.

En resumen, esta situación económica en el sector derivará en:

- Mantenimiento de la fuerte competencia
- Reducción del mercado potencial
- Mantenimiento en el descenso de la prima media
- Incremento de siniestros provocados
- Descenso del crecimiento
- Posibilidad de pérdidas

Contención de siniestralidad. Rigurosidad en la tramitación de los siniestros (profesionalidad / vs reducción de costes)
Incremento del fraude

8.2. -Previsión de futuro: Oportunidades de negocio.

Según el Informe sobre la coyuntura económica elaborado por La Caixa : “*El Índice de Comercio al por Menor (ICN) publicado por el INE, en términos reales y corregido de efecto calendario, retrocedió un 6.3% interanual en mayo. Este descenso es 1.3 puntos inferior al registrado en abril, lo que supone el tercer mes consecutivo de freno en las caídas desde el máximo del 9.1% en febrero. Por grupos, el mayor retroceso sigue correspondiendo al equipamiento del hogar, con una tasa negativa del 22.5%, reflejo de que el consumo de bienes duraderos, sobre todo aquellos vinculados a la vivienda, sigue fuertemente penalizado por la incertidumbre. El grupo de alimentación registró una caída del 6.5% y el equipo personal un 3.7%, mientras que las ventas en estaciones de servicios mostraron un avance real del 1.0%. Respecto al modo de distribución, las pequeñas cadenas mostraron un retroceso del 7.9%, seguidas de las grandes superficies, un 7.8%, empresas unilocalizadas, un 6.2% y, finalmente, grandes cadenas, un 2.6%.* Caixa de Catalunya, Informe sobre la coyuntura económica. Número 127, 20 de julio de 2009.

El sector del producto Multirriesgo de Comercios se caracteriza por:

- Mercado maduro
- La elevada concentración en tres provincias geográficas: Madrid, Barcelona y Valencia.
- Elevada concentración en tres Comunidades Autónomas: Catalunya, Andalucía y Madrid.
- Las actividades económicas se corresponden mayoritariamente con el sector de la Restauración (más del 45% del volumen en primas)
- Alta concentración en zonas turísticas
- Mercado repartido entre pocas compañías
- Alta incidencia en la siniestralidad de robo
- Guerra de precios por conseguir nuevos clientes y por mantener la cartera.
- Elevado índice de anulaciones

El ejercicio 2009 se perfila como un año de decrecimiento en los resultados del ramo. Por tanto, deberían tenerse en cuenta varios aspectos con el fin de suavizar, en lo posible, dicho descenso:

- Importancia en la selección de riesgos.

En evitación del incremento de la siniestralidad, apostar por los riesgos que, históricamente según el sector, o según la compañía, han dado mejores resultados y evitar los riesgos “arriesgados”.

- Evitar entrar en la guerra de precios si ello ha de perjudicar al resultado del ramo. Es previsible, por tanto, la pérdida de cuota de mercado.
- Reducción de costes, mediante la especialización y automatización de procesos.
- Saneamiento de la cartera en función del resultado
- Apostar por las nuevas coberturas / servicios, dando un servicio integral al asegurado.
- Nuevos sistemas de distribución: Internet

9. Bibliografía

Datos Instituto Nacional de Estadística (www.ine.es)
Informe nº 519 . Los seguros multirriesgo en España (año 1991), Octubre, 1994. ICEA
Informe nº 591 . Los seguros multirriesgo en España (año 1993), Octubre, 1992. ICEA
Informe nº 517-G. Estadística de robo en pólizas de comercio. 1991. Octubre, 1992. ICEA
Informe nº 585. Estadística de robo en pólizas de comercio. 1993. Julio, 1994. ICEA
Informe nº 632. Estadística de robo en pólizas de comercio. 1994. Diciembre, 1995. ICEA
Informe nº 688. Estadística de la cobertura de robo en comercios. 1996. Julio 1997. ICEA
Informe nº 656. Estadística de la cobertura de robo en comercios. Octubre, 1996. ICEA
Informe nº 832. Estadística de robo en comercios. Datos 2000. Junio, 2001. ICEA
Informe nº 1.112, mayo 2009, El fraude al seguro español. ICEA
Informe nº 805. El seguro Multirriesgo de Comercio. Datos 1999. Julio, 2000. ICEA
Informe nº 838. El seguro Multirriesgo de Comercio. Datos 2000. Julio, 2001. ICEA
Informe nº 869. El seguro Multirriesgo de Comercio. Estadística año 2001. Julio, 2002. ICEA
Informe nº 894. El seguro Multirriesgo de Comercio. Estadística año 2002. Julio, 2003. ICEA
Informe nº 915. El seguro Multirriesgo de Comercio. Estadística año 2003. Julio, 2004. ICEA
Informe nº. 977. El seguro Multirriesgo de Comercio. Estadística año 2005. Julio, 2006. ICEA
Informe nº. 945. El seguro Multirriesgo de Comercio. Estadística año 2004. Julio, 2005. ICEA
Informe nº 1.014. El seguro Multirriesgo de Comercio. Estadística año 2006. Mayo, 2007. ICEA
Informe nº 1.058. El seguro Multirriesgo de Comercio. Estadística año 2007. Mayo, 2008. ICEA
Informe nº 1.104. El seguro Multirriesgo de Comercio. Estadística año 2008. Abril, 2009. ICEA
Informe sobre la coyuntura económica. Calixa de Catalunya. Número 127. 20 de julio de 2009.
El mercado español de seguros en 2008. Instituto de Ciencias del Seguro. Fundación Mapfre. .
Julio 2009.

Anexos

LOS RATIOS UTILIZADOS:

$$\text{Frecuencia} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de stros declarados en el año } n}{(\text{N}^\circ \text{ pólizas del año } n + \text{N}^\circ \text{ pólizas del año } (n-1)) / 2}$$

$$\text{Importe medio por siniestro} = \frac{\text{Importe stros pagados} + \text{Provisión de siniestros al cierre del ejercicio}}{\text{N}^\circ \text{ siniestros declarados}}$$

$$\text{Tasa de siniestralidad técnica} = \frac{\text{Importe siniestros pagados} + \text{Provisión de siniestros al cierre del ejercicio}}{\text{Volumen primas periodificadas}}$$

$$\text{Importe medio por póliza} = \frac{\text{Importe siniestros pagados} + \text{Provisión de siniestros al cierre del ejercicio}}{(\text{N}^\circ \text{ pólizas año } n + \text{N}^\circ \text{ pólizas año } (n-1)) / 2}$$

Autor

Maite López Aladros

Barcelona, 1963

Formación básica:

Licenciada en Ciencias de la Información, Sección Publicidad, por la Universidad Autónoma de Barcelona

Dirección en Marketing en EADA.

Actualmente responsable de Multirriesgos de Comercios y Oficinas en Seguros Catalana Occidente.