



universidad
de león

Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Universidad de León

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Curso 2012-2013



Analisis económico y financiero de "Santalucía Seguros" y sus competidores.

Economic and financial analysis of "Santalucía Seguros" and its competitors.

Realizado por: D^a María Rosa Saludes Rodríguez

Tutelado por: D^a Alicia Rodríguez Pérez

León – Septiembre 2013

INDICE

INDICE.....	1
INDICE DE CUADROS	3
RESUMEN.....	4
ABSTRACT.....	4
1. INTRODUCCION.	6
2. OBJETIVOS	8
3. METODOLOGIA.....	9
4. EL SECTOR DE LAS ENTIDADES ASEGURADORAS EN ESPAÑA	10
4.1. RESEÑA HISTOTICA	10
4.2. CARACTERISTICAS DEL SECTOR ASEGURADOR	12
4.3. EL CONTRATO DE SEGURO	12
4.3.1. Características del contrato de seguro	13
4.3.2. Elementos que forman parte de un contrato de los seguros	14
4.3.2.1. Elementos materiales	14
4.3.2.2. Elementos formales	15
4.4. CLASES DE SEGUROS. LOS RAMOS.....	17
4.4.1. Ramos personales.....	17
4.4.2. Ramos patrimoniales.....	18
4.4.3. Ramos de prestación de servicios	18
4.4.4. Clasificación de los seguros.....	18
4.5. EL CONTRATO DE SEGURO Y SU REGULACIÓN EN EL DERECHO ESPAÑOL. ...	19
4.5.1. La Ley 30/95, de 8 de noviembre, de Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados	19
4.5.2. La Ley 9/92, de 30 de abril, de Mediación en Seguros Privados	21
4.6. MARKETING DEL SECTOR SEGUROS.....	22
4.6.1. Las variables del marketing de seguros.....	23
4.6.1.1. El producto	24
4.6.1.2. El Precio.....	26
4.6.1.3. La promoción (comunicación)	27
4.6.1.4. La distribución	28

4.7. SISTEMA CONTABLE DE LAS ASEGURADORAS	30
4.7.1. Normas	30
4.7.2. Obligaciones contables.....	31
4.7.3 LIBROS Y REGISTROS	33
4.7.3.1. Libros y registros generales	33
4.7.3.2. Libros y registros específicos	33
4.7.3.3. Llevanza y conservación de los libros y registros.....	34
5. CONOCIENDO LA EMPRESA SANTA LUCIA SEGUROS.....	35
5.1. ANTECEDENTES.....	35
5.1.1. La evolución de la actividad.....	36
5.1.2. La evolución de los ramos de seguros.....	37
5.2 LOS PRODUCTOS	38
5.3. LOS CLIENTES	44
5.4. RED DE DISTRUBUCION.....	44
6. ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO DE SANTALUCIA SEGUROS Y COMPARATIVA CON OTRAS EMPRESAS DEL SECTOR	45
6.1. INTRODUCCION	45
6.2. ANALISIS FINANCIERO	47
6.2.1. Analisis financiero a c/p.....	47
6.2.2. Analisis financiero a L/P.....	51
6.2.3. Analisis financiero comparativo de Santalucia y otras entidades.....	53
6.3. ANÁLISIS ECONÓMICO	64
6.3.1. Analisis económico comparativo de Santalucia y otras entidades	69
7. CONCLUSIONES	74
8. BIOGRAFIA	77
9. ANEXOS.....	79

INDICE DE CUADROS

Cuadro 4.1. Tipos de primas.....	16
Cuadro 4.2. Tipos de póliza.....	17
Cuadro 4.3. Clasificación de los seguros.....	19
Cuadro 4.4. Resumen de las obligaciones contables.....	34
Cuadro 5.1. Cronología de la actividad de Santalucia.....	37
Cuadro 5.2. Estructura y evolución de los ramos.....	38
Cuadro 6.1. Balance situación grupo Santalucia.....	49
Cuadro 6.2. Productos de Mapfre.....	56
Cuadro 6.3. Cuenta de pérdidas y ganancias.....	67

RESUMEN

El presente trabajo fin de grado tiene como objetivo efectuar un análisis económico-financiero de la empresa aseguradora SEGUROS SANTALUCÍA. Partiendo de una visión global sobre los aspectos generales del sector asegurador en España, hemos realizado una breve referencia a la normativa contable que regula estas instituciones, así como a su legislación, marketing y otros aspectos relacionados con los contratos de seguro.

De esta forma, la parte central del trabajo consiste en efectuar, en primer lugar, un análisis financiero haciendo una comparación con otras empresas del sector, como son SEGUROS MAPFRE, REALE SEGUROS Y ALLIANZ SEGUROS. Para la realización de este estudio se ha calculado la magnitud “*capital circulante*” y los ratios de, “*solventía*”, “*tesorería*”, “*endeudamiento*” y “*autonomía financiera*”.

En segundo lugar, hemos procedido a realizar un análisis económico de dicha empresa, para el que se utilizan los ratios de: “*rentabilidad económica*”, “*rentabilidad de los recursos propios*” y “*rotación de los activos*” que, a su vez, han sido comparados con los mismos ratios de las empresas del sector anteriormente citadas.

ABSTRACT

This final project aims to conduct a financial analysis of the insurance company INSURANCE Santalucia. Starting with an overview of the general aspects of the insurance industry in Spain, we made a brief reference to the accounting rules governing these institutions and its laws, marketing and other aspects of insurance contracts.

Thus, the central part of the work is made, first, a financial analysis by comparing with other companies, such as MAPFRE INSURANCE, ALLIANZ INSURANCE AND INSURANCE Reale. To carry out this study we have calculated the magnitude "capital" ratios and "solvency", "cash", "debt" and "financial independence".

Second, we carried out an economic analysis of the company, for which ratios are used: "profitability", "return on equity" and "asset turnover" which, in turn, has been compared with the same ratios of the aforementioned companies.

1. INTRODUCCION.

La crisis que ha afectado a gran parte de los países industrializados en los últimos años ha sido especialmente severa por su generalidad, complejidad y, sobretodo, por la mayor dificultad que encuentran los países para salir de la misma. En este último caso, España es uno de los países en los que esta epidemia ha adquirido especial virulencia, como lo pone de manifiesto los distintos indicadores que se suelen utilizar para medir el nivel de crecimiento y desarrollo de las economías.

A este respecto, cabe destacar el número importante de empresas, en especial las encuadradas dentro del término “pequeñas y medianas empresas” (pymes), que en el periodo comprendido entre 2008 y 2012 se han visto obligadas a liquidar sus negocios o realizar importantes reestructuraciones que han ocasionado cifras de desempleo insostenibles para permitir una recuperación económica. Así, la tasa de paro que llegó a marcar un mínimo histórico en la primavera de 2007, con un 7,95% de la población activa, empezó a aumentar de forma progresiva y alarmante, situándose en la actualidad entorno al 27%, la segunda más alta de toda Europa.

Sin embargo, a pesar de estas perspectivas tan desalentadoras hay ciertos sectores económicos en los que la crisis económica no les afecta con la misma intensidad. Nos referimos, concretamente, al sector de las empresas de seguros, que si es ciertos que en muchos casos está muy relacionado con el sistema bancario, la crisis que afecta a este último es muy diferente.

La principal diferencia entre ambas crisis es que la de las aseguradoras no es sistémica porque dependen mucho menos unas de otras y, en segundo lugar, porque los bancos necesitan mayor liquidez, mientras que en el caso de los seguros se cobra la prima antes de dar la cobertura. Asimismo, el hecho de que muchas entidades bancarias se están desprendiendo de sus negocios aseguradores va a fortalecer el sector (Ellen Burger, 2010).

En este trabajo pretendemos comprobar la evolución del sector asegurador, para lo cual centraremos nuestro análisis en la empresa “SANTALUCIA SEGUROS” que tomaremos como referencia, con el fin de efectuar, posteriormente, una comparación con otras empresas del mismo ámbito de negocios.

No en vano, la compañía objeto de estudio ha incrementado su facturación un 4,68% en el año 2012, hasta los 1.267,45 millones de euros, y prevé que el beneficio neto siga progresivamente aumentando hasta llegar a los 120 millones de euros, según se desprende de la previsión de resultados realizada el pasado ejercicio (eleconomista.es). Esto es, a pesar de la ya tan reiterada “crisis”, esta empresa, no solo sigue manteniendo su cifra de negocios (objetivo de por sí ya es difícil en la situación actual) sino que incluso ha logrado incrementar dicha cifra.

Cabe también señalar todas las funciones que realiza como motor e impulso, de la industria financiera, ya que no solo se expande internamente con sus propios comerciales o proyectos, sino que también utiliza ciertas microempresas en un alto porcentaje de servicios para la cobertura de todas las necesidades que puedan surgir a los clientes, lo que la hace peculiarmente atractiva puesto que en las zonas donde se establece, además de incrementar su negocio, da cierta estabilidad económica a otras empresas, aspecto que en los momentos actuales es muy positivo .

Por otra parte, el objetivo de este trabajo reviste para nosotros especial importancia por cuanto formamos parte de la plantilla de trabajadores de dicha empresa en la que desempeñamos funciones de asesoramiento jurídico. Nuestras funciones comienzan en el asesoramiento y siguen en la tramitación y gestión de documentación de los asegurados de la compañía. Trabajamos mucho en el ámbito de seguro de decesos, gestionamos toda aquella documentación que conlleva una defunción, como pueden ser, liquidación del impuesto de sucesiones y donaciones y reparto de herencia. También ofrecemos asesoramiento y cobertura de todo aquello relacionado con responsabilidad civil.

2. OBJETIVOS

Pretendemos efectuar un profundo análisis de la empresa Santalucia desde un punto de vista económico- financiero, que aporte resultados útiles para la gestión. Nuestro propósito, por tanto, será comprobar la evolución que ha experimentado nuestra empresa durante los años centrales de la crisis y comprobar la posición que ocupa en el sector como resultado de la comparación con las más relevantes que se pueden considerar en la actualidad.

3. METODOLOGIA

Para alcanzar el objetivo propuesto utilizaremos las herramientas y técnicas de investigación propias de los estudios que se realizan en el campo del “Análisis de Estados Financieros”, tomando como principal fuente datos para el estudio a realizar, los Balances y Cuentas de Pérdidas y Ganancias de las compañías analizadas de los últimos 5 años.

A este respecto, cabe recordar que la normativa contable por la que se regula este sector es muy diferente a la que es de obligatoria aplicación en otras empresas, como es el Plan General de Contabilidad. En este caso, las empresas aseguradoras tienen su propia normativa contable que se desarrolla básicamente en dos normas:

- a) Real Decreto 1317/ 2008, de 24 de Julio, por el que se aprueba el Plan de Contabilidad de las entidades aseguradoras.

- b) Real Decreto 1318/ 2008, de 24 de Julio, que tiene por objeto la adecuación de Reglamento de Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados (ROSSP) al nuevo marco contable así como la incorporación en el mismo de ciertos ajustes técnicos para su adecuación a la problemática de nuevos productos de seguro.

En definitiva, las particularidades y casuística específica de estas empresas obligan a un tratamiento contable diferente que será preciso considerar antes de adentrarnos en el análisis económico-financiero indicado.

4. EL SECTOR DE LAS ENTIDADES ASEGURADORAS EN ESPAÑA

En el campo de los seguros y de la contratación de los mismos, la compañía aseguradora o el asegurador es aquella persona jurídica que se responsabiliza de la obligación de pago de la indemnización cuando se puede producir el evento asegurado.

Así pues el ente asegurador se puede considerarse como “la persona jurídica que constituida con arreglo a lo dispuesto por la legislación correspondiente, se dedica a asumir riesgos ajenos, cumpliendo lo que a este efecto establece aquella legislación, mediante la percepción de un cierto precio llamado prima.”(Orlando Greco, 2004, pág. 27)

4.1. RESEÑA HISTÓRICA

A lo largo de la historia la industria aseguradora ha registrado cambios trascendentales en casi todos sus frentes, siguiendo la ruta impuesta por diferentes coyunturas, algunas veces resultado de las tendencias del mercado internacional, y en otras, por los cambios regulatorios nacionales. De esta forma, el sector ha introducido cambios tan drásticos en sus prácticas comerciales que lo han llevado a pasar súbitamente de un esquema de precios regulados a otro de libre mercado, además de participar directamente en el Sistema de Seguridad Social. (Tatiana Criado, Arturo Nájera / Julio de 2011)

España en la década de los años ochenta no introdujo, en sí, cambios sustanciales al sector, pero es recordada por la difícil crisis financiera de 1982 que desencadenó la quiebra del Grupo Grancolombiano y su intervención por parte del Gobierno.

A principios de la década de los noventa, el Estado reformó el sector financiero con el fin de prevenir situaciones como las vividas en los ochenta y preparar al país para competir de una forma más adecuada frente al mundo, dada la proximidad de la apertura económica.

El inicio de la década de los noventa estuvo enmarcado por diversos hechos representativos para el sector, los cuales generaron el cambio estructural que hoy se observa:

- La “desregulación” del sector por medio de la reforma financiera de 1990, que introdujo la libre competencia de productos (pólizas y tarifas).
- El fortalecimiento de la actividad aseguradora mediante el establecimiento de capitales mínimos y niveles adecuados de solvencia, hechos que la vincularon al nuevo esquema de competitividad.
- La incursión en diferentes ramos de Seguridad Social, que permitió la participación del sector en un nuevo mercado: rentas vitalicias, seguros previsionales, riesgos profesionales, enfermedades de alto costo y otros ramos.
- La modificación del régimen de inversiones y la introducción del sistema de valoración de las mismas, lo que modificó sustancialmente la composición de los portafolios de las aseguradoras e indujo las escisiones patrimoniales.
- El incremento de la inversión extranjera, toda vez que permitió la libre entrada de capitales al sector, hecho que actualmente se traduce en sana competencia y fortalecimiento de la industria, con una alta participación del capital foráneo.
- La recomposición de esquema accionario de las compañías de reaseguro en el exterior y la desaparición de las compañías locales en ese campo.
- El reordenamiento del sector de corretaje de seguros en el exterior, que llevó a que la propiedad de las firmas que desempeñan esa actividad pasara a manos del capital extranjero.

La caída del dólar entre el 2003 y el 2004, para el caso del sector asegurador, la caída en el dólar implicó pérdidas, producto de los menores ingresos financieros que percibieron por las inversiones en papeles del exterior, lo que afectó el resultado de la operación para dicho período, especialmente en el 2004.

La crisis financiera de 2008 fue originada en Estados Unidos y ocasionada principalmente por una crisis crediticia, hipotecaria y de confianza en los mercados. Ésta fue denominada la Crisis de las Hipotecas Subprime.

4.2. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR ASEGURADOR

Esta persona jurídica debe reunir, precisamente, alguna de las condiciones que la ley considera necesarias para la práctica de la industria aseguradora. (Ley 30/95 del 8 de noviembre de Ordenación y Supervisión de los seguros Privados)

- Ha de contar con autorización previa por la Administración Pública, para actuar como aseguradora.
- Debe dedicarse en forma exclusiva a la práctica del seguro o del reaseguro, en su caso sin que sea admisible otro tipo de actividades, salvo las operaciones de gestión de fondos colectivos de jubilación.
- Han de ajustar su situación a las normas de la legislación de seguros, que regulan con detalle la práctica aseguradora, estando sometidas a la inspección y control del Poder Público.

Siendo el seguro un tema que afecta a toda la comunidad, que está directamente conectado con el bienestar de ésta y cuya base indispensable es la confianza y el crédito, a las entidades que deseen actuar como aseguradoras se le exigen una doble serie de formalidades tanto jurídicas como económicas.

4.3. EL CONTRATO DE SEGURO

En términos generales, un contrato puede definirse como un acuerdo entre dos o más partes, en virtud del cual se obligan sobre algo. Los legisladores españoles, apartándose de la línea seguida por los de otros países europeos, aportan varias definiciones de seguro en nuestro Código Civil, nuestro Código de Comercio y en la Ley 50/1980, de 8 de octubre, de Contrato de Seguro. Dentro de este último texto legal, en su artículo 1, se dice: “El contrato de seguro es aquel por el que el asegurador se obliga, mediante el cobro de una prima y para el caso de que se produzca el evento cuyo riesgo es objeto de cobertura, a indemnizar, dentro de los límites pactados, el daño producido al asegurado o a satisfacer un capital, una renta u otras prestaciones convenidas”.

Un rasgo a destacar del contrato de seguro es que sus efectos van más allá de los dos sujetos que definen el mismo (asegurador y asegurado). Así, en los seguros de vida suele aparecer la figura del beneficiario y en los seguros de responsabilidad civil los terceros perjudicados. Ello es debido a la evolución que ha experimentado, a lo largo del tiempo, el concepto de contrato de seguro. En nuestros días no se asocia exclusivamente a riesgo sobre las cosas, sino también sobre las personas. De ahí que sus efectos abarquen más allá de la simple indemnización.

4.3.1. Características del contrato de seguro

La mayoría de los autores coinciden a la hora de apuntar cuáles son las características principales del contrato de seguro. Aquí seguiremos las apuntadas por J.J. Garrido y Comas (1987):

- **Aleatorio.** El contrato de seguro es aleatorio en cuanto no se sabe con exactitud si va a suceder o no el hecho previsto. Es decir, ninguna de las partes que intervienen en el contrato conoce, por anticipado, el desenlace del mismo; aunque también es cierto que con la aplicación de los métodos estadísticos para el cálculo de tarifas, el asegurador sí puede determinar, de forma global, los costes de su compañía. De otro modo, estaría abocado al fracaso y la quiebra.
- **Consensual.** Es un contrato que se establece por el mero consentimiento de las partes.
- **Oneroso.** En este contrato cada una de las partes que intervienen realiza una prestación a cambio de recibir otra. La tomadora paga la prima correspondiente y espera que, una vez producido el siniestro, el asegurador le abone la cantidad estipulada, pues éste ya recibió periódicamente su cuota.
- **De buena fe.** Si este principio es importante en el resto de los contratos, en el de seguro alcanza su máximo exponente por cuanto el asegurador, incapaz de conocer por sí solo la mayoría de las veces la naturaleza del riesgo que asegura, ha de confiar en la información que el asegurado le da. Por otro lado, el asegurado debe evitar que el siniestro ocurra o, en última instancia, aminorar sus consecuencias. Al mismo tiempo, el asegurador tiene la obligación de explicar a fondo los términos del contrato que el cliente va a suscribir, para que éste último tenga un

conocimiento exhaustivo del contenido del mismo. Las cláusulas también habrán de redactarse de forma clara y sencilla, para que la otra parte pueda ser consciente de cuál es el alcance de la póliza que va a firmar.

- **De adhesión**. En este contrato las cláusulas las establece el asegurador y el asegurado se limita a aceptarlas.
- **Bilateral**. Esta característica, introducida por F. Busquets Roca (1988), hace referencia a que las dos partes se obligan recíprocamente: lo que son derechos de una se convierten en obligaciones de la otra.

4.3.2. Elementos que forman parte de un contrato de los seguros

Podemos diferenciar tres tipos de elementos: los materiales, entre los que se hallarían el riesgo y la prima; los formales, donde se encuadraría la póliza y los personales, referidos a las personas físicas o jurídicas que intervienen en el contrato.

4.3.2.1. Elementos materiales

Prima, Es la cantidad monetaria que pagan los asegurados a la aseguradora por contratar el seguro durante un tiempo determinado, pueden ser primas únicas o primas periódicas. Constituye la forma principal de captación y de crecimiento en nivel de recursos en nuestra empresa.

Cuadro 4.1. Tipos de primas

➤ Según sus componentes	<ul style="list-style-type: none"> • Prima pura o de riesgo • Prima de inventario • Prima comercial • Prima total
➤ Según situación económico-contable	<ul style="list-style-type: none"> • Prima emitida • Prima anulada • Prima cobrada • Prima pendiente • Primas netas emitidas devengadas
➤ Según su período de cálculo y forma de pago	<ul style="list-style-type: none"> • Prima fraccionaria • Prima fraccionada • Prima única • Prima periódica
➤ Según su relación con el riesgo	<ul style="list-style-type: none"> • Prima natural • Prima nivelada • Prima creciente • Prima decreciente
➤ Según su estabilidad económica	<ul style="list-style-type: none"> • Prima fija • Prima variable
➤ Según su grado de determinación	<ul style="list-style-type: none"> • Prima provisional • Prima definitiva
➤ Según la anualidad en que se satisface	<ul style="list-style-type: none"> • Prima inicial o primera • Prima sucesiva • Prima anticipada
➤ Según el grado de imputación al negocio de un ejercicio económico	<ul style="list-style-type: none"> • Prima devengada • Prima adquirida

Fuente, elaboración propia, a partir de los datos obtenidos de la teoría general del seguro.

Riesgo: es la condición fundamental y la razón de ser de todo contrato de estas características. Existen diversas definiciones de riesgo.

4.3.2.2. Elementos formales

Póliza: Es el elemento formal que caracteriza a todo contrato de seguro es la póliza. El documento emitido por la Entidad aseguradora, suscrito por ésta y el tomador, que tiene por objeto probar la existencia del contrato de seguro, concretando sus condiciones (Garrido y Comas, 2005).

A través de la póliza se formaliza e instrumenta el contrato de seguro. Es la encargada de recoger todas las condiciones pactadas entre asegurador y tomador que van a afectar a dicho contrato. La mayoría de los autores coinciden a la hora de señalar la póliza en que el documento sin el cual no podría formalizarse el contrato de seguro.

Cuadro 4.2. Tipos de póliza

➤ Por la amplitud de los riesgos cubiertos	<ul style="list-style-type: none"> • Póliza simple • Póliza combinada (o global) • Póliza a todo riesgo (o integral)
➤ Por el número de asegurados que garantice	<ul style="list-style-type: none"> • Póliza individual • Póliza colectiva
➤ Por la manera de estar designado el titular de la póliza	<ul style="list-style-type: none"> • Póliza nominativa • Póliza a la orden • Póliza al portador
➤ Otras clases	<ul style="list-style-type: none"> • Póliza base • Póliza de cobertura mundial • Póliza deficitaria • Póliza estimada • Póliza flotante • Póliza "in quo vadis" • Póliza liberada • Póliza reemplazada • Póliza rehabilitada • Póliza renovada • Póliza en suspensión de garantías • Póliza temporal

Fuente, elaboración propia, a partir de los datos obtenidos de la teoría general del seguro.

Asegurado: persona física o jurídica, titular del interés objeto del seguro que, en defecto del tomador del seguro, asume las obligaciones derivadas del contrato de seguro.

Tomador: es la persona (física o jurídica) que suscribe una póliza de seguros con el asegurador, obligándose mediante su firma a hacer frente al pago de la prima de seguros. El tomador actúa en nombre propio, pero es diferente del asegurado. Con la contratación de un seguro, el tomador busca trasladar un determinado riesgo a un tercero.

Beneficiario: Es aquel sobre quien recaen los beneficios de la póliza pactada, por voluntad expresa del tomador. La designación del beneficiario se da, generalmente, en los seguros de carácter personal, de manera especial a los seguros de vida y accidentes, para el caso de muerte del asegurado.

Perjudicado: Es aquel que sufre en su propia persona, en sus bienes o derechos, un daño como consecuencia de un determinado siniestro.

4.4. CLASES DE SEGUROS. LOS RAMOS

Si bien se pueden considerar dos grandes áreas de seguro, el privado y el estatal o seguridad social, para los objetivos de nuestro trabajo nos centraremos en el primero de ellos por ser el que tiene lugar en el ámbito particular.

Aunque existen múltiples clasificaciones de seguros privados, la más extendida es la que los clasifica según la naturaleza de los riesgos. De este modo, se puede distinguir entre:

- Seguros de personas. Lo más característico de los mismos es su objeto: el ser humano.
- Seguros de daños o patrimoniales. Como su propio nombre indica, la finalidad que persiguen es reparar el daño sufrido en el patrimonio.
- Seguros de prestación de servicios. Con ellos se garantiza que, en caso de producirse el siniestro previsto, el asegurador realizará el servicio especificado en la póliza.

A continuación se hace una breve descripción de cada uno de estos ramos,

Entendiendo por tales aquellos conjuntos o grupos de riesgos que poseen una serie de características semejantes.

4.4.1. Ramos personales

Engloban a los seguros de personas y, como puede deducirse por su nombre, la característica principal de todos ellos radica en que el objeto asegurado es el ser humano.

Las modalidades más importantes son:

- Seguro de vida.
- Seguro de accidentes.
- Seguro de enfermedad.

4.4.2. Ramos patrimoniales

Engloban un número muy amplio de seguros. Las clasificaciones que pueden hacerse de los mismos son variadas.

4.4.3. Ramos de prestación de servicios

Son los contratos que aseguran la prestación de algún servicio profesional o material a una empresa en el momento que se produzca el hecho asegurado.

4.4.4. Clasificación de los seguros

Cuadro 4.3. Clasificación de los seguros.

RAMOS NO VIDA	RAMOS VIDA
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Accidentes. ➤ Enfermedad (comprendida la asistencia sanitaria). ➤ Vehículos terrestres (no ferroviarios). ➤ Vehículos ferroviarios. ➤ Vehículos aéreos. ➤ Vehículos marítimos, lacustres y fluviales. ➤ Mercancías transportadas (comprendidos los equipajes y demás bienes transportados). ➤ Incendio y elementos naturales. ➤ Otros daños a los bienes. ➤ Responsabilidad civil en vehículos terrestres automóviles (comprendida la responsabilidad del transportista). ➤ Responsabilidad civil en vehículos aéreos (comprendida la responsabilidad del transportista). ➤ Responsabilidad civil en vehículos marítimos, lacustres y fluviales (comprendida la responsabilidad civil del transportista). ➤ Responsabilidad civil en general. ➤ Crédito. ➤ Caución. ➤ Pérdidas pecuniarias diversas. ➤ Defensa jurídica. ➤ Asistencia. ➤ Decesos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Seguro sobre la vida, tanto para caso de muerte como para caso de supervivencia, o ambos conjuntamente, incluido en el de supervivencia el seguro de renta; el seguro sobre la vida con contraseguro; el seguro de "nupcialidad"; y el seguro de "natalidad". Asimismo comprende cualquiera de estos seguros cuando estén vinculados con fondos de inversión. ➤ Operaciones de capitalización del artículo 3.2. de la presente Ley (se refiere a operaciones basadas en técnica actuarial que consistan en obtener compromisos determinados en cuanto a su duración y a su importe a cambio de desembolsos únicos o periódicos previamente fijados). ➤ Operaciones de gestión de fondos colectivos de jubilación y de gestión de operaciones tontinas.

Fuente de elaboración propia, a partir de los datos de la teoría general del seguro.

4.5. EL CONTRATO DE SEGURO Y SU REGULACIÓN EN EL DERECHO ESPAÑOL.

Dentro de la actividad económica en general, la derivada de las operaciones aseguradoras se enmarca dentro del sector servicios. El conjunto de entidades y organismos que intervienen en esta actividad, ya sea del lado de la oferta ya del de la demanda, así como sus respectivos medios, prácticas y técnicas son precisamente lo que constituye la institución aseguradora de la que también forman parte las normas que, emanadas de los poderes públicos, regulan su desarrollo, así como los organismos que tienen encomendada la función de control y vigilancia del cumplimiento de tales normas.

El servicio que justifica la existencia de la actividad y la institución aseguradora es el de seguridad y, como cualquier otro, responde a una necesidad: la de protección frente a la posibilidad de que por azar se produzca un evento, futuro e incierto, susceptible de crear una necesidad patrimonial. En otras palabras, la necesidad de protección frente al riesgo al que están expuestos todos los seres humanos tanto sobre su persona como sobre sus bienes o responsabilidades contraídas en su vida privada o profesional.

Las fuentes del Derecho de Seguros son varias. Así, el primer grupo de fuentes está constituido por las que regulan la intervención del Estado en la explotación del seguro (Derecho público de seguros). El principio que subyace en la filosofía de ordenación y supervisión de los seguros privados se basa en que la explotación del negocio asegurador, como actividad financiera, se diferencia de otro tipo de explotaciones industriales. Las razones en que se basa esto son varias, entre las que se pueden citar la diferente posición de las partes en el contrato, la inversión del ciclo productivo, el papel social que puede jugar el seguro. Las medidas adoptadas por el Estado para intervenir en el sector de los seguros privados se basan, según establecen las propias normas de supervisión, en el fomento de la actividad e industria aseguradora como en la protección de los consumidores y usuarios.

4.5.1. La Ley 30/95, de 8 de noviembre, de Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados

En 1995, después de tres años de preparación y posterior tramitación en el Parlamento, entró en vigor la Ley 30/1995 de Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados.

Uno de los objetivos más importantes que perseguía dicha ley era la de adaptar nuestro Ordenamiento Jurídico, en materia de seguros y fondos y planes de pensiones, a las cinco directivas comunitarias dictadas con el único fin de crear un Mercado Único del Seguro en Europa: la Tercera Directiva de no Vida, Tercera Directiva Vida, Tercera Directiva de Responsabilidad Civil del Automóvil, Directiva sobre el Reforzamiento de la Supervisión de las Entidades Financieras y Aseguradoras y Directiva sobre Cuentas.

Se regulaba así la denominada Autorización Administrativa Única, lo que conllevó que las entidades aseguradoras españolas vieran ampliado su campo de actuación a todo el Espacio Económico Europeo y que, como contrapartida, las compañías extranjeras no precisasen autorización española para desarrollar su actividad aseguradora en nuestro país.

La Ley 30/1995 se estructura en tres Títulos cuyo contenido es el siguiente:

1. Título: Contiene las disposiciones generales y define el ámbito de aplicación de esta Ley desde el punto de vista subjetivo, objetivo y territorial.
2. Título: Regula la actividad de las entidades aseguradoras españolas.
3. Título: Está dedicado a la regulación de la actividad aseguradora de entidades aseguradoras extranjeras en España.

Además de los citados títulos, la Ley 30/1995 consta de dieciséis Disposiciones Adicionales, siete Disposiciones Transitorias, una Disposición Derogatoria y tres Disposiciones Finales.

A través de ellas se introducen algunas modificaciones relevantes en aspectos tales como el Régimen de las Mutualidades de Previsión Social, la Ley de Contrato de Seguro, la Ley de Planes y Fondos de Pensiones y la protección del asegurado (Incluye la posibilidad de crear la figura del Defensor del Asegurado).

Sin embargo, la Ley 30/1995 tiene lagunas muy importantes. Entre ellas destaca el tema de la fiscalidad del seguro de vida, el cual sufre una clara discriminación respecto de otros

productos de ahorro a largo plazo como son los planes de pensiones o los fondos de inversión. Probablemente sea ésta una de las causas que motivan que el sector asegurador español se caracterice por importantes altibajos a lo largo del año que, en el fondo, sólo contribuyen a frenar su desarrollo y a los que es necesario poner fin si se desea que nuestras entidades compitan en un marco de igualdad con el resto de las aseguradoras europeas.

4.5.2. La Ley 9/92, de 30 de abril, de Mediación en Seguros Privados

Pero, y anterior a la Ley 30/95, la norma que a nosotros más nos interesa, desde el punto de vista de la distribución, es la Ley 9/92, de 30 de abril, de Mediación en Seguros Privados.

Por primera vez se establece una clara diferenciación entre los agentes de seguros y los corredores, según su grado de dependencia de las entidades aseguradoras. Además, también se regula la liberalización de la red agencia de las aseguradoras, es decir, se eliminan algunas barreras que existían en cuerpos legales anteriores tales como la superación de exámenes o la colegiación obligatoria que debían acatar los profesionales del sector para ser nombrados agentes de seguros.

Por otro lado, dicha Ley obliga a los corredores a cumplir determinados requisitos financieros y de profesionalidad para acceder a esta actividad y establece dos centros bien diferenciados de responsabilidad administrativa: las propias aseguradoras, que serán las últimas responsables de los actos de los agentes que integran su red de distribución, y los corredores o las corredurías.

Además, se determina que todo el control que deba existir sobre los mediadores será ejercido por la Dirección General de Seguros del Ministerio de Economía y Hacienda.

Para finalizar, este texto legal también se fundamenta en el principio de liberalización y flexibilidad en la actividad de distribución de seguros privados, es decir, regula a agentes y corredores pero no dice nada sobre el resto de canales; permite que las aseguradoras celebren contratos entre ellas para el intercambio de sus redes agenciales de distribución y suprime la exclusividad de objeto social en las sociedades de agencia y de correduría de seguros.

4.6. MARKETING DEL SECTOR SEGUROS

En los últimos años, la fuerte evolución experimentada por el sector financiero en nuestro país ha motivado una creciente aplicación de todas las técnicas del marketing a esta actividad. Sin embargo, las características diferenciales que distinguen a este sector del resto hacen que sea necesaria una adaptación previa de las herramientas del marketing al mercado financiero, lo que ha supuesto la aparición del marketing financiero.

Y, si nos centramos en los seguros, qué duda cabe que la especificidad de estos servicios reclama una especialización aún más profunda del marketing financiero. El marketing asegurador puede entenderse desde la óptica de una promesa de beneficio (indemnización futura) que se concede a cambio del pago de un precio determinado (la prima). De ahí que, aunque pueda tener muchas similitudes con el marketing industrial, en el que se entrega una mercancía o producto contra el pago de cierta cantidad de dinero, también existan entre ambos diferencias importantes, entre las que podemos destacar las siguientes (CORDOBA VILLAR 1989):

- Las aseguradoras venden productos intangibles, venden abstracciones que en algunos casos resultan bastante complicadas de entender.
- En muchas ocasiones, y dependiendo del nivel de desarrollo del país, el cliente no siente la necesidad de protegerse contra los riesgos. No ve la previsión como algo que ha de formar parte de su vida cotidiana. Afortunadamente, y a medida que se incrementa la cultura financiera de los ciudadanos y su nivel de vida, esta tendencia varía positivamente.
- Las entidades aseguradoras venden promesas de futuro. Las pólizas no proporcionan al que las suscribe ningún beneficio inmediato tangible. En realidad sólo actúan protegiendo a la persona cuando tiene lugar el siniestro.
- La prestación del servicio, como se explicaba en el párrafo anterior, tiene lugar si se ha producido el evento desgraciado. Es decir, la contratación del seguro, al contrario de lo que sucede con la mayoría de los productos industriales convencionales (un coche, un jabón de tocador, un perfume, etc.) no produce ningún placer inmediato en el cliente.

- La mayoría de las pólizas suelen ser complejas y difíciles de entender por el público en general, lo cual no favorece una comunicación fluida entre la entidad y sus clientes, por otro lado tan necesaria.
- La famosa *letra pequeña*, demasiado presente hasta no hace mucho tiempo, sólo ha servido para dar una imagen ambigua del sector, que siempre se ha movido entre la desconfianza del público y el intento por transmitir la idea de compañías íntegras y estables financieramente hablando.
- En el sector seguro el coste de la producción es variable. Ello es debido a que no se puede conocer de antemano el total de siniestros al que cada compañía deberá hacer frente anualmente. De ahí que muchas entidades intenten eliminar esta incertidumbre a través de la dispersión de riesgos. Por otro lado, esto también les obliga a obtener ventas rentables, es decir, a dirigirse a segmentos del mercado interesantes por sus características, a ejercer un control eficaz de su cartera y a adoptar aquellas medidas de saneamiento que las circunstancias de cada momento requieran.
- Las aseguradoras, quizás durante demasiado tiempo, no han vendido sino que han comprado negocio. La dependencia de los canales de distribución tradicionales (agentes y corredores) sólo ha servido, por lo que a la aplicación de técnicas de marketing se refiere, para no poder ejercer un control directo de toda la operación de venta por parte de la compañía. Además, el cliente se queja con frecuencia de la deficiente preparación de estos canales y de que todos sus esfuerzos se centran en el cierre de la venta olvidándose del servicio posventa, pilar fundamental en cualquier entidad de seguros.

4.6.1. Las variables del marketing de seguros

Al igual que sucede en el marketing industrial, el marketing de seguros también se caracteriza por estar compuesto por determinadas variables o elementos de cuya combinación surgirán diversos modos de actuación (GRONROSS, 1994)

Los integrantes más tradicionales son los conocidos como las “cuatro pes” del marketing-mix: producto, precio, promoción y distribución (en inglés, *place*).

Las características de un determinado producto o servicio (por ejemplo un seguro de automóviles), el diseño del mismo según las necesidades del mercado que trata de satisfacer, el nombre o la garantía posventa que ofrece la entidad, son factores que contribuirán al éxito o fracaso del mismo.

Por lo que al precio se refiere, en el sector seguro éste será el dinero que la persona que contrate la póliza pagará al asegurador: la prima. En ella deberán estar conjugados todos los costes en los que incurre la entidad para ponerla en circulación, además del beneficio esperado.

La promoción no es sino la comunicación que la aseguradora entable con su público objetivo a la hora de dar a conocer su nuevo servicio. A través de ella intentará mostrar las ventajas y beneficios que pueden obtenerse al suscribir una determinada póliza.

Y la distribución es la variable que aglutina a todos los canales necesarios para hacer llegar el seguro en cuestión a los consumidores.

Algunos autores ya hablan de una quinta “p”, referida al personal que se centra en la importancia del marketing interno y de un buen servicio posventa o de atención al cliente.

Además de estos cuatro elementos ya clásicos, en el marketing tradicional y también en el de seguros es precisa la utilización de otras variables tales como la investigación y segmentación de mercados. A continuación se hace un breve análisis de todas ellas, mostrando las singularidades que presentan en el sector seguro.

4.6.1.1. El producto

Los servicios que ofrece el sector seguro muestran determinadas particularidades que conviene destacar, algunas de las cuales ya han sido puestas de relieve en epígrafes anteriores MERLO BATALLER (1994):

1. Intangibilidad. Un coche, un jabón de tocador, un traje. Todos ellos son productos que el usuario puede ver y tocar. Un viaje en avión es un servicio del que se puede disfrutar.
Pero un seguro de vida, una cuenta de ahorro vivienda, un depósito a plazo ninguno de estos servicios financieros presenta un solo aspecto tangible. Y a la hora de contratarlos el cliente sólo recibe, a cambio del precio que paga, un compromiso por parte de la entidad. De ahí que la relación de confianza que se crea entre vendedor y comprador sea fundamental.
2. Peso de la relación personal. El cliente de una entidad aseguradora contrata los servicios de la misma a través de los empleados de cada oficina, de los canales tradicionales (agentes o corredores) o de otros medios como la tele marketing. De esta forma, aunque siempre existan elementos materiales que intervienen en la prestación de dicho servicio (por ejemplo, la firma de la póliza), la relación personal que se establece entre vendedor y comprador sea determinante. En la actualidad, las aseguradoras saben que ofrecer un servicio de calidad significa conseguir un cliente satisfecho, pero ello implica mejorar su propio capital humano.
3. Caducidad. Como la gran mayoría de los servicios, los financieros no se pueden almacenar. Si un servicio no se utiliza, su capacidad se pierde.
4. Flexibilidad. Los seguros tienen la facultad de adaptarse plenamente a las necesidades concretas de cada cliente y a las características particulares de los riesgos que tratan de cubrir. De ese modo, el seguro que contrata una industria química de Barcelona puede ser distinto que el que firme otra de Valencia. Es lo que se conoce como seguros personalizados. Esta característica es muy importante, pues afecta de modo esencial a los métodos que se utilizarán para dirigirse al mercado. Al permitir la segmentación del mismo se está facilitando la creación de productos específicos, adaptados a las necesidades de cada uno de los segmentos detectados.

4.6.1.2. El Precio

En el sector seguro como ya se ha indicado, el precio de los servicios recibe el nombre de prima.

Tradicionalmente al factor precio se le consideraba como uno de los más importantes del marketing-mix, pues una alteración del mismo podía provocar reacciones muy rápidas en el mercado.

Su influencia en la cuenta de resultados hace que tenga un peso específico dentro de todo el proceso de marketing de la empresa.

En realidad, el precio de cualquier producto deberá estar en consonancia con el valor que del mismo perciba el cliente, o sea, con las expectativas que tiene de que dicho producto vaya a satisfacer sus necesidades.

Y eso siempre se basará en una apreciación particular de los atributos que muestra el producto o servicio en cuestión.

De ahí que, a la hora de comprar, se adquiera aquello cuyo precio sea inferior al beneficio que se espera lograr (pues de ese modo se obtiene una ganancia).

Por lo tanto, a la hora de fijar el importe del seguro, la entidad deberá tener en cuenta una serie de valores que pueden abarcar desde la coyuntura económica del momento hasta la normativa legal que exista al respecto, sin perder de vista las actuaciones de la competencia y las expectativas del consumidor pues, en realidad, la persona que suscribe una póliza está buscando una posibilidad de satisfacción futura, un beneficio en el tiempo.

En definitiva, establecer el precio (la prima) de un seguro no es tarea fácil. Es un proceso bastante complejo en el que interviene la experiencia de la compañía en casos anteriores, la siniestralidad del ramo, la valoración de todos los gastos de administración y gestión, e incluso habrá que tener en cuenta los costes del reaseguro.

4.6.1.3. La promoción (comunicación)

La promoción de un producto o servicio es el proceso de comunicación a través del cual se intenta mostrar al consumidor sus ventajas, beneficios y atributos. Ninguna estrategia de marketing está completa si no incluye, a su vez, una estrategia de comunicación.

Se hace necesario por tanto comentar brevemente qué se entiende por comunicación humana. Así se puede decir que existe comunicación siempre que un sistema, una fuente, influencia los estados o acciones de otro sistema, el destinatario o receptor, al seleccionar entre las señales alternativas que pueden ser transferidas por el canal que las conecta, y que, al tratarse de sistemas humanos de comunicación, lo que habitualmente denominamos mensajes con conjuntos de señales, siendo éstos muy frecuentemente, aunque no necesariamente, mensajes lingüísticos.

De esta definición se extrae la conclusión de que la comunicación humana es un proceso de ida y vuelta con contenido informativo que produce cambios. Es decir, en la comunicación humana unas fuentes individuales inician mensajes usando para ello símbolos convencionales, signos no verbales o señales contextuales; de esta manera expresan significados por transmisión de información, de tal forma que, por otro lado, existe una parte receptora a la que dirige ese mensaje que también inicia procesos de comprensión del mensaje.

Siguiendo las explicaciones de Sanz de la Tajada (1994), dentro del ámbito empresarial lograr una comunicación eficaz implica conocer o delimitar dos problemas fundamentales:

- La identificación de los receptores.
- La diferenciación de los distintos grupos de individuos que existen, grupos muy heterogéneos entre sí pero compuestos por personas con características muy similares.

4.6.1.4. La distribución

El objetivo de esta variable de marketing es poner al alcance del consumidor final el producto o servicio en cuestión. Pero también tiene como función ofrecerle la mayor cantidad de información sobre el mismo: características físicas, modo de uso, ventajas, beneficios, etc.

Las estrategias de distribución a utilizar pueden adoptar múltiples formas. Cada empresa, en consonancia con los objetivos fijados y con su propia estructura, podrá elegir unas u otras. Algunas tienen sus propios canales de distribución, otras usan redes externas. Incluso se puede comercializar el producto o servicio por correo, a través de catálogos, etc.

En nuestro caso, las variables del entorno que cada aseguradora debería tener en cuenta a la hora de elegir una u otra forma de distribución son muy diversas. Así, el proceso que sería conveniente seguir en dicha elección engloba tres fases bien diferenciadas:

- Primera fase: definición de la estrategia de distribución más conveniente en función de los objetivos de distribución que se pretenden conseguir. Para ello es preciso tener en cuenta aspectos tales como las propias características del producto, su grado de diferenciación, su posicionamiento, las características de los consumidores, el servicio al cliente, etc.
- Segunda fase: análisis exhaustivo de todas las alternativas de distribución existentes, con el fin de concretar cuáles son las que mejor se adaptan a la propia estructura de la empresa. Para ello habrá que establecer ciertos criterios de selección entre los que conviene destacar los económicos (número de ventas que cada canal puede alcanzar y coste), los de control (grado de control que la empresa podrá ejercer sobre el canal seleccionado), y los de adaptabilidad (grado de adaptación del canal en cuestión a los cambios del entorno).
- Tercera fase: implantación y gestión del sistema de distribución, es decir, definición de la política que se seguirá con los canales seleccionados (en qué forma se van a desarrollar las relaciones con ellos y como se van a controlar las condiciones fijadas para la comercialización de los productos).

La mayor parte de las aseguradoras están optando, en los últimos años, por acercar al máximo el servicio al cliente. Para ello, la estrategia seguida es la apertura de sucursales, oficinas de venta en provincias o ciudades de interés para el negocio, etc.

Además, también están reforzando sus contactos con las corredurías de seguros al tiempo que potencian la venta personal, canal de distribución importante en este sector. En este sentido, no se puede olvidar el incremento experimentado en el uso del marketing directo, sobre todo de alguna de sus herramientas como la tele marketing- muy utilizado en la venta de determinados tipos de seguros.

4.7. SISTEMA CONTABLE DE LAS ASEGURADORAS

El sistema de contabilidad de una compañía de seguros es per compleja, pero aún se complica más cuando se enlaza con otros sistemas de la organización de la empresa.

Las compañías de seguros procesan una gran cantidad de transacciones, fundamentalmente del cobro de primas y del pago de las prestaciones, por ellos es necesario que utilicen sofisticados equipos informáticos para el tratamiento de la información.

Esta coordinación entre los sistemas es necesaria no solo para poder elaborar estados financieros, sino también para realizar otros documentos de central de gestión.

La organización y el funcionamiento óptimo del sistema contable es un objetivo del director administrativo de contabilidad. Los analistas financieros han de realizar un análisis de los controles existentes en el sistema utilizado por la empresa. (Antonio J. Fernández, 2000)

4.7.1. Normas

Las obligaciones contables de las empresas aseguradoras vienen establecidas en normas específicas de seguros. Así, la contabilidad y la formulación de las cuentas de los grupos consolidados de entidades aseguradoras se rigen por las siguientes normas con la prelación que se indica:

- Plan de contabilidad de las entidades aseguradoras (PCS 1997).
- Las normas específicas de seguros que se desarrollan en el PCS 1997.
- Las normas contenidas en el código de comercio.
- Plan general de contabilidad
- Las demás disposiciones de la legislación mercantil en materia contable.

4.7.2. Obligaciones contables

Las normas específicas establecen para las entidades de seguros las siguientes obligaciones en materia contable:

- Ejercicio económico: coincide con el año natural, comienza en 1 de enero y finaliza el 31 de diciembre.
- Realización de la contabilidad: no puede presentar un retraso superior a tres meses, debiendo ajustarse a las normas contenidas en el PCS 1997 y las disposiciones específicas de la actividad aseguradora.
- Cuentas trimestrales: deben elaborarlas, conforme a los modelos y normas establecidas en el Plan Contable del Seguro (PSC) o en Dirección General del Seguro (DGS).
 - El Balance.
 - La cuenta técnica y no técnica de pérdidas y ganancias.
 - El estado de cobertura de las provisiones técnicas.
 - Estado de margen de solvencia.
 - Estado del fondo de garantía.
- Contabilidad separada para los seguros de vida y no vida : las sociedades aseguradoras autorizadas en el ramo de vida y en ramos de no vida deben llevar una contabilidad separada para ambos tipos de actividad, y elaborar por separado para los seguros de vida y de no vida por los siguientes documentos : (Antonio J. Fernández, 2000)
 - Las cuentas técnicas de pérdidas y ganancias.
 - El estado de cobertura de provisiones técnicas.
 - El estado de margen de solvencia.
 - Estado de fondo de garantía.
- Conservación de libros y documentos: las compañías aseguradoras deben llevar y conservar los libros, documentación etc. y justificantes concernientes a su negocio, en los términos establecidos por la legislación mercantil.

- Información estadístico – contable: las compañías deben remitirlo a la DGS las cuentas anuales, información estadístico- contable referida al ejercicio económico, y en su caso el informe de auditoría.

- Cuentas anuales e información consolidadas: las entidades obligadas a formular cuentas consolidadas deben remitir a la DGS las cuentas anuales consolidadas, la información estadístico- contable consolidada y el informe de auditoría sobre cuentas consolidadas.

- Información estadístico – contable trimestral : también están obligadas a remitir a la DGS la información estadístico- contable trimestral de las entidades aseguradoras que se encuentran en alguna de las siguientes circunstancias:
 - Que las primas devengadas en el ejercicio por seguro directo más reaseguro aceptado superen los 33 millones de euros.
 - Que operen en los ramos de seguro de vida, caución, crédito o en cualquiera de los que cubren la responsabilidad civil, o que solo operen en actividad reaseguradora.
 - Que se encuentran sometidas a la adopción de medidas de control especial cuando así se requiera por la DGS, de disolución o de revocación de la autorización administrativa o bien que estén en periodo de liquidación por la CLEA.

Cuadro 4.4. Resumen de las obligaciones contables

RESUMEN DE LAS OBLIGACIONES CONTABLES	
Ejercicio económico	De 1 de enero a 31 de diciembre(año natural)
Contabilidad	Retraso no mayor a tres meses. Separar contabilidad de
Cuentas trimestrales	Balance, cuentas técnicas y no técnicas, estado de cobertura de provisiones, estado de margen de solvencia y estado de fondo de garantía.
Libros y documentos	Conservación durante 6 años.
Información estadístico contable	Anual y trimestral
Consolidación de cuentas	Si está obligada
Auditoría de cuentas anuales	Si cumple los requisitos de información trimestral
Publicidad de información	Por la DGS

Fuente de elaboración propia.

4.7.3 LIBROS Y REGISTROS

4.7.3.1. Libros y registros generales

Las entidades aseguradoras deben llevar los libros de contabilidad exigidos por el código de comercio y otras disposiciones que les sean de aplicación, incluyendo con carácter obligatorio para las compañías de seguros el libro mayor.

Los libros exigidos son:

- Libro de inventario y cuentas anuales.
- Libro diario.
- Libro de actas de juntas generales y demás órganos colegiados.
- Libro de acciones normativas, en las sociedades anónimas.

4.7.3.2. Libros y registros específicos.

- Cuadro de cuentas: cuentas utilizadas por la entidad para el reflejo de sus operaciones en el libro diario con los desgloses en subcuentas.

- Registro de pólizas y suplementos emitidos y anulaciones: deben de contener los datos relevantes de cada póliza de seguro o suplemento en relación con los elementos personales, características del riesgo cubierto y condiciones económicas del contrato, en especial los gastos de adquisición que corresponden a cada póliza. Las pólizas deben ser emitidas con una numeración correlativa y cuando se produzca una anulación de una póliza o suplemento se hará constar la circunstancia y su fecha en los registros afectados.
- Registro de siniestros: estos se registraran tan pronto como sean conocidos por la entidad.
- Registro de cálculo de las provisiones técnicas: deben llevarse por separado para cada uno de las provisiones técnicas, los registros correspondientes al seguro directo, al reaseguro aceptado y al reaseguro cedido y retrocedido.
- Libro de inversiones: debe contener todos los datos necesarios para una adecuada gestión de las inversiones conforme a las características de cada activo.
- Registro de estados de cobertura de provisiones técnicas y margen de solvencia: se elaboran con periódicas trimestral y deben contener los datos necesarios para el cálculo y cobertura de las provisiones técnicas y del margen de solvencia.
- Registro de contratos de reaseguro aceptado y cedido: debe contener los datos identificativos de cada uno de los contratos de reaseguro celebrados por la entidad, separando los de reaseguro aceptado y los de reaseguro cedido.
- Otros libros y registros.
- Ficheros de datos personales.
-

4.7.3.3. Llevanza y conservación de los libros y registros.

Deben de realizarse de acuerdo con lo establecido en el código de comercio (ART 27) y las siguientes normas:

- Pueden conservarse en soportes informativos.
- No pueden retrasarse más de tres meses.
- La DGS podrá dictar normas de llevanza y específicas técnicas de los libros y registro.

5. CONOCIENDO LA EMPRESA SANTA LUCIA SEGUROS

5.1. ANTECEDENTES

Es en el año 1922 cuando Santalucia seguros inicia su actividad en la calle Santa Lucía de A Coruña, de donde toma el nombre la empresa. En 1931 adopta la forma de sociedad anónima y en 1943 los predecesores a los actuales gestores, pasan a dirigir y administrar la compañía, su denominación era Santa Lucía S.A. Seguro Popular. En la última Junta General de Accionistas del 17 de mayo de 2007 se acordó el cambio de nombre, pasando a denominarse desde esa fecha Santa Lucía S.A. Compañía de Seguros y Reaseguros.

La primera sede social en Madrid, estuvo en la calle de Preciados, hasta principios de la década de los 50 en que se trasladó a la Gran Vía número 68. En aquel momento Santalucia, comercializaba exclusivamente el seguro de Decesos. Fue en los sesenta cuando comenzó su apertura a otros mercados de seguros, comenzando con el Seguro de Incendios y diez años más tarde con los seguros de Vida.

En la sede social actual de Plaza de España nº 15, que data de 1967, se ha desarrollado la actividad de la Compañía en los últimos cuarenta años. Con el paso del tiempo y con la expansión de la empresa se detectaron necesidades de ampliación, es por lo que en el nuevo milenio se adquirió el edificio contiguo al actual y donde se ha construido una moderna edificación con la que se han ampliado las instalaciones de la Sede Social.

Así pues, Santalucia es una entidad aseguradora con 90 años de experiencia en la cobertura de riesgos que afectan al ámbito familiar. A través de una red de 385 agencias y más de 9.000 colaboradores en toda España, gestionan seguros de Vida en 2011 de más de 1.100 millones de euros y 1.210 millones de euros facturados en primas totales, Santalucia es un de las principales empresas en los ramos de asistencia, decesos y en la comercialización del seguro del hogar con un millón de hogares asegurados.

5.1.1. La evolución de la actividad

Es evidente que el negocio asegurador es uno de los que mejor está soportando y superando la crisis. Entre otras razones, por su solidez y buen hacer.

Pero, a pesar de esto, se da la circunstancia de que los clientes son cada vez más exigentes, lo que hace más complicado retenerlo y prestarles un servicio que satisfaga plenamente sus expectativas.

Dentro de ese marco, podemos decir que Santalucía es una compañía que resiste esa presión y dificultad, gracias al esfuerzo de adaptación realizado, al compromiso mostrado y a las mejoras continuas de gestión y de desarrollo.

Cuadro 5.1. Cronología de la actividad empresarial

AÑO	ACTIVIDAD
1922	Fundación e inicio de la actividad en el Ramo de Decesos.
1970	Inicia la actividad de los seguros de vida.
1978	Sale al mercado el primer Seguro Combinado del Hogar.
1989	Apertura de 87 agencias.
1996	Se inicia la renovación de productos.
2000	Apertura de los Centros de Tramitación de Siniestros.
2002	Lanzamiento de la nueva gama de seguros de vida.
2005	Se constituye Iris Assistance.
2007	Se desarrolla el canal de Corredores.
2009	Comienza la comercialización de seguros a través de la web institucional.
2010	Se llega a las 374 agencias con más de 9.000 colaboradores. Lanzamiento del Ramo de Salud. Constitución del canal de Grandes Cuentas.

Fuente de elaboración propia

Cuadro 5.2. Estructura y evolución de los ramos.

ESTRUCTURA DE LA CARTERA Y EVOLUCION DE LOS RAMOS				
	2011	2010	Var.	% Var. 10-11
ASISTENCIA FAMILIAR	710,51	697,31	13,2	1,89%
HOGAR	210,79	202,83	7,97	3,93%
RESTO MULTIRRIESGOS	51,05	51,69	-0,64	-1,25%
OTROS RAMOS	15,07	10,82	4,25	39,30%
VIDA	221,33	200,51	20,81	10,38%
Negocio de seguros	1.208,75	1.163,16	45,59	3,92%
Negocio Reaseguro aceptado	2,02	3,85	-1,83	-47,57%
Ingresos por servicios	5,86	1,46	4,41	302,02%
Rendimiento de las inversiones	113,49	112,24	1,25	1,12%

Fuente de elaboración propia, a partir de los datos obtenidos por Santalucía

5.1.2. La evolución de los ramos de seguros

Según los datos obtenidos el incremento en los Seguros de Vida, ha sido del 10,38%, superior en un punto a los datos del sector, facilitados por Investigación Corporativa entre Entidades Aseguradoras (ICEA). En los Seguros de No Vida, el crecimiento ha sido del 2,37%, también superior al sector, que decreció en el 0,26%, según la misma fuente.

De la actividad comercial realizada en el ejercicio 2011, resulta que la cartera total a cierre del ejercicio asciende a 3.967.505 pólizas, lo que significa que se sigue manteniendo una posición importante en los principales ramos en los que opera la Compañía. Cabe destacar el haber alcanzado las 300.000 pólizas en vigor en el ramo de Vida y las 12.000 en el ramo de Salud.

5.2 LOS PRODUCTOS

Santalucia sitúa en el núcleo de su actividad a la familia. Para ella elabora productos y llega a acuerdos con entidades financieras y aseguradoras de primer nivel, con el fin de ofrecer a sus clientes la más alta calidad de servicio y productos elaborados.

5.2.1. Tipos de seguro que ofrece la compañía

Seguros destinados a la familia: es un seguro que se adapta a las necesidades de la familia, nacimientos, traslados, viajes, decesos.

- *Asistencia familiar plus:* dirigido a las familias con cargas, como pueden ser sus hijos en edades jóvenes o un crédito hipotecario para la compra de una vivienda, por tanto aplican unas primas más reducidas.

- *Asistencia sin fronteras:* servicio relacionado con el seguro de decesos para extranjeros o inmigrantes. Santalucia ofrece un servicio fúnebre completo y el traslado en caso de fallecimiento, así como asistencia jurídica telefónica y tramitación de pensiones. Asimismo la compañía se ocupa de todas las gestiones pertinentes y gastos para la tramitación de la siguiente documentación:
 - Certificaciones del Registro Civil.
 - Certificado del Registro General de Actos de Última Voluntad.
 - Baja del Asegurado como usuario del Sistema Público Sanitario y/o como pensionista del Instituto Nacional de la Seguridad Social o del Organismo de la Comunidad Autónoma.
 - Baja del Asegurado en el Libro de Familia.
 - Fe de vida.
 - Certificado municipal de convivencia.

- *Asistencia en viajes:* este tipo de seguro da cobertura de cualquier incidente que pueda ocurrir al asegurado.

Seguros destinados a la vivienda: la empresa se encarga de dar cobertura a las emergencias que puedan ocurrir en el hogar.

También se encarga de cubrir cualquier desperfecto que pueda surgir en una comunidad de vecinos, puesto que hay un producto específico para las mismas.

Seguros destinados al ahorro.

1. *Ahorro familiar*

- *Mi Primer Ahorro:* se puede realizar las aportaciones extraordinarias que se desee y, al término del seguro, se abonará el capital garantizado más los incrementos acumulados por la participación en beneficios.
- *Maxi Plan Joven:* es el plan de ahorro de Santalucia que, ofrece a los asegurados la posibilidad contar con un capital que permitirá a los descendientes realizar un máster, completar sus estudios en el extranjero o comprar su primer coche. Se puede elegir la cuantía de las aportaciones y modificarlas en cualquier momento. Se puede aumentar o reducir las primas, hacer aportaciones extraordinarias, modificar la revalorización anual etc.
- *MaxiPlan Futuro:* es una fórmula para rentabilizar al máximo los ahorros, con flexibilidad en las aportaciones ya que permite fijar el importe de las cuotas y variarlo en función de las necesidades del asegurado. También se puede detener el plan, hacer aportaciones extraordinarias, incrementar o reducir la prima a partir del segundo año.

2. Jubilación

- *Maxi plan de jubilación:* el asegurado decide cuánto quiere cobrar cuando se jubile. Se realizan las aportaciones y la empresa garantiza ese capital y, sobre todo, lo revaloriza, al participar en los beneficios de las inversiones que realiza la Compañía. De esta forma se mantendrá su capacidad adquisitiva, sin incrementar el coste.

- *MaxiPlan Jubilación Oro:* el asegurado decide la aportación. Ofrece la opción de variar la cuantía de esas aportaciones cuando quiera y como quiera; podrá hacer aportaciones extraordinarias o suspender temporalmente los pagos. Este producto permite a partir del segundo año, solicitar anticipos de capital.

- *MaxiPlan Pensión Garantizada:* este producto permite la posibilidad de obtener beneficios fiscales, ya que las primas aportadas son deducibles anualmente de la base imponible del I.R.P.F.

- *MaxiPlan PIAS:* es una opción para rentabilizar el dinero, ya que permite acumular el ahorro y disponer de una renta extra a partir del décimo año, cuando el asegurado determine, durante toda su vida. De esta forma, en ningún momento se pierde la capacidad adquisitiva y se puede mantener el nivel de vida.

3. Inversión

- *Maxi plan de inversión:* este producto permite un ahorro y disponer de los intereses en el plazo de un año.

- *MaxiPlan Inversión* es un seguro de vida-ahorro con una rentabilidad garantizada. Las aportaciones mínimas son de 6.000 euros, en una prima única, durante un periodo de 1 año, ofrece un capital garantizado y una rentabilidad del 2.70%.

- *MaxiPlan Ahorro*: es un seguro de vida-ahorro con una rentabilidad garantizada a través de un interés anual creciente.

4.2.4. Seguros destinados a la actividad.

1. *Seguro Combinado de Comercios y Oficinas.*: Un seguro completo que cubre todos los posibles daños que puede sufrir las empresas, tanto si es un local comercial como si es un despacho de oficinas. Este producto ofrece amplias coberturas con indemnizaciones garantizadas y aparte la posibilidad de elegir entre las coberturas adicionales especiales para los negocios.
2. *Las pequeñas y medianas empresas*: afrontan cada día las exigencias de la competitividad. La eliminación de los riesgos es una de las claves para hacer más sólidas las bases de cualquier negocio. Por ello, la compañía ha creado el Seguro para profesionales Combinado de Pymes. Un conjunto de garantías que protegen a las empresas frente a daños imprevistos.
3. *Seguro de Responsabilidad Civil General*: ofrece una garantía para afrontar los problemas legales de una manera rápida y eficaz. El azar puede hacer que, sin querer, se causan daños a otras personas o bienes. Para protegernos de esa incómoda eventualidad, la empresa ha creado este seguro para autónomos y empresas. Las posibles indemnizaciones por daños y perjuicios que se determinen, tanto por nuestros propios actos, como por los de terceros (menores de edad, empleados...), quedan cubiertas y serán asumidas por la compañía.
4. *Seguros agrarios*: se puede contratar una póliza que garantice rendimientos o proteja los ingresos, además de proteger la cosecha de posibles daños o realizar un seguro integral de toda la producción.

En todos los casos se puede beneficiar de subvenciones estatales y autonómicas. Son los seguros que tienen por objeto la protección de las explotaciones agrícolas y forestales frente a los riesgos derivados de las adversidades climáticas y otros riesgos naturales cuando éstos no pueden ser controlados por la acción del hombre. El seguro es de aplicación en los sectores de actividad agrícola y forestal.

5. *Seguros ganaderos*: La finalidad de estos seguros es proporcionar a los ganaderos y acuicultores un instrumento que les proteja ante la ocurrencia de accidentes y enfermedades que puedan sufrir sus animales.

6. *Seguros de explotación*: se pueden aplicar para toda la clase de ganados, tienen como objetivo compensar al ganadero. También cubre al ganadero en caso de sequía. Es la única línea de productos que cuenta con la posibilidad de contratar pólizas renovables.

Seguros destinados a la salud.

1. *Seguro de Asistencia Sanitaria*: garantiza en todo momento el asesoramiento y la atención médica por parte de profesionales. Se puede elegir libremente entre una extensa red de más de 900 centros médicos y más de 24.500 especialistas.

Seguros destinados al entorno.

1. *Seguro de mascotas*: Los animales de compañía son miembros de la familia. La compañía ha creado un producto para protegerles.

2. *Seguro de accidentes:* La contratación de estos nuevos seguros será gestionada desde Santalucia para facilitar los trámites y asesorar en todo lo necesario.
3. *Seguro para cazadores:* La caza es uno de los deportes más frecuentes con importantes riesgos. Santalucia ofrece este producto que pretende cubrir dichos riesgos.

Seguros destinados a vida.

1. *Seguro de Vida General:* las situaciones de las personas pueden ser muy distintas en cada momento de la vida y cambiar en función de la situación familiar, edad, trabajo. Con este seguro se puede renovar el seguro año tras año y adaptarlo a tus las nuevas necesidades del cliente.
2. *Plan Vida Single:* ofrece la posibilidad de hacer frente a los imprevistos que se puedan presentar en los diferentes momentos de la vida y que van cambiando en función de la edad, del trabajo, del entorno etc. El seguro cubrirá las nuevas necesidades de protección.
3. *El Plan Vida Single es el Seguro de Vida-Riesgo.*
 - *El Plan Vida Mujer:* es un seguro de vida para mujeres, especialmente pensado para mujeres amas de casa.
 - *Maxi plan vida:* es un seguro que protege la calidad de vida de tu familia, pase lo que pase. La póliza ofrece servicios del seguro de vida familiar divididos entre una serie de coberturas básicas y un conjunto de servicios opcionales de libre contratación.
 - *Maxi Plan Vida Oro:* el seguro de vida familiar más completo de la compañía, con las máximas garantías para proteger la calidad de vida de los tuyos, por encima de todo.

5.3. LOS CLIENTES

Dentro de toda la gama posible de personas, Santalucía se centra sobre todo en el negocio familiar, que es donde tiene su fuerte peso correspondiente en los seguros de vida y en los planes de ahorro.

Esto supone un peso específico importante de la aseguradora, además de añadirle un fuerte valor debido a que no se captan clientes espontáneos sino que se captan familias enteras que contratan diversos seguros a la vez, lo que hace posible hacer una combinación de seguros.

5.4. RED DE DISTRUBUCION

Santa Lucía S.A. Compañía de Seguros y Reaseguros es un grupo español independiente que desarrolla fundamentalmente actividades aseguradoras y reaseguradoras en España y en Latinoamérica.

Posee una red de 385 agencias con 9.000 colaboradores en toda España que dan cobertura de riesgos relacionados con el ámbito familiar. Cuenta con 7,2 millones de clientes, con un ahorro gestionado en seguros de vida en 2011 de 1.100 millones de euros y 1.210 millones de euros¹ facturados en primas totales.

El Grupo Santalucía está formado por Ballesol, empresa dedicada a la gestión de residencias geriátricas, y por International SOS España, proveedor mundial de servicios de asistencia médico-sanitaria internacional y asistencia en viaje.

Del mismo modo, los productos son ofertados por empresas como El Corte Inglés (seguros de salud), así como por entidades bancarias mediante acuerdos de colaboración.

6. ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO DE SANTALUCIA SEGUROS Y COMPARATIVA CON OTRAS EMPRESAS DEL SECTOR

6.1. INTRODUCCION

El análisis de los estados financieros es el proceso crítico dirigido a evaluar la posición financiera, presente y pasada, y los resultados de las operaciones de una empresa, con el objetivo primario de establecer las mejores estimaciones y predicciones posibles sobre las condiciones y resultados futuros. Consiste, pues, en la aplicación de herramientas y técnicas analíticas a los estados y datos financieros, con el fin de obtener de ellos medidas y relaciones que sean significativas y útiles para la toma de decisiones.

Así, el análisis de estados financieros cumple, en primer lugar y sobre todo, la función esencial de convertir los datos, que en esta era de los ordenadores existen en desconcertante cantidad y variedad, en información útil, que es siempre un bien escaso.

El proceso de análisis de estados financieros puede describirse de varias formas, dependiendo de los objetivos que se persigan. Así, el análisis financiero puede utilizarse como herramienta de selección para elegir inversiones o candidatos a una fusión. Se puede utilizar como herramienta de previsión de situaciones y resultados financieros futuros. Se puede utilizar como proceso de diagnóstico de áreas con problemas de gestión, de producción o de otro tipo. Puede servir como herramienta en la evaluación de la gestión. Por encima de todo, el análisis financiero reduce la dependencia de corazonadas, conjeturas e intuiciones, de la misma forma que reduce las inevitables áreas de incertidumbre que acompañan a todo proceso de toma de decisiones. El análisis financiero no aminora la necesidad de emplear la capacidad de discernimiento, sino que establece una base firme y sistemática para su aplicación racional.

La disciplina del análisis de estados financieros requiere de dos bases principales de conocimiento:

- 1) La primera se refiere al conocimiento profundo del modelo contable, así como del lenguaje, sentido, significación y limitaciones de los informes financieros. No es

vano un requisito previo para una toma de decisiones eficaz es «conocer los hechos». Pero Los hechos relacionados con la situación financiera y los resultados de las operaciones De una empresa, primero se recopilan, y a continuación se resumen y presentan e Lenguaje especializado: el de la contabilidad. Por tanto, el primer paso esencial para «conocer los hechos» es comprender ese lenguaje y traducir a partir de él el sentido de «los hechos».

Una comprensión completa de los estados financieros es la condición previa para la utilización válida e inteligente de las herramientas de análisis.

- 2) La segunda base, es el dominio de las herramientas de análisis financiero que permiten identificar y analizar las relaciones y factores financieros y operativos más importantes, para llegar a conclusiones fundamentadas.

Los datos cuantitativos más importantes utilizados son los datos financieros que se obtienen del sistema contable de las empresas. Presentados para uso externo, principalmente como estados financieros formales, estos datos figuran entre los elementos cuantificados más importantes de todos los utilizados por los responsables de la toma de decisiones. No se pueden utilizar inteligentemente en el análisis financiero sin una comprensión total de la estructura contable de la que son fruto, así como de las convenciones que rigen la medición de los recursos, el pasivo, los fondos propios y los resultados de explotación de una empresa.

En el dominio de los datos disponibles para un análisis útil, los estados financieros son importantes porque son objetivos, en cuanto que reflejan hechos reales que ya han sucedido; son concretos, porque son cuantificables; y, al ser cuantificables, pueden medirse, lo que es tal vez más importante. El atributo de mensurabilidad dota a los estados financieros de otra importante característica: puesto que se expresan en el común denominador del dinero, podemos sumar y combinar los datos, relacionarlos con otros y realizar con ellos diversas operaciones aritméticas. (FERNÁNDEZ Y RODRÍGUEZ, 2011)

Para poder efectuar el análisis económico-financiero se han obtenido los estados contables Balance de Situación y Cuenta de Pérdidas y Ganancias de Santalucia Seguros S.A., así

como los de sus principales competidores, de la base de datos SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos). Se han utilizado los Balances de Situación y las cuentas de Pérdidas y Ganancias referidos a los 4 últimos años, desde 2009 a 2011, dado que para el ejercicio 2012, todavía no se dispone de datos.

A su vez, se ha excluido el ejercicio 2006 porque en dicho año aún no había entrado en vigor el nuevo P.G.C de 2007, y las cuentas anuales de dicho ejercicio se elaboraron conforme al PGC. En consecuencia, las cifras de los estados contables posteriores no son comparables con los del ejercicio 2006.

6.2. ANALISIS FINANCIERO

Consiste en un estudio detallado de los balances de situación de una compañía, utilizando también como complemento la información de la cuenta de pérdidas y ganancias.

Para nuestro trabajo se estudian los balances de la empresa Santalucia y de sus más directos competidores tanto a nivel nacional como internacional. A partir de aquí se realiza un análisis financiero tomando como base la información procesada de sus balances y además una comparativa con respecto a los competidores.

Resulta conveniente a la hora de hacer un análisis financiero adoptar una perspectiva a c/p y a l/p.

6.2.1. Analisis financiero a c/p

La situación financiera a l/p de la empresa viene dada por la composición y comportamiento de sus inversiones y de su financiación a c/p, es decir, por la composición y comportamiento de las partidas integrantes del capital circulante.

De ahí que una de las magnitudes que se suelen utilizar para financiar el activo fijo a c/p sea el capital circulante.

Balances de situación de grupo Santalucía:

6.1 Balance de Situación grupo Santalucía.

BALANCE DE SITUACION				
	2011	2010	2009	2008
activo fijo	398040	375930	367930	364575
inmovilizado material	218180	200590	199850	204928
inmovilizado inmaterial	2240	2330	2190	2351
otros inmovilizados	177620	173010	165890	157296
activo circulante	3391010	3134020	2886190	2407274
tesorería	105360	153280	73040	5295
deudores	1012610	985590	1061160	1112964
inversiones financieras	2239690	1962170	1719040	1255970
otros	33350	32980	32950	33044
TOTAL DE ACTIVO	3788950	3509950	3254120	2771848
PATRIMONIO NETO	933270	867030	827920	661614
fondos propios	897930	811170	735980	661614
ajustes por cambio de valor	35340	55860	91940	0
pasivo fijo	60050	69130	61670	49799
no técnica	49420	51730	41280	29137
técnica	10630	17400	20390	20661
pasivo circulante	2795630	2573800	2364520	2060436
técnica	261100	242680	223230	86400
no técnica	2534530	2331120	2141290	1974036
TOTAL PASIVO	3788950	3509960	3254110	2771848

Fuente de elaboración propia

El capital circulante vendrá dado por aquel volumen de inversión en activo circulante requerido para mantener un determinado nivel de producción y venta, que no puede ser financiado de manera espontánea por agentes que intervienen en el ciclo de explotación de la empresa. También suele ser denominado como capital de trabajo, working capital, fondo de maniobra, fondo de rotación, capital de giro, etc. Su obtención viene determinada por la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante, comprendiendo aquellos valores que representan la parte del patrimonio cuya permanencia en la empresa es inferior al periodo anual (de acuerdo con el Plan de Contabilidad General) o periodo medio de maduración de la empresa (conforme el tiempo de realización del proceso económico de producción y venta). (Apuntes del Curso de Adaptación al Grado en ADE,2012/13).

El fondo de maniobra, desde un punto de vista financiero, y con la consideración de perspectivas temporales diferentes, se podría definir como la parte del activo circulante no financiada con el pasivo circulante, es decir financiada con capitales permanentes.

Así pues, el fondo de maniobra está constituido por activos sujetos a transformaciones cíclicas, esto es, sometidos a un proceso continuo de rotación. La decisión de capital circulante tiene estrecha relación con los conceptos de liquidez de los activos y de exigibilidad de los recursos financieros. En realidad, si una empresa tiene dificultades para hacer frente a sus obligaciones pendientes de pago a la fecha de vencimiento, su futuro inmediato se encuentra en peligro, lo que pospone las demás medidas de rentabilidad a un segundo plano, si no irrelevante. La medida de la liquidez a corto plazo se halla vinculada con la relevación del riesgo financiero de la sociedad.

✿ Capital circulante = AC – PC

Capital Circulante			
2011	2010	2009	2008
595380	560220	521670	346838

Como se puede observar la evolución experimentada en el capital circulante de la empresa Santalucia es creciente lo que hace ser un punto muy favorable para la empresa.

No obstante, el hecho de que el capital circulante deba ser positivo es una condición necesaria pero no suficiente para garantizar la estabilidad financiera a c/p. Es necesario seguir utilizando otras técnicas de análisis como los siguientes ratios.

✿ Solvencia

Se entiende por solvencia a la capacidad financiera (capacidad de pago) de la empresa para cumplir sus obligaciones de vencimiento a corto plazo y los recursos con que cuenta para hacer frente a tales obligaciones, es decir mide la relación entre lo que una empresa tiene y lo que debe.

Para que una empresa cuente con solvencia, debe estar capacitada para liquidar los pasivos contraídos, al vencimiento de los mismos y demostrar también mediante el estudio correspondiente que podrá seguir una trayectoria normal que le permita conservar dicha situación en el futuro.

Se debe diferenciar el concepto de solvencia con el de liquidez, debido a que liquidez

es tener el efectivo necesario en el momento oportuno que nos permita hacer el pago de los compromisos anteriormente contraídos.

$$\text{Ratio de liquidez} = \text{AC} - \text{Existencias} / \text{PC}$$

Solvencia es contar con los bienes y recursos suficientes para respaldar los adeudos que se tengan contraídos, aun cuando estos bienes sean diferentes al efectivo.

Es decir, liquidez es cumplir con los compromisos y solvencia es tener con que pagar esos compromisos, para tener liquidez se necesita tener solvencia previamente.

También lo anterior nos conduce a que la solvencia es la posesión de abundantes bienes para liquidar deudas pero si no hay facilidad para convertir esos bienes en dinero o efectivo para hacer los pagos entonces no existe la liquidez.

En este tipo de empresas debido a que no existen existencias, los ratios de solvencia y liquidez presentan los mismos valores, por ello realizamos el tratamiento conjunto de ambos ratios.

Solvencia			
2011	2010	2009	2008
1,2130	1,2177	1,2206	1,1683

Tanto el ratio de solvencia como de liquidez presentan valores superiores a uno lo cual nos hace darnos cuenta que la tesorería es superior a todas las obligaciones que pueda tener en un corto plazo esta empresa. Esto nos hace determinar que la empresa está en una situación de aceptable.

A parte de lo mencionado anteriormente observamos que la situación desde 2008 ha ido mejorando aunque en este momento se permanece casi constante.

✿ Ratio de tesorería = Tesorería / Activo Circulante

Este ratio tiene por objeto medir la capacidad de una empresa de hacer frente a sus deudas a corto plazo con sus activos disponibles a corto plazo.

Tesorería			
2011	2010	2009	2008
0,031	0,049	0,025	0,002

Teniendo en cuenta que la tendencia actual es creciente no tenemos un ratio de tesorería alto. Esto se debe a que no necesitan realizar pagos muy inmediatos y con el fin de no perder rentabilidad, la liquidez excedentaria ha sido invertida en productos financieros a largo plazo, dado que sus obligaciones futuras en su mayoría a L/P.

6.2.2. Analisis financiero a L/P

La estructura básica de la empresa se compone básicamente de fondos propios y partidas de deuda pública y derivados. La estabilidad financiera inherente a una empresa y el riesgo de insolvencia al que está expuesta, dependen en gran medida de sus orígenes y de los orígenes de sus fondos.

En este tipo de empresas caracterizadas por financiarse con deudas a muy largo plazo, deberemos hacer hincapié en este tipo de ratios y de analisis financiero a largo plazo para saber si su estabilidad actual lo es también a largo plazo.

No debe olvidarse que son empresas pertenecientes al sector financiero y que cumplen con la función de intermediación financiera por lo que su mala situación puede perjudicar a todo el sistema económico (véase como Bankia).

Entre los indicadores que más se utilizan para evaluar la solvencia a largo plazo, se pueden destacar los siguientes:

✿ Ratio de garantía = Activo / Pasivo Exigible

Indica la seguridad que da la empresa a sus acreedores de poder cobrar sus créditos y cuál es la distancia de la empresa hacia un posible estado de quiebra (comparando lo que tenemos con lo que debemos, si lo que debemos es más, estaremos en situación de quiebra). Mide la solvencia de una manera más real, eliminando del cálculo, a aquellos activos que se consideren que sean difíciles de conversión en líquidos (intangibles).

Activo es aquel que en caso de liquidación de la empresa puede convertirse en dinero líquido para hacer frente a las posibles deudas.

Su valor ha de ser siempre superior a 1, límite que será un indicador de alarma. Se recomienda que dé un resultado entre 1, 5 y 2. Cuanto mayor el ratio, mayor garantía ofrece la empresa del pago de todas sus deudas contraídas.

Financiero a LP			
Garantía			
2011	2010	2009	2008
1,355	1,364	1,376	1,345

Este ratio nos ofrece la garantía que ofrece la empresa para el cobro de sus pagos, en cuanto vemos es superior a uno, lo cual nos indica que la empresa no va a tener ningún problema para hacer frente a sus compromisos futuros.

- ✿ Ratio de endeudamiento = Fondos Ajenos / Fondos Propios
- ✿ Ratio de autonomía Financiera = Fondos Propios / Fondos ajenos.

Ratio de Endeudamiento Total

El coeficiente de endeudamiento mide el riesgo financiero de la empresa e indica su capacidad de endeudamiento.

$$\text{Ratio Endeudamiento} = \frac{\text{Recursos Ajenos}}{\text{Recursos Propios}}.$$

(Ideal <1)

Su valor será inferior (lo más recomendable) o a lo sumo igual a 1, por encima de este valor aumentará el riesgo de la empresa. La fuente principal de financiación de la empresa deben ser los Fondos Propios.

Ratio de Autonomía Financiera

$$\text{Ratio Autonomía} = \frac{\text{Recursos Propios}}{\text{Recursos Ajenos}}$$

Indica el grado de independencia de la empresa, y es el inverso al Ratio de Endeudamiento, su valor normal es superior o a lo sumo 1, lo que indicará una buena situación de independencia del exterior.

Ratio de endeudamiento y autonomia			
2011	2010	2009	2008
0,962133145	0,935573164	0,888950623	1
1,039357188	1,068863493	1,124921873	1

En nuestro caso observamos que la tendencia es claramente decreciente y creciente en nuestros dos ratios y que están dentro de los márgenes que son óptimos para la viabilidad de la empresa. En este caso nos encontramos un ratio de endeudamiento inferior a uno y un ratio de autonomía muy próximo a uno lo que nos hace darnos cuenta que la empresa a largo plazo tiene mucho futuro y que además va a ser muy viable.

A modo de resumen de la empresa Santalucia, podremos observar que está muy estable financieramente hablando, tanto en el corto plazo como en el largo plazo. Haciendo referencia a la particularidad de estas empresas podremos observar que no tienen o no disponen de un excesivo endeudamiento a largo ni a corto plazo. Por lo que su mayor estabilidad deriva los recursos propios de la empresa y lo que nos permite comprobar que sus ratios, a pesar de la tan reiterada crisis actual son óptimos y saludables.

6.2.3. Analisis financiero comparativo de Santalucia y otras entidades

Dentro de todas las empresas aseguradoras que existen en el mercado actual hemos elegido para efectuar una comparación con Santalucia: Mafre, Reale y Allianz y basándonos en los siguientes criterios de elección:

1. Cartera de clientes de similar composición y mucho potencial en seguros de vida y de no vida.
2. Localización de las aseguradoras en zonas concretas como Santalucia en la zona noroeste del territorio español.
3. Cifras de balance de situación y cuenta de pérdidas y ganancias consolidadas similares.

4. Las operaciones que realizan y el organigrama que tienen ambas empresas funcionan de manera similar y además cotizan todos en bolsa, tanto en mercados continuos y algunas en el IBEX.

Realizaremos un análisis comparativo de los mismos ratios analizados para Santalucia en el aspecto financiero de ambas empresas, además intentaremos acompañar dicho análisis con graficas que puedan aportar otra visión más esquemática del mismo.

1- Mafre:

FUNDACIÓN MAPFRE es una institución no lucrativa creada por MAPFRE en 1975, que desarrolla actividades de interés general en España y otros países para contribuir al bienestar de la sociedad y de los ciudadanos a través de diferentes líneas de actividad (Fundación Mapfre, 2012):

- Seguridad de las personas y de sus patrimonios con especial atención a la seguridad vial, la medicina y la salud.
- Mejorar la calidad de vida y del medio ambiente.
- Difusión de la Cultura, las Arte y las Ciencias.
- Formación e investigación de en materias relacionadas con el seguro y con la gerencia de riesgos.
- Investigación y divulgación de conocimientos en relación con la historia común en España, Portugal y los países vinculados con ellos.
- Mejorar las condiciones económicas, sociales y culturales de las personas y sectores menos favorecidos de la sociedad.

Productos:

Cuadro 6.2. Productos de Mapfre

<p><u>Seguro Protección de Alquileres</u> Le garantizamos el pago de sus rentas en caso de desempleo, incapacidad temporal o problemas con los inquilinos de su inmueble arrendado.</p>	<p><u>Productos MAPFRE</u> Productos MAPFRE</p>
<p><u>Seguro de Accidentes</u> Seguros que cubren su estabilidad económica y la de su familia ante las consecuencias derivadas de un accidente.</p>	<p><u>Seguros de Coche</u> Todos los servicios para su automóvil: seguros, venta de coches, financiación, renting y Club MAPFRE. Calcule y contrate online su seguro de coche.</p>
<p><u>Seguro para bicicletas</u></p>	<p><u>Seguros de Hogar</u> Seguros de hogar, seguros de animales de compañía, seguro de comunidades de propietarios, seguros de decesos, sistema de alarmas y servicios de reparación. Ofrecemos la posibilidad de calcular y contratar online el seguro de hogar, seguro de comunidades de propietarios así como calcular online el seguro para animales de compañía.</p>
<p><u>Seguros Caza y Pesca</u> Seguros para cazadores y pescadores con las máximas coberturas. Calcule online su seguro de caza y pesca.</p>	<p><u>Seguros de Salud</u> Para cuidar su salud y la de los suyos: seguros de asistencia sanitaria, reembolso de gastos, salud dental, indemnización, coberturas para funcionarios y teleasistencia para mayores.</p>
<p><u>Seguro de Embarcaciones</u> Seguro para embarcaciones de recreo para que disfrute de su deporte con total tranquilidad</p>	<p><u>Seguros de Vida</u> Diferentes opciones para que usted y los suyos disfruten de la vida con tranquilidad, disponiendo de protección económica</p>
<p><u>Seguros de Rentas</u></p>	
<p><u>Planes de Pensiones y Jubilación</u> Planes de Pensiones y PPA's, dos alternativas para disfrutar mañana de la jubilación mientras ahorra impuestos</p>	

Fuente de elaboración propia, a partir de los datos de Mapfre

2- Allianz:

El Grupo Allianz es uno de los grupos aseguradores y proveedores de servicios financieros más importantes del mundo. Sus ingresos ascendieron a más de 106.400 millones de euros a 31 de diciembre de 2012. (Grupo Allianz, 2012)

Se caracteriza por ofrecer productos de No Vida, asistencia y seguros de crédito. En Vida y Salud, así como en gestión de activos, el Grupo Allianz está entre los cinco mayores proveedores del mundo. También es uno de los principales proveedores de seguros industriales a nivel mundial.

El Grupo Allianz trabaja día a día para lograr el objetivo de convertirse en el proveedor mundial de servicios financieros en el que más se puede confiar. Para ello, se basa en sus principios fundamentales de experiencia, integridad y sostenibilidad.

El Grupo Allianz no solo pretende crear valor de forma sostenible para sus clientes y accionistas, sino que también asume su parte de responsabilidad social en sus áreas de negocio. El grupo contribuye de manera significativa al estudio y búsqueda de soluciones para factores que afectan y afectarán de forma importante a la comunidad financiera y a la sociedad en general en los próximos años: la seguridad vial, el cambio demográfico o el cambio climático son algunos ejemplos de ello.

- En materia de seguridad vial, conviene contribuir a sensibilizar y prevenir para reducir los accidentes en las carreteras.
- El envejecimiento de la población y su mayor esperanza de vida provocarán dificultades en los sistemas de seguridad social y requerirán una mayor previsión individual de cara a la jubilación.
- El aumento de las catástrofes naturales debidas al cambio climático incrementará el riesgo y la necesidad de estar preparado para afrontarlo.

The screenshot displays the Allianz website interface. At the top left is the Allianz logo. A horizontal navigation bar contains the following links: Descubre Allianz, Seguros, Contrata on-line, eCliente, Área Mediadores, Prensa, Particulares, and Empresas. Below this is a vertical menu listing various insurance products: Allianz Auto, Allianz Moto, Allianz Hogar, Allianz Comercio, Allianz Comunidad, Allianz Salud, Allianz Accidentes, Allianz Vida, Allianz Embarcaciones, Allianz Caza y Pesca, and Atención al Cliente. The main content area features a large banner image of a young couple laughing joyfully. Below the banner are four service tiles, each with a small image and a text box: 1. Allianz Auto: 'Conduce con la tranquilidad de tener un buen seguro'. 2. Allianz Hogar: 'La mejor decisión para disfrutar de tu casa con tranquilidad'. 3. Allianz Pensiones: 'Soluciones a medida para que disfrutes de tu jubilación'. 4. Allianz Salud: 'Cuida tu calidad de vida, cuida tu Salud. Consulta:'. At the bottom of each tile is a right-pointing arrow and the product name.

3- *Reale:*

Reale es la compañía aseguradora que le propone **SEGUROS PARA LA VIDA REAL**.



Porque su misión es contribuir a la tranquilidad, seguridad y bienestar de sus asegurados.

- ✿ Porque tiene una oferta cercana y fiable de productos y servicios.
- ✿ Porque cuenta con el compromiso de un equipo profesional y competente.
- ✿ Reale forma parte del Grupo Reale Mutua, primera aseguradora en forma de mutua de Italia, fundada en el año 1828.

Comparación de todas las aseguradoras

Dentro del análisis vamos a analizar los cambios financieros primeramente a corto plazo y después haremos la comparativa global del análisis financiero a largo plazo.

A continuación en el siguiente cuadro se recogen todos los ratios calculados de las diferentes empresas, lo que nos permite realizar una primera aproximación numérica de la situación de la empresa objeto de estudio.

	Capital Circulante			
	2011	2010	2009	2008
Santalucia	595380	560220	521670	346838
Mafre	275011	264393	376408	-803392
Reale	-48709	-17401	-22150	-8882
Allianz	370469	370975	501560	395083
	Solvencia			
	2011	2010	2009	2008
Santalucia	1,2130	1,2177	1,2206	1,1683
Mafre	1,54872153	1,592700445	2,690665157	0,318272499
Reale	0,949419312	0,982128148	0,977447391	0,991075905
Allianz	1,049748524	1,048978479	1,06314575	1,049668117
	Tesorería			
	2011	2010	2009	2008
Santalucia	0,031	0,049	0,025	0,002
Mafre	0,014953697	0,01010873	0,00156749	0,096935796
Reale	0,042564315	0,052025981	0,021645878	0,022203952
Allianz	0,017752158	0,013977712	0,025113406	0,026522413
	Garantía			
	2011	2010	2009	2008
Santalucia	1,355	1,364	1,376	1,345
Mafre	18,66594172	20,53927529	40,07989615	7,488353918
Reale	1,458800452	1,448098606	1,424088834	1,396205903
Allianz	1,158154862	1,141680788	1,147754081	1,140382269
	Ratio de endeudamiento y autonomía			
	2011	2010	2009	2008
Santalucia	0,962133145	0,935573164	0,888950623	1
Mafre	1	1	1	1
Reale	1,013249933	1	0,977227095	1
Allianz	1,101085285	1,086538001	0,968063741	1,000873567

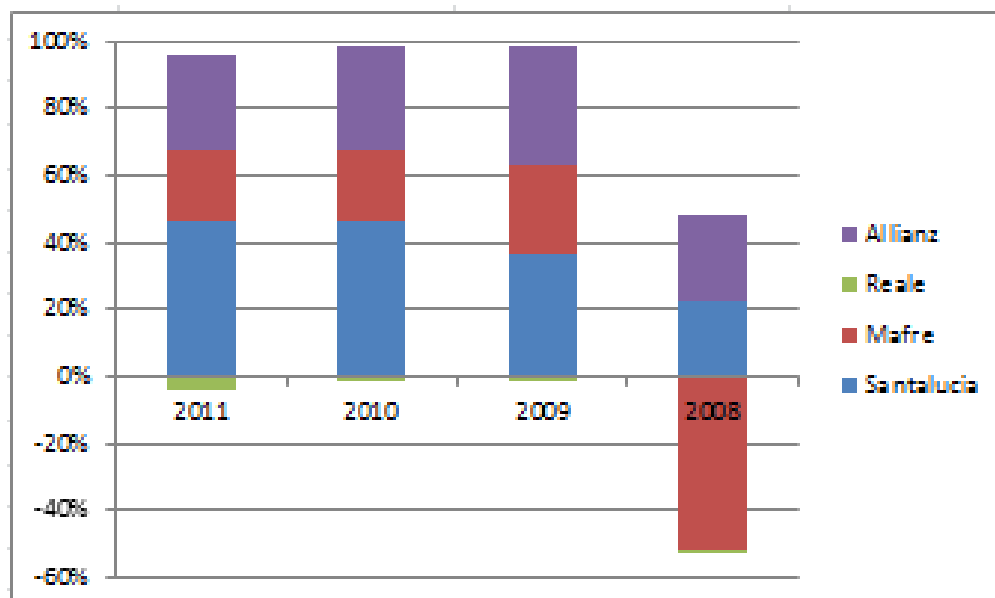
✿ Capital Circulante:

Con relacion a esta magnitud se puede destacar la tendencia creciente de las tres entidades analizadas, aunque en el caso de Mapfre presenta cifras negativas en el año 2008 debido a un gran soporte de seguros que tuvo que pagar ese año a causa de las inundaciones que afectaron a las zonas de Andalucia.

Por el contrario la situación que posee un capital circulante negativo a corto plazo y lo que, en perjuicio es más preocupante la presenta Reale.

	Capital Circulante			
	2011	2010	2009	2008
Santalucia	595380	560220	521670	346838
Mapfre	275011	264393	376408	-803392
Reale	-48709	-17401	-22150	-8882
Allianz	370469	370975	501560	395083

A continuación mostramos un gráfico mucho más didáctico donde se observa lo anteriormente comentado. Resaltar la situación privilegiada de las empresas salvo Reale.



Se aprecia la clara tendencia creciente de las 3 empresas que hemos mencionado y apenas sale reflejada Reale pero con una tendencia creciente en su capital circulante negativo.

Tenemos que resaltar que según se observa en este gráfico y numéricamente nos damos cuenta de que la posición es muy favorable para Santalucia con respecto a todos sus competidores.

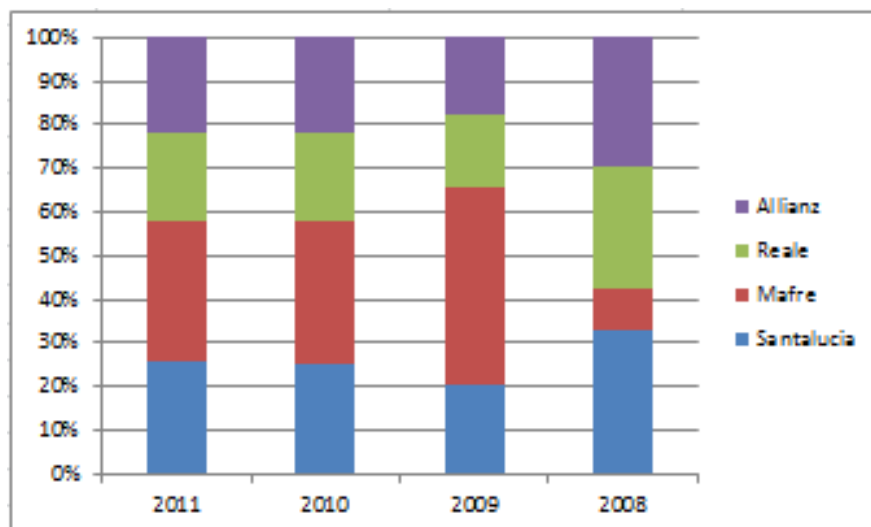
☀ Solvencia:

Este Ratio es mas constante en terminos generales en todas las entidades aseguradoras. Asi mismo , se puede observar que al igual que Santalucia anteriormente la empresa que esta un poco mejor situada es Mafre y en contra partida nos encontramos de nuevo a Reale.

Nuestra aseguradora , Santalucia, se encuentra en una posición muy cómoda con respecto a sus competidores. Además pose un ratio superior a uno y al igual que Mapfre y Allianz con lo que se pueden comprometer a devolver todas sus deudas sin problemas la unica que tendria mas dificultades sería Reale.

	Solvencia			
	2011	2010	2009	2008
Santalucia	1,2130	1,2177	1,2206	1,1683
Mapfre	1,54872153	1,592700445	2,690665157	0,318272499
Reale	0,949419312	0,982128148	0,977447391	0,991075905
Allianz	1,049748524	1,048978479	1,06314575	1,049668117

A continuación a modo de resumen, demostramos lo comprobado empíricamente con un gráfico de barras, en el que se observan que datos de todos los años son contantes y superiores a uno.



✿ Tesorería:

Dentro del análisis de tesorería de dichas aseguradoras observamos una tendencia creciente en todas ellas.

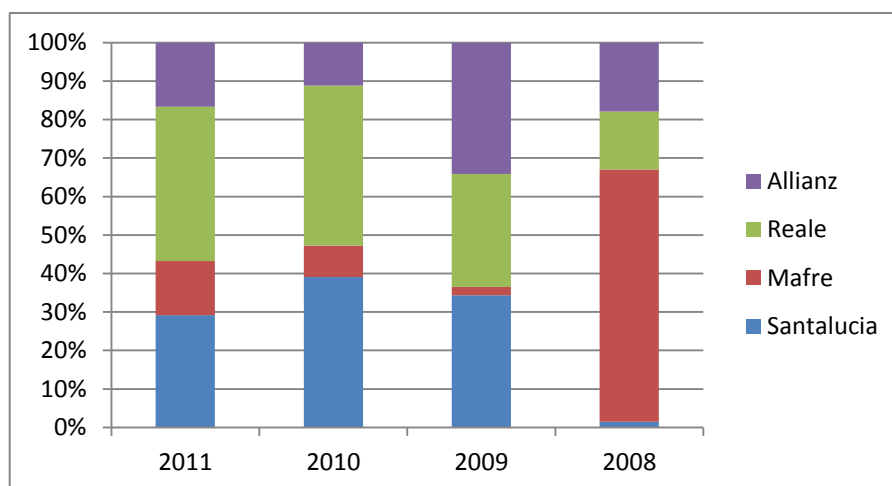
En Allianz observamos una leve tendencia decreciente, que puede ser debida a la gran cantidad de seguros de automóviles que posee respecto al resto, además también podemos ver que Mapfre tiene una tendencia más decreciente que las demás debido a su participación en el consorcio de compensación de seguros, que coincide en los años 2008/09 con las inundaciones en la zona de Andalucía y tuvo que sufragar muchos seguros agrícolas y de daños.

	Tesorería			
	2011	2010	2009	2008
Santalucia	0,031	0,049	0,025	0,002
Mapfre	0,014953697	0,01010873	0,00156749	0,096935796
Reale	0,042564315	0,052025981	0,021645878	0,022203952
Allianz	0,017752158	0,013977712	0,025113406	0,026522413

A continuación detallamos un gráfico donde se observa lo anteriormente comentado y la evolución de cada empresa.

Santalucia tiene una posición ventajosa respecto a sus competidores en su tesorería, debido a su tendencia creciente y se observa que la única que le supera es Reale.

Todas las aseguradoras no deben tener preocupación por la tesorería debido a que están bastante bien posicionadas en el sector y como ya hemos comentado tienen liquidez y solvencia para hacer frente a los pagos en un corto plazo.



Después de estos primeros ratios y antes de continuar con el análisis nos podemos dar cuenta de que todas las aseguradoras son similares, pero dependiendo de la zona donde tengan el mayor porcentaje de sus operaciones pueden tener un esqueleto financiero muy diverso. De esta forma, lo que a priori podría pensarse que Santalucía, estuviera en una posición de desventaja con relación a sus competidores, nos permite comprobar que está posicionada y saneada y tiene mucha más tesorería que las demás aseguradoras.

✿ Garantía:

El análisis de la garantía de las cuatro aseguradoras nos hace darnos cuenta que, en todas, la tendencia es decreciente aunque en unas más que en otras. Solo Mapfre es capaz de tener una tendencia ligeramente positiva; las demás han descendido la garantía con respecto al primer año.

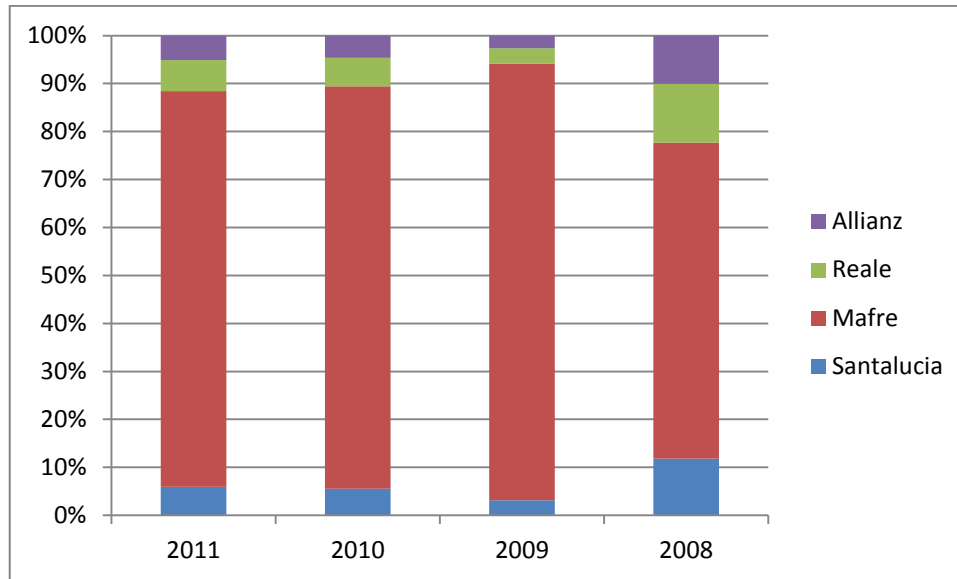
Debemos señalar como se puede observar en el cuadro, que todas son superiores a 1, y son capaces de garantizar la viabilidad de la empresa a largo plazo.

También debemos señalar que la aseguradora mejor situada en este ratio es Mapfre seguros.

	Garantía			
	2011	2010	2009	2008
Santalucía	1,355	1,364	1,376	1,345
Mapfre	18,66594172	20,53927529	40,07989615	7,488353918
Reale	1,458800452	1,448098606	1,424088834	1,396205903
Allianz	1,158154862	1,141680788	1,147754081	1,140382269

A continuación mostraremos gráficamente lo que hemos plasmado en el cuadro, donde nos daremos cuenta que la solvencia de todos es superior a uno, pero la única que está en una situación más ventajosa es Mapfre.

Cabe destacar que en esta época de crisis encontrar una empresa que tenga un ratio de garantía óptimo es muy complicado sin embargo y más concretamente en este sector nos encontramos con todas las empresas con su ratio mayor que uno, lo cual significa que van a tener un futuro acorde a los resultados que están obteniendo actualmente.



✿ Endeudamiento y autonomía:

El análisis de este ratio nos muestra el endeudamiento y autonomía que tienen las empresas aseguradoras para garantizar sus pagos y saber cuál es el nivel de endeudamiento.

Sus valores tienen que oscilar entre cero y uno para que se consideren óptimos. Lo que se cumple en todas las empresas, salvo en Reale. Esto significa que todas las empresas salvo Reale tienen más que lo que deben y tiene una tendencia decreciente.

En el caso de Santalucia este ratio va disminuyendo hasta quedarse próximo a 0,90 lo cual es debido al aumento de primas y un incremento de las captaciones de clientes a su compañía.

	Ratio de endeudamiento y autonomía			
	2011	2010	2009	2008
Santalucia	0,962133145	0,935573164	0,888950623	1
Mafre	1	1	1	1
Reale	1,013249933	1	0,977227095	1
Allianz	1,101085285	1,086538001	0,968063741	1,000873567

En el siguiente gráfico señalamos la evolución del mismo ratio en las diferentes empresas, lo que nos permite observar la clara disminución del ratio en todas las empresas excepto Mapfre que se mantiene constante. Así mismo se comprueba el crecimiento de Reale seguros y la constancia del que parece el grupo líder del sector (Mapfre que se estanca en uno).

6.3. ANÁLISIS ECONÓMICO

Para proceder a la realización del análisis económico se examinan las cuentas de pérdidas y ganancias de Santalucía Seguros S.A. así como las de sus competidores, obtenidas de la base de datos SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos). Antes de proceder, se deben tener en cuenta ciertas caracterizaciones de dicho Estado Contable.

La cuenta de Pérdidas y Ganancias presenta, de forma resumida, los resultados de las operaciones de una empresa. Esos resultados constituyen, por otra parte, la razón principal de la existencia de una entidad lucrativa, y son determinantes importantes de su valor y solvencia.

El beneficio neto no es una cantidad concreta ni un flujo específico a la espera de un calibre perfecto que lo mida con exactitud. Hay una serie de razones para ello:

1. La determinación del beneficio neto depende de estimaciones con respecto al resultado de hechos futuros, que entraña la evaluación de probabilidades basadas en datos y estimaciones. Expresado de otra forma, implica determinar la utilidad futura de muchas categorías de activos y costes no vencidos, así como la estimación de futuros pasivos y obligaciones.
2. Las normas de contabilidad que rigen la determinación y medición del resultado en un momento dado se basan, en parte, en el conocimiento y la experiencia y, en parte, en el compromiso de intereses y puntos de vista muy diferentes sobre métodos de medición. Si bien la profesión contable ha restringido la gama de principios de medición aceptables, sigue habiendo alternativas y no es probable que desaparezcan por completo en un futuro próximo.
3. Más allá del problema de las legítimas diferencias de estimación y opinión, así como de la diversidad de principios alternativos aceptables, está el problema derivado de las distintas formas de aplicación de esas opiniones y principios.

Además de las razones anteriores, inherentes al proceso de contabilidad, hay todavía otra razón que impide que exista una medida absoluta de los «beneficios reales»: los estados

financieros son presentaciones generales destinadas a c necesidades de muchos usuarios. En consecuencia, es imposible que una única cifra de «beneficio neto» sea relevante para todos los usuarios, lo que significa que el analista debe usar esa cifra, y la información adicional revelada en los estados financieros y en otros documentos, como punto de partida y ajustarla para llegar a una cifra de «beneficio neto» que satisfaga sus intereses y objetivos concretos.

No obstante, a pesar de estas limitaciones la Cuenta de Pérdidas y Ganancias o Cuenta de Resultados constituye uno de los Estados Contables más importantes a efectos del análisis económico, dado que permite evaluar, entre otros, los siguientes aspectos estrechamente relacionados:

- El peso relativo de las distintas partidas – ingresos y gastos – que configuran el resultado.
- La evolución temporal de los ingresos y gastos de la empresa.
- Los márgenes de resultados más significativos.
- La calidad del resultado, aspecto determinando principalmente por el grado de estabilidad de las partidas de ingresos y gastos con mayor peso relativo, así como por el carácter recurrente o esporádico de estas partidas. Obviamente, la percepción del analista será tanto más favorable cuanto mayor sea la contribución y estabilidad de los ingresos generados por la actividad ordinaria.

De esta forma, con la aplicación de las herramientas adecuadas de análisis a los componentes de la cuenta de resultados, y la interpretación de los datos obtenidos con esas medidas analíticas se pretende alcanzar objetivos de análisis de los resultados de las operaciones como la proyección del beneficio, la evaluación de su estabilidad y calidad, y la estimación de la capacidad de generación de beneficios. (FERNÁNDEZ y RODRÍGUEZ, 2011)

En el cuadro 6.3.1 se recoge las Cuentas de Pérdidas y Ganancias Santalucia Seguros S.A., muestra los resultados contables que se tendrán en cuenta para ratios económicos más significativos.

Cuadro 6.3. Cuenta de Pérdidas y Ganancias de Santalucía Seguros.

CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS				
	2011	2010	2009	2008
1. Primas imputadas al ejercicio, netas de reaseguro	947,17	929,55	907,39	865,18
2. Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones	57,75	56,02	43,76	68,12
3. Otros ingresos técnicos	0,33	1,82	1,79	1,55
4. Siniestralidad del ejercicio, neta de reaseguro	414,43	420,35	392,16	381,05
5. Variación de otras provisiones técnicas, netas de reaseguro	111,44	101,11	93,29	89,98
7. Gastos de explotación netos	325,84	315,51	325,6	295,67
8. Otros gastos técnicos	26,04	26,63	23,35	21,72
9. Gastos del inmovilizado material y de las inversiones	6,49	8,11	10,06	40,21
A) RESULTADO SEGUROS NO VIDA	121,01	115,68	108,48	106,01
10. Primas imputadas al ejercicio, netas de reaseguro	219,7	199,09	167,93	140,45
11. Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones	71,89	74,08	81,7	111,13
14. Siniestralidad del ejercicio, neta de reaseguro	149,63	131,09	125,46	104,51
15. Variación de otras provisiones técnicas, netas de reaseguro	82,05	80,57	57,48	38,75
16. Participación en beneficios y extornos	0,44	0,56	0,13	0,01
17. Gastos de explotación netos	15,94	16,26	16,3	16,96
18. Otros gastos técnicos	5,77	5,19	4,06	3,26
19. Gastos del inmovilizado material y de las inversiones	9,28	10,87	7,47	90,04
B) RESULTADO SEGUROS VIDA	28,48	28,63	38,73	-1,93
C) RESULTADO CUENTA TÉCNICA	149,49	144,31	147,21	106,01
24. Otros ingresos	5,86	1,46	2,78	4,00
25. Otros gastos	3,95	5,1	17,6	1,78
E) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	151,02	141,78	141,18	22,07
26. Impuesto sobre beneficios	42,83	40,89	41,67	20,66
F) RESULTADO DEL EJERCICIO	108,19	100,89	99,51	65,69

Fuente de elaboración propia.

El análisis de la rentabilidad evalúa la capacidad de la empresa para generar beneficios, dicho análisis es de gran importancia, puesto que si la empresa no alcanza unos niveles adecuados de rentabilidad, seguramente presentará en un futuro de liquidez y solvencia.

✿ Rentabilidad económica

La rentabilidad económica es una de las principales finalidades sino la principal de las empresas, pues determina la capacidad de las mismas para sobrevivir en el mercado al

permitir remunerar adecuadamente a los suministradores de capitales tanto propios (dividendos) como ajenos (intereses).

El analista utiliza el cálculo y análisis de rentabilidades en tres áreas principales (Bernstein, 1995, pag 208).

Como indicador de la eficacia de la dirección al sintetizar la iniciativa, ingenio y motivación del equipo de dirección de la firma, en definitiva, la calidad de los gestores.

Como medida de la capacidad de la empresa para generar un rendimiento de la inversión satisfactorio, cuestión que resulta clave en la evaluación de la salud financiera de la empresa a largo plazo y de supervivencia en el mercado.

Como método para la proyección de beneficios, pues al relacionar el beneficio generado con el volumen de inversiones actuales, permite estimar razonablemente el rendimiento esperado de las inversiones previstas.

A su vez, aunque cae fuera del objeto de esta obra, las medidas de rentabilidad juegan un papel clave como herramientas de decisión y control interno, pues permiten analizar los rendimientos obtenidos por los diversos departamentos de la empresa, por líneas de productos y proyectos de inversión individuales.

De manera genérica, la rentabilidad se calcula por cociente entre resultado obtenido por la empresa en un periodo y los capitales que han contribuido a generarlo.

Su cálculo permitirá al analista compararla con el rendimiento que la empresa habría obtenido de haber aplicado sus recursos en otras inversiones alternativas, o con la rentabilidad obtenida por otras empresas sujetas a grados similares de riesgo.

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{Beneficio}}{\text{Inversion}}$$

En la empresa objeto de estudio este ratio presenta los siguientes valores:

	2011	2010	2009	2008
Rentabilidad Economica	3,98580082	4,03937378	4,33850012	0,79606472

Observamos que la rentabilidad económica de Santalucia Seguros es positiva en el periodo de años analizada. A lo largo de los ejercicios la rentabilidad decrece sensiblemente debido a que el nivel de activo aumenta de la misma manera.

✿ Rentabilidad de los recursos propios

El cálculo de la rentabilidad de los recursos propios presenta un gran interés para los propietarios de la empresa al poner la relación por el cociente el beneficio neto y el montante total de su aportación. Efectivamente, al dividir el beneficio después de impuestos por los fondos propios a su estado medio, se obtiene la rentabilidad de la inversión comprometida en la empresa por los propietarios.

$$RRP = \frac{BN}{RPM} \times 100$$

Dónde:

RRP = Rentabilidad de los recursos propios o rentabilidad financiera

BN= Beneficio neto

RPM = Recursos propios a su estado medio

En el numerador de la expresión anterior se incluye el beneficio neto, es decir, la verdadera riqueza generada durante el ejercicio, obtenida por comparación entre los ingresos devengados y la totalidad de los costes y gastos asociados con aquellos. En el caso de que se quiera referir el cálculo únicamente a la rentabilidad del capital en acciones ordinarias, habrá que deducir del beneficio neto total los dividendos preferentes.

En el denominador de la expresión se consideran los recursos propios a su estado medio, es decir, ponderados en función del tiempo durante el cual las nuevas aportaciones han contribuido a generar nuevo beneficio o las restituciones a los accionistas han dejado de contribuir a su generación. Si no se dispone de datos más precisos, se considera aceptable calcular la media aritmética de los recursos propios iniciales y finales del ejercicio, siempre que no se trate de una empresa con actividad estacional, en cuyo caso se deberá efectuar la debida ponderación en función de las fases de la actividad.

	2011	2010	2009	2008
Rentabilidad de Recursos Propios	12,0488234	12,4375901	13,5207478	9,92833353

Podemos observar que esta rentabilidad va mejorando a lo largo de los años pasando de valores del 9,92% en el 2008 al 12,04 en 2011.

✿ Rotación del activo

La rotación de activos es uno de los indicadores financieros que empresa como está siendo de eficiente con la administración y la gestión de sus activos. Es importante conocer el nivel de rotación de los activos, puesto que de su nivel se pueden identificar deficiencias e implementar mejoras conducentes a maximizar la utilización de los recursos de la empresa. Cuanto más elevado sea el valor mejor, estimándose como valores óptimos en torno a 1.

	2011	2010	2009	2008
rotacion de activos	0,24998219	0,26483283	0,27884344	0,31213063

Observamos que la rotación de activos se mueve en torno a una media del 0,25, esto quiere decir que tiene una baja rotación de activos, porque no poseen existencias.

6.3.1. Analisis económico comparativo de Santalucia y otras entidades

Realizaremos un analisis comparativo de los mismos ratios analizados para Santalucia en el aspecto económico con el resto de empresas que hemos seleccionado para nuestro estudio. Asimismo, como ya se ha indicado en el análisis financiero intentaremos acompañar dicho analisis con graficas que puedan aportar otra visión más esquemática del mismo.

Comparación de todas las aseguradoras

Dentro del analisis vamos a analizar los cambios económicos primeramente a corto plazo y después haremos la comparativa global del analisis económico a largo plazo.

A continuación en el siguiente cuadro se recogen todos los ratios calculados de las diferentes empresas, lo que nos permite realizar una primera aproximación numérica de la situación de la empresa objeto de estudio.

	Rentabilidad Económica			
	2011	2010	2009	2008
Santalucia	3,99	4,04	4,34	0,80
Mapfre	3,34	4,39	7,19	1,67
Reale	3,81	3,98	4,22	4,44
Allianz	5,25	3,33	3,41	3,54

	Rentabilidad de los Recursos Propios			
	2011	2010	2009	2008
Santalucia	12,05	12,44	13,52	9,93
Mapfre	4,55	5,15	10,00	1,63
Reale	9,43	10,35	11,14	12,52
Allianz	33,80	23,71	25,45	29,57

	Rotacion de Activos			
	2011	2010	2009	2008
Santalucia	0,25	0,26	0,28	0,31
Mapfre	0,04	0,05	0,09	0,13
Reale	0,49	0,48	0,48	0,48
Allianz	0,21	0,21	0,19	0,20

✿ Rentabilidad económica

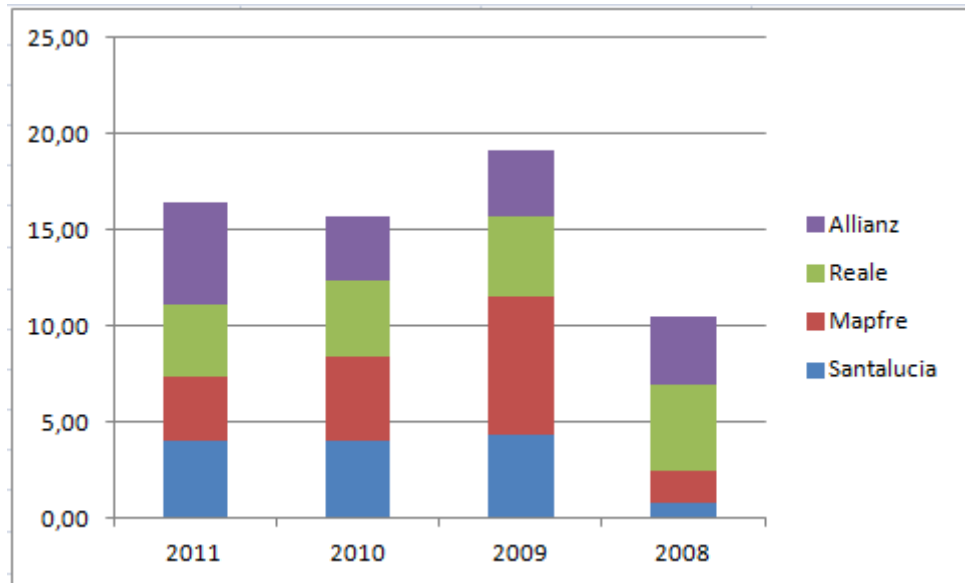
Con relación a esta magnitud observamos dos casos, una tendencia creciente desde el año 2008 al año 2011 en el caso de las compañías Santalucia y Allianz y otra tendencia decreciente en el caso de las compañías Mapfre y Reale en el mismo periodo de años.

Se observa una variación considerable con respecto al año 2008 y el año 2011 en la aseguradora Santalucia debido a la fuerte crisis inmobiliaria y que los clientes contrataban más seguros de defunción y seguros de hipoteca.

Otra variación significativa es el caso de Mapfre, en el año 2009, debido al plan renove de los automóviles,

	Rentabilidad Económica			
	2011	2010	2009	2008
Santalucia	3,99	4,04	4,34	0,80
Mapfre	3,34	4,39	7,19	1,67
Reale	3,81	3,98	4,22	4,44
Allianz	5,25	3,33	3,41	3,54

A continuación mostramos un gráfico mucho más didáctico donde se observa lo anteriormente comentado. Destacamos de nuevo la tendencia creciente que presenta Santalucia de 2008 a 2011, vemos también como las aseguradoras Allianz y Reale mantienen el crecimiento. En el caso de Mapfre vemos una tendencia creciente del año 2008 respecto al 2010 y 2011, exceptuando el año 2009 por las causas señaladas anteriormente.

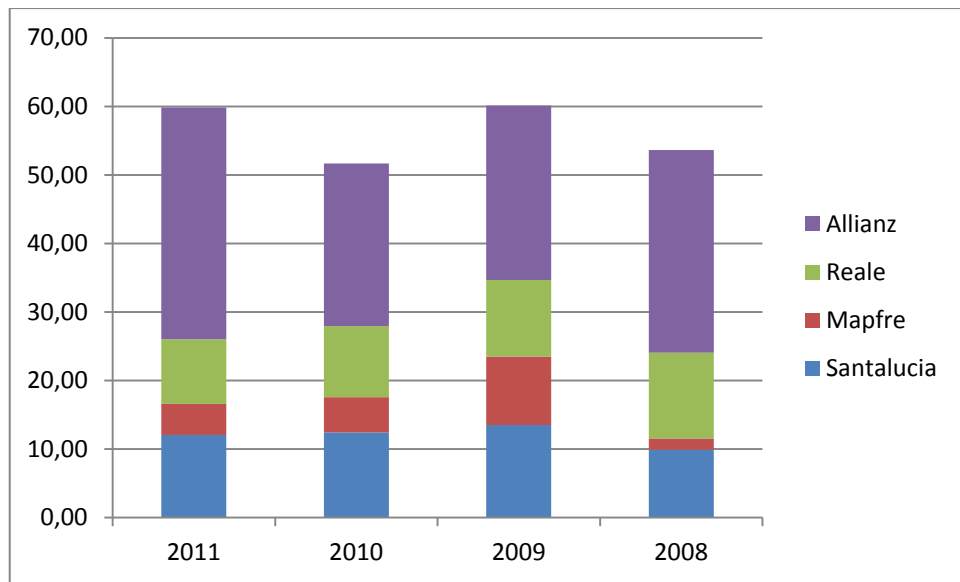


✿ Rentabilidad de los recursos Propios

Con relación a este ratio podemos observar que en un ámbito general la tendencia es también mitad creciente mitad decreciente, lo que nos plantea la duda si todas las aseguradoras se rigen por el mismo patrón y tienen la misma estructura básica. En este caso nos encontramos con entidades aseguradoras que no cotizan en bolsa y su rentabilidad de recursos propios es creciente como es el caso de Santalucia y Allianz.

	Rentabilidad de los Recursos Propios			
	2011	2010	2009	2008
Santalucia	12,05	12,44	13,52	9,93
Mapfre	4,55	5,15	10,00	1,63
Reale	9,43	10,35	11,14	12,52
Allianz	33,80	23,71	25,45	29,57

A continuación podemos observar el gráfico en el cual se refleja los resultados del ratio de la rentabilidad de los recursos propios. Como podemos ver las más destacadas y con tendencia creciente del año 2008 al año 2011 son Santalucia y Allianz, pero hacemos más hincapié en Allianz con respecto a las demás compañías aseguradoras, ya que es la que mayores cifras presenta. La compañía Mapfre es la que menor rentabilidad de recursos propios tiene ya que su nivel de cotización en bolsa es mayor al del resto de las compañías aseguradoras estudiadas.



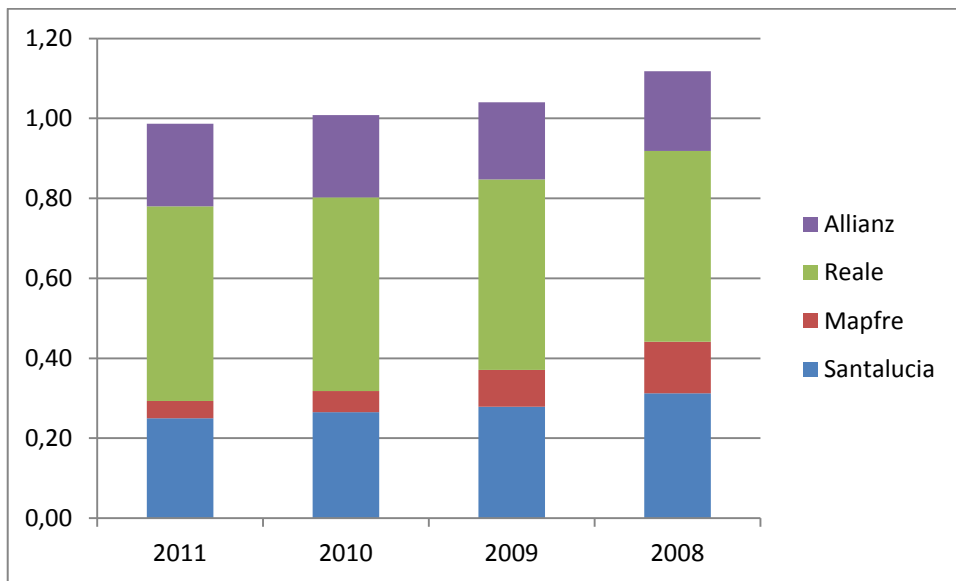
Rotación de los Activos.

En este tipo de entidades el calcular un ratio de rotación de activos es poco significativo debido a que no podemos averiguar cuantas veces rotan las primas respecto al dinero que hay.

Por eso y en consecuencia con lo anteriormente comentado nos encontramos con unos índices de rotación de activos inferiores a 1, lo cual, en cualquier otra empresa, sería un signo de debilidad económica y haría peligrar su futuro, pero en este tipo de entidades, más concretamente entidades financieras y de seguros, es tipo de ratio aun siendo inferior a 1 se considera como normal en este sector.

	Rotacion de Activos			
	2011	2010	2009	2008
Santalucia	0,25	0,26	0,28	0,31
Mapfre	0,04	0,05	0,09	0,13
Reale	0,49	0,48	0,48	0,48
Allianz	0,21	0,21	0,19	0,20

A continuación podemos observar los resultados obtenidos en la tabla anterior reflejados en un gráfico. La compañía aseguradora Reale se puede decir que es la que muestra un ratio de rotación mayor que el resto de aseguradoras, dentro de los índices comentados con anterioridad inferiores a 1.



7. CONCLUSIONES

Después de hacer un análisis económico y financiero de nuestra empresa principal SANTALUCÍA y sus competidoras, Allianz, Mapfre y REALE, se pueden obtener las siguientes conclusiones.

En primer lugar, y haciendo referencia a la situación de la economía global, podemos destacar que, si bien la mayor parte de las empresas estrictamente financieras (bancos y cajas de ahorro) están afectadas por la crisis sistémica que afecta al sistema financiero español, por el contrario, las entidades del seguro se encuentran en una situación privilegiada con respecto a las demás.

Todas las empresas estudiadas presentan unos ratios envidiables para el sector al que pertenecen, lo que ha llevado a que en la actualidad un número importante de entidades financieras, tanto de inversión como de financiación, incluso importantes bancos actuales, están intentando adentrarse en el mundo de los seguros puesto que éstos constituyen un pasivo fiable para la entidad y contribuyen a mejorar de forma importante sus ratios, tanto económicos como financieros.

También cabe destacar que, dentro del panorama financiero, estas entidades son las que mayor solvencia poseen debido a que sus obligaciones son muy a largo plazo y los ingresos de explotación son muy altos, acorde a las primas respectivas a cada seguro.

A partir del análisis financiero realizado, se comprueba que la empresa SATANLUCIA, que a priori parecía la aseguradora más pequeña y con niveles de rentabilidad y endeudamiento inferiores a las demás, se posiciona en un lugar claramente superior a las otras entidades aseguradoras analizadas, como por ejemplo MAPFRE. Se puede deducir que las aseguradoras funcionan mejor a niveles regionales que a niveles nacionales, porque el volumen de captación de clientes y de pólizas nuevas es bastante superior, el trato es más personalizado y la influencia en los clientes es muy positiva.

Dentro del análisis financiero, tanto a corto como a largo plazo, hemos estudiado, además del “*Capital Circulante*”, otros coeficientes, lo que nos ha permitido llegar a las siguientes conclusiones.

Con relación al “*Capital Circulante*” (primera magnitud, aunque no suficiente, que se considera como punto de partida para analizar la solvencia a corto plazo) destacamos que, en todas las aseguradoras, tiene una tendencia creciente, situándose la empresa SANTALUCÍA en el puesto número uno en la variación porcentual, dentro de la variación interanual.

Respecto al “*coeficiente de solvencia*”, considerado por la mayor parte de los analistas financieros como el más importante para evaluar la solvencia a corto plazo de una empresa, se comprueba que la aseguradora SANTALUCÍA presenta un ratio superior a uno, lo que permite suponer que, en principio, no tendrá dificultades para atender a la devolución de sus deudas a corto plazo.

El otro ratio analizado es el de “*tesorería*” con el que de nuevo se pone de manifiesto que la entidad que más ha crecido en este índice vuelve a ser SANTALUCÍA, lo cual nos permite pronosticar que estará muy bien posicionada en la zona donde se encuentra operativa.

Considerando el ratio de “*garantía*”, en este caso todas las aseguradoras se encuentran con una ratio superior a uno, lo cual nos hace predecir que no van a tener problemas de solvencia a largo plazo, aunque en este valor la mejor posicionada es MAPFRE, debido a la consolidación que ha alcanzado en los años que lleva operando en el mercado español.

Por último, con relación a los ratios de “*endeudamiento*” y “*autonomía*” comprobamos que la empresa SANTALUCÍA se encuentra en una posición muy favorable respecto a los demás ya que tiene un *endeudamiento* menor a uno y una tendencia creciente en el ratio de *autonomía financiera*, lo que la permite garantizar su financiación a largo plazo.

Asimismo, como conclusiones que podemos destacar del análisis económico realizado son las siguientes:

Con relación a “*rentabilidad económica*” observamos dos situaciones diferentes, una tendencia creciente desde el año 2008 al año 2011 en las compañías SANTALUCÍA y ALLIANZ y otra tendencia decreciente en el caso de las empresas MAPFRE y REALE para el mismo periodo de años.

Se observa una variación positiva considerable con respecto al año 2008 y el año 2011 en la aseguradora SANTALUCÍA debido a la fuerte crisis inmobiliaria que ocasionó un

aumento considerable del seguro de hipotecas y un incremento en las primas de seguros de defunción.

Otra variación significativa es el caso de Mapfre en el año 2009 debido el plan renove de los automóviles, que consistía en la entrega de nuestro viejo coche a cambio de uno nuevo. Eso fue promovido por el gobierno pero los comerciales de ventas de la entidad gestionaron muy bien esa oportunidad debido a que se incrementaron las pólizas de coches.

Centrándonos en la “*rentabilidad de los recursos propios*” con relación a este ratio podemos observar que, en general la tendencia es también mitad creciente, mitad decreciente, esto nos hace preguntarnos si todas las aseguradoras se regirán por el mismo patrón y tendrán la misma estructura básica en este caso nos encontramos con entidades aseguradoras que no cotizan en bolsa y su rentabilidad de recursos propios es creciente como es el caso de Santalucia y Allianz debido a que no cotizan en bolsa , de manera tan agresiva como el caso de las otras aseguradoras.

Por último y con relación a la “*rotación de los activos*”, el calcular este ratio en este tipo de entidades es poco significativo debido a que resulta difícil calcular cuantas veces rotan las primas respecto al dinero invertido. Es por ello, que nos encontramos con unos índices de rotación de activos inferiores a 1, valores que, si bien en empresas pertenecientes a otros sectores reflejarían problemas de debilidad económica y harían peligrar su futuro, en este tipo de entidades, más concretamente entidades financieras y de seguros, los valores inferiores a uno en este ratio entrarían dentro de la normalidad de estas empresas.

8. BIOGRAFIA

Bernstein, L.A. (1993); “Análisis de estados financieros. Teoría, aplicación e interpretación”. Ediciones S. Barcelona.

Fernández Fernández, J.M. y Rodríguez Pérez, A. (2011); “Análisis de los estados financieros. Teoría”. Curso de adaptación al grado en administración y dirección de empresas. Universidad de León.

Garrido y Comas, J.J.: (1) *Tratado General de Seguros. Teoría y práctica de los seguros privados*, Tomo I, [Teoría General y Derecho Español de los Seguros Privados], Volúmenes II, Consejo General de Agentes y Corredores de Seguros de España, Barcelona, 1987.- (2) *Nuevo Diccionario de Seguros Privados*, Publicaciones de la Escuela del Seguro de Barcelona, Barcelona, 1985.- (3) *Tratado General de Seguros. Teoría y práctica de los seguros privados*, Tomo I, [Teoría General y Derecho Español de los Seguros Privados], Volúmenes I, Consejo General de Agentes y Corredores de Seguros de España, Barcelona, 1986.

Gronross Christian: *Marketing y Gestión de Servicios. La gestión de los momentos de la verdad y la competencia en servicios*, Ediciones Díaz de Santos, Madrid, 1994.

Busquets Roca, Francisco: *Teoría General del Seguro*, Vicens-Vives, Barcelona, 1988.

Tatiana Criado, Arturo Nájera / Julio de 2011

(Ley 30/95 del 8 de noviembre de Ordenación y Supervisión de los seguros Privados)

Córdoba Villar, José Luis y Torres Romeu, José María: *Teoría y Aplicaciones del Marketing*, 3ª Edición corregida, Ediciones Deusto, Bilbao, 1989.
- *Principios y Objetivos del Marketing*, 3ª Edición corregida, Ediciones Deusto, Bilbao, 1992.

Merlo Bataller, José y Martín Alonso, José Luis: *El Marketing y el Seguro*, Consulsegur, Madrid, 2000.

Orlando Greco, *Diccionario Contable*. 2004.

Fernández Antonio J. Análisis de los estados financieros de las entidades financieras, economía del seguro. Aula universitaria de economía actuarial y financiera.

Apuntes del Curso de Adaptación al grado de ADE, en la Universidad de León, año 2012/13.

Recurso de prensa (Ellen Burger 2010)

http://es.wikipedia.org/wiki/Santa_Luc%C3%ADa_S.A._Compa%C3%B1%C3%ADa_de_Seguros_y_Reaseguros#Evoluci.C3.B3n_de_la_actividad

http://doc.forumed.org/medecine/download_pdf.php?kw=Ranking%20Compa%C3%B1as%20de%20Seguros+filetype:pdf&pages=50&go=Go

<http://www.economista.es/interstitial/volver/novoee/economia/noticias/4535731/01/13/EconomiaSantalucia-Seguros-aumento-su-facturacion-un-46-en-2012-y-preve-que-el-beneficio-crezca-entre-un-8-y-un-10.html>

<http://www.dgsfp.mineco.es/sector/legislacion.asp>

9. ANEXOS

Santalucia:

BALANCE DE SITUACION

	2011	2010	2009	2008
activo fijo	398040	375930	367930	364575
inmovilizado material	218180	200590	199850	204928
inmovilizado inmaterial	2240	2330	2190	2351
otros inmovilizados	177620	173010	165890	157296
activo circulante	3391010	3134020	2886190	2407274
tesorería	105360	153280	73040	5295
deudores	1012610	985590	1061160	1112964
inversiones financieras	2239690	1962170	1719040	1255970
otros	33350	32980	32950	33044
TOTAL DE ACTIVO	3788950	3509950	3254120	2771848
PATRIMONIO NETO	933270	867030	827920	661614
fondos propios	897930	811170	735980	661614
ajustes por cambio de valor	35340	55860	91940	0
pasivo fijo	60050	69130	61670	49799
no técnica	49420	51730	41280	29137
técnica	10630	17400	20390	20661
pasivo circulante	2795630	2573800	2364520	2060436
técnica	261100	242680	223230	86400
no técnica	2534530	2331120	2141290	1974036
TOTAL PASIVO	3788950	3509960	3254110	2771848

CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS

	2011	2010	2009	2008
1. Primas imputadas al ejercicio, netas de reaseguro	947,17	929,55	907,39	865,18
2. Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones	57,75	56,02	43,76	68,12
3. Otros ingresos técnicos	0,33	1,82	1,79	1,55
4. Siniestralidad del ejercicio, neta de reaseguro	414,43	420,35	392,16	381,05
5. Variación de otras provisiones técnicas, netas de reaseguro	111,44	101,11	93,29	89,98
6. Participación en beneficios y extornos	0	0	0	0,00

7. Gastos de explotación netos	325,84	315,51	325,6	295,67
8. Otros gastos técnicos	26,04	26,63	23,35	21,72
9. Gastos del inmovilizado material y de las inversiones	6,49	8,11	10,06	40,21
A) RESULTADO SEGUROS NO VIDA	121,01	115,68	108,48	106,01
10. Primas imputadas al ejercicio, netas de reaseguro	219,7	199,09	167,93	140,45
11. Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones	71,89	74,08	81,7	111,13
12. Ingresos de inversiones afectas a seguros en los que el tomador asume el riesgo de la inversión 0,00 0,00	0	0	0	0,00
13. Otros ingresos técnicos	0	0	0	0,00
14. Siniestralidad del ejercicio, neta de reaseguro	149,63	131,09	125,46	104,51
15. Variación de otras provisiones técnicas, netas de reaseguro	82,05	80,57	57,48	38,75
16. Participación en beneficios y extornos	0,44	0,56	0,13	0,01
17. Gastos de explotación netos	15,94	16,26	16,3	16,96
18. Otros gastos técnicos	5,77	5,19	4,06	3,26
19. Gastos del inmovilizado material y de las inversiones	9,28	10,87	7,47	90,04
20. Gastos de inversiones afectas a seguros en los que el tomador asume el riesgo de la inversión	0	0	0	0,00
B) RESULTADO SEGUROS VIDA	28,48	28,63	38,73	-1,93
C) RESULTADO CUENTA TÉCNICA	149,49	144,31	147,21	106,01
24. Otros ingresos	5,86	1,46	2,78	4,00
25. Otros gastos	3,95	5,1	17,6	1,78
E) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	151,02	141,78	141,18	22,07
26. Impuesto sobre beneficios	42,83	40,89	41,67	20,66
F) RESULTADO DEL EJERCICIO	108,19	100,89	99,51	65,69

MAPFRE:

Balance de Cuentas anuales				
	2011	2010	2009	2008
activo fijo	8578894	8451726	8324301	8449690
inmovilizado material	14633	862	930	876
inmovilizado inmaterial	2588	3045	2010	784
otros inmovilizados	8561673	8447819	8321361	8448030
activo circulante	776196	710475	599047	375073
tesorería	11607	7182	939	36358
deudores	49391	875	15270	19065
inversiones financieras	710729	696745	565966	319010
otros	4469	5673	16872	640

TOTAL DE ACTIVO	9355090	9162201	8923348	8824763
PATRIMONIO NETO	7065161	7028865	6933789	6340991
fondos propios	7065161	7028865	6933789	6340991
ajustes por cambio de valor				0
pasivo fijo	1788744	1687254	1766920	1305307
no técnica	10318	70530	71106	120557
	1778426	1616724	1695814	1184750
pasivo circulante	501185	446082	222639	1178465
técnica	237585	299346	140216	1027896
	263600	146736	82423	150569
TOTAL PASIVO	9355090	9162201	8923348	8824763

CUNETA DE PERDIDAS Y GANANCIAS				
	2011	2010	2009	2008
Importe neto de la cifra de negocios	405360	488.464	822.814	1137843
Dividendos e intereses empresas del grupo y asociados	405360	488.464	822.814	
• Dividendos	390868	480.202	816.776	
• Intereses	14492	8262	6038	
Otros ingresos de explotación Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	53068	64.121	45607	47434
Gastos de personal	-37536	-51272	-45526	-40158
otros gastos de explotación	-50774	37.007		-43164
Amortización del inmovilizado	-1266	-929	-444	-386
deterioro y resultado por enajenación del inmovilizado	-26			
Deterioro de empresas del grupo y asociadas	6755	-77.320	141.710	
Otros resultados	2	5	-91	-3
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	375579	386.062	650.922	-36277
Ingresos financieros	10243	10.993	64.413	638535
De valores negociables y otros instrumentos financieros	10243	10.993	64.413	32365
• De terceros	10243	10.993	64.413	20819
Gastos financieros	-70789	-79.473	-74.840	118120
Por deudas con empresas del grupo y asociadas	-13707	-14.111	-7.903	-2060
Por deudas con terceros	-56866	-65.147	-64.169	-112406
Por actualización de provisiones	-216	-215	-2.768	-3654
Variación de valor razonable en instrumentos financieros		-7.217	1.472	1586
Cartera de negociación y otros	-3402	-7.217	1.472	11736

Diferencias de cambio	20	7	-14	167
Resultado por enajenación de instrumentos financieros	666	-2.039	--	72342
RESULTADO FINANCIERO	-63262	-77.729	-8.969	594510
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	312570	308.333	641.953	147631
Impuesto sobre beneficios	9253	53.606	51.616	20110
RESULTADO DEL EJERCICIO	321570	361.939	693.569	103570

REALE:

Balance de Cuentas anuales

	2011	2010	2009	2008
activo fijo	490532	453694	438668	403219
inmovilizado material	126568	124182	124610	120912
inmovilizado inmaterial	159397	154562	147933	144545
otros inmovilizados	204567	174950	166125	137762
activo circulante	914287	956253	959998	986401
tesorería	38916	49750	20780	21902
deudores	248804	303909	305138	307513
inversiones financieras	524934	504765	537380	535867
otros	101633	97829	96700	121119
TOTAL DE ACTIVO	1404819	1409947	1398666	1389620
PATRIMONIO NETO	404153	396255	378520	349322
fondos propios	409508	396255	369900	349322
ajustes por cambio de valor	-5355	360	8620	
pasivo fijo	37670	40038	37998	45055
no técnica	10585	15091	16073	22072
técnica	27085	24947	21925	22983
pasivo circulante	962996	973654	982148	995283
técnica	840961	853778	865153	879507
no técnica	122035	119876	116995	115776
TOTAL PASIVO y PN	1404819	1409947	1398666	1389660

CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS

	2011	2010	2009	2008
1. Primas imputadas al ejercicio, netas de	683981	683276	666272	663340

reaseguro				
2. Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones	24080	27477	32812	37192
3. Otros ingresos técnicos				
4. Siniestralidad del ejercicio, neta de reaseguro	483839	485674	471195	437894
5. Variación de otras provisiones técnicas, netas de reaseguro	-48	-64	-62	-6063
6. Participación en beneficios y extornos				-
7. Gastos de explotación netos	182929	180761	181233	177803
8. Otros gastos técnicos	11156	9470	10115	-8018
9. Gastos del inmovilizado material y de las inversiones	4846	4521	-5128	-13559
A) RESULTADO SEGUROS NO VIDA	47555	49203	51581	57195
19. Gastos del inmovilizado material y de las inversiones	-1840	-1677	-1811	-4428
B) RESULTADO SEGUROS VIDA	5999	6901	7382	4570
C) RESULTADO CUENTA TÉCNICA	53554	56104	58963	61765
24. Otros ingresos	1691	1686	1576	3052
25. Otros gastos	-1472	-1724	-1882	-3817
E) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	53554	56104	58963	61765
26. Impuesto sobre beneficios	-14941	-15109	-17757	-18035
F) RESULTADO DEL EJERCICIO	38613	40995	41206	43730

ALLIANZ:

Balance de cuentas anuales

	2011	2010	2009	2008
activo fijo	807284	702150	672035	721582
inmovilizado material	215186	219790	216143	219940
inmovilizado inmaterial	55789	4993	158	563
otros inmovilizados	536309	477367	455734	501079
activo circulante	7817303	7945220	8444454	8349542
tesorería	138774	111056	212069	221450
deudores	1174670	1000768	1072667	1301458
inversiones financieras	6123235	6444607	6756132	6223550
otros	380624	388789	403586	603084
TOTAL DE ACTIVO	8624587	8647370	9116489	9071124

PATRIMONIO NETO	863736	793894	897256	793299
fondos propios	951047	862596	868601	793992
ajustes por cambio de valor	-87311	-68702	28655	693
pasivo fijo	314017	279231	276339	323366
no técnica	106525	120641	126582	140302
	207492	158590	149757	183064
pasivo circulante	7446834	7574245	7942894	7954459
técnica	7197009	7278412	7246936	7301192
	249825	295833	695958	653267
TOTAL PASIVO y PN	8624587	8647370	9116489	9071124

Cuenta de pérdidas y ganancias

	2011	2010	2009	2008
activo fijo	807284	702150	672035	721582
inmovilizado material	215186	219790	216143	219940
inmovilizado inmaterial	55789	4993	158	563
otros inmovilizados	536309	477367	455734	501079
activo circulante	7817303	7945220	8444454	8349542
tesorería	138774	111056	212069	221450
deudores	1174670	1000768	1072667	1301458
inversiones financieras	6123235	6444607	6756132	6223550
otros	380624	388789	403586	603084
TOTAL DE ACTIVO	8624587	8647370	9116489	9071124
PATRIMONIO NETO	863736	793894	897256	793299
fondos propios	951047	862596	868601	793992
ajustes por cambio de valor	-87311	-68702	28655	693
pasivo fijo	106525	120641	126582	140302
no técnica	106525	120641	126582	140302
técnica	7197009	7278412	7246936	7301192
	249825	295833	695958	653267