

Premio San Francisco Javier  
de Anacose en 2012

# PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

NÚMERO 63

MARZO 2017

[www.pymeseguros.com](http://www.pymeseguros.com)

## Punto de encuentro

Mifid II abre la puerta a la especialización y colaboración entre mediadores

## Más a fondo

La Ley de Distribución trae más obligaciones y nuevas responsabilidades

## In situ

El fraude en Vida aumenta un 35%



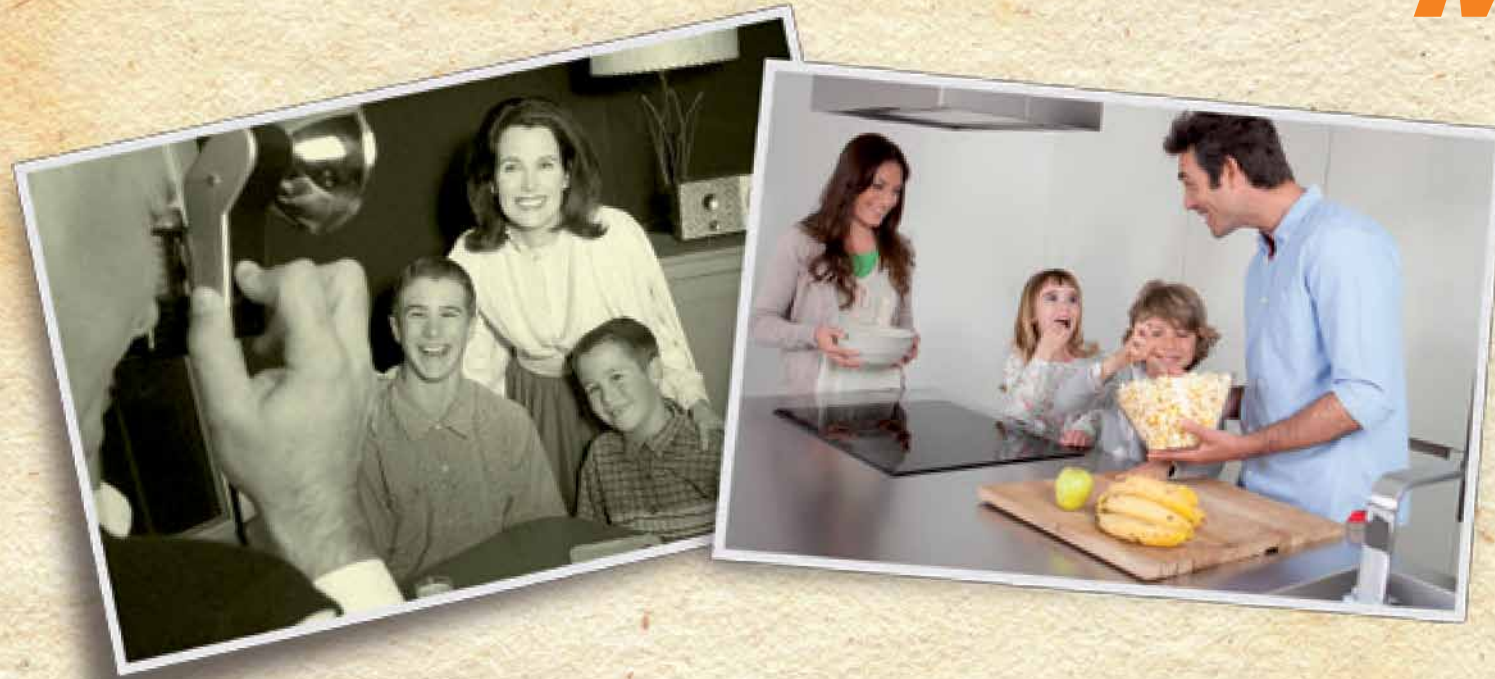
Jaime Blanco, director de Daños Materiales y Energía – Dirección Técnica de Empresas de Caser

**La versatilidad,**  
principal activo de **MULTIRRIESGO Pyme**

# NUEVA GAMA **MGS HOGAR**

Seguros plenamente actualizados,  
desde las garantías más básicas  
hasta las más innovadoras

Consulta con un mediador de MGS o  
entra en [www.mgs.es](http://www.mgs.es)



**110** AÑOS  
**MGS**

En 110 años los hogares han cambiado,  
**nuestros seguros también**

**MGS**   
Seguros

**Sencillamente seguros**



# Cambios que acarrearán a los corredores las nuevas normativas

En 2018 entrarán en vigor dos normativas que influirán de forma significativa en los corredores de seguros. Por un lado, la nueva ley de distribución de seguros y por el otro, la Mifid II. Sobre la nueva Ley de distribución de seguros, los profesionales del sector coinciden en señalar que trae consigo más obligaciones y nuevas responsabilidades para los distribuidores (ver [Más a fondo](#)).

Mientras que con Mifid II, los mediadores son conscientes de que tendrán que variar su forma de trabajar y que deberán formarse para poder atender a las exigencias de la nueva normativa, más estricta en cuanto al asesoramiento. Unos requisitos que les llevarán por las vías de la especialización y la colaboración profesional, para poder distribuir productos de inversión basados en seguros

(IBIP) con los mismos niveles de rigor que la bancaseguros. Aun así, muchos corredores critican que las reglas de juego para ambos canales no sean las mismas (ver [Punto de encuentro](#)).

Por otro lado, también tendrá que adaptarse a una forma nueva de comunicarse con las aseguradoras a través del EIAC. La presencia de este estándar en el sector es cada vez más importante y se espera que, en un año, sea el único proceso de comunicación de datos (ver [In situ](#)). Se trata de conéctarte al presente para tener futuro porque, entre otras cosas, reduce cargas administrativas y eso proporciona más tiempo para vender. EIAC es un elemento de transformación digital que no solo automatiza los procesos, sino que los transforma. No obstante, los corredores que ya lo están utilizando piden que se produzca una mejora de la calidad de la información, no porque sean erróneos los datos, sino porque se dan pocos.



**Carmen Peña**  
Directora de Pymeseguros  
[carmen@pymeseguros.com](mailto:carmen@pymeseguros.com)

## Staff

**DIRECTORA**  
CARMEN PEÑA  
[carmen@pymeseguros.com](mailto:carmen@pymeseguros.com)

**PERIODISTA**  
AITANA PRIETO  
[aitana@pymeseguros.com](mailto:aitana@pymeseguros.com)

**ÁREA COMERCIAL**  
CARMEN PARAMIO  
616468849  
[carmen2@pymeseguros.com](mailto:carmen2@pymeseguros.com)

**MAQUETACIÓN Y DISEÑO**  
ESTUDIO 9C

**FOTÓGRAFA**  
IRENE MEDINA

**BANCO DE IMÁGENES**  
FOTOLIA

04

**PymeSeguros**  
Revista online para corredores y corredoras

Número 63 • Marzo 2017  
[www.pymeseguros.com](http://www.pymeseguros.com)  
ISSN 2173-9978  
Difusión gratuita

C/ JUAN PASCUAL, 21 - 4º B  
28017 MADRID  
TF: 91 367 04 46



## 06 Hablando claro

Jaime Blanco, director de Daños Materiales y Energía –  
Dirección Técnica de Empresas de Caser.  
La versatilidad, principal activo de Multirisgo Pyme



## 12 Punto de encuentro

Mifid II abre la puerta a la especialización y colaboración  
entre mediadores



## 18 Más a fondo

La Ley de Distribución trae más obligaciones y  
nuevas responsabilidades

03 **Editorial**

Cambios que acarrearán a los corredores las nuevas normativas

34 **Productos**

Los últimos seguros del mercado

40 **Al día**

Noticias de economía y de seguros

84 **Rincón de lectura**

Libros útiles para la empresa



**Jaime Blanco**, director de Daños Materiales y Energía  
– Dirección Técnica de Empresas de Caser

# La **VERSATILIDAD**, principal activo de Multirriesgo Pyme

A pesar de que la fuerte competitividad existente en Multirriesgo Pyme y el buen comportamiento de la siniestralidad están provocando que los márgenes técnicos se reduzcan considerablemente, el ramo cuenta con una ventaja intrínseca: la versatilidad de su producto. Como reconoce Jaime Blanco, director de Daños Materiales y Energía – Dirección Técnica de Empresas de Caser, “la elevada posibilidad de configurar garantías, coberturas, límites y sublímites permite hacer pólizas a medida de las necesidades de los clientes más exigentes o con espectros de actividades, procesos y localizaciones muy complejas de gestionar y asegurar correctamente”. “Aquellas entidades que no dirijan su oferta hacia esta dirección tendrán problemas a un corto-medio plazo”, sostiene.



## ¿Cómo calificaría el comportamiento del ramo de Multirriesgo en la modalidad de Industrias y Comercio, donde estarían las pymes, en 2016?

El ramo de Multirriesgo para Industrias y Comercio, y más concretamente Pyme, es una línea de negocio históricamente rentable y así lo ha sido en 2016, hasta el punto de que ninguna compañía generalista puede permitirse el detalle de no estar en ese nicho de negocio. Esto al final genera una enorme competitividad, lo que supone un reto para los que trabajamos en el ramo día a día. La competitividad siempre es sinónimo de un margen muy ajustado, lo que hace que midamos cada acción que realizamos en nuestros productos.

Respecto a las pymes, debido a nuestro actual tejido empresarial, son el motor principal de esta modalidad, sobre todo aquellas actividades dirigidas al sector terciario o de servicios, que son las que porcentualmente tienen mayor peso, al menos respecto al número de pólizas gestionadas.

## ¿Qué piensa que ocurrirá este año en el ramo Multirriesgo Pymes?

Para analizar un año hay que ver el anterior. 2016 en términos de indicadores macroeconómicos se comportó bastante mejor de lo esperado. De hecho, hubo una intensificación de la actividad económica y generación de empleo, lo que a la postre se tradujo, según datos de ICEA, en un incremento de primas del 2,4% si hablamos de Multirriesgo Industrias y del 1,7% para Multirriesgo Comercio a cierre del ejercicio.

Este año, según los mismos indicadores, vamos a seguir creciendo por la inercia de 2016, pero quizá sea un crecimiento más discreto, porque ya observamos en el último trimestre del año pasado una cierta desaceleración. Desde el punto de vista asegurador, se va a seguir generando una fuerte competencia entre las compañías, que vamos a defender nuestras cuotas de mercado.

## ¿Es cierto que se están ajustando las primas en Multirriesgo Pymes?

Sí, y se seguirán ajustando más. Toda compañía quiere conseguir un negocio que, a priori, sea rentable, revisando el histórico de cartera, porque cuando tienes un nicho de negocio que te ha funcionado bien quieres seguir apostando por esas familias de actividades, que permiten estirar un poco las tarifas y jugar con los márgenes que dejan. Simplemente por ello sabemos que va a haber una tendencia de ajuste en las primas, aunque no sea generalizado como hemos visto otros años. Se seguirá “premiando” a las operaciones basadas en actividades preferentes o con buenos créditos de siniestralidad según la fuente que ofrezca el negocio.

## ¿Cómo se ha comportado la siniestralidad en 2016 en esta modalidad?

Llevamos unos años marcados por una buena siniestralidad lo que, unido a la competencia del sector, hace que se estén reduciendo mucho los márgenes técnicos que, aunque en nuestro caso nos sitúa en porcentajes por debajo de la siniestralidad de equilibrio técnico, nos hace tener que esforzarnos a nivel de compañía por una adecuada optimización de costes.

Para Caser los dos últimos años han sido muy buenos en crecimiento de primas de Multirriesgo y resultado, por lo que las expectativas son muy buenas. A cierre de 2016 Caser ha tenido un crecimiento muy por encima del sector en Multirriesgo Industrial, que ha sido del 19%. Pero esto no nos tiene que llevar a desatender unos principios básicos en la suscripción, como la selección de riesgo y la adecuada tarificación en base a la exposición real de los riesgos de nuestras carteras.



Los ciberriesgos, la internacionalización y los cambios legislativos son las principales demandas que afronta el ramo

## Caser apuesta por la cercanía al mediador y la generación de confianza mutua

Multirriesgo Industrial es un producto relativamente complejo, “en el que siempre intervienen factores que mejoran o agravan el riesgo, y por ello la suscripción se tiene que manejar con un cierto rigor”. De ahí que desde Caser tengan claro que en sus mediadores debe primar la profesionalidad. “Nuestra apuesta se basa en la cercanía al mediador y la generación de confianza mutua”,

ratifica Jaime Blanco, director de Daños Materiales y Energía – Dirección Técnica de Empresas.

Por ello, a los corredores que trabajan Multirriesgos con Caser, tiene muy claro que el aspecto principal que les exige es la reciprocidad, para a partir de ahí ser capaces de mejorar como compañía. Para conseguirlo, se les ofrece “un porfolio de productos competitivos, con una remuneración en consonancia

al esfuerzo en la intermediación que se realiza y con una interlocución directa que permita un fácil entendimiento”.

La red de distribución de la compañía está ampliamente diversificada, hasta el punto de que en Multirriesgo Industrial el porcentaje de negocio que reciben de los mediadores es del 50%, correspondiendo la otra mitad a la bancaseguros. Y aunque este último canal ha sido por el que tradicionalmente han comercializado sus productos, una parte muy importante de los recursos actuales de la compañía se están destinando a la red de mediación. “Hay que reconocer que se trata de un colectivo con una gran profesionalidad y que, aunque nos enfrentemos a un horizonte lleno de retos, seguirán siendo actores de referencia en el futuro”, sostiene Blanco.



**Según los datos de la jornada de perspectivas de ICEA, Comercio e Industrias han crecido en 2016. ¿Eso se debe a que la economía está remontando y se están creando más empresas o a las diferentes acciones que están realizando las aseguradoras?**

Ambas cosas. Sin duda que la incentivación en la actividad económica converge directamente sobre el parámetro de cálculo de nuestras pólizas Multirriesgo, a través de aumentos en las sumas aseguradas, facturación, número de empleados..., lo que genera más primas.

En segundo lugar, esa actividad económica intensificada genera una nueva demanda que provoca un aumento en la oferta, bien en nuevos proyectos empresariales bien a través de la creación de nuevas empresas o ampliación de las existentes, produciéndose el mismo efecto y la suscripción de nuevas pólizas sobre los nuevos riesgos que emergen en el mercado.





Otro tema importante es la profesionalización de las distintas redes de distribución, que lleva ya varios años persiguiendo el aumento del valor cliente, empezando por la prescripción de coberturas desatendidas hasta la fecha en Multirriesgo Industrial, como la de Pérdida de Beneficios. También es importante el correcto asesoramiento que permita la suscripción de los riesgos sin incurrir en situaciones no deseables para nadie de infraseguro ni de inexactitudes, que generen pólizas que no sean un fiel reflejo de la realidad.

Por último, existe una tendencia en las compañías de incorporar nuevas coberturas, algunas de ellas a modo de servicios para el asegurado, que en mayor o menor medida contribuyen a generar un mayor nivel de prima. Me refiero a coberturas de asistencia, defensa jurídica, reclamación de daños, y en cuanto a garantías, extensiones de cobertura tanto en daños materiales, pérdida de beneficios o incluso en la propia responsabilidad civil, con coberturas más complejas antes solo disponibles por el propio ramo puro.

**Los seguros Multirriesgos de empresas han presentado una buena rentabilidad media del 13,5% en los últimos 8 años. ¿Qué se está haciendo para que esto sea así?**

Cada compañía tiene su propia estrategia y en algunos casos observamos en algunos grupos aseguradores directrices muy centradas en crecimiento y ganancia de cuotas de mercado, y en otros casos saneamientos de distintas líneas de negocio sobre operaciones captadas en un pasado, a veces no muy lejano. Es cierto igualmente que hay líderes en nuestro mercado que tienen un potencial enorme, jugando con estrategias muy agresivas en la captación de nuevo negocio al disponer de unos márgenes elevados que reciben de sus propias carteras bastante maduras y por ende rentables. Todo ello hace que veamos que tenemos recorrido y que se mantenga la competitividad en el sector.

**Estamos en un mundo cambiante y los riesgos a los que nos enfrentábamos en algunos casos han cambiado o han aparecido nuevos. ¿Por dónde va la demanda de los clientes?**

A mí se me ocurren principalmente tres tipos de demanda. La primera, relacionada con los ciberriesgos. Las estadísticas nos confirman que las pymes son el nicho de empresas más expuestas a sufrir ciberataques, lo que crea una demanda y una oferta, que actualmente es compleja, y parte de un servicio de análisis, prevención y asesoramiento, una total cobertura en cuanto a los daños ocasionados por el ataque y la propia Responsabilidad Civil derivada del mismo y finalmente la restitución y la recuperación de la pérdida de datos.

La internacionalización de las empresas, debido a la crisis que tuvimos que hizo que las compañías se vieran en la necesidad de mirar hacia fuera y que se unió al fenómeno de la globalización. A nosotros como aseguradores, para reducir en lo posible la pérdida de clientes, nos ha hecho valorar unos ámbitos de cobertura distintos; la exposición de riesgo, el marco legal y la gestión de la prestación son, entre otros, aspectos muy distintos si los comparamos con nuestro mercado local.

Por último, nos enfrentamos a cambios legislativos, como el nuevo baremo de valoración de daño corporal, que mucho más allá de afectar al ramo de Automóviles con las reclamaciones derivadas de los accidentes de tráfico, se toma como hecho análogo la seguridad de ámbito laboral, lo que ha generado una preocupación en el sector por incrementar el sublímite por víctima de nuestras pólizas, tanto del ramo puro de RC como de aquellas que dentro del Multirriesgo Industrial tienen la cobertura contratada.

**¿De qué modo se están mejorando los seguros Multirriesgo para pymes?**

La reducción elevada de los márgenes, por la gran competencia existente, es la principal amenaza de Multirriesgo Pyme





En 2017 se seguirán “premiando” las operaciones basadas en actividades preferentes o con buenos créditos de siniestralidad

**Precisamente, Caser Pyme está construido sobre una segmentación de la oferta adaptada a las diferentes tipologías de riesgos. ¿Realmente es rentable tanta segmentación?**

A nosotros nos está funcionando y es una apuesta que tenemos desde hace varios años. A nuestra red de ventas le genera confianza el propio producto segmentado y está en una posición de salida envidiable, porque facilita el acercamiento al cliente. La propia segmentación para que tenga éxito tiene que cumplir con varios parámetros: que exista una demografía de riesgos, de empresas suficiente para construir y desarrollar el producto y obtener retorno de él; que el mercado potencial de esos riesgos esté disperso por toda la geografía; y que el producto segmentado esté alineado con las redes de comercialización de nuestra compañía.

**¿A qué problemas se enfrenta la modalidad de Multirriesgos Pyme?**

La amenaza principal es la reducción tan elevada de los márgenes con los que finalmente estamos trabajando a nivel de todo el sector. Es habitual que debido a la elevada competencia se suscribe en la mayoría de los casos riesgos llevados a tasas puras de frecuencia más gastos, lamentablemente sin considerar la tasa relativa a intensidad, disponible para cubrir los siniestros de elevada severidad, que desgraciadamente vemos que se producen en nuestras carteras de pólizas.

Por otro lado, hay que ser positivos y la versatilidad que te da un producto Multirriesgo Pyme no la encontramos en ningún otro producto de nuestra Dirección de Empresas, principalmente por la elevada posibilidad de configurar garantías, coberturas, límites y

10

En Caser nos está funcionando muy bien establecer un portafolio de productos Multirriesgo con unas coberturas muy segmentadas a un nicho de negocio. Suscribimos con el objetivo de que los proyectos y pólizas generen de primeras un valor añadido a la cadena de distribución, es decir, queremos facilitar la comercialización. Además, cuando tenemos un producto segmentado generamos un segundo valor que es el que percibe el solicitante o tomador. Creemos que destacar las coberturas propias de un nicho de negocio, establecer definiciones y terminología adaptada a la realidad de la actividad y apostar por una modularidad en la selección de la amplitud de cobertura son las bases por las cuales estamos obteniendo un destacable éxito en nuestro mercado.

sublímites, que te permite hacer pólizas a medida de las necesidades de nuestros clientes más exigentes o con espectros de actividades, procesos y localizaciones muy complejas de gestionar y asegurar correctamente. Aquellas entidades que no dirijan su oferta hacia esta dirección tendrán problemas a un corto-medio plazo. Es uno de los retos a los que nos enfrentamos, la versatilidad de la oferta y preparar nuestros sistemas para que se adapte a ella, sin necesidad de interacciones manuales.

### **¿En qué consiste el modelo de negocio de Caser en la modalidad de Multirriesgo Pymes?**

Nuestro modelo de negocio se basa en escuchar a nuestras redes de comercialización, qué es lo que quieren, y siempre exigen estar a un nivel igual o superior que la competencia que se encuentran en el mercado. Apostamos por estar muy cerca de la red de mediación, para escuchar lo que demanda el mercado. Esto nos obliga a estar en constante revisión y ajuste de nuestros productos y mejorar nuestra oferta en aquellos aspectos que nos diferencian en el mercado.

Nuestro modelo de negocio no creemos que sea muy diferente al de nuestros competidores y pasa por completar los distintos niveles de una cartera en forma de pirámide, con un riesgo más en la base y perfiles de operaciones más relevantes en forma ascendente. Si conseguimos tener una pirámide totalmente equilibrada nos va a dar equilibrio, fortaleza y estabilidad que nos permita afrontar con suficiente garantía y seguridad el futuro y los distintos planes de negocio a los que nos enfrentamos.

**El seguro de Multirriesgo incorpora el internet de las cosas (IOT) con servicio de conectividad y tecnología de hogar inteligente para permitir al cliente estar en permanente contacto y hacer seguimiento de lo que sucede en su hogar. ¿Para cuándo se utilizará el internet de las cosas en el seguro de las pymes?**

En Caser ya tenemos un proyecto en el ramo de Hogar que ha incorporado esta tecnología de IOT. En Pymes creo que está a punto de aterrizar, porque el espíritu y el impulso que le hace al tomador confiar en el IOT es el mismo para un propietario de una vivienda que el de una industria, y no es más que mejorar la prevención. Además, hay mucho avance tecnológico en cuanto a la conectividad de sensores, medidas de PCI asociadas a esta red inteligente... A ello se suma que ya existen profesionales que son capaces de atender estas incidencias que se pueden generar. Nuestro reto será ver cómo lo integramos en nuestras pólizas de seguros.

**El futuro del negocio, según se dijo en la jornada de ICEA, pasa por la digitalización, la optimización de procesos a través del uso de las tecnologías móviles (smartphone, tablet) a todos los niveles del proceso de negocio (mediadores/usuarios) y uso del IOT que facilitará la interacción con el usuario y la recolección de datos. ¿Qué piensa al respecto?**

La digitalización es un proyecto que estamos acometiendo todas las compañías de seguros y en nuestro caso es una de las directrices de nuestro actual Plan Estratégico. Pensamos que la digitalización no está asociada en ningún caso a una transferencia de roles hacia terceros sino todo lo contrario; se trata de un vehículo para ser más eficientes y nos tiene que ayudar a mejorar y lograr un cumplimiento en nuestros ratios de servicio, gestión de las incidencias con total prioridad sean del tipo que sean, avances en la multicanalidad, segmentación horizontal de nuestros asegurados para conocerles mejor, etc.

*Aitana Prieto  
Fotos: Irene Medina*



**La segmentación genera un valor añadido a la cadena de distribución, genera confianza y facilita su comercialización, porque facilita el acercamiento al cliente**



12

Mifid II abre la puerta a,  
la **ESPECIALIZACIÓN**  
y **COLABORACION** entre mediadores

Mifid II traerá consigo importantes cambios en el sector. Los mediadores son conscientes que tendrán que variar su forma de trabajar y que deberán formarse para poder atender a las exigencias de la nueva normativa, más estricta en cuanto al asesoramiento. Unos requisitos que les llevarán por las vías de la especialización y la colaboración profesional, para poder distribuir productos de inversión basados en seguros (IBIP) con los mismos niveles de rigor que la bancaseguros. Aun así, muchos corredores critican que las reglas de juego para ambos canales no sean las mismas.

La entrada en vigor de Mifid II, prevista para enero de 2018, exigirá a los mediadores que se adapten a un nuevo panorama más exigente, en el que tendrán que acreditar sus conocimientos para vender determinados productos y se les obligará a hacer públicas sus comisiones. Unas circunstancias que, sin embargo, no son mal vistas entre sus protagonistas. “La nueva regulación supone una oportunidad para mejorar de forma sustancial el sector asegurador y todos los actores que operan en él”, se aventura a reseñar Antonio Benito, director de Formación de [CNP Partners](#).

Para Ernesto Getino, director general de [Getino Finanzas Correduría](#), la mayor transformación que sufrirán los mediadores será la forma de relacionarse con sus clientes, “pues exige que exista un protocolo de actuación en materia de análisis, perfilación, evaluación

y clasificación de cliente en materia de productos de ahorro e inversión y prevision social”.

### Más transparencia

No obstante, como recuerda Antonio Benito, la nueva legislación “incluye la venta por asesoramiento”, que va a ser determinante, y que traerá consigo más transparencia, ya que obligará al mediador incluso a recomendar que no adquiera determinados productos por no adecuarse a su perfil. “Por eso Mifid II dará una especial protección al cliente”, concluye.

Coincide Ernesto Getino en que la nueva normativa trae consigo más deberes para los distribuidores de seguros: “Nuestra responsabilidad en materia de asesoramiento aumenta, pues las recomendaciones han de estar acordes con el perfil de riesgo que puede asumir el cliente”.

Más pesimista se muestra José María Moldes, director técnico de [J.M. Moldes Correduría](#) y miembro de [#E2KBROKERNET](#), quien duda que la gente vaya a informarse más sobre estos productos. No solo cree que en España existe poca cultura financiera, sino que también hay un desconocimiento de qué es una correduría de seguros: “Es difícil intentar asesorar a un cliente en temas de inversión cuando la mayoría no sabe quiénes somos”, evidencia.

Para Benito todo ello requerirá un gran trabajo por parte del mediador, que tiene que conseguir que el cliente igual que confía en él para asegurarse, traslade esa confianza a sus inversiones de ahorro.

### Miedo al error

El director general de [Getino Finanzas Correduría](#) considera que es un gran reto “conseguir estar en la mente del cliente” en temas financieros. Y no es el único inconveniente que ve a la normativa. En su opinión, va a llevar aparejada un aumento de la



Antonio Benito



Ernesto Getino

13



José María Moldes

“Mifid II obligará a los mediadores a cumplir con unos requisitos mínimos en cuanto a su cualificación y experiencia profesional”.

Antonio Benito



carga administrativa y de control, así como una mayor formación en materia financiera y jurídico-tributaria y de análisis para la toma de decisiones y dar consejos a los clientes.

José María Moldes va más allá y piensa que la nueva legislación acarreará que muchos corredores reduzcan su oferta. Y es que se exigirá una mayor especialización para la venta de determinados productos, lo que llevará a muchos profesionales a dejar de trabajar algunos relativamente sencillos, como Vida entera, por miedo a cometer fallos y tener que responder por ellos.

El director de Formación de CNP Partners considera que los objetivos que persigue fomentar la Mifid II son completamente coincidentes con los que quiere el mediador tradicional. En este sentido, enumera: lograr un sistema financiero más seguro, responsable y transparente; exigir formación y conocimientos específicos a los

empleados de las entidades que trabajen con productos financieros y que asesoren sobre productos y servicios de inversión; prohibir las llamadas retrocesiones o cobro de incentivos de las entidades por vender sus productos, para fomentar el asesoramiento financiero; y reforzar la protección del inversor, de modo que los clientes deberán recibir un extenso y detallado informe sobre el asesoramiento, información y comisiones que se van a cobrar.

Moldes conviene que, en principio, la Mifid II traerá consigo una mayor transparencia de todos los *players* del mercado. Sin embargo, critica que sea el mediador el que tenga que responder ante el cliente por ciertos datos que las aseguradoras no le proporcionan.

### Converger con la banca

Ernesto Getino, director general de Getino Finanzas Correduría, con todo, considera que la normativa permitirá al colectivo de mediadores “estar al mismo nivel de la banca privada, y por supuesto de la banca comercial”. “El espectro de mediadores de seguros en España es muy amplio y ahora que la banca está cerrando oficinas, disminuyendo su red comercial, los clientes quedan desamparados y es ahí donde los mediadores tenemos nuestra oportunidad”, corrobora. “Mifid II es una oportunidad de oro para estar cerca del cliente”, señala.

Coincide Antonio Benito, director de Formación de CNP Partners, en que en cuanto a la comercialización de los seguros de Vida que tengan un elemento de inversión “sector asegurador y sector bancario convergerán en el asesoramiento que debe recibir el cliente. Realmente no creo que deba existir, a nivel normativo, ninguna diferenciación y debería exigirse el mismo rigor a ambos sectores”, defiende.

También Ernesto Getino cree que los mediadores deben tener un conocimiento de los mercados financieros y de la planificación fiscal adecuada para vender IBIP. En esta línea, aboga por conseguir cambiar la forma de ahorrar en España, desde el asesoramiento. Así,

incide en conseguir que los clientes aprecien que a largo plazo “la mejor inversión está en los activos de renta variable”.

José María Moldes, director técnico de J.M. Moldes Correduría, sin embargo, se muestra totalmente en desacuerdo en que los IBIP sean tratados como productos de inversión: “Un Vida entera no se puede equiparar con productos de alto riesgo”, reseña.

### ¿Solo para especialistas?

La pregunta que se cierne sobre el sector es si las nuevas exigencias de la normativa conllevarán que la distribución de estos productos vaya a estar en manos exclusivas de corredores especializados. Antonio Benito piensa que, a pesar de que se requerirá mayor especialización, no tendría “porqué convertirse en un negocio en exclusiva para los mediadores especializados”, aunque sí cree que “esas colaboraciones serán especialmente significativas”.

Getino considera que, efectivamente, es un momento propicio para “pensar en la especialización y en la colaboración entre mediadores”. En este sentido recuerda que en Europa la mediación está especializada en ramos de Vida e Inversión y en ramos de Riesgos Patrimoniales.

José María Moldes pone el acento en que existe en torno a un 2% de clientes que tienen grandes conocimientos financieros, pero que hay una gran mayoría con conocimientos justos, por lo que no piensa que vaya a necesitarse una gran especialización a la hora de venderles esos productos.

### Certificación y formación continua

En esta línea, no obstante, Moldes aboga por que se amplíe la oferta formativa para los corredores, con nuevas instituciones que faciliten las acreditaciones, ya que en la actualidad considera que hay muy pocas.

La normativa establece que se necesitará una formación ho-



“Mifid II es una oportunidad de oro para estar cerca del cliente”.

Ernesto Getino

mologada, reglada y continua y que sin título y certificado de la UE no se podrá asesorar sobre productos financieros. Sin embargo, como observa Benito, “todavía no se ha manifestado el regulador” y aunque ya se conocen ciertos aspectos de cómo se llevará a cabo esta formación, aún no se ha definido con claridad.

El director general de Getino Finanzas Correduría tiene claro que la formación “ha de ser de calidad y continua”, y los programas tienen que contener materia jurídica, fiscal, financiera y de análisis de inversiones y riesgos financieros.

En este sentido, “Mifid II obligará a los mediadores a cumplir con unos requisitos mínimos en cuanto a su cualificación y experiencia profesional, incluso con certificaciones profesionales que se validarán cada cierto tiempo”, sostiene el director de Formación de CNP Partners, para quien el mediador tendrá una función primordial,

“El problema es que no se impongan las mismas reglas para todos, que a la banca se le pidan otros criterios para asesorar”.  
Chema Moldes



que irá más allá del mero asesoramiento a sus clientes. “Será el ‘altavoz’ que difunda e inculque los conceptos y conocimientos para que el cliente minorista no esté en desventaja”, asevera.

### Evitar los abusos de la venta cruzada

Sobre el impacto de la legislación en la venta cruzada, aprecia que esta práctica sigue “siendo un problema que hace que algunas entidades cometan abusos con los usuarios” y recuerda que los supervisores europeos han detectado distintos grados de protección para los clientes bancarios, de seguros y de fondos. “Mifid II reclama adoptar mejores prácticas de venta cruzada para acabar con la presión que a veces recibe el cliente”, asegura.

También Ernesto Getino, director general de Getino Finanzas Correduría, se congratula de que Mifid II evitará que se coaccione

al cliente, ya que queda muy bien establecido el tipo de asesoramiento que hay que proporcionarle. Esta cuestión apenas preocupa al director técnico de J.M. Moldes Correduría, ya que considera que para los pequeños y medianos corredores la normativa sobre la venta cruzada apenas les afectará, toda vez que es una práctica que no desarrollan y que primordialmente lleva a cabo la banca en la comercialización de sus productos, como en el caso de las hipotecas unidas a seguros de Vida.

### Comisiones públicas

Otro punto espinoso de la nueva normativa versa sobre el hecho de que determine explícitamente las comisiones que los mediadores van a aplicar. Ernesto Getino cree que este requisito aportará transparencia e independencia, pero pone en duda la reacción de los clientes: “Los profesionales jurídicos o asesores fiscales cobran a su cliente por los servicios que prestan. ¿Por qué los mediadores no vamos a poder facturar por el trabajo de análisis, planificación, asesoramiento y control y seguimiento de las inversiones o riesgos de un producto?”, se pregunta.

“Lo que ocurre es que no se valora el trabajo del mediador”, aprecia Antonio Benito, director de Formación de CNP Partners, “por eso el cliente puede no aceptar el tema de las comisiones”.

José María Moldes, director técnico de J.M. Moldes Correduría, sin embargo, expresa sus reparos, ya que no cree que esta norma afecte a todos los canales de distribución. “El problema es que no se impongan las mismas reglas para todos, que a la banca se le pidan otros criterios para asesorar”, apostilla.

AITANA PRIETO  
FOTOS: IRENE MEDINA

Para leer más sobre la mesa redonda [pulse aquí](#)





# FOTOGRAFÍA PROFESIONAL



Comunicación  
Prensa  
Foto corporativa  
Reportaje.....

Irene Medina  
677 552 881

[irene@irenemedina.com](mailto:irene@irenemedina.com)  
[www.irenemedina.com](http://www.irenemedina.com)

# La Ley de Distribución trae **MÁS OBLIGACIONES** y nuevas responsabilidades

Venta asesorada para comercializar IBIP, modificaciones en la remuneración, nuevos players en el mercado, mayores exigencias documentales y formativas... A un año de la puesta en marcha oficial de la nueva Ley de distribución de seguros, los profesionales del sector coinciden en señalar que acarreará importantes cambios. “Trae consigo más obligaciones y nuevas responsabilidades para los distribuidores”, como destacó Ignacio Ortiz del Río, socio de [Deloitte Legal](#), durante la jornada desarrollada por esta consultora para analizar el impacto de esta legislación.



Ignacio Ortiz del Río, socio de Deloitte Legal, durante la apertura de la sesión, comentó que la ley “va a beneficiar a todos, porque en última instancia todos queremos proteger al consumidor”, sentenció.

Tras su presentación del evento tomaron la palabra Laura Pilar Duque y José Luis Herrero, directora y asesor senior del área de Seguros en Regulatorio y Cumplimiento de la consultora, respectivamente. Duque quiso dejar claro desde un principio que la futura ley conllevará nuevos modos de distribuir productos financieros, y aunque haya compañías que tengan algo de terreno ganado al haberse ya adaptado a Mifid, “en seguros es distinto”, por lo que todos los profesionales del mercado tendrán que hacer cambios para adecuarse al panorama venidero.

Además, “la futura ley introducirá nuevos *players* en el mercado, como entidades aseguradoras que operen a través de internet o que distribuyan por teléfono, a los que también se les aplicará esta ley”, señaló Herrero.

## Formación y documentación exhaustivas

Con todo, se quiso dejar claro que las principales implicaciones devenidas de la nueva normativa se desarrollarán en algunos campos concretos. Uno de los más afectados será el formativo, ya que las aseguradoras estarán obligadas a elaborar unos procedimientos que deberán ser supervisados y que afectarán a aquellos profesionales que se encarguen de distribuir productos financieros. Este aspecto suscitó gran interés entre los profesionales asistentes, aunque Duque quiso reseñar que según lo que se conoce hasta ahora de la ley aún no viene especificado cómo se debe ejecutar, por lo que convino a los concurrentes a esperar a la publicación del primer borrador, que se espera que salga a la luz en torno a junio de este año.

La normativa también afectará especialmente al ámbito documental, ya que toda la operación de distribución de seguros deberá



**Laura Pilar Duque, Giuseppe Gamucci, María Dolores Pescador, Juan Ramón Pla, José Gabriel Puche, José Luis Herrero e Ignacio Ortiz del Río.**

estar perfectamente documentada para su correcta ejecución. En esta línea, se recordó que habrá que guardar todo tipo de expediente precontractual de la actuación comercial, incluso cuando esta no se vaya a realizar, y deberá haber un registro relativo a los test de idoneidad y conveniencia, que deberán hacer los distribuidores sobre el cliente antes de cualquier venta.

Además, debe haber un responsable designado de la venta que tendrá responsabilidad legal y que, junto al órgano encargado, deberá registrarse en la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) y serán sujetos de infracciones con sanciones de hasta 200.000 euros.

“Se ha trasladado a las aseguradoras lo que ya existía para las entidades financieras”, quiso apuntillar la directora del área de

Seguros en Regulatorio y Cumplimiento de Deloitte Legal en relación a estos nuevos requisitos exigidos a los profesionales del sector.

### Principales impactos en los corredores

También se puso el acento en los principales impactos que apreciarán los corredores de seguros. Para ello, Herrero comenzó detallando que en la ley se hace una definición exacta de esta figura: “Se definen como distribuidores independientes que ofrecen asesoramiento basado en análisis objetivo (de la adecuación e idoneidad de los clientes)”.

Además, se determina que su remuneración deberá basarse únicamente en comisiones de las aseguradoras y honorarios del cliente, y en algunos casos estarán obligados “como mínimo” a contarle al cliente la naturaleza de sus honorarios. En este sentido, Duque incidió en que la directiva define qué es remuneración, pero no qué es comisión ni hace referencia a los rappels, por lo que apeló al principio general de la independencia para que los corredores puedan lidiar con este aspecto.

Como se explicó durante la jornada, la normativa también determina que los corredores tendrán que asumir nuevos importes de cancelación en el registro administrativo, se les permitirá tener compatibilidad con las agencias de suscripción y deberán tener registro de sus colaboradores externos, contratos de mediación, documentación precontractual e idoneidad y conveniencia.

La sesión sirvió, asimismo, para tratar la aparición del mediador de seguros complementario, “una figura nueva que aporta la directiva”, como se encargó de matizar Laura Pilar Duque. Se trata de una persona física o jurídica distinta de una entidad de crédito o empresa de inversión cuya actividad principal es distinta a la distribución

**La remuneración de los corredores deberá basarse únicamente en comisiones de las aseguradoras y honorarios del cliente**



Los IBIP solo se podrán comercializar mediante venta asesorada y en base a las evaluaciones de idoneidad y adecuación al cliente

20

productos no IBIP (productos de inversión basados en seguros), se distinguió entre la venta informada, en la cual el mediador analiza las demandas y necesidades del cliente y valora si el producto es conveniente o no; y la venta asesorada, que además estudia otro tipo de información necesaria y el mediador hace una recomendación personalizada, mediante evaluaciones de idoneidad y adecuación al cliente. Los IBIP solo se podrán comercializar bajo este último supuesto, y en base a estas evaluaciones, que solo podrán excluirse en el caso de tratarse de un producto no complejo, expresamente determinado en la directiva. Todo ello conllevará que cuando los test de idoneidad salgan negativos, los mediadores no podrán vender el producto.

Duque también recalcó que la información precontractual es más suave en el caso de productos no IBIP, ya que al cliente solo

de seguros, que supone un complemento a un bien o servicio que comercializa.

El principal problema de esta figura, según Duque, es que la directiva deja a los Estados miembros potestad para exigir requisitos más suaves a quien quiera serlo, pero España no lo ha hecho, por lo que “no merece la pena hacerse mediador de seguros complementario, porque se exige lo mismo que al mediador normal”.

### Venta asesorada de IBIP

Durante la charla se hizo especial hincapié en las exigencias que incluye la normativa en materia informativa. Para comercializar

habrá que darle información básica del producto y la naturaleza y el tipo de la remuneración del mediador, que estará exento de informar sobre grandes riesgos. En el caso de seguros de No Vida se dará un documento de información previa, a elaborar por la aseguradora o el mediador cuando éste haya diseñado el producto. En el caso de los seguros IBIP, se tendrá que facilitar mayor información sobre todos los costes, incluidos los de distribución, que no sean sobre el rendimiento de inversión, facilitándose a solicitud del cliente un desglose de conceptos.

### Conflictos de interés

La directiva analizada durante la jornada también resalta dónde los intereses de distribuidores y clientes pueden chocar. En el caso de productos no IBIPS las aseguradoras no podrán remunerar ni evaluar a sus mediadores de manera que se generen este tipo de conflictos. “Creemos que la mejor manera de solucionar este tema es la gobernanza de productos, garantizando que se venden los mejores en cada momento para el cliente”, matizó la responsable del área de Seguros en Regulatorio y Cumplimiento de Deloitte Legal.

En el caso de la distribución de IBIP, se exige la elaboración de una política de conflicto de interés proporcional a la entidad, que incluya una política de regalos y beneficios permitidos. En este sentido, se señaló en la charla que existen incentivos perjudiciales en esta materia, como los pagos up-front o los rappels. “La norma no te dice que no tengas conflictos de interés, sino que trates de solucionarlos, para lo que hay que informar siempre al cliente”, concluyó Duque.

También se abordó brevemente la venta cruzada. En caso de que el seguro sea el principal objeto de la comercialización y otro producto o servicio financiero el auxiliar, se debe comunicar si es posible comprar por separado o no, en el primero de cuyos casos debe informarse del precio de cada componente. En caso de que el seguro sea

accesorio al producto principal, el distribuidor debe permitir comprar el producto o servicio sin el seguro, salvo determinadas excepciones.

La primera parte de la jornada, centrada en las novedades y aspectos destacables del borrador de la futura Ley, concluyó recordando que los incumplimientos en la distribución de IBIP serán seriamente sancionados, con hasta cinco millones de euros o el 5% del volumen anual del negocio del grupo.

### El cliente, centro de la normativa

Para abordar la visión del mercado sobre la futura normativa, Deloitte Legal contó con la participación de Giuseppe Gamucci, director del área Jurídica y Compliance de Zurich; Juan Ramón Pla, vicepresidente primero de Adecose; y María Dolores Pescador, responsable de Control y Coordinación de Proyectos de Regulación de Banco Santander.

“Normalmente cuando un mercado se enfrenta a un cambio por la aplicación de una normativa de envergadura la primera sensación es que nos meten más legislaciones”, comenzó Gamucci, quien en este caso confesó que el objetivo principal de la normativa coincide con la estrategia comercial de todos los *players* del mercado: “Poner al cliente en el centro”.

El director del área Jurídica y Compliance de Zurich, eso sí, lanzó una queja sobre la nueva legislación, que considera “muy detallada e incisiva”, afectando a muchas líneas de negocio, pero a la vez “muy interpretativa”, lo que a su entender puede causar grandes problemas a las entidades. Y más teniendo en cuenta que existirá un órgano legislador que supervisará los movimientos de las compañías en el cumplimiento de la ley.

También señaló algunos aspectos sobre los que las aseguradoras pueden tener problemas de adaptación. En este sentido, se quejó de que, con el borrador actual en la mano, el tema formativo es ambiguo, ya que “es complicado definir quién tiene que ser for-



### Los incumplimientos en la distribución de IBIP serán sancionados con hasta cinco millones de euros o el 5% del volumen anual del negocio del grupo

mado”, además de considerar que puede resultar inasumible en costes y en puesta en práctica.

También ahondó en la comercialización de los IBIP, cuyas exigencias planteadas en la ley pueden echar hacia atrás a muchos mediadores: “La recomendación y guía al cliente, basadas en sus conocimientos y necesidades probables, se verán limitadas porque las condiciones para entrar en venta asesorada son disuasorias”, recalcó.

En este sentido, María Dolores Pescador apostilló que si bien en el caso de los corredores la exigencia de una venta asesorada es fundamental, ya que forma parte de su esencia comercial, para el resto de *players* del mercado la nueva normativa no solo no conlleva ventajas añadidas, sino que trae consigo más responsabilidades.

Con todo, consideró que la IDD traerá nuevas oportunidades en la distribución de seguros de inversión, ya que se podrán hacer



ventas de productos complejos solo con cumplir con el test de conveniencia.

También se refirió a la gobernanza de productos, en la que se van a añadir muchos requisitos: “Va a ser muy exigente en cómo vamos a adecuar el producto al cliente y cómo

**Según la IDD “las entidades actuarán siempre con honestidad, equidad y profesionalidad en beneficio de los intereses del cliente”**

vamos a tener que demostrar que ese producto es el mejor para ese cliente ante un supervisor”, señaló la responsable de Control y Coordinación de Proyectos de Regulación de Banco Santander. En esta línea, apostó por documentar bien tanto la venta como la no venta.

“Para mí la frase más relevante de la IDD es la que señala que las entidades actuarán siempre con honestidad, equidad y profesionalidad en beneficio de los intereses del cliente”, apostilló Pescador. En este sentido, refirió que todos los profesionales del sector siempre tienen que tener al cliente en el eje, de modo que tiene que plantearse en todo momento si sus comisiones son adecuadas, qué índice de siniestralidad es apropiado, etc.

### **Retos para los corredores**

Juan Ramón Pla centró su intervención en la huella que esta ley dejará en el colectivo de los corredores, que a su entender se

encuentra en “una falsa posición de confort”, ya que, a pesar de que en relación al régimen de remuneraciones la nueva normativa no generará problemas, la carga administrativa sí será relevante y gestionarla puede ser complicado. Además, considera que es muy importante que se permita el pago de honorarios, porque en algunos productos se necesitará un alto nivel de asesoramiento: “Cuanto más complicado es el producto, más asesoramiento se requiere”, comentó Pla, poniendo en valor la labor de los corredores.

En este sentido, quiso mostrar su preocupación por que la ley excluya la necesidad de asesorar al cliente siempre y cuando la actividad principal del distribuidor no sea la comercialización de seguros: “El asesoramiento es clave”, redundó.

También él es partidario de “proteger al cliente”, pero matiza que esta protección debe realizarse sin que suponga unos costes desorbitados para los profesionales de la mediación. Por eso cree que el redactado final de la ley incluirá mayores dosis de flexibilidad. Eso sí, recalcó que cada vez se va a poner mayor atención al mercado de la distribución de seguros de inversión, lo que conllevará mayor control y supervisión de sus actividades.

A expensas de la aparición del texto definitivo dentro de unos meses, Pla, que como representante de Adeco se participa activamente en las reuniones de Eiopa, sí considera que se incluirán modificaciones, ya que los legisladores son proclives a escuchar las opiniones de los profesionales del sector que intervienen en esos encuentros. Además, resaltó que desde Eiopa cada vez ven más dificultades para que la normativa entre en vigor cuando estaba previsto, el 23 de febrero de 2018, aunque los distintos *players* del sector no pueden relajarse y deben prepararse por si acaso los plazos se cumplieran.

# ALBROKSA FRANQUICIAS

Misión: desarrollar una red de delegaciones franquiciadas lideradas por profesionales de la mediación de seguros.

Con pasión por lo que hacemos, excelencia, asesoramiento independiente, ética, transparencia, innovación, flexibilidad y escalabilidad.

Inmejorables condiciones competitivas de nuestra franquicia PRESTIGIO:

- Autonomía en el trato con el cliente
- Centralización de las tareas administrativas
- Recursos humanos en la Central con la mayor profesionalidad y experiencia
- Amplísima capacidad con Aseguradoras y Agencias de Suscripción
- Productos exclusivos
- Oficina de colocación de riesgos
- Campus de formación
- Acceso a prestigioso gabinete de peritos, letrados y redes asistenciales
- Uso intensivo de la conectividad con las Aseguradoras
- Potente software de gestión y multitarificador
- Plan de negocio ambicioso
- Alianzas estratégicas
- Sin canon de entrada para el profesional

[www.albroksa.com](http://www.albroksa.com) - [expansion@albroksa.com](mailto:expansion@albroksa.com)

C/ Ceres 21, 10004 Cáceres - 927 233 430



26.000 clientes



9.000.000 € de cartera



34 delegaciones y franquicias



8 comunidades autónomas



9 años de andadura



500.000 km recorridos



21.213 cafés



**albroksa**  
CORREDURIA DE SEGUROS

REGISTRO DGS: J-2652

Willis  
Towers  
Watson  
Networks

40 años  
ADECOSE  
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE  
CORREDURAS DE SEGUROS

Arturo López y Josep Alfonso.

## IV Mapa AXA del Fraude en España **El fraude en Vida**

# AUMENTA un 35%

Los casos destapados por AXA en el ramo de Vida en 2016 aumentaron un 35% y la cuantía de lo defraudado se incrementó un 11,5%, hasta los 6,3 millones de euros. Así se desprende de las conclusiones del IV Mapa AXA del Fraude en España. Arturo López Linares, director de Siniestros de la entidad, afirma que “en Vida debemos crear barreras sólidas tanto en la contratación y tramitación de los siniestros, como en la vigilancia de toda la documentación que se gestiona, porque, aunque sean pocos casos, están creciendo y conllevan unas indemnizaciones millonarias”.

El IV Mapa AXA del Fraude en España ha extrapolado y ponderado los datos de la compañía por su cuota de mercado geográfica y de este análisis se puede inferir que la tasa de fraude nacional (entendida como el cociente entre siniestros fraudulentos y siniestralidad) continúa creciendo, pasando de menos del 1% en 2012 al 1,63% del año pasado (ver cuadro 1). En concreto, 18.300 siniestros fraudulentos detectados en 2016, frente a los 17.500 de 2015. Aunque hay que resaltar que se ha reducido la cuantía total que se evitó defraudar. Para el director de Siniestros de AXA, Arturo López Linares “eso demuestra que, aunque los intentos de fraude al seguro siguen aumentando, lo hacen por cuantías menores, probablemente influidos por una relativa mejor situación económica general”. Por eso, añadió, “es muy importante que mantengamos una política de tolerancia cero frente al fraude por el perjuicio que supone para el resto de clientes honestos, que son la mayoría”.

Precisamente, entre las novedades de esta cuarta edición destaca la aparición del ramo de Vida como el “nuevo objeto de deseo del fraude” (los casos destapados aumentaron un 35% y la cuantía de lo defraudado se incrementó un 11,5%, hasta los 6,3 millones de euros). Según López Linares, “en Vida debemos crear barreras sólidas tanto en la contratación y tramitación de los siniestros, como en la vigilancia de toda la documentación que se gestiona, porque, aunque sean pocos casos, están creciendo y conllevan unas indemnizaciones millonarias”.

La fórmula más habitual en los casos de Vida está relacionada con la ocultación de patologías previas a la contratación de la póliza. También son numerosos los casos de invalideces obtenidas de manera fraudulenta; aquellos en los que el defraudador finge su propia muerte con la intención de que sus familiares cobren la indemnización; o bien se hace pasar

**En 2016 se detectaron 18.300 siniestros fraudulentos, frente a los 17.500 de 2015**



por el tomador, ya fallecido, y se registra como beneficiario de la póliza.

### Multirriesgos está ganando terreno a Autos

Aunque Autos mantiene su hegemonía como el ramo más atractivo para el defraudador y concentra casi 6 de cada 10 intentos de fraude al seguro, se aprecia una basculación hacia Multirriesgos. En 2013, el porcentaje de fraude en el que intervenía un vehículo era de 68,6%, frente al 59% de 2016. Por su parte, Multirriesgos (Hogar, Comercio y Oficinas, y Comunidades) ha experimentado en los últimos cuatro años un aumento de ocho puntos porcentuales (pasando de representar el 24% del total en 2013, a casi el 32% en 2016) en el número de intentos de fraude.

Estos ramos ofrecen la posibilidad de una mayor creatividad en la preparación de situaciones irregulares, por ejemplo: fraudes con ocasión de la ocurrencia de tormentas, los producidos por daños eléctricos, los derivados de un robo o los relacionados con el mantenimiento del hogar y los daños por agua.

### Crece el fraude premeditado

Del informe se desprende que, por cuarto año consecutivo, se observa un descenso del fraude ocasional u oportunista. Es decir, aquel en el que se aprovecha la realidad de un siniestro para introducir daños preexistentes o anteriores. Estos casos representaron el año pasado el 52% del total, frente al 57% de 2014. Se aprecia por tanto una basculación de estos casos hacia el fraude premeditado, aquel en el que los daños reclamados son reales o ficticios, pero todos han sido planificados con antelación. Este tipo de fraude concentró el 45% de los casos evitados durante 2016, frente al 42% de hace dos años.

## Impacto del fraude en el precio del seguro

Efecto fraude 2016 sobre Primas	s/prima
Auto	5%
Hogar	3%
Industrias	6%
Comercio	7%
Comunidades	4%
Responsabilidad Civil	19%
Accidentes	19%
Oficinas	6%
Robo	2%
Transporte/Embarcaciones	2%
Incendios	3%
Técnicos (C/Maq)	4%



CUADRO 1



CUADRO 2

Tanto el ocasional como el premeditado han visto reducir su cuantía. En el 63% de las ocasionales se estaría hablando de un intento de fraude inferior a 600 euros; y en el premeditado, la indemnización media se ha reducido a 3.900 euros, frente a los 4.400 en 2015.

En cuanto al fraude organizado, cabe señalar que pese a verse reducido el número de tramas detectadas respecto a 2015, la

CUADRO 3

## Nuevas formas de fraude

Una o varias personas físicas se dan de alta como profesionales de la compraventa de vehículos y ofertan a través de internet seguros de Auto a menor precio, haciendo pasar el vehículo de un tercero por vehículo de su flota. Esta contratación es fraudulenta porque las pólizas únicamente dan cobertura a la Responsabilidad Civil básica de los vehículos de la flota de un concesionario (siempre que fuera conducido por personal autorizado, con limitación en un radio de kilómetros y en horario comercial) y no a un tercero.

Turistas que realizan falsas reclamaciones por indigestión en hoteles españoles, “un fraude grave y muy bien orquestado ya que cuenta con el apoyo de profesionales del país de procedencia (abogados, clínicas, servicios médicos), y tienen el agravante de que al producirse en otro país es de difícil investigación”, comentó Arturo López Linares, director de Siniestros de AXA.

cantidad de siniestros fraudulentos llevados a cabo por estas han aumentado un 40%. Del mismo modo, el importe medio a defraudar por las grandes tramas ha caído de 5.500 euros en 2015, a 2.950 euros en 2016.

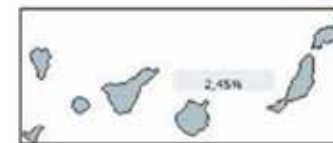
### Las nuevas tecnologías ayudan a detectar el fraude

AXA lleva años invirtiendo en nuevas tecnologías y formación con el fin de reducir los casos de fraude. Se estima que el uso de estas herramientas tecnológicas ayudan a detectar más de un 20% de los siniestros fraudulentos, cuando hace dos años apenas suponían un 5%, lo que lo convierte en un canal de detección cada vez más importante.

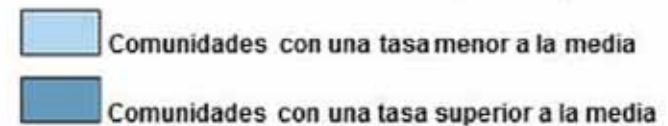
Uno de los objetivos del presente estudio es advertir de que la detección de los casos de fraude tiene un impacto importante en la prima que pagan los asegurados por sus pólizas. El año pasado,



CUADRO 4



**Tasa de fraude media en España: 1,63%**



los pagos evitados por casos de fraude y que no fueron repercutidos en el resto de asegurados supusieron un ahorro del 5% en el seguro de Auto y del 19% en los casos de Responsabilidad Civil (ver cuadro 3).

Finalmente, atendiendo a la radiografía del fraude al seguro en toda España, se puede afirmar que la tasa de fraude aumentó el año pasado en todas las Comunidades Autónomas, a excepción de Cantabria y Extremadura, hasta situar la media nacional en el 1,63%. La Ciudad autónoma de Ceuta, con el 7,9%; Melilla, con 3,8% y Andalucía, con el 2,6%, son las comunidades con mayores tasas de fraude al seguro (ver cuadro 4).

# REVITALIZA TU NEGOCIO A TRAVÉS DEL MARKETING EMAIL



Una de las conclusiones de un **ESTUDIO DE CECAS** señala que si no se contacta con el cliente con frecuencia, acaba contratando con otro proveedor.

El **ENVÍO PERIÓDICO DE UNA NEWSLETTER** te permite enviar contenidos interesantes a la vez que le haces saber todos los seguros en los que trabajas.

Si no tienes tiempo, nosotros lo hacemos por ti a un **PRECIO AJUSTADO A TUS NECESIDADES**, con envíos de newsletters mensuales o bimestrales.

Confía en periodistas con **GRAN EXPERIENCIA** en el mundo económico y empresarial para hacer un buen contenido.

### El video marketing al alcance de las pymes y emprendedores

El video marketing no está suficientemente valorado por las pymes porque el video online se asocia a Youtube, al entretenimiento y la diversión. Pero realmente se trata de una gran plataforma que puede ser aprovechada por las empresas y los profesionales que quieren atraer a su público objetivo. En Youtube se obtienen 3 billones de reproducciones cada día. El 80% de los internautas ven, al menos un video al mes. Y entre los clientes online de Páginas Amarillas, los que tienen video venden cuatro veces más que los que no lo tienen. Estas cifras indican que el video marketing puede ser una gran oportunidad para la mayoría de negocios si se aporta contenido relacionado con su sector. La idea es crear videos sencillos que den respuesta a la posible búsqueda del internauta.

#### La fuga de información empresarial crece un 32%

Las empresas no son conscientes de lo fácil que es perder información hasta que no ocurre. Los casos de fuga de información empresarial han crecido un 32% debido al mayor acceso a datos internos de los diferentes puestos estructurales de la compañía y al mal uso de los nuevos dispositivos digitales, como ordenadores portátiles o smartphones propiedad de la empresa.

#### Se quiere potenciar la presencia de los autónomos mayores de 55 en las Redes Sociales

UPTA, en colaboración con Fundteec, quieren dar prioridad a los trabajadores por cuenta propia de más edad para que se beneficien de las TIC. Para ello han creado el proyecto "Empleo 2.0". Con él se pretende potenciar el emprendimiento autónomo y la mejora competitiva de los autónomos mayores de 55 años a través del uso de las redes sociales.

Consulta todas tus dudas con un simple email: [carmen@pymeseguros.com](mailto:carmen@pymeseguros.com)

XVI Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías

# Conectarse al presente, para **TENER FUTURO**

El XVI Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías, organizado en la Semana del Seguro de Inese, convirtió al EIAC en el eje principal del encuentro. La presencia de este estándar es cada vez más importante y se espera que, en un año, sea el único proceso de comunicación de datos. Se trata de conectarse al presente para tener futuro porque, entre otras cosas, reduce cargas administrativas y eso proporciona más tiempo para vender. EIAC es un elemento de transformación digital que no solo automatiza los procesos, sino que los transforma. No obstante, los corredores que ya lo están utilizando piden que se produzca una mejora de la calidad de la información, no porque sean erróneos los datos, sino porque se dan pocos.

Tras la presentación de la jornada, que este año tuvo el lema “La conectividad en el entorno actual: una meta cada vez más próxima”, por parte de Susana Pérez, directora general de Inese, tomó la palabra Emmanuel Djengue, director de Marketing y Desarrollo de Negocio de esta misma empresa, para analizar la transformación digital en el sector asegurador. Estableció cuatro tipos de empresas que, en su opinión existen, en función de su adaptación a dicha transformación: vanguardistas, principiantes, conservadoras y expertas digitales. En su opinión, para el desarrollo de esta transformación es vital contar con una estrategia que pasa, “no solo por tener una *app* para nuestros clientes, sino también conlleva una nueva cultura empresarial porque es una nueva realidad y hay nuevos actores”.

El sector asegurador debe de ser consciente de que no está solo para cubrir el impacto financiero que ocasiona un siniestro,

28





Martín Navaz, José María Campabadal, Mónica Pons y Tomás Rivera.



David Salinas y Asunción Blasco.



Carlos Calderón, Jorge García, Carlos Carrasco, Eva García y Jorge Benítez.

sino también para reducir los riesgos. La digitalización tiene el objetivo de reducir la probabilidad de riesgo. “Eso conlleva nuevas oportunidades de negocio llegando a una oferta personalizada, con seguros por horas”.

### EIAC, más imprescindible que nunca

La primera mesa redonda ‘EIAC más imprescindible que nunca para la Mediación y las compañías’, contó con la participación de Martín Navaz, presidente de Adeco; José María Campabadal, entonces presidente del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros; Mónica Pons, presidenta de E2000 Asociación (ahora Aunna), y Tomás Rivera, presidente de Fecor. Todos ellos dejaron claro que EIAC es una realidad, en pleno funcionamiento, aunque coincidieron que se debe continuar apoyando y trabajando por parte de todos los involucrados en el proyecto: compañías, corredores y tecnológicas.

En la actualidad, todas las compañías de primera línea están involucradas en EIAC. Se está apostando por él desde hace 15 años

**EIAC es una herramienta útil para todos los corredores, independientemente de su tamaño**

porque es un proyecto que busca eficiencia en las empresas. “Se necesita estrategia y eficacia y EIAC nos ayuda a lograrlo”, afirma Navaz. Por su parte, Pons recalcó la necesidad de que “los corredores lo utilicemos más. Por eso, tenemos que pedir a las tecnológicas que nos ayuden a usarlo.

Se trata de una herramienta útil para todos los corredores, independientemente de su tamaño”.

Para Rivera, la gran ventaja que ofrece es que “se reducen cargas administrativas y tenemos más tiempo para vender. Se trata de conectarte al presente para tener futuro”.

En opinión de Campabadal, “es un proyecto solidario. Ya ha llegado el momento en el que los corredores presionen a las tecnológicas para utilizar el EIAC”.

### Conectividad y digitalización

‘La importancia de la conectividad en el entorno de la digitalización. EIAC, clave en la transformación digital del corredor’ fue

## El proyecto de ley de la IDD está abierto a cambios



La clausura de la jornada corrió a cargo de Flavia Rodríguez-Ponga, en ese momento directora General de Seguros (ver la noticia en la sección [Al día](#)), en el que fue su último acto público en ese cargo. Aprovechó para dar algunos detalles sobre la transposición de la Directiva de Distribución de Seguros europea al mercado español. Habló de la nueva ley de distribución de seguros y de ciertas novedades como la de “agentes exclusivos” por “agentes en régimen de exclusividad” y al resto se les denominará “agentes en régimen de no exclusividad”.

Asimismo, adelantó la supresión de algunas incompatibilidades, como la de los altos cargos de corredurías de tener otros puestos en entidades del sector, o la de las corredurías respecto a ser agencias de suscripción. Por otro lado, resaltó la importancia que se va a dar en la futura ley a todo lo relativo a información de producto, tanto desde el punto de vista del propio producto como su destinatario y su adecuación a este. Además, instó a los mediadores a que se descargaran el proyecto de ley, para que lo leyeran e indicaran todo lo que quisieran que se cambiase.

# 30

el título del segundo panel de intervenciones. David Salinas, en representación del Consejo General, hizo hincapié en que el EIAC aporta “transparencia, eficiencia y eficacia porque todos tendremos la misma información”. Por su parte, Asunción Blasco, subdirectora de Desarrollo de Negocio y Gestión de Servicios de Tirea, lo definió como un elemento de transformación digital “que no solo automatiza los procesos, sino que los cambia, los transforma. Lo relevante es tener la información y no por dónde te llega”.

Aunque es un proyecto sectorial, uno de los principales beneficiarios será el corredor de seguros y así se quiso mostrar en la mesa redonda que tuvo como título “Experiencias prácticas de las corredurías” formada

**EIAC aporta transparencia, eficiencia y eficacia porque todos tendremos la misma información**

por Jorge García, director de Negocio y director financiero de Segurosbroker; Carlos Carrasco, consejero delegado de Redmediaria; Eva García, directora de Administración, Finanzas y T.I. de Confide; y Jorge Benítez, consejero delegado de Mediadores Online y moderada por Carlos Calderón de E2000 Asociación (ahora Aunna). Sobre todo se resaltó el ahorro que proporciona en recursos y tiempo por la automatización de los procesos administrativos o la inmediatez en la comunicación con la aseguradora. Benitez señala que “se produce un ahorro de costes. Cuanto más grande sea la correduría, más ahorro de costes habrá”. Además se insistió en que es una herramienta gratuita para los mediadores profesionales y de fácil utilización. Todos



**Seguridad  
que se comparte**



## **Seguro de hogar**

Porque no vivimos solos, porque estamos conectados y **porque la vida cambia en un instante**, es importante sentirse seguro en casa en todo momento.

Seguro de hogar, Plus Ultra Seguros.  
**Seguridad que se comparte.**

**#SeguridadCompartida**



Juan Gayá, Antonio Sánchez, Nuria Alfaro, Enric Descarrega e Isidre Mensa.



Susana Pérez, Alejandro Moncholi, Carlos Calderón, Juan Gayá y David Salinas.

ellos apuestan por el desarrollo completo del estándar. De hecho se dijo que les gustaría poder descargar ya siniestros, pero aún no está disponible.

Sí es verdad que Carrasco señaló que “nosotros trabajamos con EIAC solo en la nueva producción, porque en cartera nos pueden surgir algunos problemas con la información que teníamos anteriormente”. Sin embargo, otras corredurías lo están utilizando también en las pólizas en cartera. Una petición de los corredores fue la mejora de la calidad de la información, no porque sean erróneos los datos, sino porque se dan pocos. Otra ventaja del EIAC es que te ayuda a tener un plan de negocio bien definido. Si se apuesta por la automatización te adelantas a los tiempos y se puede desarrollar más el negocio.

### Mayor calidad de la información compartida

Tras una pausa para el café, se retomó la jornada con la mesa redonda “Avanzando en la calidad de la información que se comparte”, integrada por Antonio Sánchez, socio director de Grupo QS; Nuria Alfaro, directora de Marketing, Comunicación y Ventas de

**El sector asegurador debe de ser consciente de que no está solo para cubrir el impacto financiero que ocasiona un siniestro, sino también para reducir los riesgos**

eBroker; Enric Descarrega, gerente de Gecose; e Isidre Mensa, director general de MPM, en la que actuó de moderador Juan Gayá, de Ade-cose.

En ella quedó patente la dificultad de llevar a cabo este proyecto, que en los casi 15 años de desarrollo ha pasado por muchos contratiempos. Entre otras cosas, se dijo que la gran diferencia entre el formato EIAC y los tradicionales ficheros de información que facilitan las aseguradoras está en la cantidad y calidad de la información.

Las tecnológicas animaron a que se trabaje con el estándar porque “no podemos esperar que vaya avanzando para entrar. Ya es una realidad y no cabe ninguna excusa. En un año queremos que EIAC sea el único proceso”, indicó Mensa.

Posteriormente, se analizaron los próximos avances y compromisos en la última mesa redonda de la jornada. En ella participaron Alejandro Mocholi, de Fecor; Carlos Calderón, de E2000 Asociación (ahora Aunna); Juan Gayá, de Ade-cose y David Salinas del Consejo General y estuvo moderada por Susana Pérez.

Ahí se volvió a insistir en las ventajas que EIAC proporciona al sector, como el aumento de la productividad, la eficiencia y ahorro o su fiabilidad. Por eso, para los participantes es muy importante continuar avanzando en el desarrollo del fichero, añadiendo nuevas categorías, como información de siniestros, que se encuentra en plena fase de trabajo. Se demandó a los asistentes ser prescriptores del EIAC, del que ya se ha realizado el 80% de su desarrollo. En este momento están implicadas 33 aseguradoras y 9 tecnológicas.





**A tu lado**  
**TODA UNA VIDA**

**91 1024000**

 **METROPOLIS**  
S E G U R O S

[www.metropolis-sa.es](http://www.metropolis-sa.es)

SIGUENOS EN  [metropolis-seguros.sa](https://www.facebook.com/metropolis-seguros)

Ponemos a su disposición  
nuestra experiencia y la de nuestros  
más de 2.000 mediadores

**5<sup>a</sup>**

COMPAÑÍA MÁS  
SOLVENTE DEL  
MERCADO ESPAÑOL

## Protección digital en el seguro de Hogar

Seguros Lagun Aro ha renovado su seguro de Hogar con la mejora de muchas coberturas y la incorporación de otras nuevas, como Hogar Digital, que ofrece asistencia informática remota y protección digital en todas sus pólizas.

Esta nueva garantía incluye, por ejemplo, la resolución de incidencias de forma remota o telefónica, la asistencia informática in situ, control parental, configuración de datos en la nube, copias de seguridad, recuperación de datos, etc. Asimismo, da protección digital como la eliminación de injurias, la gestión de acoso en Internet o asesoramiento en reclamaciones en compras realizadas en la Red.

En cuanto a la ampliación de coberturas: en daños por agua, se cubren los daños por filtraciones de agua por defectos de sellado no evidentes en bañeras, duchas, etc.; los desatascos hasta un límite de 400 euros; en agentes atmosféricos, quedan cubiertos los daños producidos por viento superiores a 80km/h e inferiores a 120km/h; en daños eléctricos al contenido, los daños causados en

los aparatos eléctricos y sus accesorios se cubren siempre que tengan su origen en alteraciones eléctricas externas al riesgo asegurado, cortocircuitos o la caída de un rayo; se amplía el límite para cerraduras y de efectivo en metálico a 500 euros (menos en la modalidad exclusiva y arrendador), entre otros.

Las dos coberturas opcionales que ofrece el nuevo seguro de Hogar son la Asistencia Electrodomésticos (con y sin piezas) y la Asistencia Plus. La primera incluye el envío de un profesional y las tres primeras horas de mano de obra en la reparación de electrodomésticos de línea blanca estropeados (con menos de 10 años). En la Asistencia Plus, se podrá contar con la mano de obra de diferentes profesionales como fontaneros, albañiles, cerrajeros, electricistas, etc. que será gratuita durante las tres primeras horas.



## Nuevo seguro de RC para el sector de las ingenierías



Hiscox España ha lanzado al mercado su nuevo producto de Responsabilidad Civil para ingenierías, con condicionado específico.

“Nos dirigimos principalmente a empresas de tamaño mediano y pequeño, pero no descartamos nada de antemano”, ha apuntado Miguel Ángel Aguilar, suscriptor senior responsable de ingenierías.

En cuanto a las coberturas, se trata de un condicionado específico para ingeniería adaptado a las necesidades de este cliente. Destacan las coberturas de contrato llave en mano y *project management*, coordinación de seguridad y salud, entre otras muchas.

## Un catálogo de productos de Ahorro renovado

Caser Seguros ha ampliado su catálogo de productos de ahorro e inversión. Entre las novedades se encuentran los seguros de Vida Ahorro basados en la filosofía *value investing* para la gestión de la inversión en renta variable.

El director de Vida y Pensiones, Juanjo Cotorruelo, afirmó que esta renovación es parte de la nueva estrategia en el ramo de Vida de la compañía, que desde 2015 viene incorporando nuevas fórmulas de ahorro e inversión adecuadas a muy distintos perfiles. “Esperamos que este catálogo de productos tenga especial desarrollo en la mediación profesional, que cuenta con una importante oportunidad para poner en valor su capacidad de asesoramiento también en el ramo de Vida, con una propuesta de valor bien diferenciada”.

Entre otros, y con el objetivo de que incremente el ahorro de sus clientes, la aseguradora ha lanzado ‘Caser Misión Ahorro UL’, destinado a quienes deseen obtener una rentabilidad por sus ahorros asumiendo parte del riesgo. Con una prima periódica desde 50 euros, los clientes pueden elegir el nivel de ahorro y realizar aportaciones. El plan se ajusta a dos tipos de inversión, ofreciendo, por un lado, la opción de elegir un 50% de renta fija y un 50% de renta variable o, por otro, un 100% de renta variable para quienes prefieran una rentabilidad superior asumiendo un mayor riesgo.

Por otro lado, está ‘Caser Misión Ahorro Sialp 85’ dirigido a aquellas personas que quieran ahorrar con la ventaja de no pagar impuestos y asumiendo un poco de riesgo. El plan permite ahorrar hasta 5.000 euros al año y, al finalizar los cinco años, poder ampliar durante otros cinco más, partiendo del ahorro acumulado. En este caso, el plan garantiza un 85% de ahorro frente a un 15% de inversión.

Por su parte, el plan ‘Caser Misión Ahorro Sialp 100’ tiene las mismas características que el Sialp 85, con la única diferencia de no asumir ningún riesgo.

La compañía también cuenta con productos pensados para el ahorro para la jubilación de sus clientes. En este campo, presenta ‘Caser Jubilación Módulo Pias UL’, destinado a quienes quieren llegar a la jubilación con una paga extra. El plan ofrece una prima desde los 30 euros y la posibilidad de transformarse al quinto año en una renta vitalicia sin que exista la necesidad de pagar impuestos. Además, permite al cliente elegir entre un plan formado por un 50% de renta fija y un 50% de renta variable, o uno con un 100% de renta variable.

En el terreno de las rentas vitalicias, la aseguradora ha puesto a disposición de sus clientes ‘Caser Renta Tierra’, adaptado a un perfil conservador. La prima blinda el 99% del capital, juega con los tipos de interés actuales y aprovecha el 1% del capital para mejorar la renta. Para un perfil más atrevido, se ha lanzado ‘Caser Renta Marte’, que ofrece una renta más elevada. Asimismo, existe la opción de combinar estos dos últimos productos con el plan Viajes-El Universo Financiero. Con una inversión de 200.000, el cliente puede realizar una primera inversión adaptada a las condiciones de ‘Caser Renta Tierra’ y ampliarla aplicando el ‘Caser Renta Marte’.

Por último, cabe destacar el servicio ‘Oportunidad de Oro’, dedicado a personas mayores de 65 años que busquen una renta vitalicia libre de impuestos por la venta de un bien, como puede ser una vivienda, un terreno, una obra de arte o una licencia de taxi, entre otros.



## Cobertura de ciberriesgos para pymes y autónomos

Mapfre ha lanzado un seguro de ciberriesgos, dirigido a pymes y autónomos, que ofrece protección para hacer frente al robo de datos, la pérdida de información confidencial o a los daños que están relacionados con la reputación, la privacidad o daños a terceros y empleados, entre otros impactos que puede ocasionar un ciberataque.



Además, ofrece protección ante las pérdidas económicas que pueda tener un negocio si se ve obligado a cerrar temporalmente por los daños informáticos (restauración del software, recopilación de copia de seguridad, reposición de sistemas, etc.), así como ayuda para hacer frente a una amenaza de extorsión cibernética y para una posible restitución de la imagen de la empresa.

La compañía ofrece, asimismo, asesoría legal y un servicio de atención telefónica para gestionar los incidentes relacionados con la violación de datos. Los clientes también disponen de un servicio de restauración del software dañado y del sistema de control de acceso, así como de descontaminación del código malicioso. El seguro cubre además los honorarios de expertos para limitar el impacto de un ciberataque.

El seguro cubre además los honorarios de expertos para limitar el impacto de un ciberataque.

AXA ha presentado una nueva póliza de Auto, 'Coche Seguro', en cuya creación la aseguradora ha utilizado "la voz del asegurado y del mediador", mediante gestión de big data, analizando las demandas y necesidades de los conductores y aplicando los resultados al nuevo producto.



## Un seguro de Auto creado entre asegurados, mediadores y compañía

Este seguro simplifica la oferta existente y permite la contratación a la carta de coberturas, entre las que destacan el eco kit para coches eléctricos, reparación tras un siniestro total, franquicia única para pequeños golpes, aplicación de una franquicia única por arañazos o el eco kit con cobertura de los cables de carga y asistencia en carretera por falta de batería son servicios introducidos en este producto.

'Coche Seguro', además, simplifica en un solo producto de Auto las tres modalidades existentes mediante un seguro base al que se añaden las coberturas que el conductor necesita con lo que permite diseñar a la carta la póliza que el cliente quiere.

Junto a las nuevas coberturas, 'Coche Seguro' ofrece un paquete de opciones marcadas por las demandadas por los conductores como el vehículo de sustitución, fenómenos atmosféricos, coberturas ante choque con animales o un kit vip con servicios como el vehículo de sustitución de alta gama, repintados de vehículo, duplicado de llaves o daños en los equipajes.

REALE VIDA

# LOS SABIOS DE LO COTIDIANO SON LOS QUE NUNCA SE CANSAN DE APRENDER.

**SABIOS QUE VAN A ESTAR CONTIGO A LO LARGO DE TODA TU VIDA.**

Como Reale Seguros. Porque este es nuestro compromiso. Estar a tu lado para ayudarte a tomar las mejores decisiones en cuestión de seguros en los momentos que más nos necesites. Como, por ejemplo, en el momento de elegir el mejor seguro de vida y así asegurarnos de que vives tranquilo y protegido.



Más información sobre tu SEGURO DE VIDA en [reale.es](https://reale.es) / 902 400 900

REALE GROUP

 **REALE  
SEGUROS**

TOGETHER MORE

## 'Cupón Rendimiento II', un unit linked de Vida-Ahorro

Mapfre ha lanzado un nuevo producto de Vida-Ahorro, 'Cupón Rendimiento II', un unit linked que ofrece una rentabilidad muy atractiva a largo plazo y que da respuesta a los ahorradores que quieran asumir cierto nivel de riesgo.

'Cupón Rendimiento II' es un seguro a 8 años vinculado a títulos de deuda emitida por Banco Santander. Este producto propone un doble escenario de remuneración. Por un lado, proporciona un rendimiento fijo del 3% los dos primeros años; y por otro, una rentabilidad equivalente a la evolución del euríbor a 12 meses con una

retribución anual mínima del 1% los seis años restantes.

El cliente puede solicitar el rescate de la póliza a partir de junio de 2018 a través de ventanas de liquidez trimestrales. Además, este producto garantiza un capital en caso de fallecimiento por cualquier causa antes de la fecha de vencimiento, que puede incrementarse si es por accidente.

Este seguro se puede contratar a partir de 5.000 euros hasta el 27 de marzo o hasta agotar existencias (50 millones de euros).



## Un producto para informáticos y compañías tecnológicas

Iberian Insurance Group ha presentado 'Iberian Info', un producto asegurador exclusivo para informáticos y compañías tecnológicas.

Darío Spata, consejero delegado de Iberian, indica que "hemos considerado necesaria una apuesta decidida por 'Iberian Info' dado el papel cada vez mayor de los informáticos y las nuevas tecnologías dentro de los proyectos profesionales. Se trata de un sector cuya actividad es sumamente sensible y necesita la mejor cobertura posible. Es un producto que, por sus caracterís-

ticas, ofrece todos los servicios necesarios, especialmente para 'millennials' que se están abriendo paso profesionalmente y a quienes queremos ayudar con nuestras ventajas especiales".

Así, al igual que todos los productos Iberian Contigo, este está especialmente dirigido, aunque sin ser excluyente, al segmento poblacional de los millennials (personas nacidas en las décadas de los 80 o 90). Entre otras ventajas, los millennials que contraten este seguro disfrutarán de un descuento del 15% en el precio final.



# PymeSeguros

Revista online para corredores y correduñas



Información especializada

Accede a información para poder encontrar nuevos modelos y nichos de mercado

Dirigida a corredores

Una revista en la que los pequeños y medianos corredores son los protagonistas

Buscamos la participación

Una revista que tiene en cuenta la opinión y participación de los corredores

SUSCRIPCIÓN **GRATUITA**  
A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA WEB  
[WWW.PYMESEGUROS.COM](http://WWW.PYMESEGUROS.COM)

## El 42% de las empresas españolas **ya incluye el Internet de las Cosas**

El Internet de las Cosas (IoT) ya está presente en el 42% de las empresas españolas, según se afirma en el estudio “El Internet de las Cosas: hoy y mañana”, publicado por la tecnológica **Aruba**. La tasa de adopción de estas tecnologías en España, supera según el informe a mucho países de nuestro entorno como son Reino Unido (27%), Italia (29%), Alemania (23%) o Francia (35%).



En esta línea, el informe señala también que las empresas que adoptan IoT implementándola con algún tipo de estrategia suponen el 27%. Solo dos puntos por debajo de la media global (29%) y también por encima de algunos países del entorno como Reino Unido (10%) o Francia (25%). El informe apunta que un 23% de las compañías española planea adoptar IoT en el próximo año.

Asimismo, señala que el 36% de las empresas españolas encuestadas ha percibido una gran mejora en eficiencia empresarial con la adopción de IoT, frente al 43% que comenta haber logrado solo una pequeña mejora. Además, un 28% dice haber conseguido ahorros importantes frente al 49% que refiere que han sido poco notorios y al 10% que no ha percibido cambio alguno.

Las empresas que cobraron las deudas de la Administración Pública con el plan de pago de proveedores lo tendrán muy complicado para reclamar los intereses de demora y la compensación por los costes de cobro, según una sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE).

## Las empresas no podrán cobrar los intereses de demora del plan de pago de proveedores

El plan de pago a proveedores creado por el ministro de Hacienda, Cristóbal Montoro, permitía a las empresas cobrar anticipadamente las facturas por servicios y bienes prestados a la Administración, a cambio de renunciar a las compensaciones asociadas al retraso del pago. Un juzgado de Murcia envió una cuestión prejudicial al

TJUE preguntando si esas condiciones vulneraban el derecho europeo. La respuesta ha sido que no: el plan es legal siempre y cuando no fuera obligatorio adherirse a él.



“La normativa de la Unión, en materia de morosidad en las relaciones comerciales, no se opone a que un acreedor renuncie al derecho a exigir los intereses de demora y la compensación de los costes de cobro a cambio del pago inmediato del importe principal de la deuda, siempre y cuando dicha renuncia haya sido efectuada de manera libre”, asegura la sentencia del TJUE.





## La carga fiscal preocupa más a las pymes que a las grandes empresas

Según una encuesta realizada por el [Instituto Nacional de Estadística \(INE\)](#) sobre el entorno empresarial en 2016, el 39,3% de las pymes españolas que tienen entre 1 y 10 trabajadores señalan que la fiscalidad es el segundo aspecto que más les preocupa en el desarrollo de sus negocios, sólo después de la demanda de sus productos.

Para las empresas que cuentan con una plantilla de entre 10 y 49 empleados los impuestos son la tercera preocupación, después de las ventas y el entorno macroeconómico. Por otro lado, las pymes señalan que la carga fiscal es el aspecto que tiene un mayor impacto desfavorable en sus negocios, mientras que las empresas más grandes consideran que es el entorno macroeconómico el componente que más afecta de manera negativa a sus actividades. Para las grandes corporaciones, la fiscalidad sólo se sitúa como el tercer aspecto de evolución desfavorable en su desarrollo.

## Las pymes que no depositen sus cuentas en el Registro Mercantil **podrán ser sancionadas con hasta 60.000 euros**

Las empresas que no cumplan la obligación de depositar sus cuentas anuales en el Registro Mercantil pueden ser sancionadas con multas que van desde los 1.200 euros hasta los 60.000 euros, en función del tamaño de la empresa y de su facturación anual. Además, el empresario perderá el beneficio de la limitación de responsabilidad por las deudas que contraiga después de que finalice el plazo de presentación.

Según informa la [agencia EFE](#), Hacienda calculará las sanciones por dicho incumplimiento de la siguiente forma:

- Multas del 0,5% del importe total del activo, más el 0,5% de la cifra total de ventas de la empresa.
- Sanción del 2% del capital social de la empresa, si no se presenta la última declaración de Hacienda.
- En el caso de que se aporte la declaración, pero la suma del 0,5% del activo y el 0,5% de las ventas diera como resultado un importe superior al 2% del capital social, se aplicaría una sanción del 2% del capital con una reducción del 10%.

La obligación de depositar las cuentas anuales en el Registro Mercantil es aplicable a todas las empresas y el plazo máximo de presentación es de siete meses desde que tiene lugar el cierre del ejercicio social. Las cuentas anuales deben contener el balance, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la memoria de la sociedad.



## El Banco de España cree que retrasar la edad de jubilación más allá de los 67 años **garantizaría la sostenibilidad del sistema**

El gobernador del Banco de España, Luis María Linde, aboga por “permitir la ampliación de la vida laboral por encima de los 67 años”, y advierte que “incluso en los escenarios más optimistas [desde el punto de vista demográfico y de creación de empleo] la reducción de la pensión respecto al último salario [la tasa de sustitución] para garantizar la sostenibilidad del sistema sería elevada”.



Linde explicó que “cualquier medida encaminada a desincentivar la jubilación anticipada y permitir la ampliación de la vida laboral por encima de los 67 años tendría efectos positivos sobre la sostenibilidad financiera del sistema”. Actualmente, la primera pensión supone el 80% del último salario.

Junto a la reducción de las pensiones, Linde planteó “extender el papel del ahorro para la jubilación, de modo que permita complementar los recursos del sistema contributivo público con la acumulación de activos financieros con los que suplementar las futuras pensiones pública”. Bien es verdad que Linde dijo que el desarrollo de los elementos de capitalización resulta, “en todo caso complejo”, por sus diferentes circunstancias.

Como alternativa para aumentar los ingresos, el gobernador advirtió que la subida de las cotizaciones o la supresión de los límites en las bases de cotización “aumentan los costes laborales. No es bueno para el empleo”. Linde se decantó por lo impuestos indirectos si es que los diputados optan por esta vía para financiar las pensiones.

La Comisión de Hacienda del Congreso pidió a mediados de febrero al Gobierno que equipare las indemnizaciones por despido de los trabajadores interinos, y por extensión las del resto de empleados temporales, a las que disfrutaban los contratados indefinidos.

## El Congreso insta al Gobierno a **equiparar las indemnizaciones por despido de temporales y fijos**

Así consta en la proposición no de ley pactada por el grupo de Unidos Podemos-En Comú Podem-En Marea con el PSOE y Ciudadanos, que ha salido adelante con 21 votos a favor y en la que se reclaman los cambios legales necesarios para dar cumplimiento efectivo a las recientes sentencias europeas sobre los contratos interinos.





## El comercio electrónico generará 270.000 nuevos empleos en 2017

En 2016 el comercio electrónico generó unos 170.000 puestos de trabajo, lo que señala que las ventas a través de internet están siendo muy positivas para el tejido empresarial español: aumenta el volumen de negocio de las firmas que apuestan por este canal comercial y se generan oportunidades laborales nuevas. De cara a 2017 las perspectivas son aún mayores, con una cifra de 270.000, según señala la encuesta “Perfil del comerciante online 2017”, de [Xopie](#).

Este informe apunta que cada vez son más las empresas que dan el salto a la red y esto les reporta mejorar su facturación de manera importante. Un 81% de las enseñas tiene tienda online con versión móvil. En 2016 se ha multiplicado el número de comercios virtuales que mueven el 10% de su actividad por el móvil, siendo un 54% del total.

Este canal ha hecho que crezcan igualmente las exportaciones. El 53% de los comerciantes online exportan y el comercio por internet ha permitido abrirse a nuevos merca-

dos. El 74% de las tiendas digitales exportan gracias a tener una página web para ello. Entre los países a los que más se exporta destaca Bélgica, Alemania e Italia.

Otro punto importante es el móvil: los smartphones se posicionan como los dispositivos que más se utilizan para ir de shopping por la red. El 81,6% de los comerciantes cuentan con una web móvil y el 82% de estas han generado ventas. El 54% de los vendedores generan más de un 10% de ventas vía smartphone.



## Ayudas de 25 millones para la internacionalización de empresas españolas en Latinoamérica

El [Instituto de Crédito Oficial \(ICO\)](#) y el [Banco Centroamericano de Integración Económica \(Bcie\)](#) darán financiación para proyectos de inversión y capital circulante así como operaciones de importación y exportación. Serán 25 millones de euros para empresas españolas que tengan interés por emprender negocio en países de América Latina.



Esta iniciativa se ha bautizado como Canal Banca Internacional y forma parte de las líneas de colaboración que tiene establecidas el Instituto de Crédito Oficial con entidades financieras latinoamericanas.

## E2000 Asociación ahora se llama Aunna Asociación

La XXIV Asamblea General de E2000 Asociación, en la que se aprobaron todos los puntos sometidos a la deliberación de sus socios, fue el marco elegido para dar a conocer su nuevo nombre: **Aunna Asociación**, que representa la voluntad del colectivo de ir “Juntos, más lejos”.

El nuevo nombre responde a una petición de sus socios, que preferían este nombre frente al elegido el año anterior: “Os hemos escuchado, y traemos un nombre que nos habéis sugerido y que habla de nuestra unión”, explicó Mónica Pons, la presidente de la asociación.

Durante la reunión, Pons hizo un resumen de los últimos acontecimientos y logros de la asociación, como el reciente acuerdo con CIAC, que supone la representación de 800 corredores de seguros, es decir, el 30% de los corredores en activo del mercado español, en la transposición de la IDD, apuntando también al reconocimiento que día a día gana la asociación ante el sector.

Igualmente, la presidente ha hablado de los nuevos departa-

mentos puestos por la asociación a disposición de sus socios: Desarrollo de Negocio, Correduría, Marketing y comunicación, Comercial y Tecnología.

El director gerente de la institución, Diego Fernández, explicó a los asistentes la situación del Plan Estratégico, dando cuenta de los objetivos logrados y de los que se encuentran en pleno desarrollo.

Durante la celebración del acto se anunció también que el próximo Espacio, ahora Espacio Aunna, tendrá lugar en La Coruña, en el mes de octubre.

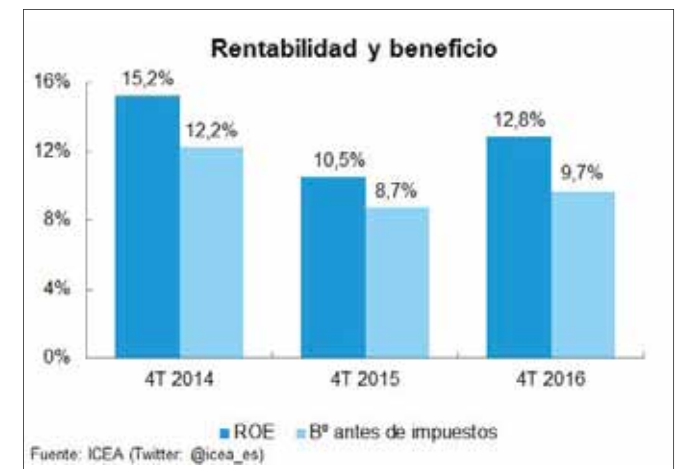
Por otra parte, la asociación ha firmado sendos acuerdos de colaboración con **Hiscox** y **Plus Ultra Seguros**.

44

## El beneficio antes de impuestos del sector sube un 1%

El beneficio antes de impuestos sobre primas imputadas de las aseguradoras españolas se mantiene en el entorno del 10% (un 9,7%) a diciembre de 2016, con una subida de un 1% frente al registrado a diciembre de 2015, según informa ICEA.

La rentabilidad sobre recursos propios (ROE) fue del 12,8%, aumentado un 2,3% en términos interanuales.





## AIPS dice que será un escándalo si la nueva ley de Distribución no recoge las propuestas de los corredores

Las noticias que se han producido en Forinvest parecen confirmar, según un comunicado de la asociación de corredores AIPS, que la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) va a hacer las mínimas modificaciones imprescindibles al Anteproyecto de Ley de Distribución. Este órgano de control no puede argumentar “que no ha recibido numerosas propuestas de cambios. La inacción y que no se mueva nada, solo benefician a los grandes grupos de presión, especialmente a la banca y a las aseguradoras. Los consumidores y los mediadores, somos siempre los más perjudicados”, señalan desde AIPS.

Desde esa asociación se ha pedido a la DGSFP que deberían hacer los cambios que les hemos propuesto. “Por lo que hemos oído de numerosos intervinientes en Forinvest, parece que no somos los únicos que vemos que hay que aprovechar esta oportunidad, para introducir los cambios que son necesarios”, señala Luis Aineto, gerente de AIPS.

“La DGSFP no puede enrocarse en el ninguneo de las propuestas que les hemos presentado, o a dejar que se desista en ellas por agotamiento o aburrimiento”, continúa Aineto.

AIPS ha presentado en tiempo y forma un decálogo de propuestas (publicado en [PymeSeguros](#)). “Entendemos que otras asociaciones han presentado otras propuestas, algunas coincidentes y otras no.

“La DGSFP no puede argumentar que no puede hacer nada contra la competencia desleal de la banca porque no le llegan quejas y reclamaciones. Ya veremos cómo queda la Directiva de Crédito Hipotecario, pero actualmente el cliente está totalmente expuesto a lo que la banca le quiera ‘colocar’ cuando está solicitando un préstamo. Y no contentos con eso, ahora se han inventado (con la colaboración imprescindible de algunas aseguradoras) unos ‘productos especiales’ blindados (algunos con prima única), que no admiten cambio de Posición Mediadora. Creemos que la DGSFP debe ser mucho más proactiva en estos temas. Los clientes nunca reclamarán contra la banca que les concede un préstamo. Están en inferioridad,

son vulnerables, tienen su libertad coartada. Pero los corredores estamos hartos de denunciar estas prácticas y tampoco hemos conseguido nada”, señala el comunicado.

Por último, desde AIPS indican que “parece que también deberemos conformarnos con las sanciones que nos vienen impuestas desde la Directiva de Distribución. Nosotros hemos pedido a la DGSFP ‘proporcionalidad’. Es decir, una multa pequeña, como podrían ser 100.000 euros, para una aseguradora multinacional o nacional puede ser un pequeño rasguño, pero para el 90% de los mediadores es su ruina total. Y ya no hablemos de sanciones de 5 millones de euros... eso es sencillamente desproporcionado e intolerable para los mediadores”.





## Apromes se pone a trabajar en la transformación digital de sus asociados

La Comisión Tecnológica de [Apromes](#), formada por varios asociados especializados en la materia, va a avanzar en el proceso de transformación digital que la mediación debe abordar de forma inminente y necesaria.

Según un comunicado de prensa, para la mayoría de sus asociados resulta difícil abordar el proceso de renovación digital, sin el apoyo que su colectivo permite. “Como asociación se debe divulgar entre sus asociados el alcance real de las opciones de digitalización, que se pueden analizar y valorar, para ofrecer así opciones tecnológicas reales, contrastadas y validadas”.

El plan de trabajo que ha marcado la Comisión Tecnológica tiene tres fases. La primera, consistirá en iniciar un proceso de divulgación entre sus asociados del panorama digital del sector, apoyado por expertos y desde la página web de la asociación.

La segunda fase dará a conocer las necesidades más inmediatas del colectivo de asociados. Y la tercera permitirá analizar las mejores opciones del mercado, para de este modo cubrirlas, lo que va a representar un apoyo en el desarrollo digital y tecnológico de todos sus asociados.

Por otra parte, la asociación ha firmado un acuerdo de colaboración con [Aviva Vida y Pensiones](#). Y [Reale](#) ha renovado el convenio de colaboración con [Apromes Canarias](#).



## Seguros Lagun Aro presenta sus proyectos en su Convención de Mediación

[Seguros Lagun Aro](#) ha celebrado en el estadio de San Mamés, en Bilbao, su Convención de Mediación, a la que asistieron 120 profesionales. En esta ocasión, se adoptó el formato de un programa radiofónico, dirigido por la periodista deportiva Marta Solano. Por los micrófonos fueron pasando los directivos de la compañía, quienes desgranaron cómo fue el año 2016 y avanzaron las principales novedades de este año, así como los objetivos y proyectos previstos por la aseguradora.

Después, el grupo de mediadores pudo disfrutar de una visita guiada por las instalaciones del estadio para conocer el palco presidencial, la sala de prensa, los vestuarios o el terreno de juego del equipo local.

Por otro lado, la aseguradora ha renovado por noveno año consecutivo su colaboración con el [Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra](#).



## Adecose presenta sus opiniones sobre el Anteproyecto de Ley de Distribución

Adecose ha enviado su opinión al Anteproyecto de Ley de Distribución en el marco de la consulta pública previa de la DGSFP, cuyo plazo finalizaba el día 14 de febrero.

Ha valorado positivamente algunos de los planteamientos de la nueva norma, como es garantizar una igualdad de trato entre los distintos operadores en la regulación de acceso al ejercicio de la profesión y que exista un mismo nivel de protección para los consumidores independientemente de cuál sea el canal a través del que adquieren un seguro, facilitando el establecimiento de unas condiciones de competencia equitativa entre los distintos canales de distribución para que el cliente se beneficie de normas comparables. Además, comparte muchos de los objetivos de la norma que se desarrollan en la consulta.

No obstante, Adecose ha insistido, entre otros aspectos, en la necesidad de que se establezca un período transitorio para la adaptación a las nuevas obligaciones que establece la IDD para un correcto cumplimiento de las mismas por parte del mercado; que los deberes de información al consumidor deban ceñirse al espíritu y al contenido del texto de la IDD aprobados por el Parlamento Europeo y el Consejo; y que se establezca un régimen de infracciones y sanciones administrativas que no lleve aparejado un aumento no justificado de la cuantía de las multas.



Precisamente esta ley ha centrado el debate de su Junta Directiva Ordinaria del mes de marzo. Además se trasladó a la Junta los principales contenidos de la reunión semestral de Bipar, en la que estuvo presente Adecose y el Consejo General, relativos a protección al consumidor, innovación financiera o digitalización y al análisis del asesoramiento técnico de los actos delegados de la IDD que Eiopa ha remitido a la Comisión Europea, así como las cuestiones tratadas en la última reunión celebrada en Frankfurt del Grupo de Interés de Seguros y Reaseguros de Eiopa a la que acudió el vicepresidente primero, Juan Ramón Pla.

En otro orden de cosas, Adecose ha superado con éxito, tras la correspondiente auditoría realizada por la compañía [Bureau Veritas](#), la segunda auditoría de revisión del sistema de gestión de la calidad de la norma ISO 9001, adaptada a la nueva ISO 9001:2015.

Por último, señalar que la asociación ha finalizado el proceso de envío de informes personalizados a las compañías que han participado en el Barómetro 2016.



## La candidatura liderada por Elena Jiménez de Andrade gana las elecciones al Consejo General

La candidatura encabezada por Elena Jiménez de Andrade ha ganado las elecciones al **Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros** con 69 votos frente a los 54 de la otra candidatura.

El Pleno electoral, que se desarrolló el 7 de marzo en la sede del Consejo General, transcurrió con la asistencia de 47 presidentes, que presentaron su voto. Concluido el escrutinio, los nuevos cargos han sido proclamados electos por el presidente de la mesa electoral que les otorgó la mayoría de 69 votos de los 123 en juego.

Los miembros de la nueva directiva han tomado posesión de sus cargos, quedando configurado el nuevo órgano de gobierno del Consejo General, conformado por Elena Jiménez de Andrade, presi-

denta; David Salinas, vicepresidente; Ernesto Getino, tesorero; Iñaki Durán, responsable de Formación (Cecas); Jordi Triola, vocal de Agentes; Daniel Salamanca, vocal de Corredores, Marco Jurídico y Prácticas de Mercado; Genaro Sánchez, vocal del área de Comunicación, Marketing y Relaciones Intercolegiales; y Antonio Rivas, vocal del área de Responsabilidad Social Corporativa y Deontología.

Por otro lado, el Consejo, a iniciativa de la Comisión de Corredores, ratificó unos días antes de las elecciones el acuerdo de colaboración con **Protector**, sistema de software para la gestión de riesgos.

## Cibermultipóliza y Shopnetbrokers se integran en un único Grupo

La correduría Cibermultipóliza y la tecnológica **Shopnetbrokers** han cerrado un acuerdo de integración que tendrá tres áreas de negocio diferenciadas: la mediación de seguros, con **Lapoliza.com** y **Segurosbroker.com**; la actividad de servicios y tecnología con **E-correduría**; y el desarrollo internacional, que ha arrancado con México.

Como correduría dispondrá de varios portales en internet como Portalcoches y Portalmotos, así como diferentes acuerdos de distribución.

Como proveedores de tecnología y servicios, trabaja con varias de las principales entidades bancarias y aseguradoras y dispone de una amplia gama de productos y servicios,

con herramientas de multitarificación, herramientas de gestión, APP, insurance advisor, robo advisor, desarrollos Insurtech, servicios de outsourcing administrativo y contact center.







## Los socios de Cojebro asisten a una master class sobre la digitalización en el sector

Marc Vidal ha impartido una master class en el seno de la Asamblea del primer trimestre de **Cojebro**, en la que ha tratado la transformación digital en el sector seguros.

“El foco en el futuro inmediato estará en otros aspectos derivados de comportamientos, avances tecnológicos y conversión de productos a servicios”, ha indicado Vidal. En su opinión, a los profesionales de los seguros o a las grandes aseguradoras que ofrecen pólizas diversas, las tecnologías que más les afectarán tienen que ver con la autoconducción de vehículos, la impresión 3D, la Internet de las Cosas, la Realidad Virtual y Aumentada, la robótica, la Inteligencia Artificial y el Big Data. “Es decir, casi todo”.

“La impresión 3D afectará a cómo se distribuyen las coberturas de seguros en la producción de un producto. Desde el seguro de transporte hasta los de personal y operarios afectados”, ha añadido.

Sobre la Internet de las Cosas ha reconocido que en apenas dos años se incrementarán exponencialmente la conexión sanitaria por los lectores de salud que llevan encima las personas. Asimismo, Vidal ha insistido en que la realidad virtual y aumentada afectará de manera importante en el campo de los seguros laborales. “Seres humanos que redu-

cen su siniestralidad y que precisan seguros muy distintos, ha comentado.

“¿Cómo serán las pólizas de seguros para robots? La robótica también lo modifica todo. Su papel como ser inteligente que tome decisiones por sí solo precisará de un nuevo foco asegurador”, ha señalado. Cuando se generalicen los vehículos autónomos los seguros de conducción tendrán que repensarse, según Vidal, ya que habrá que determinar el responsable del coche en caso de accidentes.

En la Asamblea del primer trimestre de este año, también se abordó la presentación del producto D&O exclusivo para los miembros de Cojebro; las oportunidades y argumentarios comerciales del ramo de Transportes; la presentación del producto exclusivo Commerce Like; y la presentación de Segur Like, imagen corporativa y marca comercial de Cojebro, y sus productos exclusivos. Además, se hizo un repaso de los acuerdos comerciales en el espacio Alianzas Cojebro 2017 y se presentó el Plan de Desarrollo de Proyectos 2017, que será liderado por un

socio coordinador cada uno de los proyectos.

Por otro lado, José Ángel Benito, director y administrador de **Gexbrok Correduría de Seguros**, con sede en Cáceres, se ha incorporado como nuevo asociado a Cojebro, consiguiendo así representación en una provincia donde aún no la tenían. Con esta incorporación, Cojebro cuenta con 34 corredurías en 25 provincias y con una cifra de negocios que supera los doscientos treinta millones de euros.

En otro orden de cosas, Campus Cojebro, el espacio formativo para socios y empleados de la organización, ha impartido durante la legislatura de la actual Junta (2014, 2015 y 2016) 10.304 horas de formación, con 3.503 participantes y con un coste de oportunidad equivalente a 149.411 euros (según los parámetros de la FTFE).

Por último señalar que la asociación ha profundizado en su convenio de colaboración con **AXA**.



## Solo el 39% de los seguros de Vida los suscriben mujeres

La brecha de protección financiera entre hombres y mujeres se mantiene también en el seguro de Vida Riesgo. Según datos de **AXA**, en

la actualidad sólo el 39% de estas pólizas son suscritas por mujeres, a pesar de que la tasa de actividad femenina se sitúa por encima del 53%, según los datos de la EPA a cierre de 2016. En el caso de los hombres, su tasa de actividad es del 64% y 6 de cada 10 seguros de Vida Riesgo se realizan por varones.



# 50

Así, mientras que la diferencia en la tasa de actividad (que mide personas con empleo y en búsqueda de trabajo) entre hombre y mujeres es de apenas 10 puntos porcentuales, el nivel de aseguramiento entre ambos dista 22 puntos. Pese a todo, los capitales asegurados también siguen mostrando una brecha en favor de los hombres. Ellos aseguran sus vidas por un capital medio de 104.000 euros. Ellas, por un capital de 88.500 euros.

Aunque en la actualidad la tasa de aseguramiento femenino es del 39%, se observa un importante avance desde el año 2000 cuando sólo una de cada cuatro pólizas era contratada por mujeres. Además, se ha producido un crecimiento del 130% en el número de seguros de Vida riesgo de mujeres en los últimos 17 años, un incremento especialmente significativo si se tiene en cuenta que el crecimiento de este tipo de seguros en la población masculina en el mismo periodo apenas llegó al 15%.



## Los mediadores valoran la utilidad de las agencias de suscripción

Las agencias de suscripción son un canal de distribución útil para otros mediadores y también para el consumidor final. Ésta es la principal conclusión que se desprende de la V Encuesta sobre Agencias de Suscripción recientemente realizada por **Asasel (Asociación de Agencias de Suscripción Españolas de Lloyd's)**, en la que el cien por cien de los encuestados hicieron esta valoración.

Destaca especialmente la opinión de los mediadores (principal canal de distribución de las agencias de suscripción). Preguntados por el papel de las agencias de suscripción en la innovación en productos, servicio al cliente y gestión de siniestros, la respuesta mayoritaria fue que la opinión era satisfactoria o excelente.



## Mapfre apuesta por la transformación digital y la potenciación de su red de distribución

Acelerar la transformación digital, profundizar en el análisis de los negocios menos rentables y potenciar la red de distribución, al tiempo que se buscan acuerdos con distribuidores en determinados mercados son algunos de los ejes de **Mapfre** para crecer en 2017 y mantener una rentabilidad por dividendo en torno al 5%, según ha anunciado el presidente de la compañía, Antonio Huertas, en la Junta General de Accionistas.

Además, avanzó que en 2017 la compañía, a través de más de 160 proyectos que tiene en marcha, profundizará en soluciones que permitan intensificar la transformación digital, ayudando a mejorar el resultado técnico y la fidelización de los clientes. “Sobre la base de un crecimiento sostenido y rentable, estamos impulsando dentro de la compañía una transformación que nos colocará a la vanguardia en aspectos tecnológicos, operativos y de servicio”, señaló Antonio Huertas.

En este sentido, anunció que el negocio digital se ha incrementado un 23% en 2016, duplicando el objetivo previsto.

En España se trabajará para crecer por encima del mercado y para conseguirlo se avanzará en la atracción y fidelización de los clientes y en la venta cruzada.

Por otro lado, Mapfre se ha situado como novena marca más valiosa de España según el ranking realizado por la consultora internacional **Brand Finance**, que ha destacado que las 100 empresas más valiosas de nuestro país acumulan un valor total de marca de 108.000 millones de euros. El estudio sitúa a Mapfre como la compañía líder de la industria aseguradora, con un crecimiento del 6% del valor de su marca, hasta los 2.502 millones de euros. El índice

calcula el valor de las marcas en función de una serie de parámetros, como la evolución de su facturación y beneficios, y otros atributos, como el impacto emocional.

Por otro lado, la aseguradora se ha situado como líder del Brand Reality Index 17, informe realizado por las consultoras Branward y Hamilton, que lo erige de entre las principales enseñas que operan en España, como la empresa española más coherente (distancia percibida por el consumidor entre lo que las marcas prometen y lo que realmente hacen).

En otro orden de cosas, Mapfre Inversión, especialista en soluciones de ahorro a largo plazo, ha designado a la entidad financiera **BNP Paribas** como custodio global de todos sus activos en el mundo, una decisión que permitirá a la compañía reducir costes y liberar recursos para su actividad recurrente. Hasta ahora, Mapfre Inversión, como depositario de todos los activos que gestiona, tenía repartidas las funciones de su custodia entre varias entidades financieras.

Por último señalar el reconocimiento que ha realizado Mapfre a la labor de José María Campabadal al frente del **Consejo General de Mediadores de Seguros**.



## Atradius crece casi un 19% en 2016



Atradius N.V. ha obtenido un resultado del ejercicio después de impuestos de 211,8 millones de euros, lo que supone un incremento del 18,8% frente a los 178,2 millones de 2015. A esto hay que unir una mejora de los ratios de siniestralidad y gastos y una contribución positiva del segmento de servicios.

Los ingresos totales de Atradius N.V. crecieron un 2,5%, hasta alcanzar los 1.761 millones de euros en 2016, frente a los 1.718 millones de 2015.

Los gastos brutos de explotación por la actividad aseguradora se redujeron un 0,4% hasta los 613,4 millones en 2016.

El resultado neto financiero, incluyendo la cuota de ingresos de las empresas asociadas, alcanzó los 45,0 millones de euros, un incremento del 24,9% frente a 2015.

Los ingresos de explotación antes del reaseguro mejoraron un 16,3% hasta situarse en 424,0 millones, frente a los 364,6 millones de 2015.

## Aviva Gestión crece un 35% en 2016

Aviva Gestión SGIIC ha cerrado el ejercicio 2016 con más de 1.400 millones de euros en activos bajo gestión, lo que supone un crecimiento interanual del 35%. Estos resultados refuerzan el plan estratégico proyectado por la gestora con el objetivo de continuar con fuertes crecimientos en los próximos años, para alcanzar un volumen de patrimonio gestionado de 2.000 millones de euros en 2020.



Aviva Gestión también ha anunciado el inicio de la comercialización de una sicav luxemburguesa que replicará la estrategia del fondo 'Aviva Espabolsa'. La sicav se comercializará con tres clases: clase P (1,68% comisión total a partir de 1.000 euros), clase

I (1,18% comisión total a partir de 500.000 euros) y clase A (0,88% comisión total a partir de 2.500.000 euros). Este producto ha logrado posicionarse como uno de los fondos de renta variable española más rentables de la última década.

Además, la gestora está iniciando los trámites para comercializar próximamente el fondo multiestrategia 'Aviva Fonvalor Euro', también como sicav luxemburguesa.



## Casi el 30% de los hogares españoles no cuenta con un seguro ante siniestros

“Casi el 30% de los hogares en España está desprotegido ante un incendio, inundación o cualquier otro siniestro”. Así alertaba Luis Sáez de Jáuregui, director de Distribución y Ventas de AXA España, de la situación del parque inmobiliario español durante la jornada que la aseguradora ha celebrado en la Semana del Seguro organizada por Inese. Además, destacaba que “el 50% de las viviendas tiene infraseguro”.

Bajo el título “Hogar, un negocio que brilla con luz propia”, AXA repasó los principales retos del ramo de Hogar, haciendo especial hincapié en la necesidad de ofrecer un producto adaptado “a la carta” a las necesidades de los clientes en el que el servicio, la prevención y la protección de los hogares sean los ejes centrales.

En este sentido, Nuria Fernández, directora de Particulares de AXA España, presentó las novedades de “Hogar flexible”, un “producto cuyo éxito se centra en escuchar a nuestros distribuidores y asegurados” con “el más alto nivel en amplitud e innovación de coberturas”. Así, incidía, hay que dar soluciones con “amplias garantías tradicionales, como los daños por agua o los desastrosos junto a otras como la reparación de electrodomésticos, la RC de perros e incluso asistencia psicológica”. Un proceso, además, “vivo,

de continua mejora en el que incorporamos las necesidades de los asegurados y distribuidores gracias a un proceso escucha activa”.

Arturo López Linares, director de Siniestros, y Ubaldo González, responsable de Oficina Análisis de la Información, realizaron una presentación sobre cómo las tecnologías están en AXA al servicio de distribuidores y asegurados fomentando la calidad de servicio y la prevención como por ejemplo las alertas meteorológicas, el uso de la información sobre criminalidad o el IoT.

La jornada tuvo un debate con la distribución en una mesa redonda en la que participaron Pablo Jiménez, responsable Proyectos Área Investigación ICEA; José María Campabadal, entonces presidente Consejo General Mediadores; Tomás Rivera, presidente Fedor y CEO de Espanor; y Javier Navarro, director general de Medicorasse, tesorero de Adeco. Los

integrantes analizaron las tendencias y las perspectivas de crecimiento que tiene el ramo de Hogar en los próximos años. Para Campabadal las tendencias de futuro pasan por todos los servicios complementarios que se pueden incorporar a hogar, así como la comunicación que de éstos se hace al cliente.

El presidente de Fedor ha puesto en valor el papel del asesoramiento en un ramo, Hogar, que “no es una commodity”, para lo que “es fundamental que el cliente haga tangible el valor del seguro sin necesidad de sufrir un siniestro”. Finalmente, desde ICEA se ha apuntado la revolución que vive el ramo con motivo de la digitalización y la gestión de datos.

El cierre de la jornada corrió a cargo de Rafael Raya, director del canal Corredores de AXA, quien destacó la gran oportunidad que ofrece hoy el ramo de Hogar para los distribuidores, las compañías y los asegurados.



## SegurCaixa Adeslas **aumenta su beneficio neto un 35,8%**

SegurCaixa Adeslas ha cerrado 2016 con un beneficio neto de 191 millones de euros, un 35,8% más que el año anterior. Los ingresos por primas han crecido un 8,6%, cuatro puntos por encima del mercado No Vida, hasta 3.289 millones de euros.

La aseguradora se consolida así como la entidad que, de forma individual, consigue un mayor crecimiento de entre las cinco primeras del ranking de No Vida y alcanza una cuota de mercado del 10%. Por su parte, el número de clientes alcanza los seis millones, un 7,2% más que en 2015. Esta cifra se logra gracias a la buena evolución de todos los segmentos.

Las primas de nueva producción también tienen un buen comportamiento, especialmente en los ramos de Salud y Multirriesgo. Con un aumento del 4,2% sobre el ejercicio precedente, alcanzan 678 millones de euros.

En Salud, las primas obtenidas ascienden a 2.205 millones de euros, un 6,7% más que en 2015 y el número de asegurados crece un 7,8%, hasta más de 3,6 millones. Cabe destacar el buen comportamiento del seguro dental, en el que Adeslas tiene más de la mitad del mercado y cuya actividad aumenta un 20%.

Multirriesgo registra un crecimiento en ingresos del 13,7%. La entidad supera los 483 millones de euros en primas en este ramo y se coloca en el tercer puesto del mercado, con una cuota del 7,1%. Por segmentos, destaca la buena evolución en Hogar, donde la compañía ocupa la segunda posición, con un aumento del 14,5% en sus ingresos por primas, hasta 377 millones de euros.

En Accidentes, en 2016, creció un 15,9%. El volumen de primas de Auto asciende a 224 millones de euros, un 16,4% más que en 2015. El número de pólizas en cartera supera ya el medio millón. En Decesos las primas ascienden a 117 millones de euros y el número de asegurados crece un 7,9% y se sitúa en 663.000.



## La correduría Jaema **renueva su certificado de calidad**

La correduría Jaema Asesoría, socio fundador de Cojebro, ha renovado la certificación por Aenor de la UNE-EN ISO 9001:2008 (adaptándose a la norma ISO 9001:2015), por 13er año consecutivo.

Manuel y Carmela Sineiro, socio fundador y gerente de Jaema, respectivamente, con sede en Vilagarcía de Arousa (Pontevedra), han dicho que “mantener este certificado a lo largo de estos años supone un reconocimiento a nuestro sistema de trabajo”.

## Pelayo presenta a sus mediadores sus líneas estratégicas para 2017

Pelayo ha celebrado su XII Convención de Agentes y Corredores, donde se trasladó la apuesta de la aseguradora por este canal de distribución, haciendo balance de 2016 y presentando la estrategia de la compañía para el ejercicio 2017.

Salvador Sanchidrián, subdirector general y consejero de la Mutua, inauguró ambas convenciones haciendo balance de los resultados de 2016 y presentando la estrategia de la compañía para el presente ejercicio con una clara orientación al cliente, algo que avaló. En la convención de corredores el consultor, conferenciante y escritor, Fernando Trías de Bes, habló de los valores en alza de las empresas de más éxito y la importancia del sector asegurador en nuestra sociedad.

Asimismo, se presentaron las mejoras que se van a lanzar en 2017 para apoyar su trabajo diario y el impacto en su modelo comercial, así como las novedades en el porfolio de productos, la estrategia de precios para este nuevo año y los avances de los ejes estratégicos.

Por otro lado, durante la Asamblea General de Mutualistas de Pelayo, en la que se han aprobado las cuentas del ejercicio 2016, se decidió destinar los beneficios del año pasado a incrementar las reservas de la entidad y a distintas acciones solidarias.

Con este motivo se realizó una reunión con todos los directores y responsables del Grupo de toda España, conducida por Juan



Manuel Trueba, periodista deportivo de Onda Cero, que bajo la simulación de un programa de radio fue abordando mediante entrevistas temas como “las claves del negocio”, “cómo afrontar retos estratégicos” o “la empresa al servicio del cliente”.

Además, se reeligió por otro periodo estatutario de tres años al presidente del Consejo, José Boada; al vocal consejero segundo, José Luis Guerrero; y a la vocal consejera sexta, Cristina Garmendia.

La Asamblea General aprobó aplicar el resultado neto obtenido (2.498.097,38 euros), de la siguiente forma: 2.248.097,38 euros a reserva de estabilización a cuenta y 250.000 euros a un remanente, que será destinado en el ejercicio 2017 a distintas acciones solidarias, instrumentadas a través de la Fundación Pelayo. Con esta dotación de reservas estatutarias los fondos propios de la entidad alcanzan la cifra de 348 millones, lo que sitúa el superávit del margen de solvencia en 2,9 veces el mínimo exigido.

Además, Pelayo ha lanzado su nueva campaña de publicidad en la que se da especial relevancia a la música y en la que participa el atleta paralímpico Alberto Ávila que representa el espíritu de superación que comparte la aseguradora.



## El Grupo Arag bate **récord de facturación en 2016 con 129 millones de euros**

El **Grupo Arag** ha cerrado el mejor ejercicio de su historia, con una facturación de 129 millones de euros, un 15,2% más que el año anterior. Todas las líneas de negocio han aumentado y también lo ha hecho la rentabilidad que ha mejorado un 18,8% respecto al 2015.

En 2016, el Grupo ha dado cobertura a más de 16 millones de clientes (riesgos). Las primas en Defensa Jurídica han alcanzado los 68,2 millones de euros, mientras que las de Asistencia en Viaje y Subsidio se han situado en los 57,7 millones. Respecto al crecimiento por canales, seguro directo ha crecido un 12,2% comparado con el 2015, una cifra que supone el 75% de la facturación del negocio

de la entidad y que consolida a la mediación como el principal canal de distribución de la compañía.

Por otro lado, Arag y Weanalyze han puesto en marcha un proyecto piloto para detectar nuevas oportunidades de negocio en Twitter en defensa jurídica en el ámbito del comercio electrónico; y la cobertura de accidentes para esquiadores.

## La D&O desde la perspectiva jurídica, de producto y experiencia en siniestros

**AIG** ha celebrado el webinar “La responsabilidad penal de la sociedad y su aseguramiento de D&O”, un riesgo que se ha explicado desde tres perspectivas: jurídica, de producto y experiencia en siniestros.

Ramón Navarro, socio del despacho de abogados Chequers, fue el encargado de perfilar el estatus actual de la reforma, la jurisprudencia y la expresión práctica en los tribunales.

Por su parte, M<sup>a</sup> Victoria Valentín-Gamazo, responsable de Suscripción de los Se-

guros de D&O de AIG Iberia, explicó en qué consiste la solución aseguradora y qué cuestiones son relevantes al suscribir el riesgo.

Por último, Macarena Iglesias, tramitadora de Grandes Siniestros de AIG Iberia, llevó a cabo una exposición sobre la expe-



riencia de la aseguradora ante este tipo de reclamaciones, así como cuáles han sido las tendencias observadas durante el último año y medio en lo que respecta a siniestros que afectan a las pólizas de responsabilidad de Administradores y Directivos.





## El aseguramiento del recargo de prestaciones a la Seguridad Social

Fundación Inade ha organizado una tribuna de su Foro Inade-A Coruña, en la que se profundizó en los accidentes de trabajo y el recargo de prestaciones a la Seguridad Social. Este concepto debe ser asegurado para evitar el cierre de las empresas y garantizar la indemnización al empleado.

La primera de las intervenciones corrió a cargo del magistrado de la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de Galicia Ricardo Ron, que diferenció entre los dos pilares del recargo de las prestaciones: el normativo y el jurisprudencial. Respecto del primero, que se recoge en el artículo 164.2 de la Ley General de la Seguridad Social, establece que no puede ser objeto de aseguramiento. En cuanto al segundo pilar, el magistrado se hace eco de la doctrina juris-

prudencial que mantiene que el empresario está obligado a proteger siempre al trabajador, siendo el deber de diligencia ilimitado, aunque, como indicó el magistrado, “puede observarse una cierta evolución en la jurisprudencia que tiende a rebajar la exigencia en la relación de causalidad”.

A continuación, Santiago Martín, en el momento de la jornada senior advisor en HDI Global, presentó datos de la importancia de la figura del recargo de las prestaciones para el tejido empresarial. De las cifras aportadas cabe destacar que en 2015 hubo 4.000 accidentes graves y mortales, de los que en 2.864 casos se impuso un recargo de las prestaciones. Así, concluyó que “el recargo se impone en más del 50% de los casos. Además, el importe medio del recargo suele ser de unos 150.000 euros y el máximo de unos 400.000 euros”.

En último lugar, intervino Víctor Lucas Olmedo, director del Área Laboral de Muñoz Arribas Abogados, cuyo propósito fue el de ilustrar jurídicamente su posición acerca del posible aseguramiento del recargo de prestaciones. Aportó tres razones jurídicas por las que el recargo de las prestaciones debería ser objeto de aseguramiento. La primera es que existe una derogación tácita del artículo 164 de la Ley General de la Seguridad Social operada por el artículo 15.5 de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales que permite que



cualquier contingencia sea objeto de seguro, y el recargo es una contingencia. La segunda, la aplicación de la teoría administrativista de la prohibición ‘ultra vires’ del recargo de prestaciones, que afirma que un decreto no puede impedir derechos reconocidos en las leyes y, al refundirse la norma en el año 1966, los preceptos que procedían del Decreto seguían teniendo rango de decreto. Y, la tercera, es la demanda social que existe ya que “a nadie perjudica el aseguramiento del recargo; al contrario, asegura al trabajador su cobro, y al empresario le evita tener que lidiar con una pérdida patrimonial de gran entidad”.

Santiago Martín sugirió la posibilidad de asegurarlo a través del ramo de Accidentes o de Responsabilidad Civil, pero también a través de un seguro de Caución, de contingencias, de protección de balances, o a través de un seguro anexo a un depósito.

## E2K incorpora cinco corredurías más en los dos primeros meses del año

En el ejercicio pasado se han incorporado a E2K 18 corredores y en los primeros dos meses de 2017 lo han hecho 5 corredurías más: **Queijo Varela**, de La Coruña; **Félix García Caballero**, de Santa Cruz de Tenerife; **José de Santiago e Hijas**, de Zaragoza; **Sui Broker**, de Guipúzcoa; y **Alfonso F. Fígares**, de Granada.



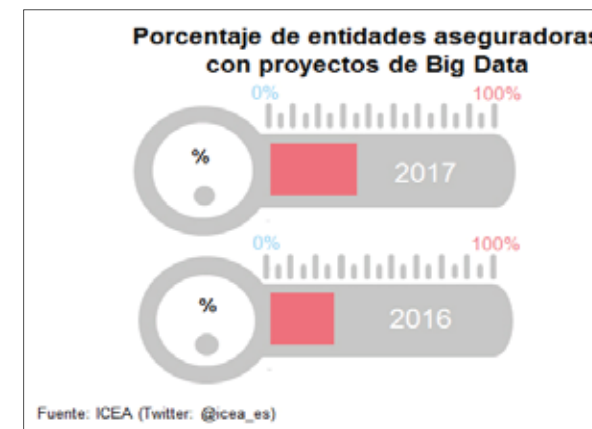
En palabras de su directora general, Paloma Arenas “Pensamos que estamos en la buena dirección con un proyecto en constante crecimiento. Hemos crecido un 25% en facturación; un 46% en beneficios y el valor patrimonial de las acciones se han revalorizado un 279%. Esta sociedad avanza y estamos satisfechos de esta marcha”.

“La red de E2K alcanza ya las 140 corredurías de todos los lugares de España, con un volumen de primas que supera los 400 millones de euros y con 150 puntos de servicio para el cliente”, ha corroborado Pedro Vera, presidente de E2K.

En otro orden de cosas, E2K ha grabado un vídeo tutorial que explica a su red nacional cómo enviar el certificado electrónico sin clave privada a la Administración.

El pasado 30 de enero, la DGSFP remitió un comunicado a las entidades con clave registral en el que recuerda “la obligatoriedad de determinadas entidades y personas de relacionarse por medios electrónicos con las Administraciones Públicas”. La medida es obligatoria para los corredores de seguros (personas jurídicas autorizados por la DGSFP), mientras que su utilización es voluntaria para los corredores que únicamente son personas físicas.

Por último señalar que E2K ha asistido con stand propio, por segundo año consecutivo, a Forinvest. Donde presentó Ingeniería de Seguros, un proyecto dirigido a las pymes para que tengan correctamente asegurados sus riesgos. Además, Higinio Iglesias, consejero delegado de E2K, participó en la jornada “El futuro de la mediación con la digitalización”, que tuvo lugar el 9 de marzo.



## Más del 40% de las aseguradoras están implementando proyectos big data

El número de compañías que están trabajando en proyectos de big data se ha incrementado hasta superar el 40%, según datos de ICEA.

En el 75% de los casos estos procesos están liderados por más de un departamento, siendo el departamento de TI el que está más presente, mientras que solo el 30% de las entidades tienen el respaldo de la dirección general.



## El Consorcio de Compensación de Seguros y el mediador Ramón Vieites, premiados por Aprocose

Aprocose ha entregado sus Premios a la Excelencia al Consorcio de Compensación de Seguros (CCS), al mediador Ramón Vieites y a la asociación contra la leucemia Asleuval. La entrega de los galardones se ha realizado durante la celebración del VII aniversario de la asociación en Forinvest. El presidente de Aprocose, Maciste Argente, aprovechó este evento para anunciar que no se presentará a la reelección de su actual cargo.



El acto contó con la intervención de Luis María Sáez de Jáuregui, presidente y CEO de AXA Pensiones. Bajo el título “Dependencia: más que un riesgo una realidad”, Sáez de Jáuregui ha defendido que es “fundamental el asesoramiento de la mediación en la dependencia para que el cliente esté protegido”. En este sentido, ha hecho un llamamiento a los mediadores para que asesoren a sus clientes puesto que sólo hay 37.600 asegurados en este producto en España.

Durante el acto se ha hecho entrega de los Premios a la Excelencia 2017. El CCS ha sido reconocido por su destacable trayectoria al servicio del sector con el Premio a la Excelencia Empresarial. Como sistema de indemnización por daños catastróficos único en el mundo, a lo largo de su historia el CCS ha dejado patente su excelente gestión en beneficio de los afectados. Una actuación que, según Argente, ha conseguido “trasladar a la sociedad el carácter solidario del seguro como origen y razón de ser”. Este reconocimiento empresarial ha sido recogido por Alejandro Izuzquiza, director de operaciones del CCS, quien ha agradecido que este reconocimiento venga de “un sector independiente de grandes profesionales”.

El mediador de seguros, Ramón Vieites, ha recibido el Premio a

la Excelencia Profesional por contribuir a fomentar el asociacionismo de los mediadores. Vieites, corredor de seguros desde hace más de 50 años de la Correduría de Seguros Vietes Daporta S.L de Cambados (Pontevedra), fue uno de los fundadores del Grupo Espanor. En su nombre, su sobrino Francisco Vieites, ha recogido este galardón.

Por último, el Premio a la Excelencia del Compromiso Social dotado con una aportación económica de 3.000 euros ha recaído en la Asociación para la lucha contra la leucemia de la Comunidad Valenciana Asleuva, entidad que cumple 25 años. Un cuarto de siglo de trabajo mejorando la atención de los enfermos de leucemia y concienciando a la población sobre las necesidades de los pacientes, atención psicológica, atención social, puesta en marcha de un piso de acogida y programas de voluntariado.

Por último, Francisco Álvarez, director general de Economía, Emprendimiento y Cooperativismo ha clausurado este VII aniversario de Aprocose. En su intervención, Álvarez ha señalado que el sector de seguros ha demostrado una gran “resistencia” durante la crisis y ha animado a los corredores de seguros a potenciar su “función social” puesto que la mediación aporta “bienestar” a la sociedad.

## Gonzalo Mateos se incorpora al departamento de Empresas y Productos de CenterBrok



Centerbrok ha reforzado el área de Empresas y Productos con la incorporación de Gonzalo Mateos.

Licenciado en Derecho y Máster en Seguro de Vida y Fondos de Pensiones por Inese, lleva 26 años en el sector con una amplia trayectoria en la gestión de seguros de Responsabilidad Civil, D&O y Riesgos de Empresas, tanto en aseguradoras como en corredurías de seguros.

Por otro lado, más de 100 profesionales se han dado cita en Córdoba para participar en el IX Congreso Nacional de CenterBrok bajo el lema “Soltando lastre”, eslogan que transmite la estrategia del grupo de los próximos años.

El presidente de CenterBrok, José María López Torrijos, abrió el Congreso valorando lo realizado durante el ejercicio pasado y lo que espera de la organización para los próximos años: “Hemos cerrado el año con unos excelentes resultados fruto de la consolidación de nuestro proyecto. El crecimiento de nuestros ingresos, el fortalecimiento de nuestro patrimonio y los beneficios recurrentes nos han permitido reforzar nuestra estructura central para afrontar los próximos años con garantías, pero para ello, será necesario tomar decisiones dejando atrás hábitos y fórmulas que han sido válidos hasta la fecha pero que requieren una orientación acorde al mercado actual donde el tamaño, la capacidad y la tecnología marcarán el futuro de la mediación profesional”.

El director general de CenterBrok, Fernando Castellanos, presentó la estrategia digital de la empresa de la mano de Te-sis, Codeoscopic y Magentatres como proveedores tecnológicos de la sede central, en un proyecto que integra el software de gestión, con las distintas herramientas que darán el soporte comercial a la red de franquicias y al negocio integrado de las corredurías para conseguir los respectivos objetivos de negocio.

También se presentaron las novedades comerciales y los nuevos productos CenterBrok, diseñados en exclusiva para la red en materia de ILT, y Crédito que se integrarán en la Plataforma de Productos así como los nuevos servicios que se ponen en marcha para la red en materia de Administración Pública y affinity.



## Crece un 2,16% el número de vehículos asegurados en febrero

El número de vehículos asegurados en España se situó en 29.885.532 unidades a cierre del pasado febrero. Esta cifra supone un incremento del 2,16% respecto del mismo mes de 2016, según los datos del Fichero Informativo de Vehículos



## Santalucía, líder en satisfacción y experiencia de cliente en Hogar

Santalucía ha sido galardonada por el [Instituto de Investigación Stiga](#), especialista en la medición, análisis y mejora de la experiencia de clientes, como Líder Sectorial en Experiencia de Clientes 2016 de las principales compañías de seguros de Hogar.



Asegurados (FIVA). El parque de vehículos a motor que circulan por las calles y carreteras del país se ha incrementado en 630.507 unidades en los últimos 12 meses.

En febrero se observa una ligera desaceleración del crecimiento del parque asegurado. Esta tendencia se viene observando desde finales de 2016. No obstante, si bien en enero de 2017 la evolución intermensual era prácticamente cero y se encontraba bastante alejada de las tasas expansivas del mismo mes del ejercicio previo; en febrero, las tasas intermensuales de este y el año pasado se acercan. De hecho, febrero cierra con una tasa intermensual del 0,13%.

Santalucía ha sido reconocida por registrar el mayor porcentaje de clientes comprometidos, los cuales se muestran muy satisfechos con los servicios que provee y confirman plenamente que seguirán siendo clientes en el futuro, mostrándose dispuestos a recomendar a la compañía. Por otro lado, la aseguradora ha incorporado recientemente a dos personas nuevas en su plantilla: A Carlos Lorenzo como director general de Negocio y a Ana Puche como directora general de Operaciones y Tecnología.

Lorenzo asumirá el liderazgo de los equipos integrados en la Subdirección General Comercial, en la Subdirección General de Marketing, en la Dirección Técnica y en la Dirección de Innovación. Su misión, desde el Comité Ejecutivo de la entidad, será la de apoyar e impulsar la ejecución de los proyectos vinculados al Plan Estratégico relacionados con la transformación del modelo de distribución, renovar la propuesta de valor de los productos estratégicos, con especial foco en el seguro de Vida, y promover la innovación como motor de transformación dentro del grupo.

Puche desarrollará un equipo de alto rendimiento incorporando las capacidades operativas y tecnológicas necesarias para acompañar al cliente en el nuevo ecosistema digital, así como maximizando el valor de la experiencia y la cultura del equipo actual de la aseguradora.

Por último señalar que la aseguradora ha firmado un convenio de colaboración con el [Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid](#).

Willis Towers Watson Networks, en su IX Consejo anual, ha dado a conocer que cerró 2016 con un incremento del 14% de las primas intermediadas. Además, se repasaron los retos y objetivos para 2017 entre los que cabe destacar el impulso por la diferenciación en el mercado, una apuesta



por la tecnología y una nueva vía de participación global de todas las corredurías asociadas en la estrategia fundamental de la alianza, denominada "Particip@".

## Willis Towers Watson Networks cerró 2016 con un 14% más de primas intermediadas

Asimismo se dio a conocer la creación por parte de Willis Towers Watson de una Unidad específica de Colocación multirramo para todos los asociados de Willis Towers Watson Networks con el objetivo de dar respuesta a cotizaciones de riesgos complejos, riesgos internacionales y otros riesgos atípicos.

Por otro lado, Willis Towers Watson Networks ha ampliado su acuerdo con [WR Berkley España](#), para incorporar cinco nuevos productos: RC General, RC Profesional, D&O, Multirriesgo Despachos Oficinas y Centros Sanitarios y Accidentes Individuales.

Asimismo, la alianza ha renovado su acuerdo de colaboración con [AXA](#).

## El 70% de los nuevos corredores tiene experiencia previa en mediación

Según datos del informe El Perfil del Nuevo Corredor y Correduría de 2016, elaborado por el portal especializado [www.quierosercorredordeseuros.es](http://www.quierosercorredordeseuros.es), 7 de cada 10 nuevos corredores que llegaron en 2016 a la profesión aportaban ya experiencia previa en mediación y de éstos, el 63% tenía experiencia de más de 5 años (43% del total de las nuevas altas).

Llama la atención, al igual que ya ocurrió en 2015, que en 2016 se ha mantenido el interés de los agentes exclusivos por dar el paso a corredor o a montar su propia correduría. Así, según el Informe, el 37% de los nue-

vos corredores eran antes agentes de seguros.

Por otro lado, entre los nuevos emprendedores que se hacen corredores y que no aportan experiencia previa en mediación de seguros, destacan los profesionales y empre-

sarios de otros sectores que quieren añadir la actividad de seguros en sus actuales actividades profesionales como es el caso de asesores fiscales, administradores de fincas, gestores administrativos y abogados principalmente.

Por la experiencia previa en mediación de seguros

CON EXPERIENCIA PREVIA EN MEDIACIÓN 70%		
SIN EXPERIENCIA PREVIA EN MEDIACIÓN 30%		
Años de experiencia previa en mediación	Sobre el total	Sobre los que tienen experiencia
De 1 a 3 años de experiencia	11%	16%
De 3 a 5 años de experiencia	12%	22%
De 5 a 10 años de experiencia	17%	25%
Más de 10 años de experiencia	26%	38%
Experiencia previa media en mediación: 10,3 años		



## El Colegio de Baleares se congratula de que el Parlament inste a **avanzar en la ordenación del sector Seguros**

El **Colegio de Mediadores de Seguros de Baleares** ha mostrado su satisfacción porque la Comisión de Economía del Parlament haya aprobado por unanimidad una proposición no de ley, presentada por Ciudadanos (Cs) Baleares, a raíz de las conversaciones mantenidas el pasado año por el Colegio con todos los partidos políticos, para instar al Govern a que realice las modificaciones reglamentarias necesarias para ordenar el sector de seguros y garantizar la protección de los consumidores. De esta forma se pretende que la igualdad de trato entre operadores sea real y efectiva y el cliente esté protegido con independencia del canal de distribución del seguro.

Asimismo, la Comisión ha aprobado instar al Gobierno Central a que proceda a la transposición de la Directiva (UE) 2016/97 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de enero, sobre la distribución de seguros, en el menor tiempo posible. “Desde Cs consideramos esencial promover, en el marco de la legislación comunitaria y nacional, todas aquellas actuaciones encaminadas a la defensa de los derechos de los consumidores, y en particular lo recogido en el Manifiesto del Colegio de Mediadores de Seguros de Baleares”, han señalado desde el partido político.

Ha sido especialmente defendida que la confección de los



de los consumidores y a la mala praxis, en lo que a la distribución de seguros se refiere”, ha destacado Daniel Salamanca, presidente del Colegio de Baleares.

contratos de seguros se realice con plena transparencia y las entidades bancarias no hagan uso de la información personal de los clientes que figuran en su base de datos para finalidades distintas a las contratadas.

“Debemos sentirnos muy orgullosos del resultado obtenido tras tantos meses de trabajo, si bien, no podemos olvidar que hemos de seguir especialmente atentos a todo lo concerniente a los derechos



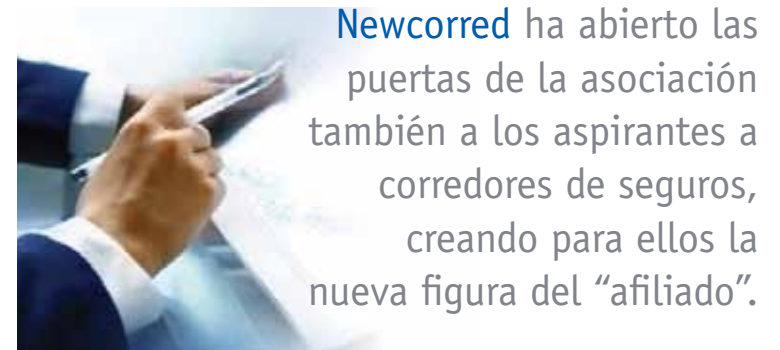
## Liberty Seguros presenta su estrategia para 2017 en su Convención Nacional de Mediadores

Liberty Seguros ha celebrado su Convención Nacional de Mediadores en donde se plantearon las líneas estratégicas para 2017 y se hizo un repaso por los logros alcanzados en 2016 por la compañía y sus mediadores.

En el encuentro se desarrollaron diferentes coloquios y actividades centradas en los propios mediadores, primer canal de captación y gestión de negocio de Liberty Seguros. Además se dio a conocer los logros obtenidos a lo largo del año 2016, pasando luego a plantear los retos y la estrategia para este 2017. En la Convención también se aprovechó para exponer los planes estratégicos anuales para cada dirección regional, y hubo un espacio de reconocimiento para aquellos mediadores que, durante 2016, han destacado en su labor por ofrecer a los clientes una experiencia excelente y diferenciadora.

Álvaro Iglesias, director comercial de Negocio Mediado de Liberty Seguros, destacó las líneas estratégicas de la compañía para 2017, haciendo especial hincapié en todo el trabajo que la aseguradora está realizando para cuidar la experiencia de los mediadores con la compañía.

Por otro lado, la aseguradora ha firmado sendos acuerdos de colaboración con el [Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid](#) y con el Club Català de Corredors.



Newcorred ha abierto las puertas de la asociación también a los aspirantes a corredores de seguros, creando para ellos la nueva figura del “afiliado”.

## Newcorred acogerá también a los futuros corredores

De esta manera, ya pueden también integrarse bajo las personas que estén cursando alguno de los programas oficiales de formación para obtener el título de mediador de seguros del Grupo A y que tengan como objetivo, una vez finalizado y superado el curso, iniciar una nueva actividad profesional como corredores o montar su propia correduría.

Así, durante el año en el que están realizando el curso podrán estar ya en contacto con futuros colegas y compañeros de profesión, conocer y aprender de sus experiencias y de sus consejos, tener identificadas las dificultades del inicio y estar mejor preparados para cuando ya sean corredores, al tiempo de conocer y estar adaptados a los cambios y novedades legislativas que vienen y que van a afectar directamente en la que va a ser su nueva profesión.

Por otra parte, Newcorred ha formalizado el Pacto de Confianza con [Fiatc Seguros](#), [CA Life Insurance Experts](#), [DKV Seguros](#), [Aviva Vida y Pensiones](#) y [Previsión Mallorca](#).





La Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV) ha realizado en

Forinvest 2017 una master class a cargo del consultor Pau A. Monserrat sobre la actividad comercial de la banca de sucursal. Calificó a la banca de “mal competidor”, por la mala praxis que emplea en la comercialización, muchas veces de forma consciente.

## ACS-CV desarrolla una master class sobre la actividad comercial de la banca de sucursal

Monserrat cree que se pretendió que “las sucursales se convirtieran en meros puntos de venta”, sin un asesoramiento profesional suficiente al consumidor y sin la formación adecuada.

Además, añadió que el banco trabaja en nuestra salud monetaria, por lo que tenemos que exigirle responsabilidad, diligencia y transparencia, algo que no se está produciendo porque “están incumpliendo la legalidad vigente”. En su opinión “la responsabilidad de los clientes es tener una diligencia normal, es decir, leer lo que se les pone delante”.

Por otro lado, la Comisión de Jóvenes Corredores de ACS-CV ha visitado la delegación territorial de [Zúrich Seguros](#) en Valencia en donde conocieron tanto los métodos de trabajo de la entidad como a sus interlocutores en las gestiones diarias. Además, se realizó una jornada formativa sobre productos de Comercios y Pymes.



## Ruiz Re presenta su modelo de negocio “Profesionales del seguro”

Ruiz Re ha presentado su modelo de negocio “Profesionales del seguro” en la [Semana del Seguro](#) de Inese. José Ruiz, presidente y Fundador de la compañía, y su hijo, Juan David Ruiz, CEO y socio, así como otros miembros del equipo, recibieron a las numerosas personas que se acercaron al stand o solicitaron una cita, para conocer el modelo de coworking para Mediadores PRO que propone la correduría.



Desde Ruiz Re se muestran optimistas con respecto a los contactos realizados, que seguro se traducirán en nuevos Mediadores PRO en las próximas semanas.

El modelo de negocio de la correduría para colaboradores creado en 2011, ya cuenta con más de 40 socios.

“Somos una correduría atípica, no buscamos un perfil determinado de mediador, buscamos personas excepcionales y llenas de ilusión que quieran trabajar a nuestro lado. No integramos ni compramos, colaboramos de tú a tú, compartiendo estrategia y visión de negocio”, ha reconocido Juan David Ruiz.

## CNP Assurances aumenta un 6,2% sus beneficios en 2016

El Grupo CNP Assurances obtuvo un beneficio neto de 1.200 millones de euros durante el ejercicio de 2016, lo que supone un incremento del 6,2% respecto al ejercicio anterior.



Se mantiene la mejora del mix de productos en todas las áreas geográficas donde el grupo opera, con una aportación neta muy positiva de 3.200 millones de euros a productos de unit-linked y una salida simétrica de 2.200 millones de euros de los productos tradicionales de ahorro y pensiones.

La facturación del grupo alcanzó los 31.500 millones de euros, con un ligero descenso del 0,2%.

El beneficio antes de intereses e impuestos (EBIT) se situó en 2.638 millones, con un crecimiento del 8,7%. El ratio de cobertura consolidado de capital de solvencia (SCR) fue del 177% a 31 de diciembre de 2016.

La media de las reservas técnicas

netas se incrementó hasta los 308.700 millones de euros, frente a los 305.900 millones de 2015, con un alza de las reservas matemáticas de los productos Unit Linked del 9,1% y una reducción del 0,3% en el resto de productos.

El resultado técnico financiero alcanzó los 2.782 millones de euros, un 10,7% más en relación a 2015, mientras los ingresos del patrimonio se mantuvieron en 771 millones. Los ingresos totales del año 2016 alcanzaron los 3.553 millones, lo que supone un crecimiento del 8,1% con respecto al año anterior.

CNP Assurances ha revisado sus objetivos, estableciendo una expectativa de crecimiento medio del resultado de al menos del 5% anual para el periodo 2017-2018.

## Abierta la matrícula del cuarto curso experto +Salud +Vida

Cecas ha presentado la cuarta edición del curso experto +Salud +Vida. En esta ocasión, se reforzarán los sistemas de videos tutoriales grabados donde los profesores impartían las clases, además de las videoconferencias a tiempo real focalizadas en la parte práctica del contenido del curso.

Otro elemento importante es el trabajo en equipos correspondiente al Módulo III donde los alumnos tratan algunos temas claves del mercado. De este modo, se analiza cómo ha desplazado el Sialp a los productos PIAS, cómo ha afectado la fiscalidad en la evolución de la contratación o la relación entre la crisis y la evolución del producto de salud.

Se continuará apostando por herramientas de trabajo conjunto y modelos colaborativos WIKI que aportarán un mayor aprendizaje por parte de los alumnos, además de adentrarse en las nuevas tecnologías y modelos pedagógicos.





El Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza ha cerrado las cuentas de 2016 con un aumento de la colegiación de un 5%, gracias sobre todo a las medidas tomadas para incentivar la afiliación entre los nuevos mediadores y los agentes de seguros.

## Aumenta un 5% la afiliación al Colegio de Zaragoza

José Luis Mañero, presidente de la institución zaragozana, ha explicado que “la oferta de servicios de calidad por parte del Colegio ha sido fundamental para lograr el aumento, además de la eficacia en la gestión diaria de la institución. La pieza clave ha sido la optimización de los recursos de que disponemos para mejorar los servicios, sin que haya repercutido negativamente en los colegiados”.

Por otro lado, el colegio de Zaragoza ha acogido el curso “La venta estratégica: cómo acceder a grandes cuentas”, impartido por el responsable de Proyectos de Cecas, Claudio Aros. Éste ofreció a los asistentes un método de venta para acceder a grandes cuentas con éxito y aprender a solucionar los problemas que puedan surgir en el proceso. “El ramo empresas es muy atractivo porque está lleno de oportunidades para el mediador. Requieren más asesoramiento y el número de pólizas por cliente es casi el doble o el triple que para un particular. La empresa tiene muchas necesidades: seguros de Crédito, de Pérdida de Beneficios, de planes de pensiones, seguros de Salud y Accidentes o seguros para la flota de automóviles”, explicó.

“El mediador está más acostumbrado a la venta táctica o rápida pero en este ámbito es necesaria una venta más compleja. A lo que nos dedicamos nosotros es a enseñar lo que se denominan ventas de ciclo largo, complejas o estratégicas”, añadió.

## Coinbroker abre nueva oficina en Murcia

Coinbroker ha inaugurado una nueva oficina en Murcia, afianzando su posición en la región y ofreciendo a sus clientes un nuevo centro de asesoramiento de la mano de María Morejón de Girón y Sánchez.



El director general de la correduría, Rafael Mengot, ha subrayado que la compañía, que ya está considerada como “ejemplar” y “mejor para hacer negocios”, según el informe Plimsoll, seguirá trabajando para consolidar el liderazgo en el sector a nivel nacional, ampliando su red que actualmente cuenta con más de 100 colaboradores y 64 delegaciones y manteniendo una atención constante sobre la rápida evolución del sector asegurador y proporcionando a su red la formación que permita dar ese servicio diferenciador a los clientes, focalizando en un asesoramiento preventivo.



## El Colegio de Valencia se vuelca con la aplicación del PEM

El primer taller de 2017 del Plan Estratégico de la Mediación (PEM) desarrollado en el [Colegio de Mediadores](#)

de Seguros de Valencia abordó la redacción del plan estratégico, “el documento que ha de servir de base para los próximos años de los participantes del taller”, según Román Mestre, responsable de la acción formativa.

Durante el taller se hizo especial hincapié en la definición de la misión, visión y valores, y en el análisis del entorno a través de las metodologías PEST y de las cinco fuerzas de Porter. Estas temáticas, junto con el resto que se impartirán en los talleres de este semestre, tienen como objetivo “confeccionar el propio plan estratégico 2017-2020”, según Mestre. Además, adicionalmente se desarrollarán algunos aspectos concretos del PEM relacionados con la venta que ayudarán en la redacción y posterior implantación del Plan. Se realizarán cuatro encuentros durante el primer semestre.

Por otro lado, en la jornada de apertura de [Forinvest 2017](#) se produjo la entrega del Premio a la Mediación 2017 a Ignacio Soriano, expresidente del Colegio de Valencia y del Consejo de la Comunidad Valenciana.

En otro orden de cosas, el Colegio de Valencia estuvo presente a mediados de febrero, por quinto año consecutivo, en el Foro de Empleo y Emprendimiento de la Facultad de Economía de la Universidad de Valencia. Su objetivo fue promocionar la figura del mediador de seguros y dar a conocer a los estudiantes de Economía sus ventajas como opción laboral.

Por último, señalar que el Colegio de Valencia ha renovado su alianza con [DKV Seguros](#) y [AXA](#) ha celebrado su convención comercial de corredores de la zona Levante Norte en las instalaciones del Colegio.



## Red Mediaria, presente en la Semana del Seguro

[Red Mediaria Correduría de Seguros](#) ha estado presente en la [Semana del Seguro](#) con un stand que, en esta ocasión, contó con el lema “¿Quieres volver a sentirte corredor de seguros? Habla con nosotros”.

Su presidente, Carlos Carrasco, participó además en una mesa redonda hablando sobre EIAC (ver la sección [In situ](#) de esta revista) como experiencia práctica en Red Mediaria Correduría de Seguros.

Las redes sociales de la compañía hicieron un seguimiento de todo lo que sucedió durante estas jornadas y adelantaron información sobre esos días en su blog.



Asisa cerró 2016 con los mejores resultados de su historia, tras incrementar su volumen de primas más de un 3,5%, consolidar su presencia en nuevos ramos del seguro y obtener por primera vez un beneficio superior a los 42 millones de euros.

## Asisa alcanza por primera vez beneficios superiores a los 42 millones

En 2016, las primas del seguro de Salud alcanzaron los 1.068,7 millones de euros, un 3,5% más que en 2015. En cuanto al número de asegurados, Asisa registró un incremento del 23% de los clientes colectivos y un 8% de los privados, muy por encima de la media del sector, y que se une al incremento registrado en los cinco años anteriores, que acumulado supera el 40%. La cartera de asegurados se consolida por encima de los 2 millones.

Es igualmente significativo el crecimiento registrado por Asisa Dental, que abrió 6 nuevas clínicas propias. Superará la treintena de clínicas propias con las aperturas previstas en los próximos meses. El negocio dental facturó en 2016 casi 32 millones de euros.

Por otro lado, en 2016 la aseguradora continuó impulsando la diversificación de su actividad aseguradora y fortaleció su presencia en nuevos ramos de seguros. Se constituyó una nueva sociedad de seguros, Asisa Vida.

Las primas de este segmento alcanzaron los 2,2 millones de euros, ya tiene más de 50.000 pólizas. Además, desde finales del año 2016 Asisa opera también en el ramo de Decesos.

Por otra parte, la aseguradora seguirá en los próximos años desarrollando su apuesta por la digitalización y la incorporación de la última tecnología, tanto en el ámbito asistencial como en la gestión y la atención a los clientes.

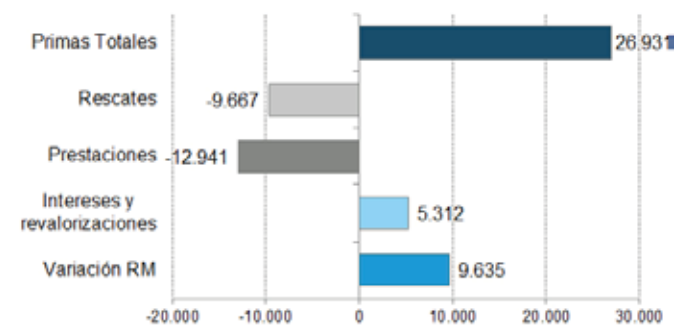


## Crecen en 9.635 millones las reservas matemáticas de los seguros de ahorro en 2016

A 31 de diciembre de 2016, la reserva matemática de los seguros de Ahorro ha crecido en 9.635 millones respecto al año anterior, hasta los 177.818 millones.

Esta cantidad se descompone en 10.746 millones que han aumentado los seguros con garantía de interés, frente a los 1.110 millones que han disminuido los seguros vinculados a activos, según datos de ICEA.

Variación de la Reserva Matemática  
Enero-diciembre 2016. Millones de euros



Fuente: ICEA (Twitter: @icea\_es)



## Unión Madrileña apoya al canal de corredores en la Semana del Seguro

Unión Madrileña (UM) ha participado en la **Semana del Seguro** patrocinando dos de las jornadas que ponían especial énfasis en el canal mediado de corredores y corredurías, que es el principal medio de venta de UM.

El 22 de febrero tuvo lugar la jornada 'Como ser corredor de seguros o montar mi propia correduría' en su segunda edición, dedicada a aquellos futuros y nuevos mediadores que están buscando hacerse un hueco en el mercado asegurador. Durante la misma pudieron escucharse algunas de las premisas que se deben seguir para obtener la clave como mediador así como algunos consejos útiles. Al finalizar la misma tuvo lugar una mesa redonda en la que participó Pablo Latorre, director comercial y de Marketing de UM.

Al día siguiente, en el XVI Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías, UM dispuso de un stand donde se tuvo la oportunidad de intercambiar impresiones y facilitar información a los numerosos corretores que se interesaron por la compañía.

70

## Zurich Seguros lanza el servicio de tele-peritaje para reparaciones de hogar

Zurich Seguros acaba de lanzar su servicio de tele-peritaje que, en una primera fase, estará disponible para siniestros de Hogar cuya reparación supere la autonomía del reparador y circunscrito al área de Barcelona, para luego ampliarlo al resto del territorio.

El objetivo del tele-peritaje es ganar en eficiencia y rapidez, y que el cliente pueda ver resuelto su siniestro en el menor tiempo posible, evitando que el perito tenga que ir a casa del cliente y tras él el reparador.

Se trata de un sistema que permite al reparador conectarse mediante su móvil con el perito para enviarle fotos y vídeos del siniestro. El perito evalúa los daños y autoriza o deniega la reparación, sin necesidad de concertar otra visita con el cliente.





## 'MPP Audaz Global' de AXA, Mejor Plan de Pensiones en Renta Variable Global

'MPP Audaz Global' de AXA se ha alzado con el galardón Morningstar Spain Fund Award 2017, en la categoría de Mejor Plan de Pensiones de Renta Variable Global. Los Morningstar Spain Fund Awards 2017 reconocen aquellos fondos, gestoras y planes de pensiones que han conseguido un rendimiento ajustado al riesgo por encima de la media de su categoría y de la categoría equivalente en fondos de inversión en los últimos 5 años.

Loreto Bernues, gestora AXA del fondo premiado, considera que "este premio es muy importante para AXA porque viene a reconocer uno de nuestros principales objetivos, que es fomentar el ahorro finalista en el largo plazo optimizando el binomio rentabilidad versus riesgo asumido".

Por otra parte, AXA y MPM Software han firmado un nuevo acuerdo para desarrollar y poner a disposición de los corredores los productos de Accidentes de Convenio y RC Pyme en SEG Tarificador, así como una remodelación del producto de Hogar que permitirá la máxima modulación.

Asimismo, está previsto el despliegue en producción de los formatos de EIAC y las herramientas de carga del estándar de MPM.



## "Comprometidos con nuestras metas", el eslogan del I Congreso Comercial de Espabrok con su red de corredurías

Espabrok ha celebrado con su red de corredurías, el primer Congreso Comercial de 2017. Con el eslogan "Comprometidos con nuestras metas", se compartieron las principales acciones de 2017-2018.



Entre las iniciativas que se pretenden abordar a lo largo del año destacan: Ampliación de la red, con foco en la calidad; Acuerdos estables con aseguradoras, basados en un comprometido retorno; Potenciación del negocio, con productos diferenciadores, diversificación y elevada proactividad; Fortalecimiento de la marca Espabrok, mediante un branding activo y exigencia con lo que traslada su "claim": Generamos Confianza; y tecnología y modernización, con el lanzamiento de la app para lograr un mayor acercamiento al cliente. Las 65 corredurías asistentes conocieron de primera mano las principales novedades en productos para su comercialización (RC Segundas Capas, Ciberriesgo y Smartphone/Tablet).

Por otra parte, Espabrok ha integrado a la correduría Alca Secyc, ubicada en León.

## Las inundaciones superan el 70% de media del coste anual de indemnizaciones del Consorcio

Las inundaciones suponen al Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) más del “70% de media del coste anual de indemnizaciones”. Así lo

dijo Sergio Álvarez (hoy director general de Seguros), cuando aún era director general del organismo, durante la última tribuna del Foro [Inade-A](#) Coruña.

“El riesgo fundamental de este organismo es la inundación, según los datos sobre la serie 1971-2015, en el que el importe total de indemnizaciones fue de 5.500 millones de euros, con un coste medio de 10.000 euros.

Por otra parte, Álvarez hizo referencia a un aspecto de gran interés: el cambio operado el 1 de julio de 2016 respecto de la cobertura por el Consorcio de Automóviles. Desde mediados del pasado año todos los vehículos tienen cubiertos los daños extraordinarios con su seguro de RC.

Por su parte, Antonio González, delegado territorial del Consorcio en Galicia, dijo que “la siniestralidad más común en Galicia no es tanto por inundación, sino por el viento”. González aclaró que “todos los daños ocasionados no son absorbidos por el Consorcio, sino que, en primer lugar, el afectado debe disponer de seguro ordinario al efecto, y, en segundo lugar, puede ocurrir que determinados daños los asuma la aseguradora”. También especificó que “el Consorcio asume daños directos, pero también la pérdida de beneficio, que es un daño indirecto”.

Por otra parte, el Consorcio y la Fundación Inade han firmado un protocolo para crear la cultura de gerencia de riesgos y seguros.



## Grup Santasusana renueva un año más su certificado de calidad

Grup Santasusana Corredors d'Assegurances, socio de [Cojebro](#), ha recibido de [Applus](#) la nueva certificación ISO 9001:2015. Desde 1999 está trabajando bajo los sistemas de calidad ISO, recibiendo la primera certificación en febrero del año 2000.

Francesc, Josep y Mariona Santasusana han resaltado muy positivamente la gran implicación que todo el personal y socios-colaboradores dan a su apoyo a la calidad en el servicio, comprometiéndose a mejorarlo cada día, para hacer de la empresa un modelo de trabajo que da valor a sus clientes.





## Flavia Rodríguez-Ponga deja su cargo en la DGSFP

El último Consejo de Ministros del mes de febrero cesó a Flavia Rodríguez-Ponga en el cargo de directora general de Seguros, por voluntad propia. Le ha sucedido en su cargo Sergio Álvarez, que era el director general del Consorcio de Compensación de Seguros.

Rodríguez-Ponga comunicó su marcha en la clausura de la Semana del Seguro organizada por Inese. Según sus propias palabras es una decisión que ha tomado por motivos personales después de llevar más de 5 años al frente de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP). Aprovechando el evento para agradecer la labor de todo su equipo a lo largo de estos años.



## Artai, premiada por su aplicación de gestión de flotas



Artai ha sido galardonado durante la celebración de la Semana del Seguro organizada por Inese, con el Premio Gema en la categoría de Desarrollo Tecnológico por Net Flotas, la nueva aplicación web del departamento de Flotas de Autos de la correduría.

Net Flotas nació como una apuesta de Artai para mejorar el servicio a sus clientes. Se trata de una herramienta sencilla, amigable, con una evolución constante y desarrollada a medida para la correduría. Con esta aplicación, dispone de un instrumento que le permite optimizar la gestión de su negocio de flotas (autobuses, rent-a-car, camiones, leasing y, en general, todo tipo de flotas de vehículos) incorporando todas las ventajas de usabilidad que aportan las nuevas tecnologías.

## El futuro digital de la mediación, a debate en el Colegio de Lleida

El Colegio de Mediadores de Seguros de Lleida ha organizado una conferencia sobre el futuro digital de la mediación, cuyo ponente fue Víctor Vaggione, cofundador de Smart Discovery, socio de Dextra Consultores y cooperador de Plus Ultra, entidad colaboradora de la institución colegial.



Vaggione habló de la digitalización de los mercados e informó de las últimas tendencias de los clientes online. Igualmente explicó la necesidad de que los mediadores de seguros adapten sus negocios a las nuevas tendencias digitales aportándoles ideas y herramientas para implementar en sus despachos o empresas.

Por otro lado, el Colegio de Lleida ha organizado la conferencia “RC Profesional de mediadores de seguros: tipología de siniestros”, impartida por Jesús de la Mata, director gerente de la Agrupación del Convenio de RC Corretores (AIE).

Las reclamaciones de responsabilidad civil por la actuación de los mediadores en relación al incumplimiento o cumplimiento defectuoso de sus obligaciones profesionales se producen por: errores administrativos, faltas en los requisitos que la documentación que se tramita debe tener, errores cometidos en las tareas de asesoramiento, errores y/o retrasos en el cobro y liquidación de recibos, errores en la tramitación de siniestros y, finalmente, reclamaciones infundadas.

74

## Ebroker permitirá gestionar todo el proceso de recibos de EIAC

Ebroker ha incorporado a sus capacidades una nueva funcionalidad que permite procesar de forma global y genérica toda la información correspondiente a los movimientos de recibos basados en el estándar EIAC (emisiones, cobros, confirmaciones de cobros, cambios de canal...).

Esta nueva funcionalidad de Ebroker estará disponible para todas las compañías que dispongan de la implementación de EIAC para recibos.

Además, y también en el ámbito de las operaciones con recibos, Ebroker dispone de una funcionalidad exclusiva, Siarec, a través de la cual es posible gestionar múl-



tiples movimientos de información de forma bidireccional y automatizada para las aseguradoras Allianz, AXA, Liberty, Plus Ultra y Reale.



## Grupo Catalana Occidente crece un 9,6% en 2016

El Grupo Catalana Occidente ha cerrado el ejercicio 2016 con un resultado consolidado de 324,5 millones de euros, un 9,6% superior al año anterior. El volumen de negocio del Grupo también registró una evolución positiva y aumentó hasta los 4.235,8 millones.

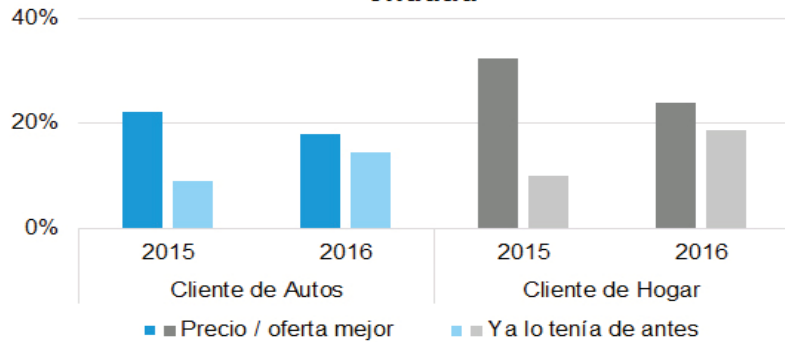
Las dos líneas de actividad del Grupo, negocio tradicional y seguro de Crédito, registraron avances en 2016. La facturación del negocio tradicional (Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros, Seguros Bilbao, NorteHispana Seguros y Previsora Bilbaína) se incrementó un 18,4%, hasta 2.547,3 millones de euros, impulsada por un aumento del número de clientes y por un incremento de la prima media. El resultado recurrente se sitúa en 159,0 millones, con un aumento del 16,5%, apoyado en el resultado técnico, con un ratio combinado del 92,1%.

El resultado recurrente del seguro de Crédito (Altradius, Crédito y Caución y Atradius Re) aumentó un 9,4%, situándose en 186,5 millones de euros, apoyado en un ratio combinado que se mantiene en niveles del 76,8%. El volumen de negocio se situó en 1.688,5 millones, con un avance del 0,8%.

El Grupo mantuvo en 2016 una cartera equilibrada y diversificada, obteniendo un 70,3% de su facturación en España, donde ocupa la sexta posición en términos de primas.

Por otro lado, [Plus Ultra Seguros](#), que pertenece al grupo, ha firmado un acuerdo de colaboración con [Agacose](#).

### Principales motivos por los que un cliente no tiene todos los seguros en la misma entidad



Fuente: ICEA (Twitter: @icea\_es)

## Mejores precios y ofertas, principales demandas de los clientes para ser más fieles

ICEA ha dado a conocer que aunque aumenta el porcentaje de clientes integrales, con todos sus seguros en la misma compañía, siguen siendo mayoría aquellos que prefieren diversificar sus productos aseguradores. El principal motivo que incide en esta situación es la ausencia de un precio u oferta mejor por parte de alguna de las compañías con las que tiene suscrito un contrato.

El hecho de tener los otros seguros con anterioridad aumenta significativamente su incidencia, lo que pone de manifiesto los beneficios de analizar el comportamiento y situación del cliente y adelantarse a sus necesidades de aseguramiento.

## MGS Seguros pone en marcha un nuevo ciclo de Encuentros de Mediadores en toda España

Logroño acaba de acoger el primer Encuentro de Mediadores de MGS Seguros del año. Se trata de la primera de una nueva serie de reuniones que celebrarán las distintas Direcciones Territoriales de la aseguradora, en las próximas semanas, para trasladar a su equipo comercial las directrices que la entidad ha establecido para el ejercicio 2017.



Entre ellas, destacan la innovación y las mejoras en productos y procesos que facilitarán la labor de los empleados de la aseguradora en la prestación del mejor servicio para los clientes de MGS. En total, se darán cita más de 1.000 miembros del personal comercial, agentes y corredores de la aseguradora, que junto a los directivos de MGS, harán balance de los resultados del pasado ejercicio y sentarán las bases para conseguir los mejores éxitos en 2017.

Se trata de un año especial para MGS Seguros, ya que la entidad celebrará en el mes de mayo su 110º aniversario. Para ello, se ha diseñado un completo programa de actividades que incluye la creación de un logotipo especial para celebrar este hito y una nueva imagen corporativa para distintos soportes. Además, se pondrán en marcha una serie de acciones específicas en las que se involucrará a todo el personal, colaboradores y clientes de la aseguradora.



## El Colegio de La Coruña presenta el curso experto universitario +Salud+Vida semipresencial

El Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña ha celebrado una jornada de puertas abiertas con el fin de dar a conocer el curso experto universitario +Salud+Vida, cuya primera edición semipresencial tendrá lugar en los meses de marzo a junio.

Cada quincena se impartirán cuatro horas de clases presenciales que se complementarán con actividades, ejercicios y foros a través de la plataforma Escuela de Negocios de Cecas y el curso finalizará con un trabajo en equipo.

Abrió el acto Juan Manuel Sánchez-Albornoz, presidente de la institución colegial, que destacó el gran esfuerzo que el Colegio realiza para ofrecer formación de calidad que ayude a los mediadores a desarrollar su profesión con un nivel de excelencia en el servicio.



## Europ Assistance cumple 40 años en España

Europ Assistance acaba de cumplir 40 años de presencia en España, donde inició su actividad el 18 de febrero de 1977. A lo largo de estos años su presencia en el mercado se ha incrementado en distintos ámbitos de acuerdo con las necesidades de sus clientes. No sólo en sus dos actividades tradicionales, Viajes y Automoción, sino también en Hogar, Familia y Salud, incorporadas en el año 2000.

Europ Assistance ahora ofrece a más de 25 millones de clientes acceso a las soluciones adaptadas y 2 millones de servicios al año. Para llegar a esta nueva situación, Europ Assistance España incorporó empresas internacionales como Icare (extensión de

garantía al vehículo), además de la adquisición de empresas consolidadas como Multauro-Legal Assistance (2004) y Coris Asistencia (2007), con el objetivo de ofrecer una amplia gama de servicios cada vez mayor: asistencia en viaje, en carretera, asistencia legal, ex-

tensión de garantía mecánica, gestión de sanciones de tráfico, línea de información y consulta, asistencia informática remota. Desde su fundación, el Grupo Generali es el accionista de referencia del Grupo Europ Assistance.

## Fundación Uniteco, colaboradora del Premio de Investigación Clínica de Baleares

La Unión Balear de Entidades Sanitarias (UBES) ha convocado la primera edición del Premio de Investigación Clínica para profesionales de la sanidad privada, con la colaboración de la Fundación Uniteco Profesional.

Carmen Planas, presidenta de UBES, y Francisco González, director comercial para España de Uniteco Profesional, firmaron un acuerdo de colaboración para impulsar la sanidad privada de las islas. De este modo, se fomenta la contribución y promoción de la vertiente investigadora entre los profesionales que desarrollan su trabajo en el ámbito de la sanidad privada. Planas ha manifestado su

“satisfacción por premiar la investigación clínica en la sanidad privada. Sabemos que impulsa la competitividad de Baleares y al final tiene alcance en una mejora de una atención sanitaria privada de calidad que apuesta por la innovación, que crea empleo y que contribuye a la mejora de la salud y, por tanto, de la calidad de vida de los ciudadanos de Baleares”, ha añadido.



## Grupo DAS cierra 2016 con un crecimiento del 16,3%

El Grupo DAS cerró el pasado ejercicio con un crecimiento de un 16,3% y un ratio combinado inferior al 94%. El canal de mediación llegó a alcanzar el 15% de incremento respecto al año anterior.



Jordi Rivera, CEO de la compañía, en la IV reunión anual de ventas agradeció el esfuerzo de la fuerza comercial y su contribución a la obtención de dichos resultados para posteriormente pasar a comentar los principales hitos a alcanzar este año.

Adolfo Masagué, director comercial de DAS, mostró los principales resultados de 2016 para pasar a comentar y detallar el Plan de Acción 2017, cuyo objetivo principal será mantener el crecimiento de dos dígitos de manera sostenible y rentable, prestando calidad de servicio y apoyo al mediador. Para conseguirlo la empresa se apoyará en: digitalización, productos, soporte equipo comercial y acciones de marketing y comunicación.

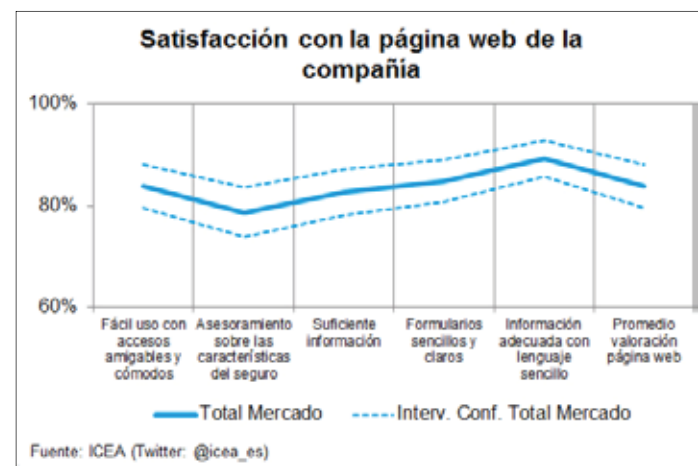
Por otro lado el Grupo DAS estuvo presente en la XXIV Semana del Seguro organizada por Inese, hablando de los retos tecnológicos de los mediadores. La jornada abordó los principales riesgos a los que particulares y empresas están expuestos por el uso de medios electrónicos, tales como: ciberacoso, amenazas o insultos en la red, suplantación de identidad, ciberataques, etc. y con qué soluciones de protección jurídica cuenta el mediador para ayudar y proteger a su cliente.

Por último, señalar que la aseguradora ha renovado su acuerdo de colaboración con el Colegio de Mediadores de Seguros de Málaga.

## Solo un 15% de los nuevos clientes usa las webs de las aseguradoras para contratar o informarse

En 2016 únicamente un 15% de los nuevos clientes han mantenido contacto con la página web de la compañía durante el proceso de contratación de su seguro de Autos, ya sea para realizar la contratación o por búsqueda de información. Así lo revela un informe de ICEA.

La valoración promedio de la página web de la entidad supera el 80% de clientes satisfechos, siendo la sencillez, bien en los accesos y uso de la misma, en los formularios solicitados o en el lenguaje utilizado, el atributo mejor valorado. Por contra, demanda un mayor asesoramiento de acuerdo a sus necesidades.





## El Consejo General y Apromes remiten a la DGSFP un documento consensuado sobre la transposición de la IDD

El grupo de trabajo del Consejo General, en el que participa activamente Apromes en base al convenio de colaboración suscrito entre ambas organizaciones, se ha reunido para abordar la transposición de la IDD. El encuentro ha permitido un primer documento de posición de ambas organizaciones para remitirlo a la DGSFP.



## Caser refuerza su presencia en Cataluña con la constitución del Consejo Territorial

El Consejo Territorial de Caser se ha constituido en Barcelona con el doble objetivo de dinamizar la presencia de la compañía en esta Comunidad Autónoma y fomentar el conocimiento de la misma y de su actividad.

La integración de empresarios y otros representantes de la economía y la sociedad civil, permitirá a la compañía interactuar con los líderes de opinión de la región.

Javier Cottet, que recientemente ha sido designado presidente de este Consejo, ha dirigido la primera reunión celebrada en la sede de Caser en Barcelona.

Los expertos del grupo de trabajo han concluido que si se considerara verdaderamente este texto como un primer preborrador de una transposición al Derecho español de la Directiva de Distribución de Seguros (IDD) ello permitiría, a juicio de las dos organizaciones firmantes, razonablemente considerar que existe todavía un margen suficiente para que la Ley que definitivamente trasponga la IDD sea una norma que constituya un marco regulador eficaz que permita a los consumidores de seguros, últimos destinatarios de la Ley tomar sus decisiones suficientemente bien informados y que a su vez estén protegidos de prácticas desleales.

Para ello, las dos organizaciones entienden que la normativa futura debe ser coherente, evitando complejidades y confusiones en su redactado, y sobre todo debe tener en cuenta la realidad social y del mercado de la distribución de seguros existente actualmente en España. Se trata de una norma que debe afrontar el futuro de este sector en los próximos años.

## Forinvest acoge la primera edición del **Foro de Innovación en Finanzas y Seguros**

Forinvest 2017 ha acogido la celebración, por primera vez, del Foro de Innovación en Finanzas y Seguros, que contó con la organización de

**Innovación Aseguradora**, y generó un debate sobre la oportunidad que supone la implementación de innovaciones tecnológicas en los sectores financiero y asegurador.



La jornada comenzó con una mesa dedicada al papel de la ciencia en el sector financiero, moderada por Carlos Albo, cofundador de Innovación Aseguradora, y con la participación de Ignacio Blanquer, responsable del grupo de investigación de Grid y Computación de Altas Prestaciones del Instituto de Instrumentación para Imagen Molecular; Francisco Sánchez, director del departamento de Servicios de I + D del Instituto Tecnológico de Valencia; Jordi Mansanet, Ingeniero Jefe de Sover Machine Learning, y Ana Cídad, Gestora de I+D del centro de Investigación en Métodos de Producción de Software (PROS).

En la primera mesa se habló del big data, el cloud y el machine learning, y cómo estas tecnologías pueden ayudar a las empresas del sector financiero, tanto aseguradoras como bancos para automatizar procesos, personalizar productos y servicios y mejorar la experiencia del usuario.

La innovación en finanzas y, particularmente en seguros, fue el objeto de la segunda sesión del Foro, con José Joaquín Cobos, director Técnico-Gerente de Coinbroker seguros; Antonio Martín, director de Administración, Estudios y TI en ICEA, y Carlos Albo, como CEO de la startup Wenalyze. La mesa trató de aportar luz sobre las palancas que el sector asegurador necesita aplicar para mejorar sus procesos de innovación.



## Los mediadores leoneses aprenden **técnicas de comunicación oral**

El Colegio de Mediadores de Seguros de León ha impartido el primer módulo del taller de formación “Técnicas de comunicación oral”, desarrollado por el mentalista Max Verdié.

Junto a Verdié los asistentes comenzaron a adentrarse de forma práctica en el mundo de la comunicación y las nuevas técnicas para hacer llegar el mensaje de ventas y captar la verdadera atención de los clientes.

El día 23 de marzo se imparte el siguiente módulo, terminando con otros dos en el mes de abril.





## El impacto del IoT y la digitalización en el sector

La tecnológica Altran ha organizado, junto a ICEA, la jornada “Impacto IoT y estrategia en el sector asegurador”, en la que ha puesto de relieve que la digitalización y el internet de las cosas aumentan las oportunidades de negocio.



El acto fue inaugurado por José Antonio Sánchez, director general de ICEA, y contó con la participación de Javier de la Lama, director de División de Servicios Financieros de Altran España. Junto a las ponencias de Antonio Martín, director de Estudios y TI de ICEA, y Adrián Latorre, responsable del negocio digital de Servicios Financieros de Altran España, se celebró un panel de expertos en el que intervinieron, entre otros, Germán Bautista, director de Clientes y del Negocio de Grandes Cuentas y Brokers de Caser; Ángel Urquiza, director de

Innovación de Santalucía; Óscar Paz, responsable de AXA Opensurance; y Gonzalo Gallego, socio del área de TI, media y protección de datos de Hogan Lovells.

Martín comentó que en el futuro van a aparecer nuevas formas de regular la privacidad. A lo que añadió que “bajo el enfoque asegurador” debe poner cada compañía el límite en relación a las múltiples posibilidades que hay en el mercado IoT.

Por su parte, Latorre, habló de 20.415 millones de objetos conectados para 2020 y de la importancia del IoT, ya que “permite

saber qué se puede hacer para que ocurran determinadas cosas, analizando con detalle al cliente para personalizar los servicios”. “Ahora es el momento de seguir evolucionando y trabajar en prevención y predicción”, añadió.

En relación a los coches conectados (el 75% en 2020) añadió que “es una oportunidad muy interesante para dar servicio dentro de los coches, ajustando el seguro del futuro más a las primas”, con el objetivo de “hacerle la vida más fácil al cliente a través de nuestros servicios”.

## Cohebu abre su tercera oficina en Sanlúcar de Barrameda

Cohebu Seguros abre una nueva oficina en Sanlúcar de Barrameda, la tercera en la ciudad de origen de la correduría.

Según José Antonio Buzón, CEO de Cohebu, “esta nueva oficina estará especializada en asesoramiento a

empresas y construcción sobre el sector asegurador, garantizando productos y servicios hechos a la medida del cliente”. Al frente de las instalaciones estará un equipo formado por Jesús García, Virginia Alcaide y Miguel Ángel Martínez-Angulo.

Este hito supone la segunda apertura del año de las ocho oficinas previstas en este periodo.



## AXA reconoce a la correduría Kalibo su gestión en empresas

Axa Seguros ha reconocido a Kalibo Correduría de Seguros con la mejor gestión en empresas en la Convención Club Partner 2017, un foro de encuentro entre la alta dirección de la compañía y sus mejores corredores.



Luis Sáez de Jáuregui, director del área de Distribución y Ventas de AXA, agradeció a los corredores su ayuda para “consolidar una relación de estabilidad y confianza mutua, clave para la construcción del futuro juntos, como socios de referencia”.

Rafael Raya, director de Corredores y Grandes Distribuidores, Ignacio López Eguilaz, director de Marketing y Ventas, y el propio Luis Sáez de Jáuregui entregaron al director general de Kalibo Correduría de Seguros, Miguel de las Morenas, una placa distintiva en reconocimiento a la mejor gestión en empresas.

“Es una satisfacción y un reconocimiento a la labor que desarrollamos en la intermediación entre nuestros clientes, las empresas, y las aseguradoras”, han reconocido desde el equipo directivo de Kalibo.

## Sanitas abre un nuevo espacio de relación con los clientes en Murcia

Sanitas ha abierto un nuevo espacio de relación con los clientes en Murcia, que tiene como objetivo mejorar la experiencia del cliente en sus gestiones presenciales.

De esta forma, se pone al servicio de los clientes un nuevo modelo de oficina que busca ser un punto de encuentro pensado para fomentar una relación participativa y de confianza. El nuevo centro de Sanitas cuenta con espacios abiertos con salas multiusos donde se llevarán a cabo talleres y ponencias sobre diferentes temáticas relacionadas con la salud.

Este nuevo modelo de oficina complementa los otros canales de atención al cliente de los que dispone la compañía, los servicios online y la atención telefónica. La combinación de todos estos sistemas de



contacto cubre el amplio abanico de necesidades de los clientes de forma inmediata pero sin que suponga la pérdida de la cercanía que implica para algunos la atención personal en oficinas físicas.



## Albroksa abre dos nuevas delegaciones en Galicia y Cantabria

Albroksa continúa con su plan de expansión nacional y ha abierto dos nuevas delegaciones franquiciadas. La primera de ellas en Vigo, en la Rúa Pizarro, 52, y la segunda en Torrelavega, en la calle Gilberto Quijano, 1.

Albroksa ha cerrado el año 2016 alcanzando los 9 millones de euros en primas, con un crecimiento del 38%, y con 25.000 pólizas, un aumento del 15%. Actualmente cuenta con 31 delegaciones franquiciadas en 8 comunidades autónomas.

## Willis Towers Watson analiza los riesgos en las empresas familiares

Willis Towers Watson ha participado junto con la Asociación para el Desarrollo de la Empresa Familiar de Madrid (Adefam) en una jornada sobre la gestión del riesgo en las empresas familiares. Estas empresas, por lo general, infravaloran los riesgos en que incurren con sus actividades e incluso puede poner en peligro su propia supervivencia como organización.



Según la directora de Desarrollo de Negocio de Willis Towers Watson, Cristina Satrústegui, la práctica más habitual a la hora de gestionar el riesgo por parte de las empresas consiste en dotarse de una cobertura básica para sus instalaciones y ante reclamaciones de terceros por problemas derivados de la venta de productos o servicios. Sin embargo, la experta destacó que el mapa de riesgos de una empresa es muchísimo más amplio e incluye situaciones relacionadas con el campo financiero, la seguridad de los sistemas tecnológicos, la gestión de datos, el fraude por la deslealtad de la plantilla, los errores humanos, los fallos en la cadena de suministro, los riesgos regulatorios, las catástrofes naturales e incluso la inestabilidad política de un país, entre otros muchos.

Actualmente, cada vez hay más fórmulas para transferir los riesgos al mercado asegurador, si bien existen limitaciones que deberán analizarse con más profundidad para buscar las soluciones más adecuadas. Asimismo, Satrústegui recomendó ponerse en manos de expertos para valorar el riesgo y adoptar soluciones que no tienen por qué pasar solo por la ampliación de coberturas o el establecimiento de franquicias, sino que a veces pueden limitarse a llevar a cabo medidas correctivas en instalaciones o procedimientos.



## Más allá de lo medible

El gran impacto de las pequeñas cosas

**Margaret  
Heffernan**

Editorial: Empresa activa

Precio: 10 € libro

impreso

5,99 € en libro

electrónico

Lo más importante para fortalecer una organización no son los grandes cambios estructurales, sino una serie de pequeños cambios tales como admitir el conflicto como catalizador creativo, celebrar los errores, escuchar a todas las personas de un equipo, etc.

Lleno de anécdotas, humor y alguna estadística desconcertante, este libro muestra como las más diversas empresas se han modificado gracias a pequeños cambios. La autora tiene una experiencia de décadas observando el desarrollo y funcionamiento de las organizaciones y ha llegado a una conclusión contraintuitiva: son los pequeños cambios los que tienen un mayor impacto.



## Presentaciones memorables

Cree experiencias únicas que cautiven a su audiencia

**Kenny Nguyen,  
Gus Murillo, Robert  
Killeen y Luke  
Jones**

Editorial: Empresa activa

Precio: 29 € libro impreso

Se trata de un libro práctico, bien diseñado y mejor presentado sobre cómo efectuar presentaciones de todo tipo y cautivar a tu audiencia.

En este libro de formato atípico, los autores, cuatro jóvenes emprendedores, hartos de presentaciones aburridas, han creado un sistema, y fundado una empresa alrededor de él (The Big Fish Experience) para ayudar a todo el mundo a realizar presentaciones sorprendentes que cautiven a la audiencia.

Un libro bien ilustrado y cuyos conceptos son fáciles de captar. Nada de presentaciones aburridas ni de libros aburridos.

# PymeSeguros.com

PORTADA

NOTICIAS

EN PROFUNDIDAD

FINANCIACIÓN

CORREDORES DE SEGUROS

CONÓCEMOS

## Duplicar el comercio electrónico minorista, objetivo de la UE para 2015



El uso de internet para que las pymes europeas expandan sus servicios a nivel internacional u ofrezcan un mayor abanico de posibilidades a sus clientes, es uno de los objetivos de la nueva iniciativa de la **Comisión Europea** para conseguir redoblar el comercio electrónico de aquí a 2015.

Noticias del sector

Revista

A fondo

Consultoría Legal

Twitter

facebook

LinkedIn

## Aon alerta sobre los riesgos derivados de la protección de datos



El próximo 28 de enero se celebra el Día de la Privacidad de Datos 2012, una cita anual diseñada para promover la difusión de las mejores prácticas en esta materia. La consultora **Aon Corporation** anima a las empresas a que aprovechen esta fecha para evaluar sus medidas de protección frente a los riesgos derivados de la red.



Suscribirse gratis a la revista  
Descargar N° 10 en PDF

[Leer más...](#)



INFORMACIÓN RELEVANTE PARA  
PYMES Y AUTÓNOMOS

## A DIARIO

Accede a las noticias que te  
interesan en:

[WWW.PYMESEGUROS.COM](http://WWW.PYMESEGUROS.COM)





WORLDWIDE REACH. HUMAN TOUCH.

Asistencia en Viaje

## Vaya donde vaya, la tranquilidad viaja a su lado

En International SOS ponemos a su disposición el Seguro de Asistencia en Viaje más completo, para que solo se preocupe de lo que realmente importa: disfrutar de su viaje.



### Madrid

Ribera del Loira, 4-6 2ª planta  
28042 Madrid, España  
Telf. (+34) 91 572 4300  
Fax (+34) 91 359 0667

[www.internationalsos.es](http://www.internationalsos.es)