

181

Los seguros de empresa

La diferenciación de la mediación tradicional

Estudio realizado por: Vanesa Cid Pijuan
Tutor: Ester Canalda Garnes

Tesis del Máster en Dirección de Entidades
Aseguradoras y Financieras
Curso 2014/2015

Esta publicación ha sido posible gracias al patrocinio de DAS Internacional



Esta tesis es propiedad del autor. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento sin mencionar su fuente. El contenido de este documento es de exclusiva responsabilidad del autor, quien declara que no ha incurrido en plagio y que la totalidad de referencias a otros autores han sido expresadas en el texto.

Agradecimientos

A mis padres por estar siempre a mi lado.

A la persona que el día siguiente de empezar este máster pasó de ser mi pareja a ser mi marido, por aguantar todos esos fines de semanas cortos sin quejarse y apoyándome.

Al de Batea, por confiar siempre en mí, incluso muchas veces más que yo misma.

A todos mis compañeros, porque este máster no hubiera sido lo mismo, sin vuestras opiniones, sin las comidas en los Filipinos, sin la cerveza de los viernes, sin ese cd enganchado 'de yo estaba ahí', sin el amante cautivo, sin los info y las ventanas, sin los debates en clase, sin las barbacoas interminables. Gracias, ha sido un placer coincidir en este máster con todos vosotros.

Y por último, pero no por ello menos importante, a mi tutora, por su apoyo desde el primer momento y por transmitirme esa pasión por su trabajo.

Resumen

Ante un mercado, donde el seguro de automóvil, se ha convertido en una commodity, los mediadores deben focalizarse en aquellos productos que les permitan aportar valor al cliente y les permita diferenciarse de otros canales de venta.

Los principales productos que permiten aplicar esa diferenciación, son los productos dirigidos a las empresas. Por eso, hemos focalizado este trabajo en analizar los principales actores que intervienen en estos seguros y las relaciones entre todos ellos.

Resum

Davant un mercat, on l'assegurança de l'automòbil s'ha convertit amb una commodity, els mediadors han de focalitzar-se en aquells productes que els hi permeti aportar valor al client i poder diferenciar-se d'altres canals de venda.

Els principals productes que permetin aplicar aquesta diferenciació, són els productes dirigits a les empreses. Per això, hem focalitzat aquest treball en analitzar els principals actors que intervenen en aquestes assegurances y les relacions entre tots ells.

Summary

Faced with a market where car insurance has become a commodity, the intermediaries should focus on products that enable them to provide value to the customers, and allow them to differentiate themselves from other sales channel.

The main products that allow applying this differentiation, are the products aimed to small and medium enterprises. For this reason we have focused this thesis on analyzing the main players involved on these insurance solutions, and the connections between them.

Índice

1. Introducción.....	9
2. Análisis del tejido empresarial español	11
2.1 Tamaño de las empresas	11
2.1.1 La importancia del tamaño de las empresas	12
2.1.2 El bloqueo normativo	14
2.2 Empresas activas.....	15
2.2.1 Distribución sectorial según intervalo de asalariados.....	16
2.2.2 Empresas activa por intervalo de edad.....	17
2.2.3 Permanencias, altas y bajas de empresas.....	19
2.3 Facturación de las empresas	20
2.4 Condición Jurídica	21
2.5 Las Pyme y el entorno online.....	23
3. Las Pyme y los seguros.....	25
3.1. Nivel de cobertura de las Pyme españolas	25
3.1.1 Cobertura frente a terceros.....	25
3.1.2 Cobertura del patrimonio.....	26
3.1.3 Cobertura sobre cuenta de resultado.....	27
3.1.4 Cobertura de los empleados de la empresa	29
3.1.5 Nivel de cobertura según canal de compra.....	29
4. Corredores y entidades aseguradoras.....	31
4.1. Radiografía de la relación entre los corredores y las entidades aseguradoras. 31	
4.2 Productos comercializados por los corredores	34
4.3 Corredores especialistas en seguros de empresas	39
4.3.1 Situación del mercado asegurador	39
4.3.2 Seguros de empresas, la bancassurance y la mediación.....	40
4.3.3 Futuro de seguros de empresa	41
4.3.4 Mediación tradicional y los seguros de empresa.....	42
4.3.5 Cualidades más valoradas de las entidades aseguradoras por los corredores.....	43
5. Productos aseguradores de empresas en cifras.....	45
5.1 Multirriesgo de comercio.....	45
5.2 Responsabilidad civil general	47
5.3 Seguro Industrial de talleres y pequeñas industrias.....	49

5.4 Transportes.....	50
6. La Mediación tradicional y los nuevos canales de venta	55
6.1 El uso de internet para la búsqueda de seguros	55
6.2 Peso del canal online en diferentes países	57
6.2.1 Evolución del Canal Directo en Sudáfrica	58
6.3 Pyme y los canales no tradicionales.....	58
7. Conclusiones.....	61
8. Bibliografía.....	63

Los seguros de empresa

La diferenciación de la mediación tradicional

1. Introducción

Cuando un producto o servicio tiene un valor o utilidad, pero un muy bajo nivel de diferenciación o especialización, y aporta márgenes de ganancias escasos, se dice que se ha producido una commoditización del mismo.

Hoy en día, el cliente difícilmente percibe la diferencia entre el producto de auto de una compañía u otra, o el canal de distribución en que está realizando la compra. La mayoría de los clientes sólo están interesados en el precio. No resulta extraño que un cliente cambie su seguro del auto a otro mediador/compañía por pocos euros de diferencia, sin otra motivación distinta al precio.

Esto ha provocado que las primas de estos seguros cada vez sean más bajas y, por consiguiente, los márgenes de beneficios de las aseguradoras y mediadores vayan reduciéndose.

Ante esta situación de mercado, la mediación debe diferenciarse aportando valor al cliente y que este lo perciba como un elemento diferenciador del resto de canales de distribución.

Este elemento distintivo se puede conseguir a través de la especialización en productos en que el precio no es la única variable que influye en la decisión del cliente. Los ramos que permiten aportar este valor añadido son los productos de salud, vida y especialmente, los seguros empresas.

En los seguros de empresas los mediadores pueden transmitir a los clientes el valor que les aportan mediante el asesoramiento, la profesionalización en la gerencia de riesgo, el conocimiento exhaustivo de los productos del mercado y la capacidad de adaptar las coberturas a las necesidades de los riesgos de cada cliente.

Es por ello que en la presente tesis nos hemos focalizado a analizar los principales actores que intervienen en los seguros de empresas, el tejido empresarial español, los mediadores, las entidades aseguradoras y la conexión entre todas ellas.

2. Análisis del tejido empresarial español

2.1 Tamaño de las empresas

Según el Directorio Central de Empresas (DIRCE), a cierre 2014 en España había 3.114.361 empresas, de las cuales 3.110.522 eran PYME (entre 0 y 249). El 99,8% del tejido empresarial español está constituido por PYME.

Tabla 1. Tamaño de empresas e según número de asalariados en España y en la UE27,2013

	Micro Sin Asalariados	Micro 1-9	Pequeñas 10-49	Medianas 50-249	Pyme 0-249	Grandes 250 y más	Total
España	1.670.329	1.314.398	107.784	18.011	3.110.522	3.839	3.114.361
%	53,6	42,2	3,5	0,6	99,9	0,1	100
UE-27	92,4		6,4	1,0	99,8	0,2	100

Fuente: INE, DIRCE 2014 (datos a 1 de enero de 2014), y Comisión Europea, "ANNUAL REPORT ON EUROPEAN SMES 2013/2014". * Excluyendo a Grecia.

Del total de las empresas que hay en España un 53,70% son micro sin asalariados, lo que incluye a todos los autónomos del país. Un 42,26% son empresas micro con menos de 9 empleados. Si sumamos estos dos grupos, micro sin asalariados y micro con menos de 9 empleados, obtenemos que las empresas micro representan un 95,96% del entramado empresarial español. Este porcentaje es bastante superior al de la Unión Europea en la que las empresas micro representan un 92,4%.

Si observamos el siguiente tramo, las pequeñas empresas (de 10 a 49 asalariados), hay 107.784, que representan un 3,5%. En cambio en la Unión Europea las pequeñas empresas representan un 6,4% del total.

Pero el salto más grande se produce cuando pasamos de las pequeñas empresas a las medianas y grandes empresas (50 o más trabajadores). Las medianas y grandes empresas sólo representan el 0,7% del tejido empresarial español (21.850 empresas). En este caso también es superior el porcentaje que representan las medianas empresas en la Unión Europea, un 1,2%.

Si nos comparamos con otros países de la unión europea, este porcentaje de 0,7% nos sitúa en un plano similar al de Italia, Portugal, Grecia y muy por debajo de Alemania o Reino Unido con un mayor peso en el segmento de empresas grandes y medianas.

Tabla 2. Tamaño de empresas según número de asalariados diferentes países de Europa.

	0-9	10-49	50-249	+250
Alemania	81,8%	15,2%	2,5%	0,5%
Austria	87,4%	10,6%	1,6%	0,3%
Bélgica	93,8%	5,2%	0,8%	0,2%
Chipre	92,1%	6,7%	1,1%	0,2%
Dinamarca	89,5%	8,7%	1,5%	0,3%
Eslovaquia	95,8%	3,5%	0,6%	0,1%
Eslovenia	94,2%	4,7%	0,9%	0,2%
España	94,4%	4,8%	0,6%	0,1%
Estonia	90,2%	8,0%	1,6%	0,2%
Finlandia	91,8%	6,8%	1,2%	0,3%
Francia	93,7%	5,2%	0,8%	0,2%
Grecia	96,2%	3,3%	0,4%	0,1%
Holanda	93,6%	5,1%	1,0%	0,2%
Hungría	94,5%	4,5%	0,8%	0,2%
Irlanda	88,6%	9,4%	1,7%	0,3%
Italia	94,8%	4,6%	0,5%	0,1%
Letonia	89,1%	9,0%	1,7%	0,2%
Lituania	90,4%	7,8%	1,6%	0,2%
Luxemburgo	86,9%	10,6%	2,0%	0,5%
Malta	94,5%	4,3%	1,0%	0,2%
Noruega	91,8%	6,9%	1,0%	0,2%
Polonia	95,2%	3,6%	0,6%	0,2%
Portugal	95,4%	4,0%	0,6%	0,1%
Rep.Checa	96,1%	3,2%	0,6%	0,1%
Rumania	87,4%	10,4%	1,8%	0,3%
Suecia	94,6%	4,4%	0,8%	0,1%
Reino Unido	88,9%	9,2%	1,6%	0,3%
UE-27*	92,3%	6,5%	1,1%	0,2%

Fuente: Comisión Europea, Annual Report on European SMEs 2013/2014. * Excluyendo a Grecia.

2.1.1 La importancia del tamaño de las empresas

El tamaño de las empresas es importante, y cada vez será más importante para competir en el mundo globalizado que vivimos.

Está demostrado que las empresas pequeñas:

- 1) Son, por lo general, menos productivas que las empresas grandes. Esta diferencia ocurre en todos los sectores productivos, incluso en el sector servicios que representa un 80,5% (24,3% comercios + 56,2% resto de servicios) de las empresas española.

Tabla 2. Productividad por empleado, sector y tamaño (kUSD por empleado en 2011)

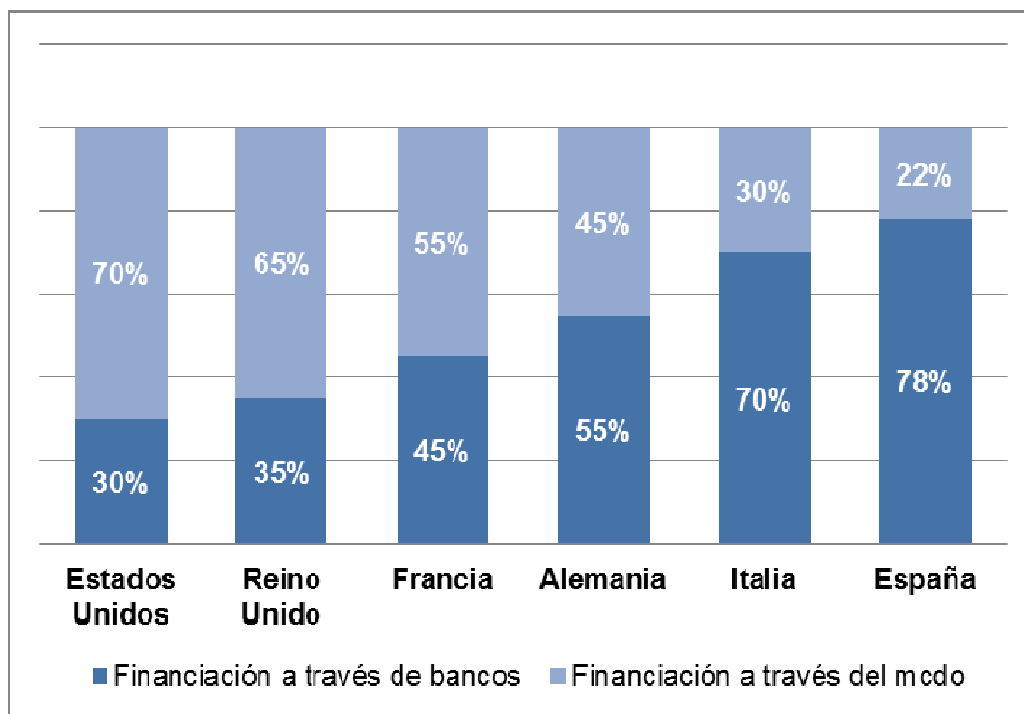
	1-9	10-19	20-49	50-249	+250
Industria					
Francia	70,9	76,5	80,6	85,5	127,7
Alemania	52,4	66,7	73,2	84,0	124,0
Italia	50,2	72,6	90,8	120,2	155,7
España	69,1	68,9	87,3	105,5	141,5
Reino Unido	73,7	62,5	64,8	88,4	141,6
Servicios					
Francia	97,6	93,7	100,3	101,8	102,7
Alemania	102,0	86,2	96,4	103,3	103,0
Italia	76,1	105,7	114,5	132,9	147,9
España	71,8	101,3	109,1	132,0	113,3
Reino Unido	119,7	88,5	87,3	112,0	93,5
Construcción					
Francia	108,5	57,7	92,3	86,7	130,4
Alemania	74,5	94,1	113,0	122,6	161,4
Italia	85,2	114,1	131,8	177,2	232,8
España	75,2	86,2	103,0	140,5	180,0
Reino Unido	104,0	80,8	88,0	103,6	111,4

Fuente: OCDE, Entrepreneurship at a glance (2014)

- 2) Tienen más dificultades para la internacionalización, ya que para afrontarl, necesitan capacidad financiera. Aunque como consecuencia de la crisis a cierre 2013 las pymes exportadoras regulares crecieron un 7,3%, el nivel de las empresas españolas se encuentra muy por debajo de las principales economías europeas.
- 3) Dificultad de acceso a la financiación no bancaria: los mercados financieros organizados exigen a las compañías unos mínimos de facturación, beneficios entre otros requisitos. Acceder a una financiación no bancaria es muy importante en épocas de crisis, puesto que durante este periodo la dependencia del crédito bancario, el cual se contrajo durante la última crisis, ha supuesto el cierre de muchas pymes. En el gráfico 1 podemos observar el nivel de dependencia que tienen las empresas españolas del sistema bancario en comparación a otros países occidentales. En potencias europeas como Alemania o Francia la

financiación a través de banco es de un 55% y un 45% respectivamente. En España este porcentaje es de un 78%.

Gráfico 1: Fuentes de financiación de las empresas 2010



Fuente:CNMV

2.1.2 El bloqueo normativo

La legislación española actual, se encuentra muy focalizada en la creación de empresas, pero no en fomentar su crecimiento.

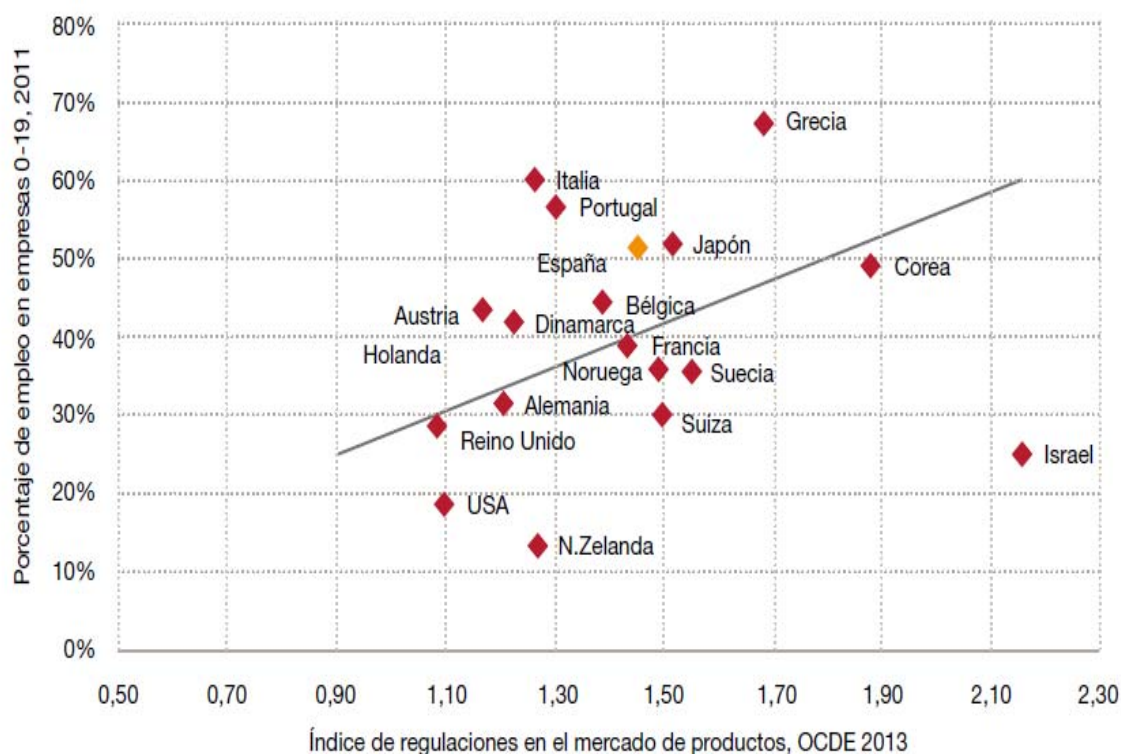
Pasar de una pequeña empresa (10-49 trabajadores) a una mediana empresa (>49 trabajadores), tiene diversas implicaciones administrativas, burocráticas, costes de gestión más caros, entre otras. Algunos ejemplos:

- A partir de 50 empleados y los 5,7 millones de facturación:
 - a) El pago del IVA pasa de ser trimestral a mensual.
 - b) El pago del Impuesto de Sociedades sube del 18% al 21%.
 - c) Tener comité empresa
- Si se dan al menos, dos de los tres siguientes circunstancias durante dos años: un activo superior a los 2,85 millones, una cifra de negocios neta mayor a los 5,7 millones y una plantilla superior a los 50 empleados:

- a) Las cuentas anuales y en su caso, el informe de gestión deberán ser revisados por un auditor de cuentas.

Según las estadísticas de la OCDE, hay una relación proporcional inversa entre regulación normativa y tamaño: a mayor regulación las empresas son más pequeñas. Las normativas administrativas, laborales, mercantiles, legales, fiscales o de ayudas públicas desincentivan la iniciativa empresarial.

Gráfico 2: Regulación y tamaño de las empresas



Fuente:OCDE. Entrepreneurship at a glance (2014)

2.2 Empresas activas

El número de empresas activas, según el INE disminuye un 0,9% durante el año 2013 y se sitúa en 3,1 millones. Se trata del sexto año consecutivo en el que el número de empresas activas se reduce.

A cierre 2013, el principal sector de las empresas españolas con un 80,5%, de empresas en activo, es el sector servicios. Dentro de éste un 24,3% corresponde al comercio, y un 56,2% al resto de servicios.

Tabla 4: Distribución sectorial de las empresas españolas 2013

	Industria	Construcción	Comercio	Resto Servicios	Total
nº empresas	199.483	408.443	756.805	1.749.630	3.114.631
%	6,4	13,1	24,3	56,2	100

Fuente:INE, DIRCE 2014 (datos a 1 de enero de 2014)

El número de empresas del sector servicios que incluye todas empresas dedicadas a hostelería, transportes y almacenamiento, información, científicas y técnicas, administrativas, actividades financieras y de seguros, aumentó un 0,2% respecto el año anterior, que ya contaba con 1.751.903 empresas activas.

Pese a este incremento, el número de empresas activas del sector servicios, se redujo en un 0,9% en relación al año anterior. El número de empresas activas a cierre 2013 descendió a 758.483.

2.2.1 Distribución sectorial según intervalo de asalariados

Si analizamos los sectores en función del número de asalariados, observamos que un gran porcentaje del sector de la construcción, en concreto un 61,5% son empresas micro sin asalariados. Este porcentaje es tan elevado, ya que según datos de la seguridad social, el sector de la construcción a cierre 2013 contaba con más de 355 mil autónomos, sólo superado en número de autónomos por el sector de reparación de vehículos, que tenía más de 811 mil autónomos.

Un gran número de empresas del sector servicios y comercios pertenecen a las denominadas micro empresas, exactamente un 96,9% de sector comercios y un 96,3% del resto de servicios.

Por el contrario, en el sector industrial, aunque el peso de las micro empresas también es importante, con un 85,8%, cuenta con un 11,7% de pequeñas empresas, un 2,1% de empresas medianas y un 0,4% de grandes empresas. Este último porcentaje es mayor que el resto de sectores que cuentan con un 0,1% de empresas con 250 o más trabajadores.

Tabla 5: Distribución sectorial por tamaño de empresa

	Micro Sin Asalariados	Micro 1-9	Pequeñas 10-49	Medianas 50-249	Pyme 0-249	Grandes 250 y más
Industria	38,4%	47,4%	11,7%	2,1%	99,6%	0,4%
Construcción	61,5%	35,3%	2,9%	0,3%	99,9%	0,1%
Comercio	49,9%	47,0%	2,7%	0,4%	99,9%	0,1%
Resto de Servicios	55,1%	41,2%	3,0%	0,6%	99,9%	0,1%
Total	53,6%	42,2%	3,5%	0,6%	99,9%	0,1%

Fuente:INE, DIRCE 2014 (datos a 1 de enero de 2014)

Si por el contrario, atendemos al tamaño de la empresa según el sector, observamos que dentro de las grandes empresas el sector con más peso es resto de servicios, seguido por la industria con un 21,2% y comercio con un 14,1%. Las pymes también están representadas principalmente por el sector resto de servicios, seguido de comercio con un 24,3%. En cambio el sector Industrial solo representa un 6,4%.

Tabla 6: Distribución del tamaño de empresa por sectores

	Industria	Construcción	Comercio	Resto de Servicios	Total
Total	6,4%	13,1%	24,3%	56,2%	100%
Micro Sin Asalariados	4,6%	15,0%	22,6%	57,8%	100%
Micro 1-9	7,2%	11,0%	27,1%	54,8%	100%
Pequeñas 10-49	21,6%	11,0%	18,8%	48,6%	100%
Medianas 50-249	23,5%	5,8%	15,0%	55,7%	100%
Pyme 0-249	6,4%	13,1%	24,3%	56,2%	100%
Grandes 250 y más	21,2%	3,8%	14,1%	60,9%	100%

Fuente:INE, DIRCE 2014 (datos a 1 de enero de 2014)

2.2.2 Empresas activa por intervalo de edad

Las empresas activas españolas se caracterizan por un gran dinamismo en altas y bajas, ya que sólo un 14,3% existía hace 20 o más años. El 18% de las empresas activas españolas no ha cumplido 2 años. En la siguiente tabla se compara la antigüedad de las empresas en los diferentes sectores económicos. Como se puede observar, la edad de las empresas no es homogéneo en los diferentes sectores. Las empresas más veteranas son las empresas del sector industrial, las cuales el 24,5% tienen 20 ó más años, mientras que las empresas más jóvenes se encuentran en el sector servicios, donde un 24,8% todavía no ha cumplido su segundo año de vida.

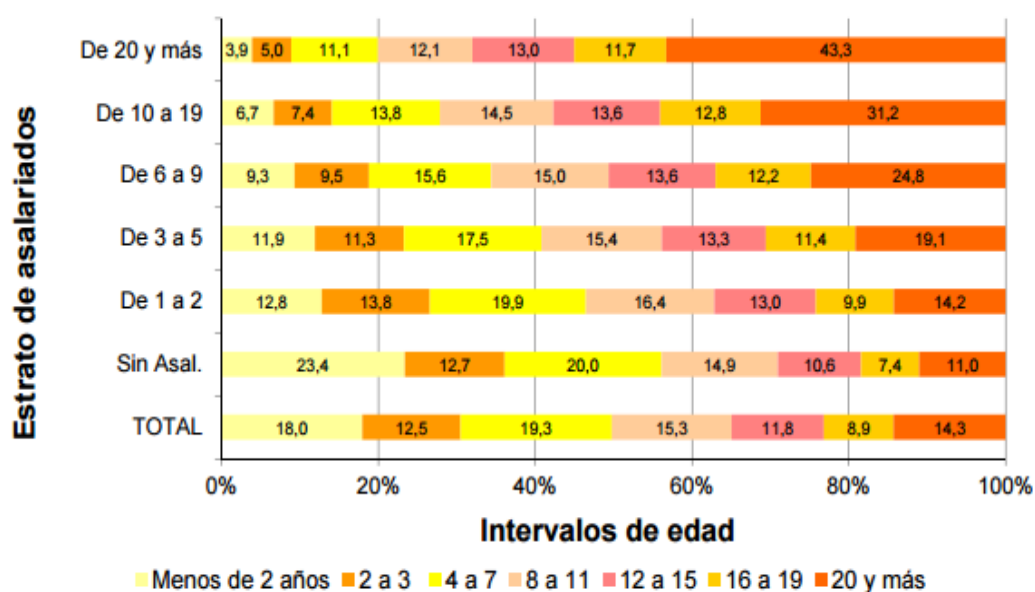
Tabla 7: Empresas activas según sector económico, por intervalo de edad

	Intervalo de edad							
	Total	0-1	2-3	4-7	8-11	12-15	16-19	20 o más
TOTAL	3.119.310	560.525	390.640	601.401	476.916	366.945	277.359	445.524
%		18,0%	12,5%	19,3%	15,3%	11,8%	8,9%	14,3%
Industria	200.835	21.334	16.275	36.117	25.901	26.583	25.367	49.258
%		10,6%	8,1%	18,0%	12,9%	13,2%	12,6%	24,5%
Construcción	408.089	64.068	44.256	93.044	78.069	51.964	37.781	38.907
%		15,7%	10,8%	22,8%	19,1%	12,7%	9,3%	9,5%
Comercio	758.483	141.265	89.881	121.278	102.367	91.234	74.954	137.504
%		18,6%	11,9%	16,0%	13,5%	12,0%	9,9%	18,1%
Transporte/Almac.	196.828	21.949	17.014	31.330	29.254	26.576	26.299	44.406
%		11,2%	8,6%	15,9%	14,9%	13,5%	13,4%	22,6%
Hostelería	276.674	68.704	40.523	50.223	36.686	28.487	20.439	31.612
%		24,8%	14,6%	18,2%	13,3%	10,3%	7,4%	11,4%
Resto de Servicios	1.278.401	243.205	182.691	269.409	204.639	142.101	92.519	143.837
%		19,0%	14,3%	21,1%	16,0%	11,1%	7,2%	11,3%

Fuente:INE

En el siguiente gráfico se combina la antigüedad de la empresa con el tamaño según el número de asalariados. Se observa una correlación entre la dimensión y la antigüedad: a mayor tamaño mayor edad de la empresa, y lo mismo en sentido contrario, las empresas micro son las más jóvenes.

Gráfico 3: Empresas activas por tamaño e intervalos de edad

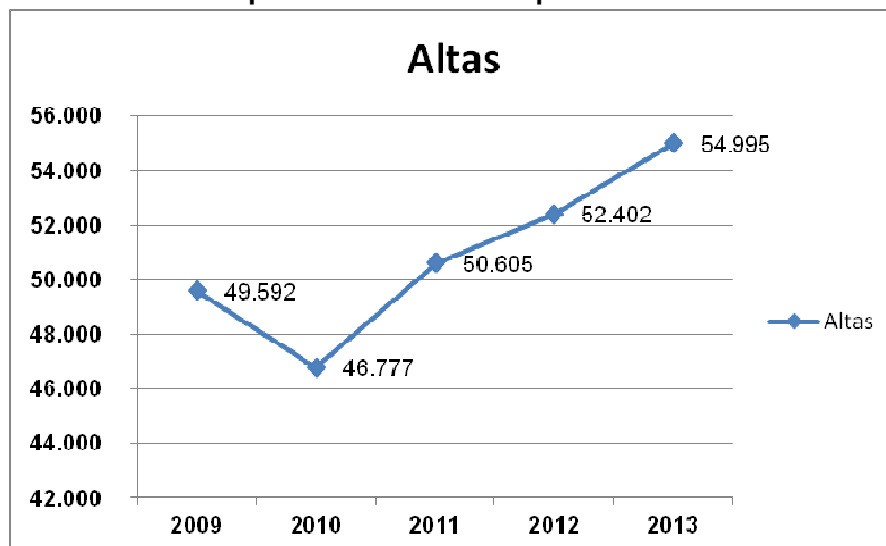


Fuente:INE

2.2.3 Permanencias, altas y bajas de empresas

El mayor número de altas de empresas durante el 2013 se realizó en el sector comercio al por menor con 54.995 empresas más. Este sector lleva desde el año 2010 en que se realizaron 46.777 nuevas altas, creciendo en el número de altas.

Gráfico 4: Altas empresas de comercio al por menor



Fuente:INE, DIRCE 2014.

En cambio el comercio al por menor no fue el sector con más creación neta de empresas. Los sectores que más empresas crearon en términos netos durante 2013 fueron Actividades administrativas de oficina(6.444) y Actividades educativas(3.837).

Tabla 7: Sectores con mayor creación neta de empresas

	Altas	Bajas	Saldo Neto
Actividades administrativas en oficina y otras actividades auxiliares	17.386	10.942	6.444
Educación	12.804	8.967	3.837
Actividades inmobiliarias	12.472	9.730	2.742
Otros servicios personales	12.763	10.619	2.144

Fuente:INE, DIRCE 2014.

Por su parte, los sectores en los que más empresas cesaron su actividad durante 2013 fueron Actividades jurídicas y de contabilidad(-11.176) y Construcción de edificios(-9.749). El sector de la construcción, lleva desde el año 2008, con la crisis del boom inmobiliario también reduciendo de forma drástica el número de altas, pasando de 53.055 altas el año 2008 a 30.109 el año 2009, y después, se ha ido reduciendo progresivamente.

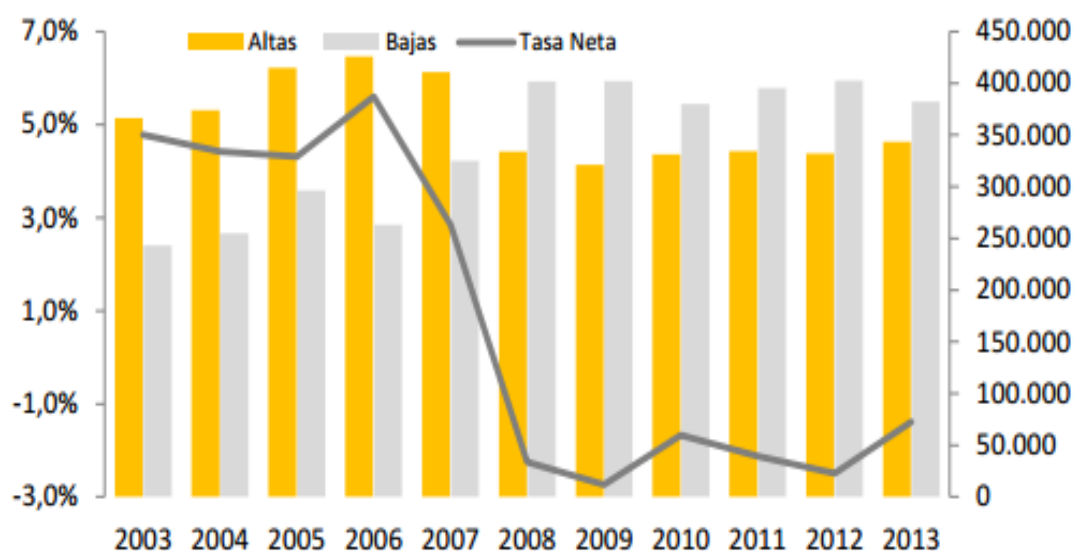
Tabla 8: Sectores con mayor destrucción neta de empresas

	Altas	Bajas	Saldo Neto
Actividades jurídicas y de contabilidad	8.497	19.673	-11.176
Construcción de edificios	21.898	31.647	-9.749
Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería, ...	10.357	18.981	-8.624
Transporte terrestre y por tubería	10.493	18.957	-8.464

Fuente:INE, DIRCE 2014.

La tasa neta de creación de empresas en 2013 es del -1.4%, lo que supone una mejora de más de un punto con respecto a la tasa de 2012. La actividad que presenta una menor tasa neta de creación es la correspondiente a la Investigación y Desarrollo. El descenso de altas más fuerte se registró entre el año 2010 y 2011, donde se pasó de 2.505 altas a 911. Durante los años posteriores el número de altas en el sector Investigación y Desarrollo se ha situado en torno a las 900 anuales.

Gráfico 5: Evolución de altas, bajas de empresa y tasa neta (%)



Fuente:INE, DIRCE 2014, (datos a 1 de enero de 2014)

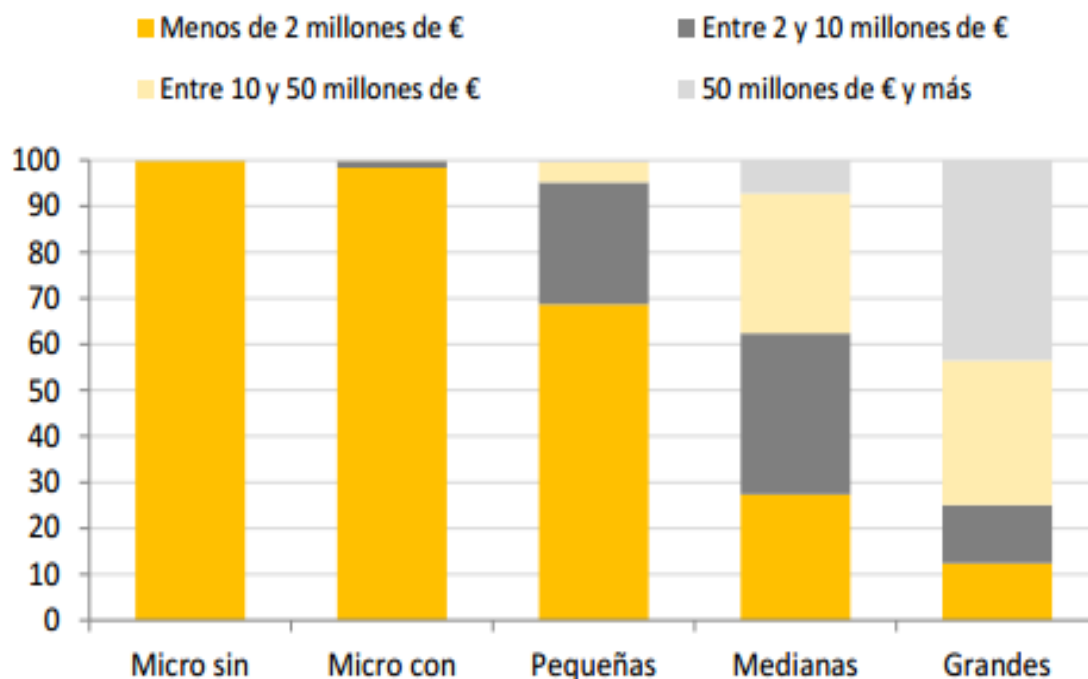
2.3 Facturación de las empresas

El 97.6% de las empresas españolas facturan menos de 2 millones de euros anuales. Un 1,9% ingresan entre 2 y 10 millones. Un 0,5% tienen ingresos comprendidos entre 10 y 50 millones. Sólo un 0,1% superaron un valor de ventas de más de 50 millones de euros en 2013.

En el gráfico 5, se relaciona el nivel de facturación según el tamaño de la empresa. Se observará como prácticamente el 100% de las microempresas ingresan menos de de 2 millones de eur.

Sólo las medianas empresas (50-249 asalariados) y las grandes empresas (250 y más asalariados), registraron facturaciones de 50 millones de euros y más.

Gráfico 6: Distribución facturación por tamaño de empresa, 2013.



Fuente:INE, DIRCE 2014

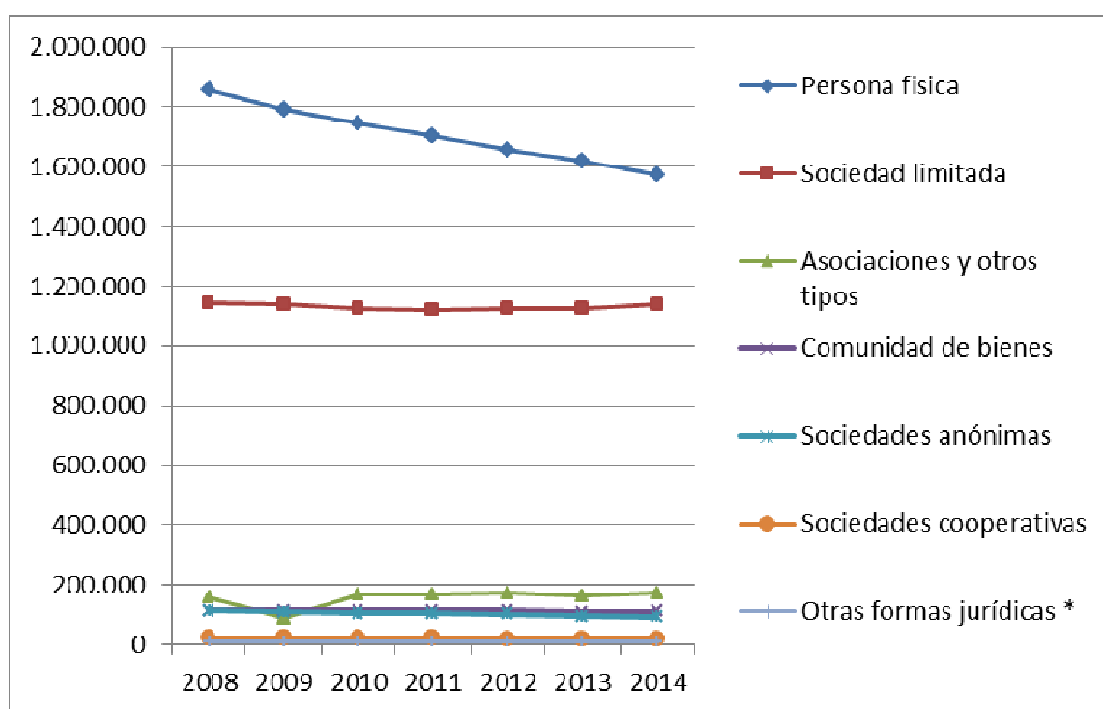
2.4 Condición Jurídica

Aunque como podemos observar el gráfico de más abajo, la condición jurídica que predomina más en las empresas españolas es el de persona física (autónomo), el peso de los autónomos del total de empresas desde el 2008 ha pasado de un 54% a un 50% a cierre 2014.

Las sociedades limitadas, se sitúan en el segundo puesto del ranking en número de empresas activas. Su peso sobre el total de empresas ha incrementado 3 puntos porcentuales desde el inicio de la crisis 2008 cuando representaban un 33% del tejido empresarial español, pasando a representar a cierre del ejercicio 2014 el 36% de las empresas cierre 2014. Esta forma jurídica está ganando protagonismo en detrimento de las sociedades anónimas, debido a la mayor idoneidad de este tipo de sociedades para la constitución de pequeñas empresas.

Otra forma jurídica que incrementa su peso es asociaciones y otros tipos, que pasa de tener un 4,6% del peso en 2008 a un 5,5% a cierre 2014.

Gráfico 7: Condición jurídica de las empresas españolas.



Fuente:INE, DIRCE 2014. *Incluye Organismos autónomos y otros, Sociedades colectivas y Sociedades comanditarias.

A cierre 2014, atendiendo al tamaño empresarial, el 62,9% de las empresas sin asalariados optan por la forma jurídica de persona física (autónomos), seguido con un 25,4% de sociedades limitadas. En cambio cuando pasamos a empresas de tres trabajadores a cinco, estos porcentajes se intercambian, pasando a un 56,6% las empresas dadas de alta como sociedades de responsabilidad limitada y un 29,1% como persona física.

El peso de las sociedades anónimas va incrementado con el tamaño de las empresas, pasando a no tener casi representación en las empresas sin trabajadores, exactamente un 1,7%, a ser la forma jurídica más representativa en las empresas con más mil asalariados.

Tabla 9: Distribución de las empresas españolas según forma jurídica y tamaño

	Sociedades anónimas	Sociedades responsabilidad limitada	Comunidades de bienes	Sociedades cooperativas	Asociaciones y otros tipos	Personas físicas	Otras formas jurídicas *
Total	92.986	1.137.696	111.771	20.761	172.323	1.574.729	9.044
Sin asalariados	27.662	424.188	69.647	6.484	92.364	1.051.176	962
De 1 a 2	17.433	395.149	30.454	5.636	47.858	421.673	2.797
De 3 a 5	10.555	161.062	8.847	3.953	16.228	82.778	1.189
De 6 a 9	9.091	75.893	2.025	1.853	6.560	14.678	719
De 10 a 19	10.679	48.686	644	1.279	4.426	3.795	717
De 20 a 49	9.435	23.103	132	857	2.774	629	1.227
De 50 a 99	3.766	5.310	9	336	1.044	0	758
De 100 a 199	2.122	2.501	7	178	592	0	353
De 200 a 499	1.417	1.317	6	137	320	0	149
De 500 a 999	431	321	0	32	111	0	47
De 1000 a 4999	324	155	0	14	45	0	108
De 5000 o más	71	11	0	2	1	0	18

Fuente: INE, DIRCE 2014

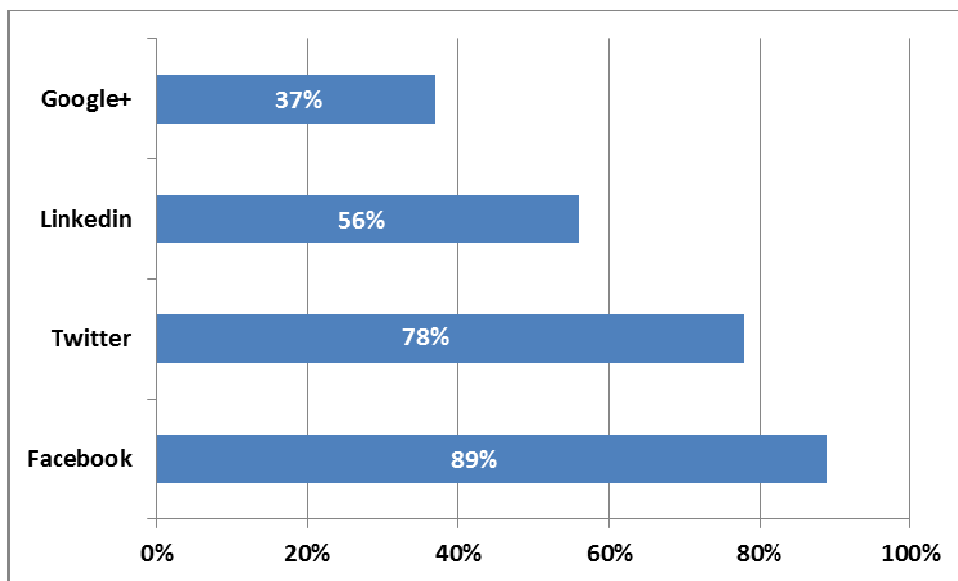
2.5 Las Pyme y el entorno online

Según el estudio que realizó la empresa digital websa100¹ a setecientas pymes españolas con un tamaño entre 1 y 199 asalariados, durante el año 2013, se desprende que:

- 8 de cada 10 pymes cuenta con página web, aunque sólo un 34% hace más de 5 años que cuenta con una web y un 30% llevan menos de un año con web de empresa.
- El 75% está presente en alguna red social, siendo la Facebook la más utilizada, seguida Twitter.

¹Websa100. Situación actual de la Pyme Española en el mundo digital.

Gráfico 8: Utilización redes sociales de las Pymes



Fuente: Estudio websa100. 2013

- El 45% de las empresas no realiza ninguna estrategia para posicionarse en buscadores. Entre las que sí la desarrollan, utilizan en un 50% el SEO (Search Engine Optimization), que es el posicionamiento en buscadores u optimización en motores de búsqueda. Seguido del SEM (Search Engine Marketing), técnica que busca promover los sitios web mediante el aumento de su visibilidad en el motor de búsqueda de páginas de resultados.
- El 35% de las empresas encuestadas cuentan con un blog corporativo y sólo un 29% utilizan como acción de marketing el envío de newsletter.

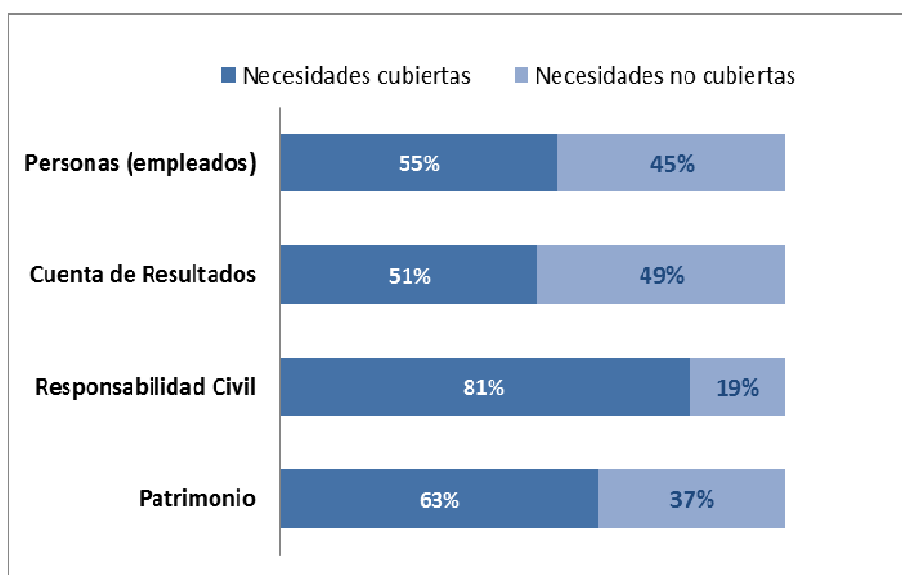
3. Las Pyme y los seguros

3.1. Nivel de cobertura de las Pyme españolas

Según el estudio empresas 360° realizado por Mapfre conjuntamente con CEPYME, un tercio de las necesidades aseguradoras que tienen las pequeñas y medianas empresas no están cubiertas.

La mayor parte de las empresas tiene suscrita una póliza para cubrir los riesgos de responsabilidad frente a terceros, con un nivel de cobertura de un 81%, seguido de los riesgos patrimoniales con un 63% de las Pyme. En cambio, un 49% de los riesgos que impactan en los resultados de gestión de la empresa no están amparados por ninguna aseguradora.

Gráfico 9: Nivel coberturas de riesgos de las Pyme



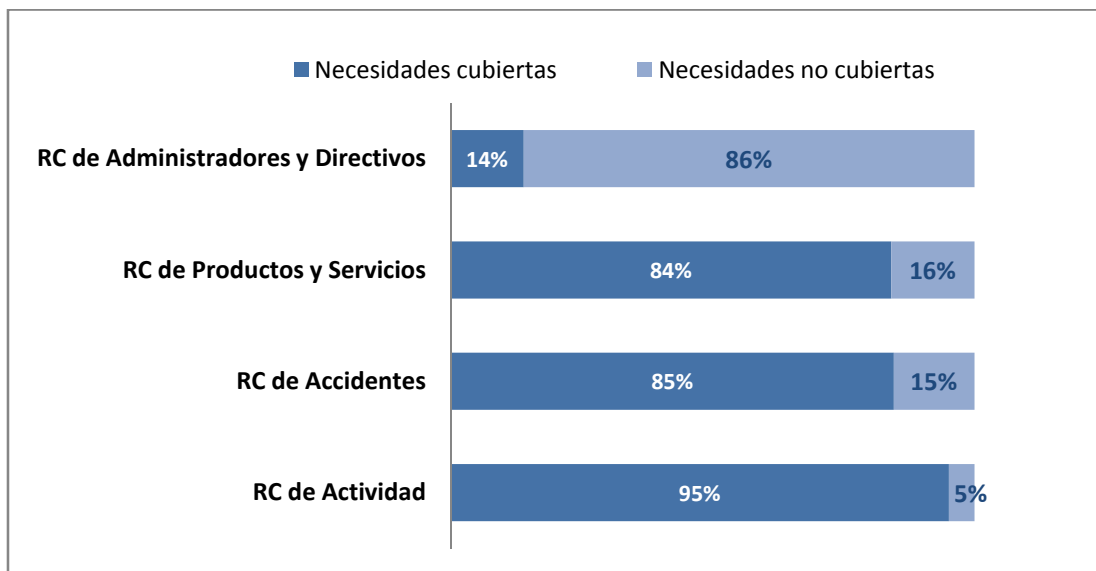
Fuente: Índice de Empresas 360º

3.1.1 Cobertura frente a terceros

Centrando en análisis sobre el riesgo de la Responsabilidad Civil, podemos observar en el gráfico 10, que el 19% de necesidades no cubiertas frente a terceros corresponde principalmente a las responsabilidades de los Administradores y Directivos, segmento en el que la ausencia de cobertura aseguradora alcanza 86,1%. Este “gap” de protección en los Administradores y Directivos de las empresas obedece principalmente al desconocimiento por parte de las pequeñas y medianas empresas del régimen legal de la responsabilidad a los que se encuentran sujetos los directivos de las empresas y, a su vez, la respuesta aseguradora existente en el mercado de seguros de D&O. Aunque debemos destacar que en los últimos años debido a la crisis, con

la entrada en vigor e de la Ley 10/2010 de la reforma del código penal, a las noticias publicadas en los distintos medios de comunicación, se observa un aumento de la contratación de esta modalidad de seguros así como también las reclamaciones.

Gráfico 10: Nivel coberturas Responsabilidad Civil



Fuente: Índice de Empresas 360º.2014

A nivel de sectores, los sectores que mejor tienen cubiertos sus riesgos sobre responsabilidad civil, son el del comercio y el de servicios, ambos con una cobertura un 82%, seguidos por la construcción con un 81%.

3.1.2 Cobertura del patrimonio

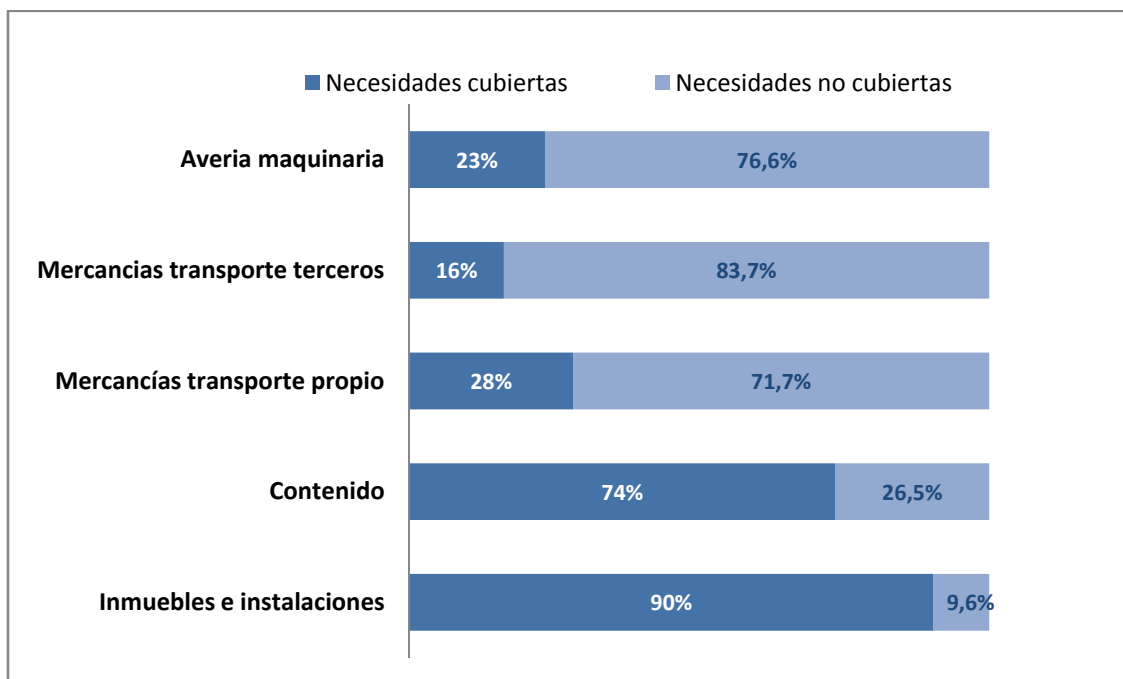
Como hemos indicado anteriormente, la cobertura de daños al patrimonio sería la segunda modalidad aseguradora más contratada por las Pyme. El gráfico 9 muestra que sólo un 63% de las necesidades de los riesgos patrimoniales están cubiertas.

En la actualidad la mayor parte de las empresas cuenta con medidas de prevención, especialmente respecto al riesgo de incendio. La mejora de los sistemas de prevención facilitan la minoración de los riesgos pero no su eliminación.

Dentro del patrimonio empresarial podemos hacer una distinción entre inmuebles e instalaciones, contenido, mercancías que transporta la propia empresa, mercancías que transportan terceros y la avería maquinaria. Los componentes más cubiertos del patrimonio, como podemos observar en el siguiente gráfico son los inmuebles e instalaciones fijas con un nivel de cobertura de un 90,4%. El menor índice de cobertura se encuentra en las mercancías transportadas por terceros, donde el 83,7% empresas que

contratan a terceros para transportar sus mercancías no disponen de un seguro con cobertura para daños que puedan sufrir dichas mercancías.

Gráfico 11: Nivel coberturas Patrimoniales según elementos



Fuente: Índice de Empresas 360º.2014

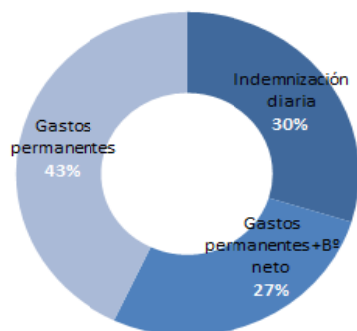
A nivel de actividad, el sector de la Construcción, es el que dispone de un menor índice de cobertura sobre el patrimonio expuesto, con un 43% de déficit de aseguramiento. Especialmente significativo es el gap que se produce en la cobertura de avería de maquinaria, donde el déficit llega a alcanzar el 98% sin cobertura.

3.1.3 Cobertura sobre cuenta de resultado

Las pyme españolas tienen cubiertos en un 51% los riesgos que impactan a la cuenta de resultados, tales como los impagos de las ventas o paralización de la actividad durante un periodo de tiempo como consecuencia de un siniestro.

Si analizamos el riesgo de paralización de actividad, donde sólo el 32,3% de las empresas en España disponen de una póliza que cubra este riesgo, observaremos que de estas empresas un 43% cubren sus gastos permanentes.

Gráfico 12: Tipos de coberturas Paralización de Actividad



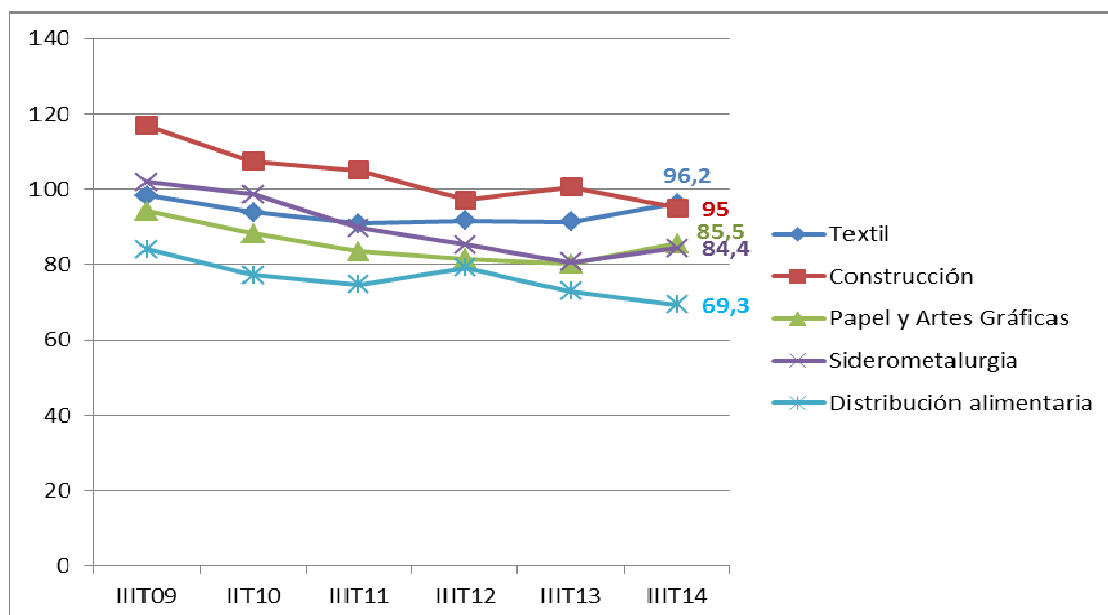
Fuente: Índice de Empresas 360º.2014

La otra parte importante de los riesgos sobre la cuenta de resultados, son los derivados de las ventas de crédito. Aunque la morosidad en las relaciones comerciales durante el 2014 ha tendido a moderarse, todavía los impagos constituyen un lastre importante para el tejido empresarial español.

A cierre del tercer trimestre del 2014, el plazo medio de cobro de las empresas era de 81,6 días. El sector que ocupa el primer puesto por mayor periodo medio de cobro, con una media de 96,2 días, es el sector textil, seguido muy de cerca con 95 días por el sector de la construcción.

Aún con estas cifras de morosidad, que tienen un impacto directo a la cuenta de resultados de la empresa, una de cada tres empresas españolas no conoce el nivel de solvencia de sus clientes.

Gráfico 13: Periodo medio de cobro por ramo del acreedor (días)



Fuente: CEPYME. Tercer trimestre 2014.

3.1.4 Cobertura de los empleados de la empresa

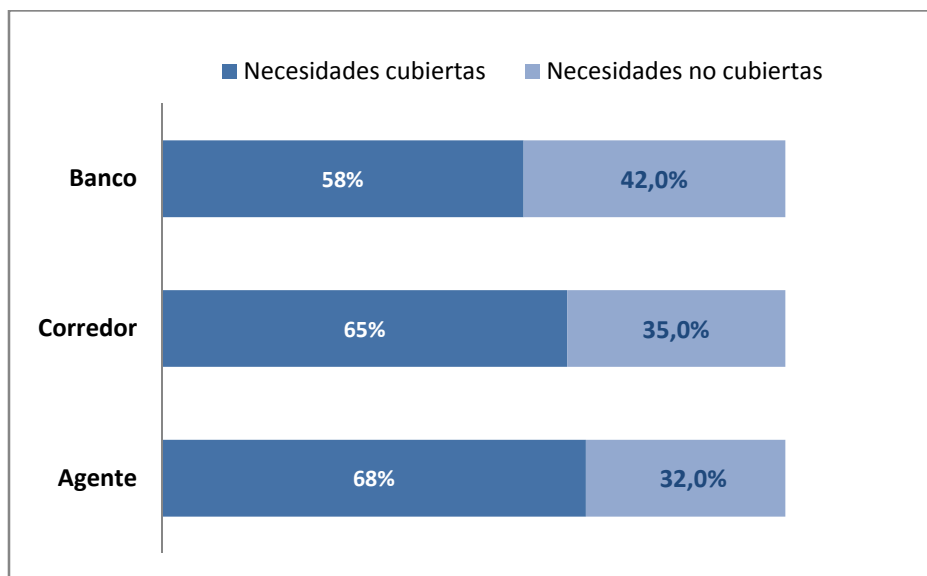
De todos los riesgos que pueden cubrir las empresas respecto a sus empleados, sólo el 55% de ellas tiene contratada alguna cobertura aseguradora para sus empleados, incluyendo aquí las obligaciones legales o por convenio colectivo que tienen algunas de ellas.

Un 50,7% de las empresas otorga beneficios sociales voluntarios a sus empleados. De los distintos beneficios sociales sobre los que puede optar la empresa, destaca el seguro de accidentes con un 64,7%, seguido con un 44,8% del seguro de vida. En cambio sólo un 6,8% ofrece como beneficio social voluntario los planes de pensiones.

3.1.5 Nivel de cobertura según canal de compra

Una de las variables que incide en el grado de cobertura de las necesidades aseguradoras es el canal mediante el cual la empresa haya realizado la contratación. Según el estudio empresas 360° de Mapfre, las sociedades que aseguran sus riesgos a través de la mediación tradicional, agentes y corredores, disponen de un nivel de cobertura entre un 65% y un 68%. En cambio, las empresas que han contratado los seguros a través de bancos obtienen un 58% de cobertura de sus necesidades.

Gráfico 13: Nivel de cobertura según canal de contratación



Fuente: Índice de Empresas 360°.2014

4. Corredores y entidades aseguradoras

Siete de cada diez Pyme desaparecen después de sufrir un siniestro importante sino tienen un adecuado programa de seguros diseñado e implantado, como ya indicamos en el capítulo 3.

El papel que juega aquí la mediación en nuestra economía es muy importante, ya que su función es asesorar a las pequeñas y medianas empresas a detectar los riesgos y realizarles un programa de seguros adaptado a ellas.

En este capítulo hemos analizado a los corredores y large brokers, ya que tienen una visión más amplia de las entidades aseguradoras. Un agente, al trabajar en exclusividad para una entidad aseguradora, tiene una visión más sesgada de las diferentes compañías aseguradoras.

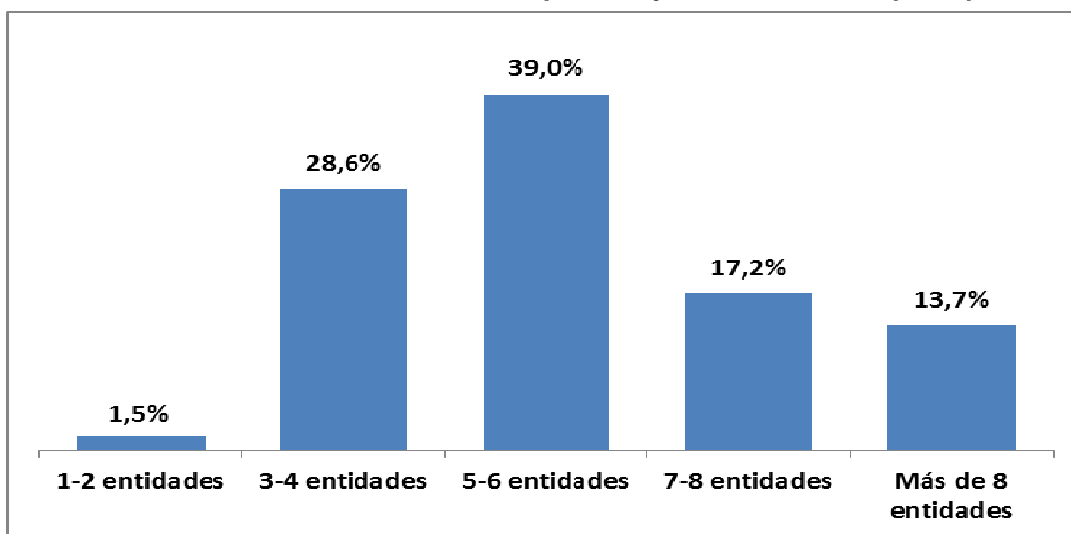
4.1. Radiografía de la relación entre los corredores y las entidades aseguradoras

Según el estudio realizado por ICEA el año 2014, los corredores y corredurías de seguros trabajan los diferentes productos aseguradores con 97 entidades de seguros diferentes. Esta cifra ha disminuido respecto el año 2013, cuando el número se elevaba hasta 102 entidades.

En función del volumen de negocio el número total de entidades con las que operan los corredores es distinto. Los corredores con menos de 600.000 eur de volumen de negocio operan con 76 entidades, de 600.000 a 1.500.000 euros operan con 56 y los corredores con más de 1.500.00 eur de volumen de negocio con 62.

El número medio de entidades con las que trabaja cada corredor es de 5,9, siendo de 5,7 el número medio del año 2013. Como podemos observar en el gráfico siguiente, un 28,6% de los corredores trabaja principalmente con tres o cuatro entidades y un 39% con cinco o seis.

Gráfico 14: Número de entidades con las que trabajan los corredores principalmente



Fuente:ICEA. Estudio de Mercado a Corredores y Corredurías. Año 2014.

Las corredurías en función del producto que comercializan trabajan con más o menos entidades. Así observamos que en los productos para particulares (hogar y automóvil) comercializan de media con más entidades que con los productos de comercio o responsabilidad civil. Igualmente, se observa que mayor volumen de negocio se trabaja con un mayor número de entidades, lo que tendría lógica si pensamos que las corredurías con un gran volumen de negocio necesitan trabajar con más compañías por los de sus clientes y, a su vez, porque no todas las compañías tienen el mismo apetito de riesgo.

Tabla 10: Número medio de entidades con las que comercializa cada producto

	Total	Menos de 600.000 euros	De 600.000 euros a 1.500.000 euros	Más de 1.500.000 euros
Seguro de Automóvil	3,7	3,5	3,7	4,1
Algún seguro multirriesgo	4,0	3,7	4,0	4,6
Seguro Multirriesgo Hogar	2,9	2,8	2,9	3,2
Algún seguro multirriesgo Empresas	2,8	2,4	2,8	3,4
Seguro Multirriesgo de Comercio	2,1	2,0	2,1	2,4
Algún Seguro de Vida	1,6	1,6	1,6	1,7
Algún Seguro de Salud	1,5	1,5	1,4	1,7
Seguro de Responsabilidad Civil	1,9	1,8	1,8	2,3

Fuente:ICEA. Estudio de Mercado a Corredores y Corredurías. Año 2014.

La entidad con una mayor penetración en el mercado de corredores es Allianz consiguiendo que un 86% de los corredores trabajen habitualmente con la entidad, le sigue AXA con el 54% y Generali, con un 53%.

En función del volumen de negocio anual de los corredores, sigue siendo Allianz la que encabeza el ranking en los tres segmentos de facturación (menos de 600.000 eur de volumen de negocio, entre 600.000 eur y 1.500.000 eur y más de 1.500.000eur). En cambio en la siguiente tabla podemos observar como la segunda posición depende del volumen de negocio, los corredores con un volumen inferior a 600.000 eur esta posición la ocupa Generali, y en los de volumen superior a 600.000 eur es AXA la segunda entidad con mayor penetración.

Tabla 11: Entidades con mayor penetración en el mercado de corredores

	Total	Menos de 600.000 eur	De 600.000 eur a 1.500.000 eur	Más de 1.500.000 eur
Allianz	86,4%	84,3%	87,8%	88,3%
AXA	54,3%	43,2%	58,8%	69,8%
Generali Seguros	53,2%	50,1%	57,1%	56,8%
Reale Seguros	48,9%	43,7%	49,2%	58,8%
Mapfre	43,0%	42,9%	41,2%	46,2%
Plus Ultra Seguros	39,7%	37,6%	38,7%	46,7%
Fiatc	29,4%	29,9%	26,9%	32,2%
Liberty Seguros	25,0%	18,4%	28,6%	35,2%
Zurich	24,3%	14,9%	21,8%	43,7%
Arag	20,6%	16,8%	23,9%	24,6%
Seguros Catalana Occidente	18,2%	21,9%	13,0%	18,6%
DKV Seguros	15,6%	11,2%	14,7%	24,6%
Caser	12,5%	12,3%	11,8%	13,6%
Helvetia Seguros	12,2%	14,1%	11,8%	10,6%
Pelayo	12,0%	12,5%	11,3%	11,1%

Fuente: ICEA. Estudio de Mercado a Corredores y Corredurías. Año 2014.

Si lo analizamos en función de áreas geográficas, aparte de Allianz que esta como líder en todas las zonas con más de un 84% de penetración en todas ellas, las entidades principales de las diferentes zonas son:

- En la zona centro: Generali (63,3%) y Mapfre (63,9%).
- En la zona catalana: Axa con un 60,7%.
- En la zona norte: Axa (58,2%) y Generali (53,6%)
- En la zona galaica: Axa (66,7%) y Generali (56,6%)
- En la zona de levante: Generali con un 46,1%.
- Y en la zona del Sur: Generali (55,1%), Reale (55,1%) y Mapfre (51%)

4.2 Productos comercializados por los corredores

Los principales productos en volumen de negocio que comercializan los corredores siguen siendo los seguros de automóvil y de hogar, con un 97,3% y un 94,4%. Si nos centramos en los seguros de empresa, destaca el seguro de multirriesgo de Pyme con un 70,2%, el de responsabilidad civil con un 69,4% y el del multirriesgo de comercios con un 68,7%.

Otros seguros de empresas más específicos como el seguro de transportes, el seguro de todo riesgo construcción y otros, obtienen un porcentaje mucho menor, alrededor del 15%.

Los principales productos que comercializan las corredurías son productos de particulares (Seguros de automóvil, hogar, comunidades), por igual en todos los segmentos del canal corredores. Si centramos el análisis en los seguros de empresa, como el seguro Multirriesgo de Pyme, Industrial, Transportes, Todo Riesgo Construcción y otros, al tratarse muchos de ellos de seguros que necesitan conocimientos mucho más técnicos o específicos, son las corredurías con un volumen de negocio anual superior a 1.500.000 euros las que tienen un porcentaje muy superior de comercialización, respecto al resto de segmentos, con excepción a corredurías de tamaño inferior con una alta especialización en un segmento de negocio que engloben estos ramos. En cambio, el seguro de Multirriesgo de Comercio, por sus características, que se asimilaría más a los productos particulares, es la modalidad de seguro en el que se canalizan la cobertura de muchas pequeñas empresas del sector servicios, también se comercializa por igual en todos los segmentos del canal corredores.

Tabla 12: Principales productos que comercializan los corredores en función de su volumen de negocio anual

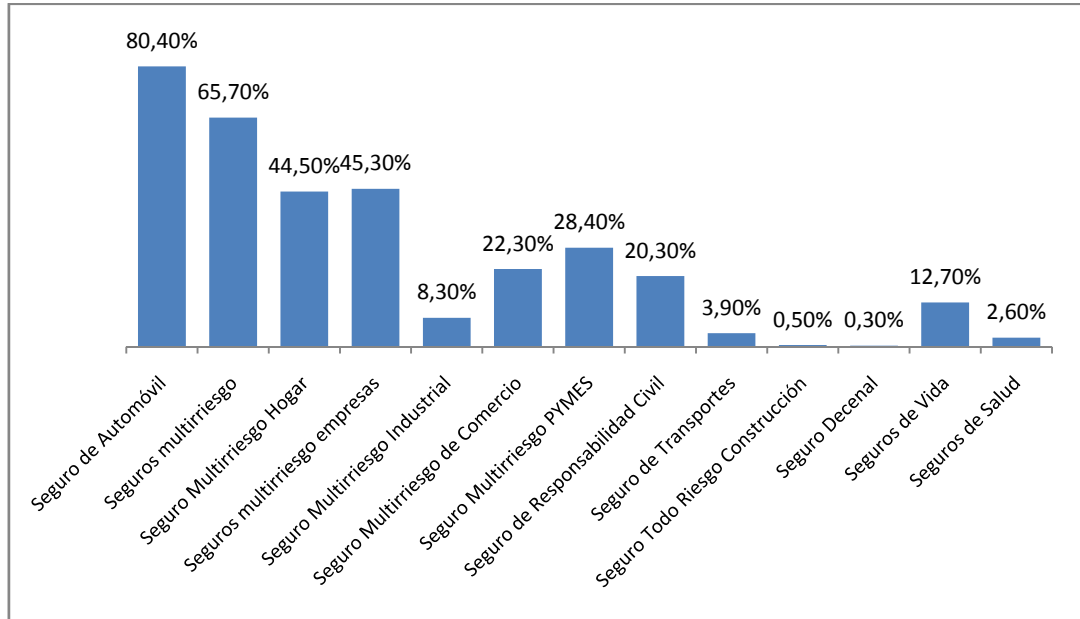
	Total	Menos de 600.000eur	De 600.000 eur a 1.500.000 eur	Más de 1.500.00 de eur
Seguro de Automóvil	97,30%	95,50%	99,20%	98,50%
Seguros multirriesgo	98,70%	98,40%	98,30%	99,50%
Seguro Multirriesgo Hogar	94,40%	94,10%	95,00%	94,00%
Seguros multirriesgo empresarial	90,20%	86,40%	92,90%	98,00%
Seguro Multirriesgo Industrial	24,70%	18,10%	26,50%	35,70%
Seguro Multirriesgo de Comercio	68,70%	67,70%	71,80%	68,80%
Seguro Multirriesgo PYMES	70,20%	63,50%	68,50%	87,90%
Seguro de Responsabilidad Civil	69,40%	67,70%	66,00%	78,40%
Seguro de Transportes	18,10%	11,70%	19,30%	29,60%
Seguro Todo Riesgo Construcción	14,10%	8,50%	14,30%	24,60%
Seguro Decenal	7,30%	4,80%	8,40%	11,60%
Seguros de Vida	66,20%	62,10%	68,90%	73,90%
Seguros de Salud	61,80%	52,30%	63,40%	79,40%

Fuente: ICEA. Estudio de Mercado a Corredores y Corredurías. Año 2014.

A nivel de las principales compañías con las que trabajan los corredores los productos que comercializan con cada una de ellas son:

- Allianz: Los corredores que trabajan con Allianz mayoritariamente trabajan con esta entidad los productos de automóvil (80,40%) y seguros de multirriesgo (65,70%). En los seguros de multirriesgo de empresas destaca el seguro de PYMES con un 28,40%.

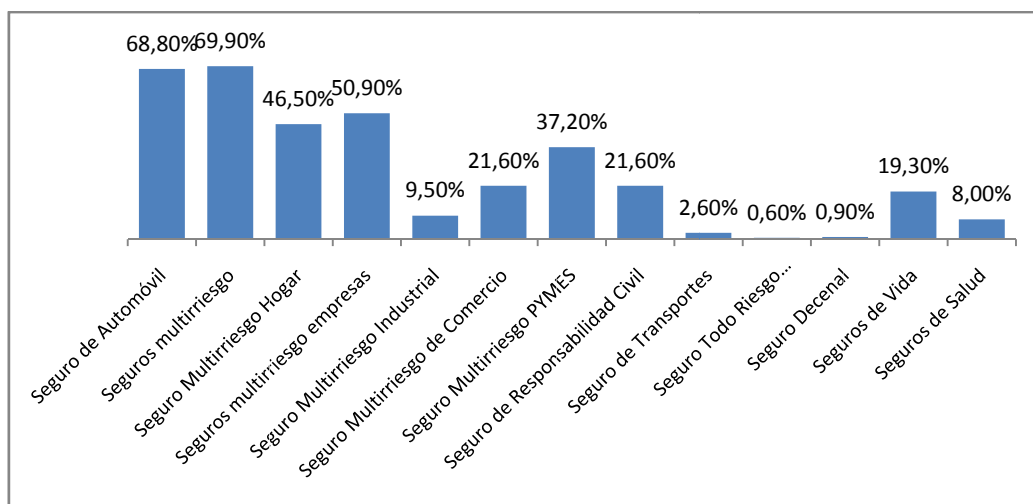
Gráfico 15: Productos comercializados por los corredores que trabajan con Allianz



Fuente: ICEA. Estudio de Mercado a Corredores y Corredurías. Año 2014

- AXA: A diferencia de la anterior entidad, los corredores que trabajan con esta entidad comercializan principalmente seguros de multirriesgo (69,90%) y en segundo lugar seguros de automóvil (68,80%). De los seguros de empresa destacan Pymes (37,20%), Comercio y Responsabilidad Civil (21,60%).

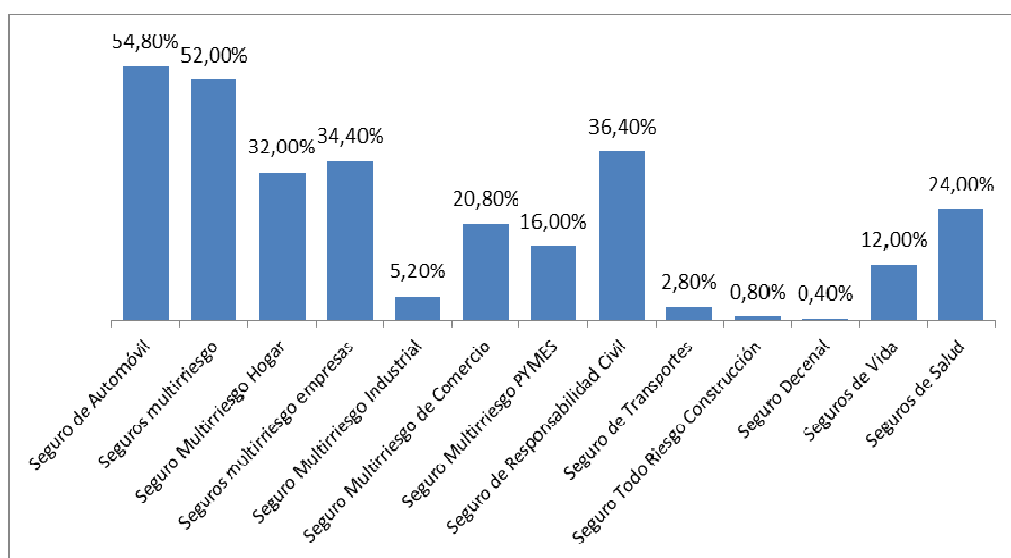
Gráfico 16: Productos comercializados por los corredores que trabajan con AXA



Fuente: ICEA. Estudio de Mercado a Corredores y Corredurías. Año 2014

- **Fiatc:** Los corredores que trabajan con Fiatc, trabajan alrededor del 50% tanto los seguros de automóvil como los seguros de Multirriesgo. En los productos de Multirriesgo de empresas, el porcentaje es el más bajo respecto a las otras compañías (34,4%). Es especialmente significativo respecto a otras entidades generalistas el volumen de negocio que los corredores distribuyen en los seguros de salud de esta entidad, con un 24%, frente un porcentaje que no llega al 10% de las otras principales compañías.

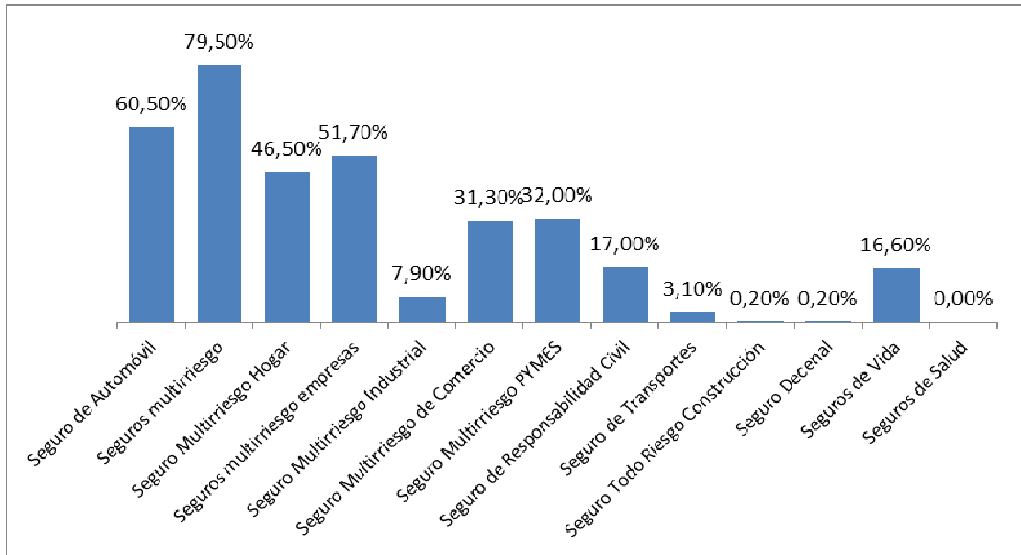
Gráfico 17: Productos comercializados por los corredores que trabajan con Fiatc



Fuente: ICEA. Estudio de Mercado a Corredores y Corredurías. Año 2014.

- Generali: Igual que AXA o Reale, los corredores que trabajan con esta entidad, comercializan fundamentalmente productos Multirriesgo en un porcentaje mayor que los de seguros de automóvil.

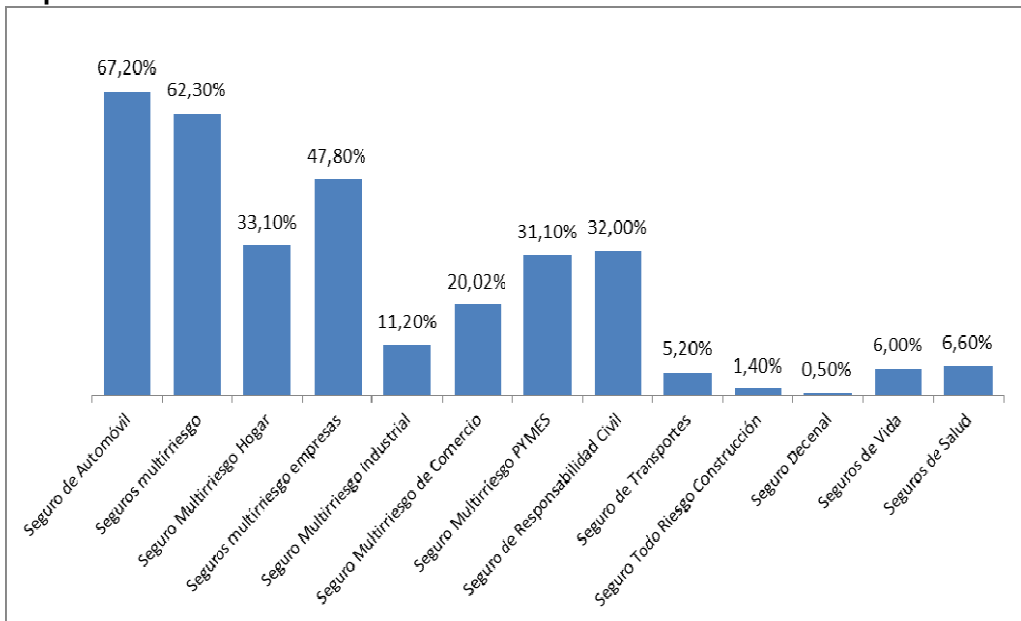
Gráfico 18: Productos comercializados por los corredores que trabajan con Generali



Fuente: ICEA. Estudio de Mercado a Corredores y Corredurías. Año 2014.

- Mapfre: Igual que la mayoría de las otras entidades, principalmente los corredores trabajan con Mapfre lo seguros del automóvil y los seguros de multirriesgo. Cabe destacar que el porcentaje de responsabilidad civil es uno de los más altos con un 32%.

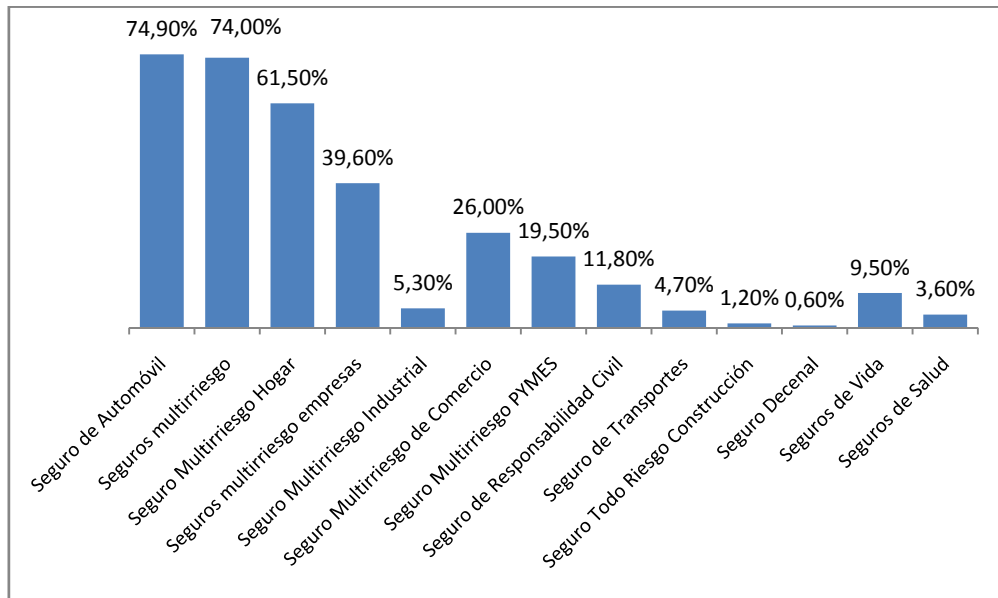
Gráfico 19: Productos comercializados por los corredores que trabajan con Mapfre



Fuente: ICEA. Estudio de Mercado a Corredores y Corredurías. Año 2014.

- Plus Ultra: Tiene un alto porcentaje en seguros de automóvil y seguros multirriesgo. En seguros de empresa destaca en multirriesgo de comercio con un (26%).

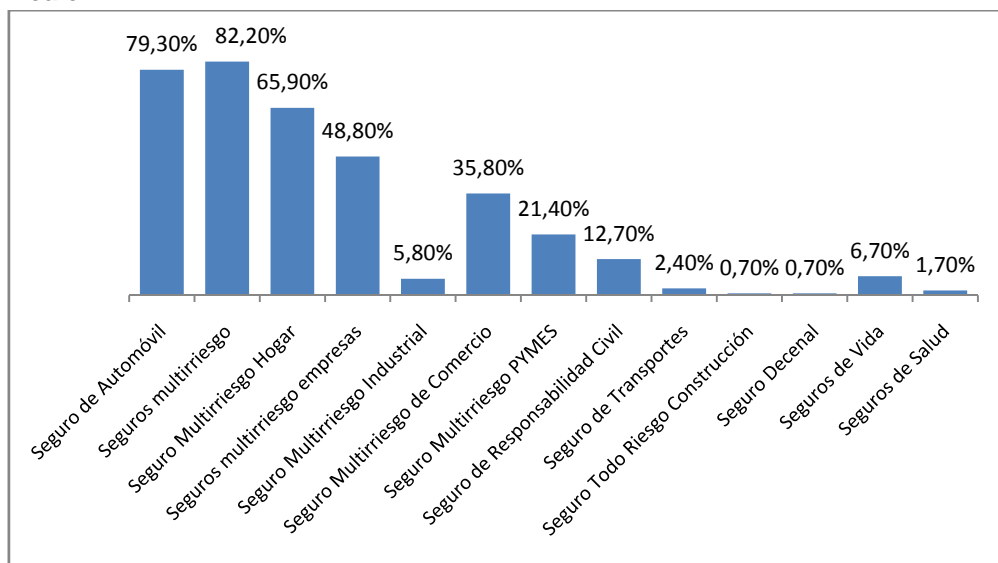
Gráfico 20: Productos comercializados por los corredores que trabajan con Plus Ultra



Fuente: ICEA. Estudio de Mercado a Corredores y Corredurías. Año 2014.

- Reale: Los productos que más comercializan los corredores que trabajan con Reale son los de multirriesgo y automóvil. Cabe destacar que esta compañía tiene el porcentaje más alto de todas las entidades de este estudio en hogar (65,90%).

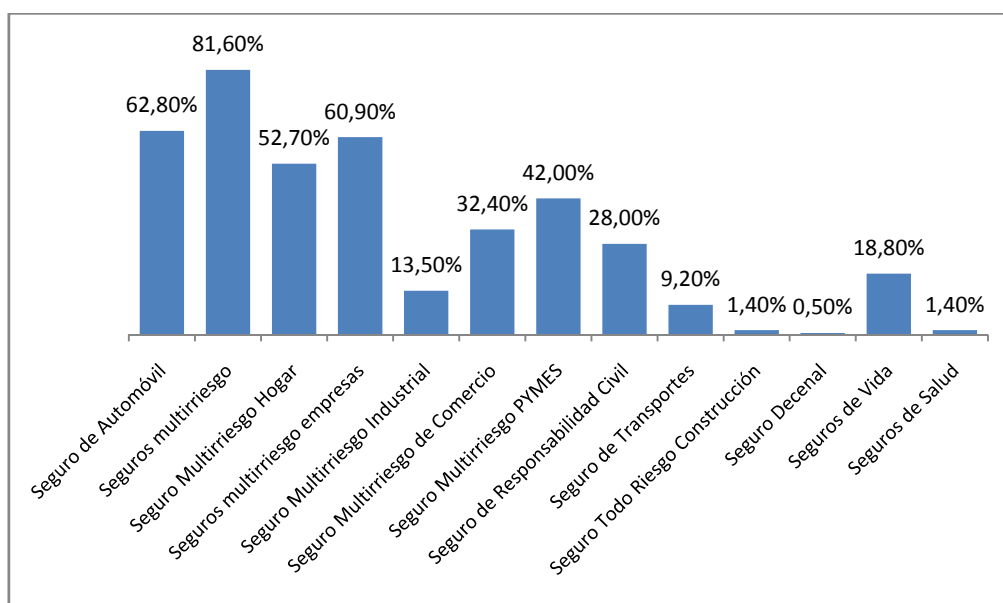
Gráfico 21: Productos comercializados por los corredores que trabajan con Reale



Fuente: ICEA. Estudio de Mercado a Corredores y Corredurías. Año 2014.

- Zurich: Los corredores que trabajan con esta entidad, distribuyen principalmente sus seguros multirriesgo y seguros de automóvil, al igual que las restantes aseguradoras. Zurich concentra el porcentaje más alto de la comercialización con corredores, en los productos de Multirriesgo empresas (60,9%) y en transportes (9,2%).

Gráfico 22: Productos comercializados por los corredores que trabajan con Zurich



Fuente: ICEA. Estudio de Mercado a Corredores y Corredurías. Año 2014.

Si se analiza el número de entidades con las que comercializan los productos, dependiendo de la tipología de este, observamos que principalmente actúan con hasta tres entidades en todas las tipologías, destacando el elevado porcentaje que representan los productos de multirriesgo comercios (84,5%), de vida (92,9%) y de seguros de salud (95,4%). Por el contrario, son los seguros de auto y multirriesgo, con que los corredores trabajan con más de cinco entidades, 15,4% y 19,9% respectivamente.

4.3 Corredores especialistas en seguros de empresas

Se ha realizado una encuesta a más de treinta corredores y un agente (que por su volumen de negocio lo podríamos asemejar a un corredor) especialistas en los seguros de empresas, para que nos den su visión del mercado de seguros español.

4.3.1 Situación del mercado asegurador

Para una gran mayoría de mediadores el ramo con mayor peso en su cartera es el ramo de auto. Como por todos es sabido, este ramo lleva años con tendencia decreciente sobre el volumen de facturación, con tensiones constantes en el mercado respecto a las primas y frente a un cliente cada vez

más sensible al precio. Ello ha supuesto que para, el mercado se ha convertido en una commodity². El otro ramo con un gran peso en las carteras de la mediación, es el ramo de seguros de hogar, que está siguiendo los mismos pasos que el ramo de auto.

Los mediadores encuestados, opinan que ante esta situación de mercado, deben centrarse en la razón de ser de su profesión, el asesoramiento profesional, detectando las necesidades del cliente, identificando los riesgos para poder aconsejar en cuanto su eliminación y/o reducción y decidir con el cliente qué riesgos asume y qué riesgos exterioriza.

Todos coinciden en que los ramos que les permiten aportar este valor añadido son los productos de salud, vida y especialmente empresas.

4.3.2 Seguros de empresas, la bancassurance y la mediación

Las entidades financieras apuestan fuerte por la comercialización de seguros, prueba de ello son todas las alianzas que se han producido en los últimos años entre entidades financieras y aseguradoras. Hasta ahora, comercializaban principalmente seguros de auto, hogar y vida riesgo. Como consecuencia de la crisis se ha reducido la concesión de hipotecas y el negocio de seguros ha pasado a ser clave para las entidades financieras, por lo que han ampliado el abanico de productos de seguros penetrando en ramos que, hasta ahora, no habían comercializado como los seguros de empresas.

Uno de los ramos donde se observa mayor nivel de penetración de la banca en los seguros de empresas es en el multirriesgo de comercios: se observa que mientras las cuatro primeras compañías en volumen de negocio decrecen, SegurcaixaAdeslas, que ocupa la sexta posición del ranking registra un crecimiento de un 14,76%.

Tabla 13: Ranking de Entidades de Primas de Multirriesgo de Comercio

	Primas seguro directo (eur)	Crecimiento	Cuota de mercado
Mapfre Seguros de Empresas	94.596.097	-1,8%	15,9%
Allianz	63.496.091	-0,2%	10,7%
Axa Seguros Generales	54.938.352	-6,7%	9,2%
Generali Seguros	52.042.688	-3,6%	8,8%
Zurich Insurance	42.255.971	4,6%	7,1%
Segurcaixa Adeslas	42.203.819	14,8%	7,1%

Fuente: ICEA. Estudio de Mercado a Corredores y Corredurías. Año 2014.

² Término de origen anglosajón, que en el ámbito de las finanzas se utiliza como referencia para identificar bienes que tienen un valor o utilidad, y un muy bajo nivel de diferenciación o especialización, y que a su vez aportan márgenes de ganancias más exigüos o escasos.

Les hemos preguntado los mediadores cómo explican este fenómeno de crecimiento de la bancassurance en los seguros de empresas mientras que las entidades aseguradoras están decreciendo, y qué puede hacer la mediación para combatirlo. Según los encuestados, este crecimiento obedece a la crisis económica, que obliga a los clientes a una mayor dependencia de las entidades bancarias, como ya hemos indicado en el capítulo 2. Las Pyme españolas se financian en un 78% a través de la banca a diferencia de otros países como Reino Unido o Francia donde la financiación a través de entidades financieras es inferior al 50%. En su opinión, éstas vinculan las operaciones de crédito de las Pyme a la contratación de otros productos, no bancarios, tales como los seguros.

Precisamente, este foco de las entidades financieras en la comercialización de seguros ha provocado fricciones entre bancos y compañías aseguradoras. El año 2013 el presidente de Mapfre denunció públicamente³ las prácticas irregulares en la comercialización de pólizas en las redes de entidades financieras (como la retención interesada del pago de un seguro de una compañía ajena, para contraofertar una póliza propia). Para intentar apaliar estas tensiones la patronal promovió la elaboración de un código de buenas prácticas⁴.

Los mediadores opinan que la mejor estrategia para contrarrestar la presencia de los bancos en este segmento de negocio, es transmitir a los clientes el valor que les aportan mediante el asesoramiento, la profesionalización en la gerencia de riesgos, el conocimiento exhaustivo de los productos del mercado y capacidad de adaptar las coberturas a las necesidades de los riesgos de cada cliente, sin vincular necesariamente la prestación de estos servicios a la contratación de las pólizas. Aunque a corto plazo no creen que los bancos abandonen el foco de comercialización de seguros, si consideran que cuando tengan otras actividades que trabajar como fondos o préstamos, suavizarán la presión que ejercen, como ya pasó a primeros de los 90.

4.3.3 Futuro de seguros de empresa

Una preocupación que tiene el sector en referencia a los seguros de empresas, es que el volumen de primas se está reduciendo como consecuencia del ciclo económico que estamos pasando y la durísima competencia entre aseguradoras y entre mediadores. Como podemos observar en la siguiente tabla, los principales ramos de los seguros de empresas están en decrecimiento.

³ Según artículo publicado en el Boletín nº440 de la Carta del Mediador.

⁴ En julio 2014y ya se han adherido compañías como IberCaja Vida o Santander Seguro y Mutua Madrileña . También Axa, Fiatc, Helvetica y Mapfre, entre otras.

Tabla 14: Evolución de las primas principales seguros de empresa

	Volumen estimado de primas emitidas de seguros directo (eur)		Crecimiento
	2013	2014	
Comercio	596.234.709	597.476.719	-0,29%
Industrias	1.265.311.194	1.220.047.438	-3,58%
Avería Maquinaria	101.835.255	96.793.167	-4,95%
Decenal	18.900.310	17.058.532	-9,74%
Todo riesgo Construcción	59.292.628	50.328.779	-15,12%
Responsabilidad Civil	1.352.368.264	1.342.125.424	-0,76%
Transportes	438.799.709	417.011.092	-4,97%
Aviación	55.085.550	47.729.260	-13,35%
Marítimo	185.303.188	175.302.641	-5,40%
Mercancías	198.410.971	193.979.191	-2,23%

Fuente: ICEA. Estudio de Mercado a Corredores y Corredurías. Año 2014.

En referencia a lo anteriormente expuesto, les preguntamos a los mediadores si creen que con el inicio de la recuperación económica la caída de primas y recortes en cobertura solicitados por los clientes se frenaran.

En esta cuestión se observa división de opiniones entre los encuestados. Un sector opina que será muy difícil recuperar el nivel de primas anterior a la crisis, ya que está muy extendida en el mercado la política de revisión anual de prima a la baja, y que costará mucho cambiar las mentalidades de los clientes. Viendo como única solución que la mediación y las entidades aseguradoras se planten en esta constante guerra de prima que hay en la actualidad. Otro grupo, desde una perspectiva más positiva, confía que con el inicio de recuperación económica, se recuperará la actividad comercial, lo que llevará a tener aumentos de la facturación, incremento del valor del patrimonio expuesto al riesgo (aumentos de capitales de maquinaria y existencias), con el consiguiente aumento de la siniestralidad y todo ello, conllevará aumentos de las primas.

4.3.4 Mediación tradicional y los seguros de empresa

Como hemos visto en anteriores capítulos, la mediación sigue teniendo un mix de cartera muy focalizado en los productos de auto y de hogar, y estos son dos ramos que se han convertido en una commodity, por lo que si la mediación tradicional quiere diferenciarse de comparadores, agregadores y otros canales de venta online. Para ello, tendrá que buscar cómo aportar valor en los productos de vida, salud o empresas. Ante esta situación nos preguntamos si actualmente toda la mediación está preparada para dar un buen asesoramiento a las pyme en materia de identificación, análisis y evaluación de riesgos y posterior transferencia de estos riesgos a un programa de seguros.

Los encuestados coinciden que sólo una parte pequeña de la mediación está preparada en asesorar a las pyme correctamente, y que aquellos que no sean

capaces de transformar su mix de cartera están condenados a desaparecer. Aunque creen que la formación específica en estos ramos que se está realizando tanto por parte de las entidades aseguradoras como de los colegios de mediadores reconocen que todavía se presenta un largo camino por recorrer.

4.3.5 Cualidades más valoradas de las entidades aseguradoras por los corredores

Como hemos visto en los primeros apartados de este capítulo, mayoritariamente los corredores trabajan los seguros de empresa con tres o cuatro entidades. Para saber qué cualidades aprecian más en una entidad aseguradora les pedimos que valoraran una batería de características del 1 a 5, siendo 1 la de menor valor y 5 la mayor. Concretamente, se les ha pedido la valoración de los siguientes aspectos:

- agilidad en la oferta
- agilidad en la emisión
- Producto flexible
- Línea directa con el suscriptor
- Línea directa con el tramitador de siniestros
- Una mejor comisión que el mercado
- Documentación completa en póliza y oferta
- Tarifa competitiva
- Web con alta autonomía para el mediador
- Web intuitiva

De acuerdo con las respuestas obtenidas, los mediadores han valorado con una puntuación media de un 5, el disponer de línea directa con el suscriptor. Consideran clave disponer de una persona de contacto que sea capaz de resolver casi en su totalidad sus peticiones y así poder dar al cliente una respuesta en el menor tiempo posible.

El siguiente aspecto valorado con una puntuación media de un 4,5 es que la entidad aseguradora tenga una tarifa con línea en el mercado y que el producto sea flexible. Tal y como hemos comentado en los apartados anteriores de este capítulo, para poder realizar una correcta transferencia de riesgos se precisan productos flexibles adaptables a las necesidades de cobertura que tengan nuestros clientes. En la mayoría de casos, un producto de comercios igual no requiere esa flexibilidad y puede ser un producto estandarizado, pero otros productos de seguros para empresas como transportes, D&O, avería maquinaria, responsabilidad civil por su naturaleza, requieren de mayor adaptabilidad frente a la disparidad de riesgos y características de cada cliente.

Con una puntuación media de un 4 de un máximo de 5, se ha valorado la agilidad en la oferta y web con una alta autonomía para el mediador. Estas dos características están relacionadas entre sí, con ello se concluye que el objetivo que se persigue es agilidad de respuesta al cliente. Los corredores esperan que aquellas ofertas que estén fuera de sus ámbitos de competencias, se gestione de una forma ágil, y cuanto más autonomía dispongan más rápido le podremos dar una respuesta al cliente.

Con una valoración media de 3,25 puntos, se ha considerado como importante la documentación, la comisión mejor que el mercado y disponer de una web intuitiva.

5. Productos aseguradores de empresas, en cifras

En este capítulo daremos unas pinceladas sobre la siniestralidad de los seguros de empresas. Esta información la hemos obtenido de la Memoria Social del Seguro Español 2014⁵, que para calcular estos datos ha cruzado los datos publicados por ICEA y los siniestros incluidos por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) en sus boletines trimestrales.

5.1 Multirriesgo de comercio

En España 1.242.592 de comercios están asegurados por un valor de 312 millones de euros.

Como podemos observar en la siguiente tabla, sólo un 20% de las pólizas causó algún siniestro, mientras que un 80% de las pólizas no registraron ningún siniestro.

Tabla 15: Distribución de los comercios asegurados según número de siniestros

	Pólizas	Siniestros
0 Siniestros	977.795	0
1 Siniestro	191.856	191.856
2 Siniestros	49.703	99.406
3 Siniestros	14.414	43.242
4 o más Siniestros	8.822	69.879

Fuente: UNESPA

Si analizamos las coberturas de las pólizas de comercio, los daños por agua con 93.533 siniestros es la garantía que registra una mayor incidencia. A continuación, como vemos en la tabla 16, encontramos la cobertura de rotura de cristales con 75.255 siniestros registrados.

En cambio, si lo analizamos por el coste del siniestro, no es daños por agua la cobertura que causa un mayor coste, sino la garantía de robo, que supone para las entidades aseguradoras un coste de 80.442.596 de euros.

⁵ UNESPA. Memoria Social del Seguro Español 2014.

Tabla 16: Distribución siniestros en comercios

	Siniestros (nº)	Coste (euros)
Incendios	47.151	46.937.834
Robo	45.412	80.442.596
Responsabilidad Civil	27.619	31.603.561
Daños por agua	93.533	61.305.923
Cristales	75.255	30.201.036
Pérdida de beneficios	1.010	2.088.203
Avería de maquinaria	5.014	3.584.230
Fenómenos atmosféricos	15.770	11.220.199
Daños eléctricos	44.603	23.001.408
Otros	44.279	20.685.034
Servicios de asistencia	4.731	592.177

Fuente: UNESPA

Cuando hablamos de un establecimiento comercial y su propensión a sufrir un robo, una variable muy importante es la actividad que desarrolla ese comercio. Tal como muestra la tabla 17, sólo los robos a bares cuestan a las compañías aseguradoras 14 millones de euros. Los establecimientos de alimentación y los dedicados a la restauración también suponen un coste importante sobre el volumen total de la carga siniestral de las compañías, casi 8,5 millones y 7,8 millones respectivamente.

De estas cifras, se desprenden datos más sino curiosos, como que en los bares se producen robos con una cadencia de 1 cada 6 minutos y que cada día en España, se sustraen 38.500 euros en bares asegurados o que en los locales de alimentación asegurados se producen robos diarios por valor de 23.000 euros.

Tabla 17: Resumen de Robos Indemnizados, según tipo de comercio

	Pólizas (nº)	Siniestros (nº)	Coste (euros)
Bares	187.134	89.611	14.051.569
Alimentación	147.744	52.124	8.457.206
Restauración	78.531	38.173	7.748.061
Oficinas y Despachos	186.264	33.361	6.207.204
Confeción, textil y calzado	95.928	24.748	7.187.750
Belleza	75.425	23.171	4.403.700
Ocio y espectáculos	50.573	20.906	6.058.371
Papelerías. Estancos y Loterías	37.402	15.204	6.478.605
Hogar y Muebles	52.313	14.436	3.536.968
Salud	43.614	13.749	2.460.119
Enseñanza y Formación	38.396	13.021	2.074.904
Electrónica e informática	26.715	9.705	4.219.848
Clínicas y laboratorios	35.289	6.672	1.339.495
Ferreterías	35.910	6.510	177.239
Electrodoméstico	7.082	1.496	420.233
Vehículos	12.674	3.922	1.383.269
Locales sin actividad	31.437	2.830	411.478
Resto	100.277	34.655	939.341.448

Fuente: UNESPA

Desde un punto de vista territorial, como se puede apreciar en la tabla siguiente, Cataluña y Andalucía son las comunidades que registran un mayor número de pólizas de comercios aseguradas, con 247.522 y 187.006 pólizas respectivamente. Cabe destacar que Andalucía también registra un elevado nivel de siniestros, incluso superior al de Cataluña, teniendo esta un número superior de pólizas.

Tabla 18: Aseguramiento y Siniestros de Comercio por comunidades

	Pólizas (nº)	Siniestros (nº)
Andalucía	187.006	67.812
Aragón	33.921	11.806
Asturias	33.549	12.212
Baleares	37.029	10.311
Canarias	43.739	10.594
Cantabria	19.508	6.914
Castilla-La Mancha	44.357	15.444
Castilla y León	74.054	25.593
Cataluña	247.522	65.346
Ceuta	1.118	323
Comunidad Valenciana	130.719	44.562
Extremadura	24.851	11.645
Galicia	75.796	25.111
La Rioja	9.692	3.073
Madrid	156.193	55.885
Melilla	1.118	404
Murcia	30.319	8.936
Navarra	17.272	5.499
País Vasco	75.051	22.928

Fuente: UNESPA

5.2 Responsabilidad civil general

El seguro de responsabilidad civil general como producto puro, según datos de ICEA, representa sólo el 4,50% del total de primas del ramo de no vida. Aunque otros productos como el multirriesgos industrial o el seguro de automóvil incluyen coberturas de responsabilidad civil. En este apartado se analizará el ramo puro.

Para poder analizar la distribución de los siniestros de responsabilidad civil, se ha realizado una clasificación donde distinguimos:

- Responsabilidad Civil Profesional: el seguro cubre los daños causados a un tercero como resultado del propio ejercicio de la profesión.

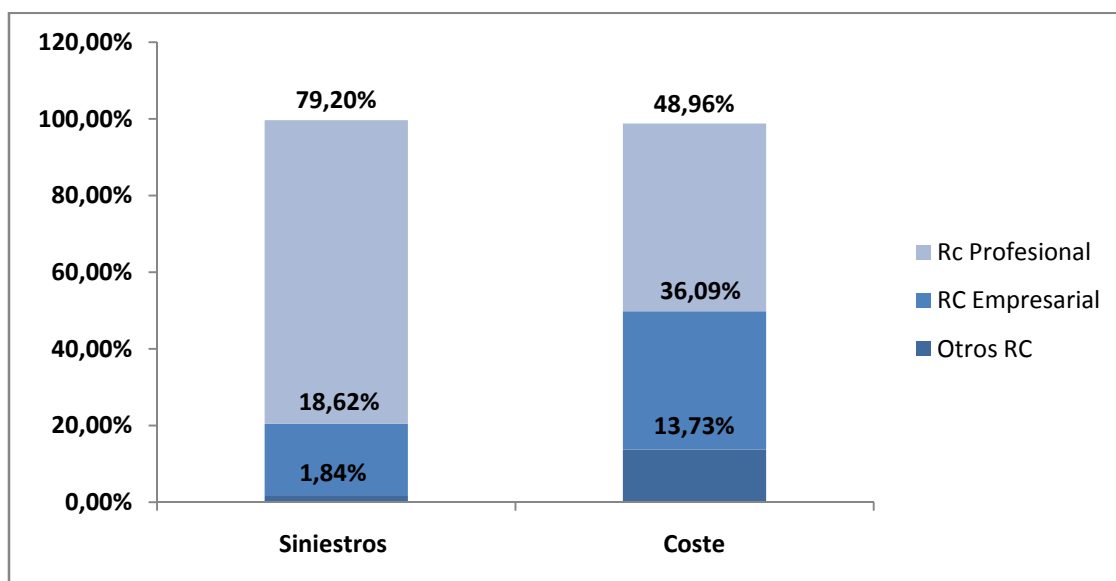
- Responsabilidad Civil Industrial o empresarial: responde ante los daños que pueda ocasionar la empresa.
- Otros RC: que incluye todos aquellos daños que no responden a la clasificación anterior. Aquí estarían incluidos la RC de los deportistas federados, RC del cabeza de familia y otros.

En el gráfico siguiente podemos observar que Otros RC representa un 79,20% de los siniestros de este producto, seguido de RC empresarial con un 18,62%.

En cambio ese 18,62% de número de siniestros de RC empresarial cuando lo analizamos según el coste, se convierte en un 36,09%. Es decir, los siniestros de RC empresarial son menos frecuentes pero alcanzan costes mayores que los de otros RC.

En el caso de los siniestros de RC profesional, tiene poca representación en cuanto a frecuencia, sólo representan un 1,84% del total, pero se observa que son siniestros con un alto coste.

Gráfico 24: Distribución de siniestros y costes de RC según su familia



Fuente: UNESPA

Si nos centramos en la RC Empresarial, en la tabla 19 vemos como el coste medio de este tipo de siniestros ha variado estos últimos años, partiendo de 2.200 euros en el 2010 a 1.100 euros en el 2013. Esta tendencia del coste medio de la RC empresarial puede explicarse en parte como consecuencia de la crisis: menos ventas, menos actividad y por tanto menos siniestralidad. También puede influir un cambio de las reservas: reclamaciones con pretensiones importantes que una vez estudiadas pueden tener fundamento o no, y que se pueden negociar o no. En cambio, si lo que analizamos es el coste máximo, el comportamiento es muy dispar y no concluyente, ya que en el

producto de RC inciden de distinta forma las tipologías de los siniestros que ocurran durante el año.

Tabla 19: Coste medio y coste máximo de los siniestros de RC empresarial 2010-2013

Año	Coste medio (euros)	Coste máximo (euros)
2.010	2.243	1.006.000
2.011	1.152	260.000
2.012	1.924	1.509.000
2.013	1.122	860.000

Fuente: UNESPA

Por último, como característica del pago de siniestros de RC en la modalidad empresarial, destacaríamos que el plazo medio de pago de las aseguradoras es mucho más elevado que en otros ramos o modalidades, debido principalmente a la naturaleza de las reclamaciones y su posible judicialización. La media de pago se sitúa en torno a los siete meses.

5.3 Seguro Industrial de talleres y pequeñas industrias

A diferencia del producto de Multirriesgo de comercio, en el seguro Industrial, la cobertura de incendio es la que registra la mayor incidencia con 59.364 siniestros anuales. Le siguen la cobertura de daños por agua y cristales con 25.055 y 22.961 siniestros anuales respectivamente como podemos observar en la siguiente tabla.

Si analizamos el coste que les suponen estos siniestros a las entidades aseguradoras, observamos como los siniestros que se producen por fuego representan 368.965.176 euros, un 46% del total. El peso de los robos es también muy significativo también en relación a los costes ya que superan los 100 millones de euros. El coste de los siniestros asignados a la cobertura de RC, con casi 70 millones seguiría en importancia a los producidos por fuego y por robo.

Tabla 20: Siniestros en pequeñas industrias

	Siniestros (nº)	Coste (euros)
Incendios	59.364	368.965.176
Robo	18.796	100.713.446
Responsabilidad Civil	18.611	69.999.416
Responsabilidad Civil por agua	759	1.507.924
Daños por agua	25.055	33.729.877
Cristales	22.961	19.206.189
Pérdida de beneficios	3.160	25.158.520
Avería de maquinaria	5.827	21.745.850
Fenómenos atmosféricos	8.043	23.571.232
Daños eléctricos	14.589	22.936.317
Otros	27.209	105.872.133
Servicios de asistencia	820	238.093

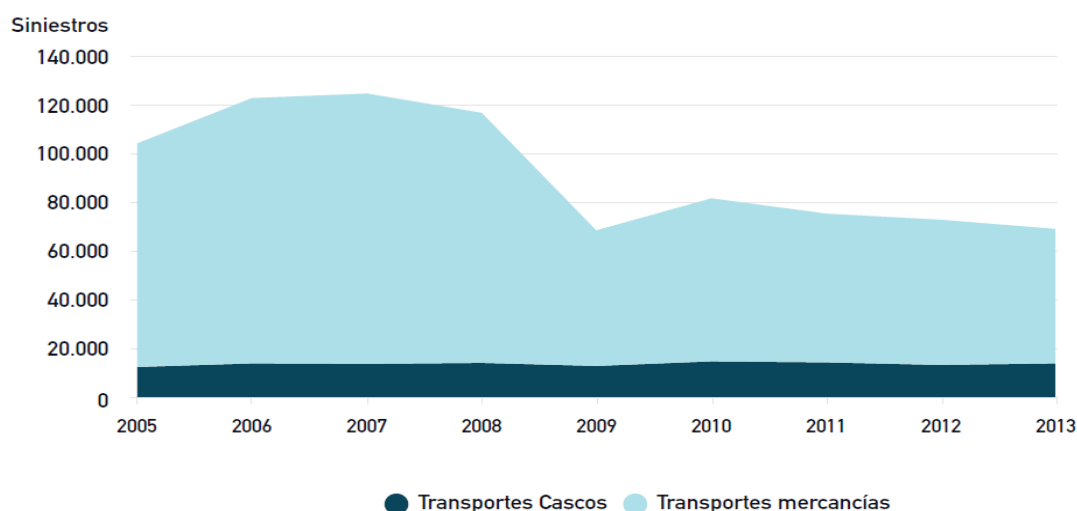
Fuente: UNESPA

5.4 Transportes

A cierre 2014, el seguro de transportes, según datos de ICEA, representaba el 5,9% de las primas no vida. El 71,9% de sus primas se concentraban en las cinco primeras entidades aseguradoras que comercializan este ramo, que son Generali Seguros, Mapfre Global Risks, Allianz, Mapfre seguros de empresa y por último AXA Seguros Generales.

En los boletines trimestrales de la DGSFP (Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones), en los años anteriores a la crisis, el seguro de transportes alcanzó un nivel de aproximadamente unos 120.000 siniestros anuales. De estos, el 90% corresponden a daños ocurridos en cobertura de mercancías y el restante 10% a los daños ocurridos en la cobertura de cascos. En cambio, el volumen de siniestros durante el periodo de crisis ha descendido, cabe pensar que con la recuperación económica este producto y, por tanto, sus siniestros volverán a incrementar.

Gráfico 25: Perfil histórico de los siniestros (nº)



Fuente: UNESPA

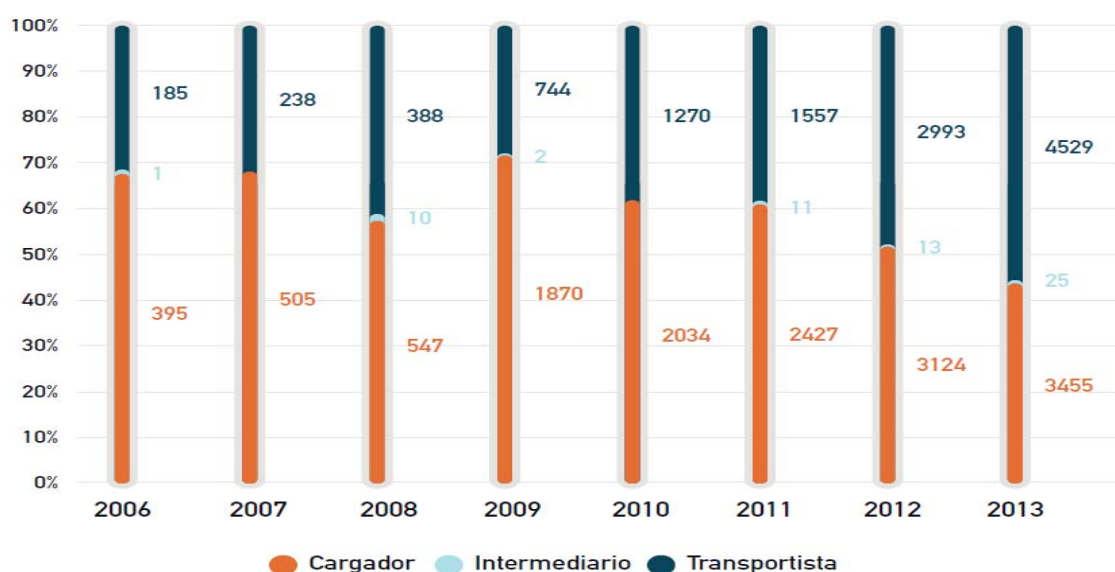
Gráfico 26: Perfil histórico de los costes de los siniestros



Fuente: UNESPA

Como ya comentamos en el capítulo 3, las pyme y los seguros, la mercancía la puede asegurar el cargador (transporta su propia mercancía), el intermediario o el transportista. Teniendo en cuenta que es poco habitual que el que realice el seguro de transportes sea el intermediario, en el siguiente gráfico podemos ver los siniestros declarados según la tipología del asegurado. Observamos que aunque históricamente los siniestros declarados por el cargador son los que tenían más peso, durante la crisis han ido ganando importancia el peso de los declarados por los transportistas.

Gráfico 27: Siniestros de transporte según la tipología del asegurado



Fuente: UNESPA

En cuanto a la distribución de los siniestros según el medio de transporte utilizado, el gráfico 28 refleja la clara predominancia del transporte por carretera, el cual se ha intensificado más en los años de crisis.

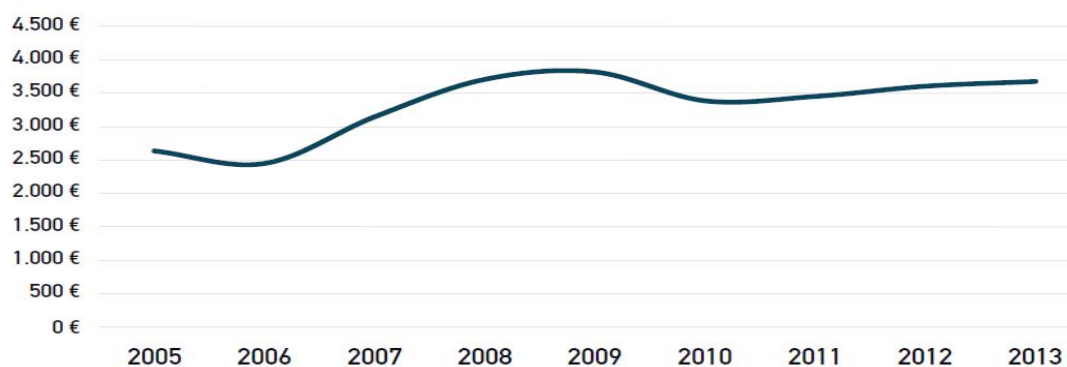
Gráfico 28: Distribución de los siniestros de Transportes, según medio



Fuente: UNESPA

Al igual que pasaba con el coste máximo de la RC de empresas, el coste medio de los siniestros de transportes es muy dispar. La causa de esta disparidad obedece a que las mercancías se transportan en diferentes medios y éstas a su vez son de muy variada tipología y valor.

Gráfico 29: Evolución del coste promedio de los siniestros de transporte ocurridos y con coste



Fuente: UNESPA

Por último, según las causas y modos de transporte, observamos en la tabla siguiente que durante el año 2013 el robo de mercancías ha sido la principal causa de reclamaciones con 13.359 siniestros declarados.

Tabla 21: Siniestros en pequeñas industrias

	Siniestros (nº)
Accidente sufrido por el vehículo	8.505
Daños en la mercancía imputable a su carga o descarga	8.073
Incendio, Explosión o Rayo	768
Otros daños a la mercancía	38.781
Robo	13.359

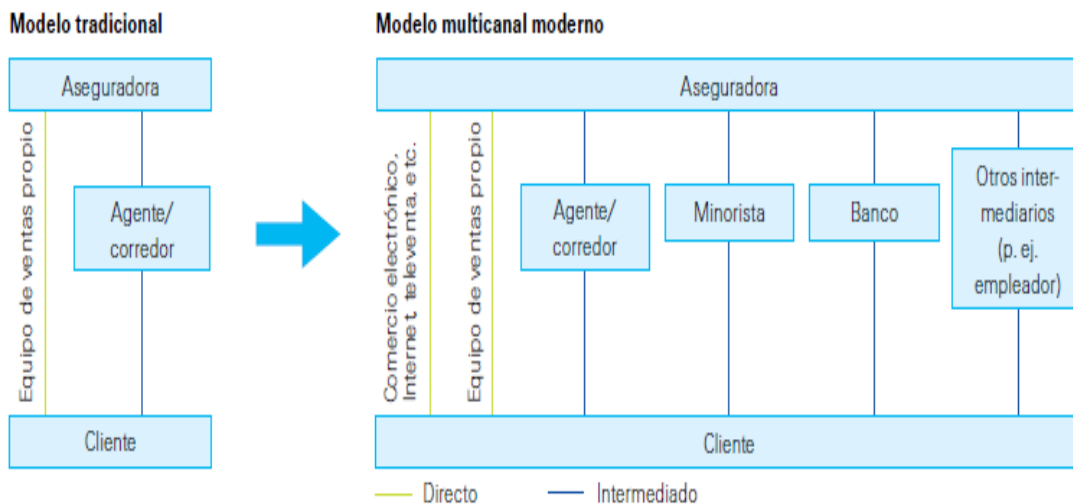
Fuente: UNESPA

6. La Mediación tradicional y los nuevos canales de venta

Para terminar de analizar los actores que intervienen en los seguros de empresa, hemos creído necesario estudiar los canales no tradicionales de venta, como comparadores, venta online, agregadores entre otros. Y aunque influyan diferentes variables en la predicción del comportamiento de los consumidores en un país determinado, éste puede ser el reflejo de lo que pueda pasar en otros. En este sentido, analizaremos el impacto que ha tenido en otros países la incursión de estos nuevos canales de distribución.

En el gráfico 30, podemos ver representada la multicanalidad que existe actualmente en el mercado de seguros.

Gráfico 30: Canales de distribución de seguros tradicionales y la multicanalidad

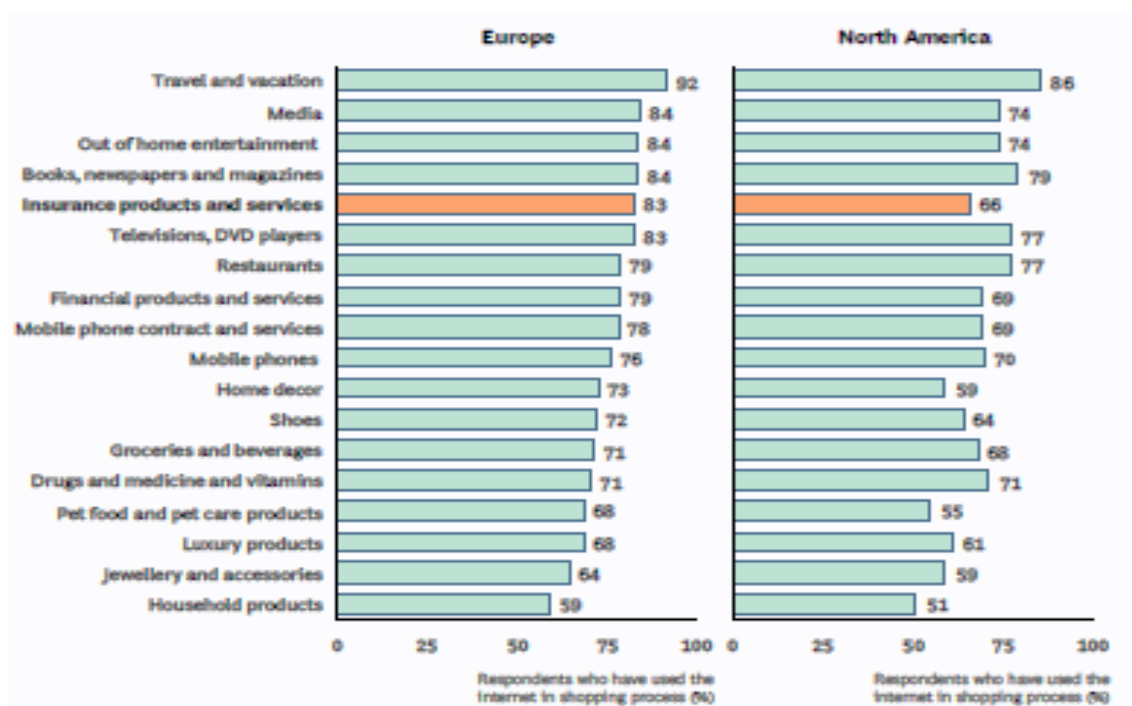


Fuente: Swiss Re Economic Research & Consulting

6.1 El uso de internet para la búsqueda de seguros

Como podemos comprobar en el gráfico siguiente, tanto en Europa como en Norte América, la búsqueda de seguros se sitúa en el "top" 5 de las búsquedas realizadas para comprar un seguro.

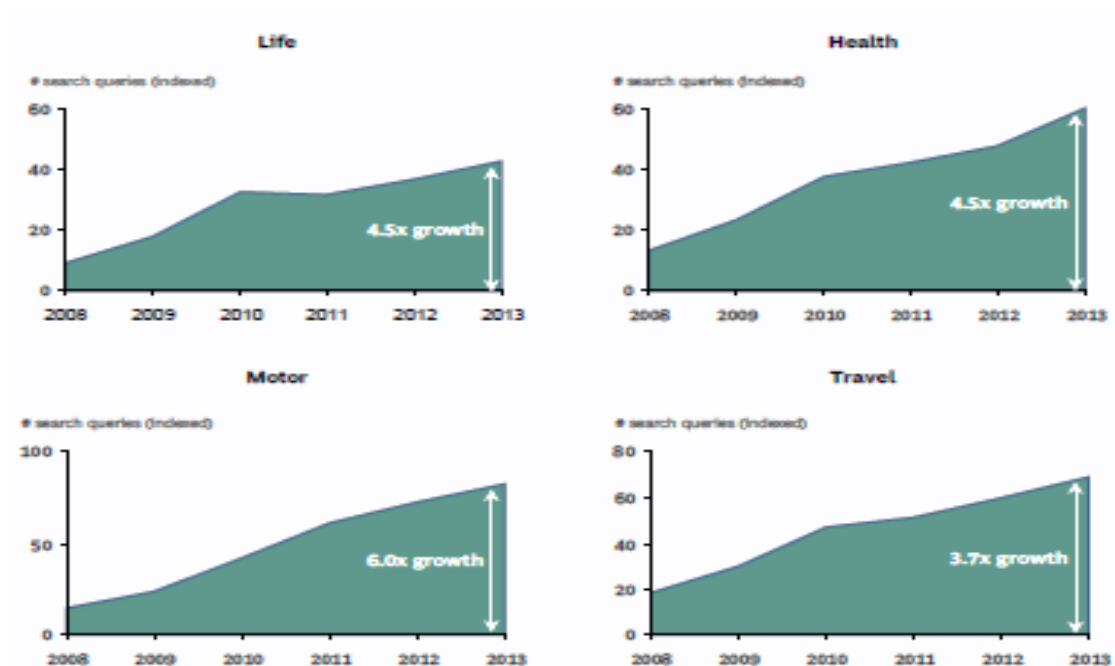
Gráfico 31: Porcentaje de búsquedas para compras en internet



Fuente: BCG, Google – insurance: digital – 20 X by 2020

Como podemos observar en el gráfico 31, dentro las búsquedas de los seguros, aunque tanto los ramos de vida, salud como de seguros de viaje han crecido, es el ramo de autos el que tiene el peso más importante, con alrededor del 90% de las búsquedas del sector seguros.

Gráfico 31: Ramos más buscados en google



Fuente: BCG, Google – insurance: digital – 20 X by 2020

6.2 Peso del canal online en diferentes países

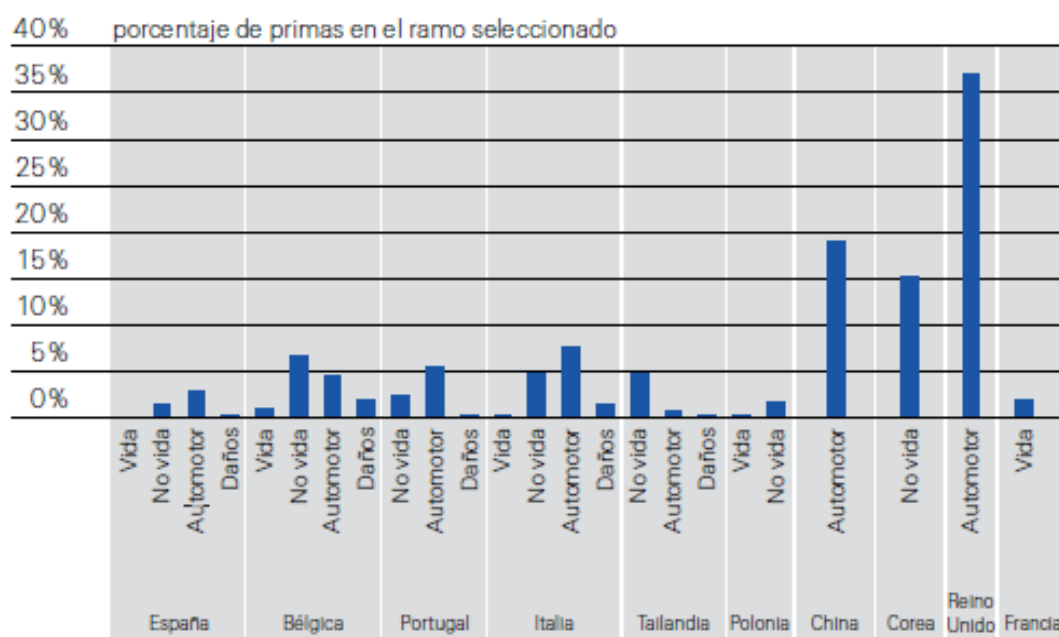
En el gráfico 31 podemos observar, que el porcentaje de primas contratado a través de los canales online en España, todavía no es muy significativo. El cliente del mercado español, sí que utiliza Internet para comparar precios, pero después para realizar la contratación del seguro lo hace a través de la mediación tradicional, normalmente exigiendo la prima que ha encontrado a través de Internet.

El ramo de auto, con un peso que no llega al 5%, es el ramo con mayor porcentaje de contratación. El ramo de daños empieza a tener un pequeño porcentaje sobre el total de las primas del ramo.

Dentro de los países de la UE, el mercado polonés si situaría en un nivel similar al del mercado español. En cambio otros mercados aseguradores como los de Bélgica, Portugal o Italia, el ramo de auto ya supera el 5% de las primas.

El país con mayor peso de primas facturadas a través de comercio electrónico en el seguro de auto, es Reino Unido, con un porcentaje que supera el 35%.

Gráfico 32: Ventas de seguros a través de comercio electrónico en países seleccionados



Fuente: Publicación sigma: Distribución digital en el seguro. Marzo 2014

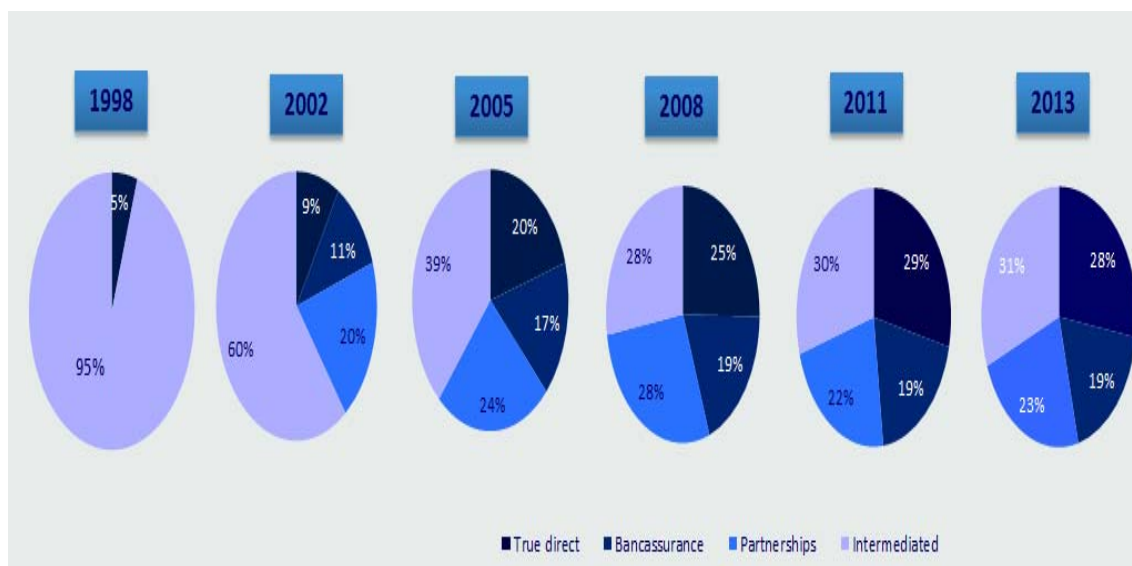
6.2.1 Evolución del Canal Directo en Sudáfrica

Fuera de la UE, un mercado de seguros como el de Sudáfrica, el año 1998 el peso del canal directo representaba sólo el 5%, correspondiendo la restante cuota de mercado a la mediación tradicional. En sólo cuatro años, la mediación perdió un 35% de la cuota de mercado en favor del canal de partners con un 20%, de la Bancassurance con un 11% y el resto canal directo.

En este país, la pérdida de mercado de la mediación tradicional a favor de los otros canales ha sido muy drástica. En los últimos años, parece está recuperando parte del terreno perdido pero muy lentamente.

que este canal está recuperando cuota de mercado muy lentamente.

Gráfico 33: Evolución de la cuota de mercado de los diferentes canales de distribución



Fuente:GI/ traditional South Africa; Quest 2002 - 2013

6.3 Pyme y los canales no tradicionales

Aunque como hemos visto en el apartado anterior la venta directa de algún tipo de seguro de empresa en diferentes países no es representativo, en mercados maduros como Estados Unidos o Reino Unido, la adquisición directa de la cobertura de responsabilidad civil profesional y empresarial para las Pyme se ha convertido en algo más habitual.

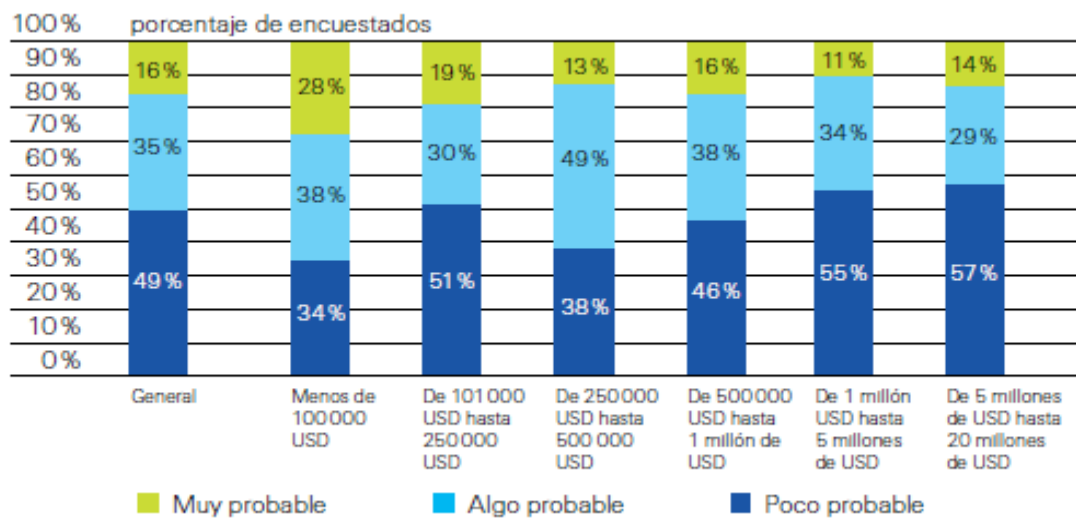
De la encuesta que realizó a las pequeñas y medianas empresas en Estados Unidos Datamonitor ¹se desprende que:

- Un 28% de las empresas con una facturación inferior a 100.000 USD, ven muy probable que en un futuro compren un seguro en línea directamente

con la aseguradora. Este porcentaje se reduce a un 14% en las empresas con una facturación entre 5 y 20 millones de USD.

- El 55% de las empresas con una facturación entre 1 millón de USD hasta 5 millones de USD lo ve poco probable.
- Las empresas que más creen algo probable la compra directa de algún seguro de empresa directamente con la compañía aseguradora son las empresas con una facturación de 250.000 USD hasta 1 millón de USD.

Gráfico 32: Probabilidad de que la Pyme de EE.UU compren seguro en línea directamente con la aseguradora.



Fuente: Deloitte. (Marzo 2013). <<Voice of the Small Commercial Insurance Consumer Survey>>

7. Conclusiones

Una vez analizados los diferentes actores que intervienen en el seguro de empresas podemos concluir que:

- La mediación tradicional, para poder contrarrestar la caída de primas que está teniendo a favor de los canales no tradicionales de venta, debe diferenciarse aportando valor al cliente, asesorando, detectando sus necesidades. Esto lo puede conseguir con los seguros de vida ahorro, salud y principalmente de empresa.
- El cliente principal de los seguros de empresa son las Pymes , que representan el 99,8% del tejido empresarial español, de las cuales un 53,70% son empresas micro sin asalariados, lo que incluye a todos los autónomos del país.
- El 97,6% de las empresas españolas facturan menos de 2 millones de euros anuales.
- Un tercio de las necesidades aseguradoras que tienen las Pymes españolas, no están cubiertas, por lo que la situación actual permite a los mediadores un importante campo de crecimiento de su negocio a través del asesoramiento de pequeñas y medianas empresas.
- Los corredores trabajan los seguros de empresas con una media de tres aseguradoras.
- Los corredores especialistas en asesorar a las Pymes, valoran la línea directa con el suscriptor y un producto flexible que se pueda adaptar a las necesidades de sus clientes como los dos factores que determinan la colaboración con una entidad aseguradora.
- Se observa que a mayor volumen de facturación del corredor mayor es el peso de los seguros de empresas como Multirriesgo Pymes, Transportes, Responsabilidad Civil y otros, en sus carteras.
- En los seguros de Multirriesgo comercio, sólo el 20% de las pólizas causaron algún siniestro. Daños por agua fue la causa principal de la ocurrencia de siniestros, pero es la cobertura de robo la que representó un mayor coste para las compañías. El segmento de la restauración fue en el producto de comercios el que experimentó más robos durante el 2014.

- El ramo de Responsabilidad Civil sólo representa el 4,5% del total de primas del ramo no vida. La RC Empresarial aunque sólo supone el 1,84% en número de siniestros del ramo, representa un 13,73% del coste de los siniestros.
- En seguro industrial, a diferencia del multirriesgos comercio, la principal causa de siniestros fueron los incendios, siendo también la cobertura con mayor impacto en el coste del total del ramo.
- El medio más utilizado para transportar las mercancías, sigue siendo el transporte por carretera, intensificándose durante los años de crisis. Esto ha supuesto que el peso de la siniestralidad haya recaído en este modo de transporte.
- Los clientes españoles a diferencia de los de Reino Unido, buscan información sobre el precio, características y otras por internet, pero el porcentaje de compra todavía sigue siendo muy bajo. En España las primas de los seguros de auto compradas a través de internet no llegan al 5%, mientras que en Reino Unido están alrededor del 50%.
- En conclusión, ante la actual situación de mercado, la mediación debe saber diferenciarse aportando valor al cliente y que este lo perciba como un elemento diferenciador del resto de canales de distribución. Este elemento distintivo se puede conseguir a través de la especialización en productos en que el precio no es la única variable que influye en la decisión del cliente. Los ramos que permiten aportar este valor añadido son los de salud, vida y especialmente, los seguros de empresas.

8. Bibliografía

Fuentes de Internet:

Grow.ly: Retrato de la pyme 2015.

<http://www.sharingespana.es/retrato-de-la-pyme-2015/>

(Fecha consulta: Junio 2015)

El Confidencial. Límites al crecimiento de las Pymes. La maldición del empleado 50.

http://www.elconfidencial.com/economia/2015-03-22/la-maldicion-del-empleado-50_725505/

(Fecha consulta: Junio 2015)

The Economist. Spanish businesses. Supersize me. Feb 21st 2015.

<http://www.economist.com/news/business/21644172-lack-larger-firms-means-fewer-jobs-and-less-resilient-economy-supersize-me>

(Fecha consulta: Junio 2015)

PymeSeguros.com. Las Pymes, un mercado que necesita asesoramiento asegurador

<http://www.pymeseguros.com/las-pymes-un-mercado-que-necesita-asesoramiento-asegurador>

Websa100. Situación actual de la Pyme española en el mundo digital.

<http://websa100.com/wp-content/uploads/2013/09/informe-Pymes-y-Redes.pdf>

Informes:

ICEA. Estudio de Mercado a Corredores y Corredurías. Año 2014.

ICEA. Evolución del Mercado Asegurador a diciembre. Año 2014. Informe nº 1.362. Marzo 2015.

SIGMA (Swiss Re). Distribución digital en el seguro: una revolución silenciosa. Nº 2/2014.

UNESPA. Memoria Social del Seguro Español 2014.

MAPFRE. Estudio Empresas 360°. Septiembre 2014.

VI ESTUDIO D&O MARSH 2013. El Seguro de Responsabilidad Civil de Administradores, Consejeros y Directivos.

CEPYME. Boletín de Morosidad y Financiación Empresarial. Nº3 Diciembre 2014.

PwC. El dinero en 2033.

Fuentes oficiales:

Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Retrato de las Pyme 2015. (Subdirección General de Apoyo a la PYME).

Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Cifras Pyme 2015. Datos Diciembre 2014.

INE. Estructura y dinamismo del tejido empresarial en España. Directorio Central de Empresas (DIRCE) a 1 de enero de 2014

COLECCIÓN “CUADERNOS DE DIRECCIÓN ASEGURADORA”
Master en Dirección de Entidades Aseguradoras y Financieras
Facultad de Economía y Empresa. Universidad de Barcelona

PUBLICACIONES

- 1.- Francisco Abián Rodríguez: “Modelo Global de un Servicio de Prestaciones Vida y su interrelación con Suscripción” 2005/2006
- 2.- Erika Johanna Aguilar Olaya: “Gobierno Corporativo en las Mutualidades de Seguros” 2005/2006
- 3.- Alex Aguyé Casademunt: “La Entidad Multicanal. Elementos clave para la implantación de la Estrategia Multicanal en una entidad aseguradora” 2009/2010
- 4.- José María Alonso-Rodríguez Piedra: “Creación de una plataforma de servicios de siniestros orientada al cliente” 2007/2008
- 5.- Jorge Alvez Jiménez: “Innovación y excelencia en retención de clientes” 2009/2010
- 6.- Anna Aragonés Palom: “El Cuadro de Mando Integral en el Entorno de los seguros Multirriesgo” 2008/2009
- 7.- Maribel Avila Ostos: “La tele-suscripción de Riesgos en los Seguros de Vida” 2009/2010
- 8.- Mercè Bascompte Riquelme: “El Seguro de Hogar en España. Análisis y tendencias” 2005/2006
- 9.- Aurelio Beltrán Cortés: “Bancaseguros. Canal Estratégico de crecimiento del sector asegurador” 2010/2011
- 10.- Manuel Blanco Alpuente: “Delimitación temporal de cobertura en el seguro de responsabilidad civil. Las cláusulas claims made” 2008/2009
- 11.- Eduard Blanxart Raventós: “El Gobierno Corporativo y el Seguro D & O” 2004/2005
- 12.- Rubén Bouso López: “El Sector Industrial en España y su respuesta aseguradora: el Multirriesgo Industrial. Protección de la empresa frente a las grandes pérdidas patrimoniales” 2006/2007
- 13.- Kevin van den Boom: “El Mercado Reasegurador (Cedentes, Brokers y Reaseguradores). Nuevas Tendencias y Retos Futuros” 2008/2009
- 14.- Laia Bruno Sazatornil: “L'ètica i la rentabilitat en les companyies asseguradores. Proposta de codi deontològic” 2004/2005
- 15.- María Dolores Caldés Llopis: “Centro Integral de Operaciones Vida” 2007/2008
- 16.- Adolfo Calvo Llorca: “Instrumentos legales para el recobro en el marco del seguro de crédito” 2010/2011
- 17.- Ferran Camprubí Baiges: “La gestión de las inversiones en las entidades aseguradoras. Selección de inversiones” 2010/2011

- 18.- Joan Antoni Carbonell Aregall: "La Gestió Internacional de Sinistres d'Automòbil amb Resultat de Danys Materials" 2003-2004
- 19.- Susana Carmona Llevadot: "Viabilidad de la creación de un sistema de Obra Social en una entidad aseguradora" 2007/2008
- 20.- Sergi Casas del Alcazar: "El PLAN de Contingencias en la Empresa de Seguros" 2010/2011
- 21.- Francisco Javier Cortés Martínez: "Análisis Global del Seguro de Decesos" 2003-2004
- 22.- María Carmen Ceña Nogué: "El Seguro de Comunidades y su Gestión" 2009/2010
- 23.- Jordi Cots Paltor: "Control Interno. El auto-control en los Centros de Sinistros de Automóviles" 2007/2008
- 24.- Montserrat Cunillé Salgado: "Los riesgos operacionales en las Entidades Aseguradoras" 2003-2004
- 25.- Ricard Doménech Pagés: "La realidad 2.0. La percepción del cliente, más importante que nunca" 2010/2011
- 26.- Luis Domínguez Martínez: "Formas alternativas para la Cobertura de Riesgos" 2003-2004
- 27.- Marta Escudero Cutal: "Solvencia II. Aplicación práctica en una entidad de Vida" 2007/2008
- 28.- Salvador Esteve Casablancas: "La Dirección de Reaseguro. Manual de Reaseguro" 2005/2006
- 29.- Alvaro de Falguera Gaminde: "Plan Estratégico de una Correduría de Seguros Náuticos" 2004/2005
- 30.- Isabel M^a Fernández García: "Nuevos aires para las Rentas Vitalicias" 2006/2007
- 31.- Eduard Fillet Catarina: "Contratación y Gestión de un Programa Internacional de Seguros" 2009/2010
- 32.- Pablo Follana Murcia: "Métodos de Valoración de una Compañía de Seguros. Modelos Financieros de Proyección y Valoración consistentes" 2004/2005
- 33.- Juan Fuentes Jassé: "El fraude en el seguro del Automóvil" 2007/2008
- 34.- Xavier Gabarró Navarro: "El Seguro de Protección Jurídica. Una oportunidad de Negocio" 2009/2010
- 35.- Josep María Galcerá Gombau: "La Responsabilidad Civil del Automóvil y el Daño Corporal. La gestión de siniestros. Adaptación a los cambios legislativos y propuestas de futuro" 2003-2004
- 36.- Luisa García Martínez: "El Carácter tuitivo de la LCS y los sistemas de Defensa del Asegurado. Perspectiva de un Operador de Banca Seguros" 2006/2007
- 37.- Fernando García Giralt: "Control de Gestión en las Entidades Aseguradoras" 2006/2007
- 38.- Jordi García-Muret Ubis: "Dirección de la Sucursal. D. A. F. O." 2006/2007
- 39.- David Giménez Rodríguez: "El seguro de Crédito: Evolución y sus Canales de Distribución" 2008/2009
- 40.- Juan Antonio González Arriete: "Línea de Descuento Asegurada" 2007/2008
- 41.- Miquel Gotés Grau: "Assegurances Agràries a BancaSeguros. Potencial i Sistema de

Comercialització” 2010/2011

42.- Jesús Gracia León: “Los Centros de Siniestros de Seguros Generales. De Centros Operativos a Centros Resolutivos. De la optimización de recursos a la calidad de servicio” 2006/2007

43.- José Antonio Guerra Díez: “Creación de unas Tablas de Mortalidad Dinámicas” 2007/2008

44.- Santiago Guerrero Caballero: “La politización de las pensiones en España” 2010/2011

45.- Francisco J. Herencia Conde: “El Seguro de Dependencia. Estudio comparativo a nivel internacional y posibilidades de desarrollo en España” 2006/2007

46.- Francisco Javier Herrera Ruiz: “Selección de riesgos en el seguro de Salud” 2009/2010

47.- Alicia Hoya Hernández: “Impacto del cambio climático en el reaseguro” 2008/2009

48.- Jordi Jiménez Baena: “Creación de una Red de Agentes Exclusivos” 2007/2008

49.- Oriol Jorba Cartoixà: “La oportunidad aseguradora en el sector de las energías renovables” 2008/2009

50.- Anna Juncá Puig: “Una nueva metodología de fidelización en el sector asegurador” 2003/2004

51.- Ignacio Lacalle Goría: “El artículo 38 Ley Contrato de Seguro en la Gestión de Siniestros. El procedimiento de peritos” 2004/2005

52.- M^a Carmen Lara Ortíz: “Solvencia II. Riesgo de ALM en Vida” 2003/2004

53.- Haydée Noemí Lara Téllez: “El nuevo sistema de Pensiones en México” 2004/2005

54.- Marta Leiva Costa: “La reforma de pensiones públicas y el impacto que esta modificación supone en la previsión social” 2010/2011

55.- Victoria León Rodríguez: “Problemática del aseguramiento de los Jóvenes en la política comercial de las aseguradoras” 2010/2011

56.- Pilar Lindín Soriano: “Gestión eficiente de pólizas colectivas de vida” 2003/2004

57.- Víctor Lombardero Guarner: “La Dirección Económico Financiera en el Sector Asegurador” 2010/2011

58.- Maite López Aladros: “Análisis de los Comercios en España. Composición, Evolución y Oportunidades de negocio para el mercado asegurador” 2008/2009

59.- Josep March Arranz: “Los Riesgos Personales de Autónomos y Trabajadores por cuenta propia. Una visión de la oferta aseguradora” 2005/2006

60.- Miquel Maresch Camprubí: “Necesidades de organización en las estructuras de distribución por mediadores” 2010/2011

61.- José Luis Marín de Alcaraz: “El seguro de impago de alquiler de viviendas” 2007/2008

62.- Miguel Ángel Martínez Boix: “Creatividad, innovación y tecnología en la empresa de seguros” 2005/2006

63.- Susana Martínez Corveira: “Propuesta de Reforma del Baremo de Autos” 2009/2010

- 64.- Inmaculada Martínez Lozano: "La Tributación en el mundo del seguro" 2008/2009
- 65.- Dolors Melero Montero: "Distribución en bancaseguros: Actuación en productos de empresas y gerencia de riesgos" 2008/2009
- 66.- Josep Mena Font: "La Internalización de la Empresa Española" 2009/2010
- 67.- Angela Milla Molina: "La Gestión de la Previsión Social Complementaria en las Compañías de Seguros. Hacia un nuevo modelo de Gestión" 2004/2005
- 68.- Montserrat Montull Rossón: "Control de entidades aseguradoras" 2004/2005
- 69.- Eugenio Morales González: "Oferta de licuación de patrimonio inmobiliario en España" 2007/2008
- 70.- Lluís Morales Navarro: "Plan de Marketing. División de Bancaseguros" 2003/2004
- 71.- Sonia Moya Fernández: "Creación de un seguro de vida. El éxito de su diseño" 2006/2007
- 72.- Rocio Moya Morón: "Creación y desarrollo de nuevos Modelos de Facturación Electrónica en el Seguro de Salud y ampliación de los modelos existentes" 2008/2009
- 73.- María Eugenia Muguerza Goya: "Bancaseguros. La comercialización de Productos de Seguros No Vida a través de redes bancarias" 2005/2006
- 74.- Ana Isabel Mullor Cabo: "Impacto del Envejecimiento en el Seguro" 2003/2004
- 75.- Estefanía Nicolás Ramos: "Programas Multinacionales de Seguros" 2003/2004
- 76.- Santiago de la Nogal Mesa: "Control interno en las Entidades Aseguradoras" 2005/2006
- 77.- Antonio Nolasco Gutiérrez: "Venta Cruzada. Mediación de Seguros de Riesgo en la Entidad Financiera" 2006/2007
- 78.- Francesc Ocaña Herrera: "Bonus-Malus en seguros de asistencia sanitaria" 2006/2007
- 79.- Antonio Olmos Francino: "El Cuadro de Mando Integral: Perspectiva Presente y Futura" 2004/2005
- 80.- Luis Palacios García: "El Contrato de Prestación de Servicios Logísticos y la Gerencia de Riesgos en Operadores Logísticos" 2004/2005
- 81.- Jaume Paris Martínez: "Segmento Discapacitados. Una oportunidad de Negocio" 2009/2010
- 82.- Martín Pascual San Martín: "El incremento de la Longevidad y sus efectos colaterales" 2004/2005
- 83.- Montserrat Pascual Villacampa: "Proceso de Tarificación en el Seguro del Automóvil. Una perspectiva técnica" 2005/2006
- 84.- Marco Antonio Payo Aguirre: "La Gerencia de Riesgos. Las Compañías Cautivas como alternativa y tendencia en el Risk Management" 2006/2007
- 85.- Patricia Pérez Julián: "Impacto de las nuevas tecnologías en el sector asegurador" 2008/2009
- 86.- María Felicidad Pérez Soro: "La atención telefónica como transmisora de imagen" 2009/2010

- 87.- Marco José Piccirillo: "Ley de Ordenación de la Edificación y Seguro. Garantía Decenal de Daños" 2006/2007
- 88.- Irene Plana Güell: "Sistemas d'Informació Geogràfica en el Sector Assegurador" 2010/2011
- 89.- Sonia Plaza López: "La Ley 15/1999 de Protección de Datos de carácter personal" 2003/2004
- 90.- Pere Pons Pena: "Identificación de Oportunidades comerciales en la Provincia de Tarragona" 2007/2008
- 91.- María Luisa Postigo Díaz: "La Responsabilidad Civil Empresarial por accidentes del trabajo. La Prevención de Riesgos Laborales, una asignatura pendiente" 2006/2007
- 92.- Jordi Pozo Tamarit: "Gerencia de Riesgos de Terminales Marítimas" 2003/2004
- 93.- Francesc Pujol Niñerola: "La Gerencia de Riesgos en los grupos multisectoriales" 2003-2004
- 94.- M^a del Carmen Puyol Rodríguez: "Recursos Humanos. Breve mirada en el sector de Seguros" 2003/2004
- 95.- Antonio Miguel Reina Vidal: "Sistema de Control Interno, Compañía de Vida. Bancaseguros" 2006/2007
- 96.- Marta Rodríguez Carreiras: "Internet en el Sector Asegurador" 2003/2004
- 97.- Juan Carlos Rodríguez García: "Seguro de Asistencia Sanitaria. Análisis del proceso de tramitación de Actos Médicos" 2004/2005
- 98.- Mónica Rodríguez Nogueiras: "La Cobertura de Riesgos Catastróficos en el Mundo y soluciones alternativas en el sector asegurador" 2005/2006
- 99.- Susana Roquet Palma: "Fusiones y Adquisiciones. La integración y su impacto cultural" 2008/2009
- 100.- Santiago Rovira Obradors: "El Servei d'Assegurances. Identificació de les variables clau" 2007/2008
- 101.- Carlos Ruano Espí: "Microseguro. Una oportunidad para todos" 2008/2009
- 102.- Mireia Rubio Cantisano: "El Comercio Electrónico en el sector asegurador" 2009/2010
- 103.- María Elena Ruíz Rodríguez: "Análisis del sistema español de Pensiones. Evolución hacia un modelo europeo de Pensiones único y viabilidad del mismo" 2005/2006
- 104.- Eduardo Ruiz-Cuevas García: "Fases y etapas en el desarrollo de un nuevo producto. El Taller de Productos" 2006/2007
- 105.- Pablo Martín Sáenz de la Pascua: "Solvencia II y Modelos de Solvencia en Latinoamérica. Sistemas de Seguros de Chile, México y Perú" 2005/2006
- 106.- Carlos Sala Farré: "Distribución de seguros. Pasado, presente y tendencias de futuro" 2008/2009
- 107.- Ana Isabel Salguero Matarín: "Quién es quién en el mundo del Plan de Pensiones de Empleo en España" 2006/2007
- 108.- Jorge Sánchez García: "El Riesgo Operacional en los Procesos de Fusión y Adquisición de Entidades Aseguradoras" 2006/2007

- 109.- María Angels Serral Floreta: "El lucro cesante derivado de los daños personales en un accidente de circulación" 2010/2011
- 110.- David Serrano Solano: "Metodología para planificar acciones comerciales mediante el análisis de su impacto en los resultados de una compañía aseguradora de No Vida" 2003/2004
- 111.- Jaume Siberta Durán: "Calidad. Obtención de la Normativa ISO 9000 en un centro de Atención Telefónica" 2003/2004
- 112.- María Jesús Suárez González: "Los Poolings Multinacionales" 2005/2006
- 113.- Miguel Torres Juan: "Los siniestros IBNR y el Seguro de Responsabilidad Civil" 2004/2005
- 114.- Carlos Travé Babiano: "Provisiones Técnicas en Solvencia II. Valoración de las provisiones de siniestros" 2010/2011
- 115.- Rosa Viciano García: "Banca-Seguros. Evolución, regulación y nuevos retos" 2007/2008
- 116.- Ramón Vidal Escobosa: "El baremo de Daños Personales en el Seguro de Automóviles" 2009/2010
- 117.- Tomás Wong-Kit Ching: "Análisis del Reaseguro como mitigador del capital de riesgo" 2008/2009
- 118.- Yibo Xiong: "Estudio del mercado chino de Seguros: La actualidad y la tendencia" 2005/2006
- 119.- Beatriz Bernal Callizo: "Póliza de Servicios Asistenciales" 2003/2004
- 120.- Marta Bové Badell: "Estudio comparativo de evaluación del Riesgo de Incendio en la Industria Química" 2003/2004
- 121.- Ernest Castellón Teixidó: "La edificación. Fases del proceso, riesgos y seguros" 2004/2005
- 122.- Sandra Clusella Giménez: "Gestió d'Actius i Passius. Inmunització Financera" 2004/2005
- 123.- Miquel Crespí Argemí: "El Seguro de Todo Riesgo Construcción" 2005/2006
- 124.- Yolanda Dengra Martínez: "Modelos para la oferta de seguros de Hogar en una Caja de Ahorros" 2007/2008
- 125.- Marta Fernández Ayala: "El futuro del Seguro. Bancaseguros" 2003/2004
- 126.- Antonio Galí Isus: "Inclusión de las Energías Renovables en el sistema Eléctrico Español" 2009/2010
- 127.- Gloria Gorbea Bretones: "El control interno en una entidad aseguradora" 2006/2007
- 128.- Marta Jiménez Rubio: "El procedimiento de tramitación de siniestros de daños materiales de automóvil: análisis, ventajas y desventajas" 2008/2009
- 129.- Lorena Alejandra Libson: "Protección de las víctimas de los accidentes de circulación. Comparación entre el sistema español y el argentino" 2003/2004
- 130.- Mario Manzano Gómez: "La responsabilidad civil por productos defectuosos. Solución aseguradora" 2005/2006

- 131.- Àlvar Martín Botí: "El Ahorro Previsión en España y Europa. Retos y Oportunidades de Futuro" 2006/2007
- 132.- Sergio Martínez Olivé: "Construcción de un modelo de previsión de resultados en una Entidad Aseguradora de Seguros No Vida" 2003/2004
- 133.- Pilar Miracle Vázquez: "Alternativas de implementación de un Departamento de Gestión Global del Riesgo. Aplicado a empresas industriales de mediana dimensión" 2003/2004
- 134.- María José Morales Muñoz: "La Gestión de los Servicios de Asistencia en los Multirriesgo de Hogar" 2007/2008
- 135.- Juan Luis Moreno Pedroso: "El Seguro de Caución. Situación actual y perspectivas" 2003/2004
- 136.- Rosario Isabel Pastrana Gutiérrez: "Creació d'una empresa de serveis socials d'atenció a la dependència de les persones grans enfocada a productes d'assegurances" 2007/2008
- 137.- Joan Prat Rifá: "La Previsió Social Complementaria a l'Empresa" 2003/2004
- 138.- Alberto Sanz Moreno: "Beneficios del Seguro de Protección de Pagos" 2004/2005
- 139.- Judith Safont González: "Efectes de la contaminació i del estils de vida sobre les assegurances de salut i vida" 2009/2010
- 140.- Carles Soldevila Mejías: "Models de gestió en companyies d'assegurances. Outsourcing / Insourcing" 2005/2006
- 141.- Olga Torrente Pascual: "IFRS-19 Retribuciones post-empleo" 2003/2004
- 142.- Annabel Roig Navarro: "La importancia de las mutualidades de previsión social como complementarias al sistema publico" 2009/2010
- 143.- José Angel Ansón Tortosa: "Gerencia de Riesgos en la Empresa española" 2011/2012
- 144.- María Mercedes Bernués Burillo: "El permiso por puntos y su solución aseguradora" 2011/2012
- 145.- Sònia Beulas Boix: "Prevención del blanqueo de capitales en el seguro de vida" 2011/2012
- 146.- Ana Borràs Pons: "Teletrabajo y Recursos Humanos en el sector Asegurador" 2011/2012
- 147.- María Asunción Cabezas Bono: "La gestión del cliente en el sector de bancaseguros" 2011/2012
- 148.- María Carrasco Mora: "Matching Premium. New approach to calculate technical provisions Life insurance companies" 2011/2012
- 149.- Eduard Huguet Palouzie: "Las redes sociales en el Sector Asegurador. Plan social-media. El Community Manager" 2011/2012
- 150.- Laura Monedero Ramírez: "Tratamiento del Riesgo Operacional en los 3 pilares de Solvencia II" 2011/2012
- 151.- Salvador Obregón Gomá: "La Gestión de Intangibles en la Empresa de Seguros" 2011/2012
- 152.- Elisabet Ordóñez Somolinos: "El sistema de control Interno de la Información Financiera en las Entidades Cotizadas" 2011/2012
- 153.- Gemma Ortega Vidal: "La Mediación. Técnica de resolución de conflictos aplicada al Sector Asegurador" 2011/2012

- 154.- Miguel Ángel Pino García: "Seguro de Crédito: Implantación en una aseguradora multirramo" 2011/2012
- 155.- Genevieve Thibault: "The Customer Experience as a Source of Competitive Advantage" 2011/2012
- 156.- Francesc Vidal Bueno: "La Mediación como método alternativo de gestión de conflictos y su aplicación en el ámbito asegurador" 2011/2012
- 157.- Mireia Arenas López: "El Fraude en los Seguros de Asistencia. Asistencia en Carretera, Viaje y Multirriesgo" 2012/2013
- 158.- Lluís Fernández Rabat: "El proyecto de contratos de Seguro-IFRS4. Expectativas y realidades" 2012/2013
- 159.- Josep Ferrer Arilla: "El seguro de decesos. Presente y tendencias de futuro" 2012/2013
- 160.- Alicia García Rodríguez: "El Cuadro de Mando Integral en el Ramo de Defensa Jurídica" 2012/2013
- 161.- David Jarque Solsona: "Nuevos sistemas de suscripción en el negocio de vida. Aplicación en el canal bancaseguros" 2012/2013
- 162.- Kamal Mustafá Gondolbeu: "Estrategias de Expansión en el Sector Asegurador. Matriz de Madurez del Mercado de Seguros Mundial" 2012/2013
- 163.- Jordi Núñez García: "Redes Periciales. Eficacia de la Red y Calidad en el Servicio" 2012/2013
- 164.- Paula Núñez García: "Benchmarking de Autoevaluación del Control en un Centro de Siniestros Diversos" 2012/2013
- 165.- Cristina Riera Asensio: "Agregadores. Nuevo modelo de negocio en el Sector Asegurador" 2012/2013
- 166.- Joan Carles Simón Robles: "Responsabilidad Social Empresarial. Propuesta para el canal de agentes y agencias de una compañía de seguros generalista" 2012/2013
- 167.- Marc Vilardebó Miró: "La política de inversión de las compañías aseguradoras ¿Influirá Solvencia II en la toma de decisiones?" 2012/2013
- 168.- Josep María Bertrán Aranés: "Segmentación de la oferta aseguradora para el sector agrícola en la provincia de Lleida" 2013/2014
- 169.- María Buendía Pérez: "Estrategia: Formulación, implementación, valoración y control" 2013/2014
- 170.- Gabriella Fernández Andrade: "Oportunidades de mejora en el mercado de seguros de Panamá" 2013/2014
- 171.- Alejandro Galcerán Rosal: "El Plan Estratégico de la Mediación: cómo una Entidad Aseguradora puede ayudar a un Mediador a implementar el PEM" 2013/2014
- 172.- Raquel Gómez Fernández: "La Previsión Social Complementaria: una apuesta de futuro" 2013/2014
- 173.- Xoan Jovaní Guiral: "Combinaciones de negocios en entidades aseguradoras: una aproximación práctica" 2013/2014
- 174.- Àlex Lansac Font: "Visión 360 de cliente: desarrollo, gestión y fidelización" 2013/2014
- 175.- Albert Llambrich Moreno: "Distribución: Evolución y retos de futuro: la evolución tecnológica" 2013/2014
- 176.- Montserrat Pastor Ventura: "Gestión de la Red de Mediadores en una Entidad Aseguradora. Presente y futuro de los agentes exclusivos" 2013/2014

- 177.- Javier Portalés Pau: "El impacto de Solvencia II en el área de TI" 2013/2014
- 178.- Jesús Rey Pulido: "El Seguro de Impago de Alquileres: Nuevas Tendencias" 2013/2014
- 179.- Anna Solé Serra: "Del cliente satisfecho al cliente entusiasmado. La experiencia cliente en los seguros de vida" 2013/2014
- 180.- Eva Tejedor Escorihuela: "Implantación de un Programa Internacional de Seguro por una compañía española sin sucursales o filiales propias en el extranjero. Caso práctico: Seguro de Daños Materiales y RC" 2013/2014
- 181.- Vanesa Cid Pijuan: "Los seguros de empresa. La diferenciación de la mediación tradicional" 2014/2015.
- 182.- Daniel Ciprés Tiscar: "¿Por qué no arranca el Seguro de Dependencia en España?" 2014/2015.
- 183.- Pedro Antonio Escalona Cano: "La estafa de Seguro. Creación de un Departamento de Fraude en una entidad aseguradora" 2014/2015.
- 184.- Eduard Escardó Lleixà: "Análisis actual y enfoque estratégico comercial de la Bancaseguros respecto a la Mediación tradicional" 2014/2015.
- 185.- Marc Esteve Grau: "Introducción del Ciber Riesgo en el Mundo Asegurador" 2014/2015.
- 186.- Paula Fernández Díaz: "La Innovación en las Entidades Aseguradoras" 2014/2015.
- 187.- Alex Lleyda Capell: "Proceso de transformación de una compañía aseguradora enfocada a producto, para orientarse al cliente" 2014/2015.
- 188.- Oriol Petit Salas: "Creación de Correduría de Seguros y Reaseguros S.L. Gestión Integral de Seguros" 2014/2015.
- 189.- David Ramos Pastor: "Big Data en sectores Asegurador y Financiero" 2014/2015.
- 190.- Marta Raso Cardona: "Comoditización de los seguros de Autos y Hogar. Diferenciación, fidelización y ahorro a través de la prestación de servicios" 2014/2015.
- 191.- David Ruiz Carrillo: "Información de clientes como elemento estratégico de un modelo asegurador. Estrategias de Marketing Relacional/CRM/Big Data aplicadas al desarrollo de un modelo de Bancaseguros" 2014/2015.
- 192.- Maria Torrent Caldas: "Ahorro y planificación financiera en relación al segmento de jóvenes" 2014/2015.
- 193.- Cristian Torres Ruiz: "El seguro de renta vitalicia. Ventajas e inconvenientes" 2014/2015.
- 194.- Juan José Trani Moreno: "La comunicación interna. Una herramienta al servicio de las organizaciones" 2014/2015.
- 195.- Alberto Yebra Yebra: "El seguro, producto refugio de las entidades de crédito en épocas de crisis" 2014/2015.

