

Premio San Francisco Javier
de Anacose en 2012

Pymes Seguros

Revista online para corredores y corredurías

NÚMERO 62

FEBRERO 2017

www.pymeseguros.com

Punto de encuentro

Las insurtech mejorarán
el servicio al cliente

Más a fondo

La franquicia, la apuesta
de los pequeños
corredores para crecer

In situ

El seguro español vuelve al
crecimiento de dos dígitos

Luis García, Dirección Comercial -
Canal Mediación de International SOS

Los desplazamientos
por trabajo pueden **DISPARAR**
la contratación del seguro de Viaje



ARAG Viajeros ahora tiene un Plus

ARAG Viajeros Plus

Un seguro más completo y personalizable

Nos adaptamos más que nunca a las necesidades de nuestros clientes. Sea cual sea el destino y el tipo de viaje que quieran hacer. Amplias coberturas, fácil de contratar y máximas garantías.

El plus que hace falta para que las vacaciones de tus clientes sean perfectas.

Junto a ti, estés donde estés • 901 25 25 25 • www.ARAG.es



El negocio sigue creciendo

Los ingresos de las aseguradoras por la venta de pólizas a cierre del pasado año ascendieron a 63.827 millones de euros, un 12,24% más que un año atrás, volviendo así a un crecimiento de dos dígitos. Una senda alcista que parece que continuará según los datos que se presentaron en la jornada 'Perspectivas del Seguro y la Economía para 2017' (ver [In situ](#)).

Todos los ramos experimentaron crecimiento en 2016 y tienen buenas perspectivas de futuro. Algunos, como el caso de Asistencia en Viaje aún están por desarrollar su potencial. Algo que ocurrirá cuando los empresarios sean conscientes de la obligación que tienen de

proteger a los trabajadores desplazados y de las multas que llevan aparejadas no hacerlo (ver [Hablando claro](#)).

Además, para que siga mejorando el negocio, las insurtech traen consigo nuevas oportunidades para el sector. De su mano vendrán soluciones que ayudan a aumentar la venta cruzada, que mejoran los tiempos de respuesta de los clientes, que adquieren información de los usuarios y se la pasan a los profesionales del asesoramiento en los seguros, que son los mediadores (ver [Punto de encuentro](#)).

Para hacer frente a todo lo que se avecina, muchos pequeños corredores están buscando el modelo de negocio más apropiado para ellos. Hacerse un hueco y ser rentables es complejo, por eso algunos ven las franquicias un modo de progresar (ver [Más a fondo](#)).



Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Staff

DIRECTORA
CARMEN PEÑA
carmen@pymeseguros.com

PERIODISTA
AITANA PRIETO
aitana@pymeseguros.com

ÁREA COMERCIAL
CARMEN PARAMIO
616468849
carmen2@pymeseguros.com

MAQUETACIÓN Y DISEÑO
ESTUDIO 9C

FOTÓGRAFA
ÍRENE MEDINA

BANCO DE IMÁGENES
FOTOLIA

04

PymeSeguros
Revista online para corredores y corredoras

Número 62 • Febrero 2017
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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



06 Hablando claro

Luis García, Dirección Comercial - Canal Mediación de International SOS
Los desplazamientos por trabajo pueden disparar la contratación del seguro de Viaje



12 Punto de encuentro

Las insurtech mejorarán el servicio al cliente



18 Más a fondo

La franquicia, la apuesta de los pequeños corredores para crecer



24 **In situ ICEA**

El seguro español vuelve al crecimiento de dos dígitos



30 **In situ Adecose**

Por tercer año consecutivo aumenta la satisfacción de los corredores con las aseguradoras

03 **Editorial**

El negocio sigue creciendo

36 **Productos**

Los últimos seguros del mercado

40 **Al día**

Noticias de economía y de seguros

86 **Algo más que negocio**

Acciones de RSC realizadas por corredores

88 **Rincón de lectura**

Libros útiles para la empresa



34 **Salud en tu negocio**

¿Existe una prima temeraria en el colectivo de Salud?



Luis García, Dirección Comercial – Canal Mediación de **International SOS** (en España SOS Seguros y Reaseguros, S.A. y SOS Assistance España, S.A.U.)

Los desplazamientos por trabajo pueden **DISPARAR** la contratación del seguro de Viaje

Muchos empresarios desconocen que existe un deber legal de protección a los trabajadores desplazados que pueden llevar aparejadas multas de 300.000 euros o incluso penas de cárcel para los directivos de empresas. Por eso, Luis García, Dirección Comercial - Canal Mediación de International SOS, está convencido de que “el mayor desarrollo del seguro de Asistencia en Viaje va a venir a través de los viajes de empleados y la obligación que tienen las empresas de cubrir los accidentes laborales de sus trabajadores fuera de España”.

El sector de los viajes es la tercera industria mundial. ¿Se puede decir que el desarrollo del seguro de Asistencia en Viaje va en relación a ese hecho?

No. Existe una concienciación mínima de contratación de seguros de Asistencia en Viaje, sobre todo aquí en España. Estamos muy lejos de lo que ocurre en los países nórdicos y anglosajones donde un 78% de las personas que viajan, contratan un seguro. Aquí estamos en algo más de un 20%.

Parece que el ramo de Asistencia en Viaje se ha comportado bien en 2016...

Sí, se ha crecido porque es un ramo que va muy ligado al comportamiento de la Economía. Parece que existe la sensación de que se puede gastar más dinero en ocio y turismo. En viajes de negocio, nuestra percepción es que también se ha producido un crecimiento.

¿Qué previsiones hay para 2017?

La perspectiva es buena si se consolida realmente el crecimiento económico y las empresas siguen con la internacionalización de sus negocios. Nosotros continuaremos con esta labor de educar a las empresas sobre el deber de protección a los empleados desplazados fuera de España, que es nuestro mayor foco de negocio. Nos queda mucho por hacer para equipararnos a los países anglosajones en concienciación de contratación de este tipo de seguros. Por eso, el posible negocio del seguro de Viaje está por desarrollar aún.

El hecho de que sea obligatoria la cobertura de los riesgos de los empleados desplazados viene bien al ramo...

Sí. Pero el problema es que no saben si lo tienen cubierto. Creen que el seguro incluido en la tarjeta de crédito es suficiente. Pero ante una demanda civil de un empleado que ha sufrido un

accidente de trabajo en el Congo, por ejemplo, ¿cómo vas a justificar ante un tribunal que llevaba un seguro de Viaje en la tarjeta de crédito? ¿Cómo estás cumpliendo el deber de protección de tu empleado con un seguro de tarjeta de crédito que no conoces qué cubre exactamente o en qué condiciones te lo cubre? No sabes ni cuándo son operativas, ni cómo acceder a ellas. Por eso es tan importante la formación que realizamos para que los directores de las empresas empiecen a tomar conciencia del riesgo que tienen. Hace poco ha habido una sentencia condenando a más de 300.000 euros a una empresa por no haber monitorizado un dengue. Eso puede hacer mucho daño a una pyme.

Parece que hace falta un gran nivel de concienciación...

Así lo hemos detectado en los cursos que hacemos con gerentes de riesgos de grandes empresas. Cuando les informamos sobre sentencias de tribunales condenando a las

empresas por responsabilidad al no cubrir los accidentes de trabajo a sus empleados en el extranjero, se quedaban sorprendidos. Los empresarios no saben que existe un deber legal que pueden llevar aparejadas incluso penas de cárcel para los directivos de empresas.

Por otro lado, nos encontramos con que la expectativa sobre el nivel de asistencia que obtendrán, es igual al del sistema de Seguridad Social que tenemos en España. Aquí te pones enfermo y tienes muchos centros sanitarios y hospitales a los que acudir. Eso en el Congo, por ejemplo, no es posible.

¿En qué sentido han cambiado los viajes profesionales en los últimos años?

La concienciación de la contratación de seguros de Viaje en España está muy lejos de lo que ocurre en los países nórdicos y anglosajones donde un 78% de las personas que viajan, disponen de uno





Un producto básico y fundamental para las empresas

En International SOS apuestan por concienciar a los corredores de seguros de que es un producto básico y fundamental. De hecho, Luis García, Dirección Comercial-Canal Mediación de International SOS, afirma que “en muchas corredurías de tamaño medio o pequeño se están produciendo relevos generacionales y se está dejando de considerar un seguro accesorio. Pero debemos seguir con la labor de formación porque me he encontrado con muchos corredores que no conocen el deber de protección de las empresas a sus empleados desplazados. Cuando se dan cuenta de su importancia, ven el seguro de Viajes desde otra perspectiva”.

Por eso, en International SOS quieren que el corredor les apoye en esta labor de formación a las empresas. “Que nos ayude a divulgar a qué se enfrentan las compañías cuando manda a un trabajador fuera de España. Queremos formar equipo con ellos en la comercialización del seguro de Viaje”.

Para ello, la aseguradora les ofrece

“formación, herramientas y productos a la medida para que puedan cubrir lo mejor posible los riesgos de viajes. Somos una empresa muy flexible en cuanto a garantías e intentamos adecuarnos a las necesidades de cada cliente del corredor. Somos muy ágiles, sobre todo a nivel de asistencia e intentamos comunicar e informar al mediador de los siniestros que tienen sus clientes. En definitiva, les aportamos agilidad tanto en la tramitación de siniestros, en la solución a su cliente, en productos, en trámites administrativos... Además, estamos constantemente desarrollando nuevas aplicaciones informáticas con el fin de que nuestros corredores den el mayor y más ágil servicio a sus clientes. También colaboramos con grandes compañías de asistencia cubriendo los riesgos de salud como marca blanca a sus asegurados en el extranjero”.

Cuando Luis García se incorpora a la compañía, el negocio que llegaba a través de corredores era prácticamente



mínimo. Pero poco a poco va creciendo y ya están colaborando con casi 400 corredores. “Del volumen que entra directamente a la compañía como International SOS y no como marca blanca, el negocio de corredores puede ser el 80%”, indica García.



Hace unos años, el viaje profesional era más de visita de directivos de la sucursal española a la central, que podía estar en Bruselas, en Londres... Ahora la mayoría de los viajes los realizan los profesionales técnicos (como ingenieros) a países complicados. Antes la sensación de necesidad de contratar un seguro era menor. Sin embargo ahora, si tienes que ir a Argelia, Irán, Brasil..., hay una sensación de estar en un país más inseguro, algo que hace que tengamos una mayor conciencia de la necesidad de este seguro de Viaje.

A esto se une que en las empresas se está produciendo un cambio generacional y las personas que empiezan a hacerse cargo de los departamentos de los Recursos Humanos están más concienciadas sobre el deber de protección a sus empleados desplazados. Precisamente ahí, el seguro de Viaje tiene un desarrollo aún muy grande como una herramienta más, no la única, para cumplir ese deber legal.

¿Hay productos a medida para Pymes?

En este momento estamos remodelando productos para adaptarnos a las necesidades concretas de las pymes. El desarrollo del seguro de Viaje va hacia una especialización todavía mayor, si cabe, a la que puede haber ahora mismo. La experiencia del cliente es lo que ahora marca el desarrollo de productos, porque éste espera tener algo muy específico para el viaje que está haciendo. Aunque los pilares sobre los que se monta un seguro de Viaje son siempre accidentes, equipaje, gastos médicos..., luego tienes que incorporar garantías precisas para el tipo de viaje que se realiza. Por ejemplo, a una empresa le puede interesar la sustitución del empleado que se pone enfermo.

¿Se puede decir que en los seguros de Viaje hay diferencia entre las pymes y las grandes empresas?

No, porque la necesidad que pueda tener una pyme cuando manda a un empleado fuera de España a desarrollar un determinado trabajo, es el mismo. Lo único que diferencia un seguro de otro es el tipo de trabajo que va a desarrollar, no el tamaño de la empresa.

¿Cómo ha influido al ramo la entrada de compañías generalistas?

Últimamente, se han incorporado a este ramo algunas grandes compañías de seguros generales que no lo habían comercializado antes porque consideraban que era un ramo para entidades especializadas. Su músculo financiero y económico es mucho mayor que el de una compañía mono ramo especialista y se han permitido ir a unas determinadas primas porque sus gastos internos son menores. Eso ha ocasionado una importante guerra de precios, sin reducir coberturas, porque estas han evolucionado a más.

¿En qué medida la innovación tecnológica está haciendo evolucionar este ramo?

El desarrollo tecnológico facilita la eficacia y rapidez en un ramo tan ligado a la asistencia a la persona. Para nosotros es importantísimo hacer un buen desarrollo en todo lo que tenga que ver con la comunicación (internet, apps, móviles...) porque agiliza nuestra labor.

En el tema comercial también tiene importancia porque prácticamente han desaparecido las agencias de viaje tradicionales. Ahora los viajes se contratan por Internet. Por eso es necesario que la contratación sea lo más sencilla y clara posible. Que exista la posibilidad de contratar un seguro a través del móvil mientras



La llegada de nuevas empresas a España tras el Brexit, puede influir positivamente en el ramo, porque suelen ser multinacionales y sus empleados viajan a menudo



El posible negocio del seguro de Viaje está por desarrollar aún

te estás subiendo a un avión porque se te había olvidado hacerlo antes.

El futuro pasa por utilizar las nuevas tecnologías para permitir que una persona acceda a sus siniestros y se pueda comunicar con la compañía de mil maneras diferentes, pueda contratar sus pólizas desde una App... Y sobre todo, darles productos que estén pensados específicamente para ese viaje en concreto que va a hacer.

¿Se está adecuando este seguro a las necesidades que plantea la economía colaborativa (entre los que estaría el intercambio de las casas en vacaciones con alguien de otro país)?

Continuamente estamos dándole vueltas a la creación de productos que cubran nuevas necesidades como cuando alquilas un apartamento o haces intercambio de casas. En esos casos, a las coberturas habituales de viaje surgen otras como los gastos de un hotel si por ejemplo has hecho una reserva de una determinada casa en París y cuando llegas, está inhabitable.

¿Cree que puede influir en el negocio de Asistencia en Viaje la llegada de nuevas empresas a España tras el Brexit?

Sí puede influir, porque suelen ser empresas multinacionales y sus empleados tendrá que viajar.

¿A qué retos se enfrenta el ramo de Asistencia en Viaje?

Fundamentalmente, tiene dos: Uno es concienciar a las personas de que es un seguro imprescindible cuando se realiza un viaje. En las empresas la concienciación es aún más importante por su deber de protección.

Por otro lado, aprovechar las tecnologías para solucionar adecuadamente los siniestros y hacerlo más fácil de utilizar.

Habla de concienciación, pero ¿qué se puede hacer en ese aspecto?

La base está en la formación para incorporar el tema del deber de protección de las empresas. International SOS está haciendo cursos y desayunos de trabajo en empresas para presentar y hacer ver esta necesidad.

International SOS ha mejorado su solución de seguimiento de viajeros el año pasado. ¿En qué consiste?

Travel Locator es un localizador de viajeros que, hasta ahora, se ponía a disposición de las empresas para que cada vez que contrataban un billete de avión o de otro tipo, en conexión con las centrales de reservas de viajes, pasaba inmediatamente a esta herramienta informática y se sabía en todo momento dónde estaban las personas desplazadas de la empresa. Antes, eso estaba limitado solo a las reservas que se hacían a través de una agencia de viajes pero qué ocurría con los viajes en coche o con los expatriados que residen fuera.

Ahora, esa herramienta se nutre con otros canales para hacerla más completa. Se puede entrar a ella y manualmente señalar un viaje que vas a realizar o poner la dirección en la que vives cuando eres expatriado. Está conectado con una app de móvil y te puedes poner en contacto con ellos cuando ocurre un desastre, por ejemplo. Además, para evitar que todas estas comunicaciones entren como spam, se ha contratado a la compañía internacional número uno de comunicaciones.

¿Cuál es el mayor valor añadido que aporta International SOS al cliente?

Independientemente del tema económico para cubrir las reclamaciones, que cada vez son más frecuentes, aportamos la tranquilidad de estar cubiertos ante determinados gastos y ante posibles reclama-

ciones. Así como la solvencia de estar en el mayor grupo de asistencia en el extranjero y localmente pertenecer al Grupo Santalucía.

¿Qué ventajas ofrece a los corredores vender este ramo?

Es un producto relativamente fácil, técnicamente hablando, y no necesitan una preparación muy exhaustiva. Creo que es fundamental que el corredor empiece a informar a sus clientes empresas de este deber de protección que tienen con sus empleados desplazados. Por otra parte, es interesante para ellos porque tiene unos niveles de comisiones alto. Para los corredores además es un seguro relativamente cómodo porque el asegurado cuando tiene un siniestro llama directamente a la aseguradora a través de las centrales de asistencia. Por lo tanto, la intervención del corredor en un siniestro es menor que en otros ramos.

¿Es verdad que los seguros son muchos más modulables y flexibles para un corredor que para la venta online?

Sí es cierto, porque para alguien que no está familiarizado con los seguros es complejo enfrentarse a configurar su propio seguro. Por eso, en los productos de particulares que están en internet tenemos 3 opciones para que el cliente pueda elegir entre una más completa, una media y una inferior y son productos más cerrados.

Cuando hablamos de colectivos, en empresas, intentamos trabajar sobre el producto a medida. Tenemos un producto base y después se da cobertura a sus necesidades concretas. La realidad es que el corredor suele estar más en el negocio de empresa o colectivo donde somos más flexibles.

CARMEN PEÑA

FOTOS: IRENE MEDINA



International SOS está fundamentalmente enfocada a temas del deber de protección de las empresas hacia el viaje profesional o corporativo



Las insurtech han irrumpido hace poco en nuestro mercado, pero han venido para quedarse. Se postulan como la palanca para dar velocidad y poder cambiar todos los procesos aseguradores, las relaciones con el cliente, las propuestas de valor. En definitiva, van a traer consigo nuevas oportunidades para el sector. De su mano vendrán soluciones que ayudan a aumentar las ventas cruzadas, que mejoran los tiempos de respuesta de los clientes, que adquieren información de los usuarios y se la pasan a los profesionales del asesoramiento en los seguros, que son los mediadores.

12

Las insurtech mejorarán
el **SERVICIO AL CLIENTE**

La transformación digital de los servicios aseguradores está exigiendo una adaptación al nuevo entorno tecnológico por parte de las compañías, que algunas startups quieren ayudar a desarrollar con herramientas innovadoras que aporten un valor añadido. De ahí, que sea un proceso colaborativo e integrador.

“Insurtech es tecnología orientada al cliente y gracias a ese acceso a las tecnologías van a existir unas soluciones hasta el momento impensables dentro de la estructura organizativa de una aseguradora, porque no las pueden desarrollar y porque hay muchos procesos que no son rentables, pero que lo van a ser, porque al automatizarlos, acudir a la masa, hacen que lo sea”, precisa David Navarro, vocal de la vertical de Seguros de la [Asociación Española de Fintech e Insurtech](#).

Precisamente esa centralización en el cliente es el aspecto unificador de las startups tecnológicas y de los profesionales del sector. En este sentido, Ángel Viñas i Aliau, presidente director general de [Seguros Broker](#), considera básico definir el insurtech como “la tecnología que le tiene que permitir a un cliente tener conectividad con toda su oferta de seguros a través de un dispositivo móvil, poder cotizar y contratar y hacer cualquier tipo de gestión a través de ese aparato”.

Para Óscar Paz, responsable de [AXA Opensurance](#), lo que resulta realmente innovador del insurtech es que “viene desde fuera del sector”, lo



David Navarro



Ángel Viñas i Aliau



Oscar Paz



Ángel Urquiza



Ricardo Peris

que permite tener “una visión *out of the box*. Son emprendedores que ya han irrumpido en otros sectores y que vienen con innovación enriquecida, que tarda menos en integrarse”.

Optimismo de cara a 2017

Sobre la evolución de estas tecnologías en 2017, todos los expertos coinciden en que este será el año clave para su despegue. Como resume Óscar Paz, 2015 fue el año en que explotó las inversiones de insurtech y en 2016 siguió subiendo. Será precisamente en este 2017 cuando considera que esos gastos pasados vayan floreciendo.

“Seguro que en 2017, 2018 y 2019 va a haber una gran revolución en toda la tecnología de los seguros, no solo en las compañías, sino sobre todo en la mediación, que debe ser la gran protagonista de la tecnología insurtech”, subraya Ángel Viñas i Aliau.

“Cuanto más conectables seamos, más podremos crecer”.

Óscar Paz

Desde el punto de vista de las compañías, Ángel Urquiza, director de Innovación de [Santalucía](#), coincide en que “2017 va a ser



“Las aseguradoras están en un proceso de transformación digital, en el que van a ser ayudadas por las insurtech, que serán palanca para dar velocidad y poder cambiar”. Ángel Urquiza

importante. Las aseguradoras están ahora mismo en un proceso de transformación digital, en el que van a ser ayudadas por las insurtech, que serán palanca para dar velocidad y poder cambiar todos nuestros procesos, nuestras relaciones con el cliente, nuestras propuestas de valor”.

“Por un lado tenemos todos esos aprendizajes de fintech, con los errores y los aciertos, y de otro lado todos hemos visto muy claro que tenemos muchas razones para subirnos al carro”, corrobora Ricardo Peris, director de Desarrollo de Negocio de [Correduría Peris](#).

Tras la estela de las fintech

En este sentido, David Navarro considera que las insurtech lo están teniendo más fácil que

14 sus predecesoras, ya que “para poder operar en fintech es imprescindible tener una autorización por parte de la CNMV, que está tardando en responder aproximadamente dos años”. En el sector Seguros ese obstáculo no existe, lo que favorece la aparición de iniciativas nuevas. Con todo, lanza una queja: “El mayor freno viene de nuestra conectividad con las compañías de seguros, porque no hay manera de conectarnos con su web service”.

Tanto aseguradoras como mediadores coinciden en que este es un reto a superar: “La banca tiene las apis por normativa europea abiertas y es algo que en el mundo del seguro no se ha trabajado mucho”, reconoce Paz.

“Tenemos que preparar nuestra tecnología para poder conec-

tarnos”, propone Ángel Urquiza, quien no obstante apela a las startups tecnológicas a tener paciencia con las aseguradoras durante todo el desarrollo, ya que los ritmos de adaptación al nuevo panorama varían de unas compañías a otras.

Desde el punto de vista de las tecnológicas hay coincidencia en la necesidad de ese trabajo conjunto. Para Navarro la clave de la evolución es la adaptación a esos ritmos: “Nosotros estamos aquí para empujar, para provocar cierta aceleración y está claro que la única forma va a ser colaborando con la compañía de seguros”.

¿Amenaza u oportunidad?

No obstante, todos los expertos participantes en la mesa redonda organizada por PymeSeguros, valoran que las insurtech van a traer consigo nuevas oportunidades para el sector. Con alguna dificultad pareja, como resalta Ricardo Peris: “Todo cambio es una amenaza porque varían las normas del juego y especialmente para quien tiene una posición fuerte en el *status quo* previo”.

Viñas i Aliau considera que igual que el mercado financiero sí se ha sentido intimidado por las fintech, las compañías no se sien-

“La tecnología es una aliada cuando la utilizas y es una amenaza cuando la ignoras”. Ángel Viñas i Aliau



ten amenazadas por las startups innovadoras: “Al contrario, lo ven como un mecanismo de apoyo para

establecer relación con el cliente y sobre todo para el canal”.

“La diferencia es que las aseguradoras no tenemos tanto miedo porque las insurtech nos van a proporcionar recurrencia con el cliente, algo que la banca ya tenía”, incide Urquiza, para quien las nuevas tecnologías van a permitir a las compañías un contacto más habitual con el cliente, que hasta ahora se limitaba prácticamente a cuando se contrata la póliza.

El papel de los mediadores...

Para el presidente de Seguros Broker los mediadores también tienen que cambiar su forma de relacionarse con el cliente con la aparición de las insurtech: “Decirle a un cliente que esta compañía va a ser la mejor para él a lo largo de toda su vida y para todos sus riesgos es una posición equivocada. Lo que hay que decirle es que el mediador va a hacer todo lo posible para que su perfil, que cambia cada año, esté lo mejor adaptado a la oferta que hay en el mercado y además darle todas las facilidades de relación con su compañía. Eso es precisamente lo que brinda insurtech, la posibilidad de acceder de una manera integrada y a través del dispositivo móvil”.

En esta línea, el vocal de la vertical de Seguros de la Asociación Española de Fintech e Insurtech destaca que las startups a día de hoy ya están aportando numerosos beneficios a los corredores dispuestos a aceptarlos, como soluciones que ayudan a aumentar las ventas cruzadas, otras que mejoran los tiempos de respuesta de los clientes, otras que adquieren información de los usuarios y se la pasan a los profesionales del asesoramiento en los seguros, que son los mediadores...

Peris va más allá y sostiene que “ante estos cambios el nuevo rol del corredor es el de dinamizador de todos estos procesos”, ya que tiene que hacer un buen análisis de riesgos y un buen asesoramiento al cliente y en paralelo dinamizar la creación de nuevos productos por parte de las aseguradoras que den respuesta a las actividades concretas de los clientes.

... y el de las aseguradoras

El director de Innovación de Santalucía, discurre que lo que deben hacer las entidades es abrir espacios nuevos de colaboración con las insurtech, “ya sea con centros de innovación, con programas de generación, con nuevas formas y formatos...”. Considera que el futuro del sector pasa por la creación conjunta, de modo que las entidades se alimenten del espíritu innovador de las startups y estas puedan probar sus soluciones con los miles de clientes que tiene una aseguradora.

Para el responsable de AXA Opensurancce el principal obstáculo que deben superar es la inercia cultural, ya que las compañías sí poseen recursos y capacidad: “Si pensamos que somos tan grandes que nadie nos va a venir a atacar, no haremos nada”.

En este sentido, habla de vencer con el paradigma de “café para todos”, por el que la aseguradora ofrecía a todos los mediadores el mismo tipo de seguro para que lo vendiese. Ahora hay productos más personalizados dirigidos a una proporción pequeña de la población y resulta más adecuado que solo los comercialicen algunos distribuidores.

A por nuevos nichos

Precisamente lo que atestiguaron todos los profesionales es que el sector Seguros está asistiendo a toda una revolución. La irrupción de las insurtech llega en un momento en el que la propia socie-



“Las insurtech estamos aquí para empujar, para provocar cierta aceleración y la única forma que tenemos de trabajar es colaborando con la compañía de seguros”. Daniel Navarro



“Al final se trata de tener las capacidades tecnológicas para poder ser el primero en crear y adaptar tecnología en este nuevo proceso y dar respuesta al cliente”.
Ricardo Peris

dad está sufriendo profundos cambios en su forma de relacionarse y de consumir. La venta online, la interactividad de las compras o el consumo colaborativo están produciendo que los distintos ramos del mercado tengan que adaptarse a ellas si quieren sobrevivir. Además de sacar a la luz nuevos nichos atractivos. “El seguro ayuda a que otros sectores crezcan, porque muchas plataformas si no tienen una póliza no arrancan, por lo que hace falta diseñar unos nuevos productos para que este tipo de economía crezca”, señala Óscar Paz, responsable de AXA Opensurance.

El director de Desarrollo de Negocio de la Correduría Peris plantea que la única forma de llegar a esos

nuevos nichos que surgen es buscando unas vías alternativas de alianzas o de colaboración para que los nuevos *players* del sector permitan alcanzarlos, “con ellos de la mano, no compitiendo contra ellos”.

Además, se requiere “tener capacidades tecnológicas para cubrir esos nuevos nichos”, puntualiza, lo que, intrínsecamente, lleva aparejado un cambio en el modelo del canal, ya que incluso quienes desarrollan el tipo de mediación más tradicional, basada en el cara a cara, ahora “necesitan estar dotados de tecnología que resuma todo su nuevo *know-how* en una aplicación”, porque la visión del cliente frente a la póliza también ha cambiado.

¿Adaptarse o desaparecer?

¿Significa esto que los canales tradicionales de distribución

de seguros van a extinguirse? Viñas i Aliau lo tiene claro y cree que dejar pasar de largo este nuevo cambio tecnológico puede ser demolidor: “Hay una generación de excepcionales profesionales de la mediación, que lo son en el plano técnico, pero no tanto en el tecnológico y el empresarial, y si no se adaptan a esta tecnología van a desaparecer”, sentencia.

Para Óscar Paz es un proceso que, si no es inmediato, sí es inexorable. No se trata, a su entender, de perder el valor en el proceso administrativo o de venta, pero sí dotar de la tecnología a todos los profesionales para generar más valor con el cliente, que lo está reclamando.

En este punto Ángel Urquiza, director de Innovación de Santalucía, hace una puntualización, llamando la atención en que también existen muchas tipologías de clientes, no solo los digitales: “La propuesta de valor al final tiene que ser global, pero tiene que saber personalizar en cada cliente para hacer la experiencia suya”. Estas diferentes velocidades que aprecia en los clientes también supone mantener el canal tradicional con el que los menos digitalizados se sienten más cómodos.

“No los puedes perder”, apostilla el presidente director general de Seguros Broker, “pero simplemente ese es el segmento que va hacia la extinción por simple relevo generacional”. A su entender el problema es que muchos mediadores tradicionales ven en la tecnología una amenaza contra la que tienen que competir, “en lugar de ver algo que tienen que integrar para mejorar su posición en el mercado y su propuesta de valor en su relación con los clientes”.

AITANA PRIETO / CARMEN PEÑA

FOTOS: IRENE MEDINA

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



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.



TU CORREDURÍA **GANA CLIENTES CON EL MARKETING EMAIL** **TU NEWSLETTER**

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 mas que los que no lo tienen. Estas cifra 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 Fundstec, quieren dar prioridad a los trabajadores por cuenta propia de mas 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

La **FRANQUICIA**, la apuesta de los pequeños corredores para crecer

Al igual que ocurre con emprendedores de otros sectores, muchos pequeños corredores de seguros encuentran complicaciones para desarrollar sus negocios en un mercado con gran competencia.

Según los últimos registros de la DGSFP y las Comunidades Autónomas, son más de 5.500 los profesionales que operan en este sector. Hacerse un hueco y ser rentables es complejo, por eso muchos ven en franquiciarse un modo de progresar.

“Empezar en solitario en nuestro sector es muy complicado y cada vez lo va a ser más. La legislación, la competencia, los conocimientos de los clientes... hacen cada vez más difícil el día a día como para estar solo”, señala Juan David Ruiz, CEO y socio de [Ruiz Re](#).

“Una alianza solvente es hoy en día casi imprescindible”, corrobora Ángel Mirat, director de Desarrollo de Negocio de [Albroksa Correduría de Seguros](#), quien, eso sí, advierte de la necesidad de encontrar “un buen compañero de viaje”. Y es que la elección de con quién franquiciarse resulta crucial, ya que, si el corredor no quiere perder su identidad y forma de trabajar, tiene que vincularse a alguien

“que tenga una misma concepción del negocio, con objetivos y metas comunes”.

A esta situación actual del sector asegurador, en el que cada vez operan más compañías con nuevos productos y canales de distribución, se le añade otro hándicap que tienen que superar los pequeños corredores: la globalización, omnipresente en todas las industrias, pero que en esta “obliga a la mediación a reconducir su estrategia, integrándose en una correduría de primera línea a nivel nacional y así, conjuntamente, unir recursos para afrontar el futuro con mayor solvencia”, considera Ignacio Villén, director de Franquicias de Grupo PACC Corredurías de Seguros.

Además, Fernando Castellanos, director general de Centerbrok, destaca que franquiciarse permite disponer a los mediadores de una serie de medios y estructuras imprescindibles para tener peso en el sector: “Los corredores que se franquician buscan lo que no pueden conseguir a título individual, tanto por su tamaño como por su limitada capacidad económica. Buscan medios y soluciones para ser competitivos frente a otros actores del mercado como la banca, los comparadores, los agentes, los grandes brokers...”

Mucho más que competir

Aunque resulta evidente que la disposición de mayores recursos para operar en el mercado es una de las razones primordiales por la que los profesionales se franquician, desde Ruiz Re añaden que, en su caso, “por lo que se quedan es por los valores humanos del colectivo, y por el sentido de pertenencia, libre y gratuita, a la empresa, que acaban viendo como suya propia, como un socio más”.

Y es que no todo se reduce a unirse a una correduría más grande para ganar en competitividad. Muchos mediadores también acuden

La elección de con quién franquiciarse resulta crucial, ya que, si el corredor no quiere perder su identidad y forma de trabajar, tiene que vincularse a alguien que tenga una misma concepción del negocio, con objetivos y metas comunes.

a esta figura asociativa intentando obtener algo más, como el prestigio de una marca que les permita ampliar su cartera: “El franquiciado busca ante todo confianza, seguridad y un equipo de personas que le ayude a tener éxito. Busca una oferta diferencial que le deje competir frente a otros canales, y que sus futuros clientes así lo perciban”, enumera Luis López-Visús, director general de Espabrok.

Para Ángel Mirat el corredor lo que quiere es “evolucionar, ser capaz de dar una mejor respuesta a sus clientes y

acceder a clientes hasta ahora inalcanzables”. No obstante, aunque muchos profesionales ven en esta unión una manera de sobrevivir en un mercado atestado de competidores y con una progresiva guerra de precios, muchos otros van más allá y lo consideran como una forma de crecer.

Obstáculos para la integración

Los aspectos positivos de franquiciarse son evidentes: tener un volumen para competir en el mercado, estar avalado por una marca reconocida, disponer de recursos variados para trabajar... Pero no todo son pros. Muchos pequeños corredores temen que con esa alianza vayan a perder sus señas de identidad, a tener que relegar



Los corredores que se franquician buscan lo que no pueden conseguir a título individual, tanto por su tamaño como por su limitada capacidad económica: medios y soluciones para ser competitivos frente a otros actores del mercado

sus objetivos personales y a tener que dar más peso al tema económico que a la atención al cliente.

Fernando Castellanos admite que la pérdida del control del negocio y la propia personalidad echan muchas veces hacia atrás a los mediadores de menor tamaño: “A mi modo de ver la integración no está avanzando más rápido por la falta de confianza en proyectos empresariales de unificación con experiencia contrastada. El tamaño es necesario, pero siempre que detrás haya una gestión acorde al mismo y puede que esto esté fallando en muchos procesos que terminan abortando y creando desconfianza en el pequeño corredor”.

Además, reconoce, que en muchos casos son las propias aseguradoras las que se niegan a la unión de pequeñas carteras en grandes corredurías, lo que “no ayuda a promover la integración de estos mediadores, que están condenados al fracaso, y que a la larga solo le generará problemas”.

Juan David Ruiz hace un inciso sobre la necesidad de que esta integración de negocios estuviese amparada por la ley, “para proteger al mediador que quiere franquiciarse, que tenga un tiempo determinado ‘de prueba’ para poder evaluar la decisión tomada y no tenga peligro de perder su autorización o clave”.



Pero a su parecer no todos los impedimentos son cuestiones ajenas a los propios corredores. De hecho, cita que en muchas ocasiones es el ego y el orgullo de los profesionales los que les frena para franquiciarse, “el recelo por un modelo que funciona”. “Este ‘muro’ de las primeras visitas o contactos es el más difícil de salvar, porque muchas veces no permiten siquiera que les ayudes a que lo prueben durante un tiempo”, protesta.

De la misma opinión es Ignacio Villén: “Cambiar tu metodología de trabajo, tu imagen, tu programa informático y, en definitiva, salir de tu zona de confort a nadie le gusta. No es fácil reconocer que otros

lo están haciendo mejor que tú”, apunta.

Elegir el modelo correcto

Para Centerbrok el mayor obstáculo con el que se encuentran es “el desconocimiento del modelo, de tal forma que cuando se pretende desarrollar el mismo sin un estudio previo de todas las fases que conlleva, se termina con muchos problemas y generando desconfianza”.

En este sentido, Luis López-Visús pone el acento en la variedad de modelos en el mercado a los que puede optar un pequeño corredor para desarrollar su trabajo: “Se trata de buscar el que más se ajuste a lo que busca el corredor. Franquiciarse es una excelente opción, pero también hay otras con muy interesantes resultados”, confiesa.

En este sentido, Castellanos hace una diferenciación entre colaborador y franquiciado, una figura esta última que considera que se gestiona con mayor eficacia interna y mayores garantías de servicio para el cliente. “Ello incrementa la capacidad y tamaño de la correduría lo que a su vez la hace más competitiva y, por tanto, más atractiva para las compañías”, concluye.

También desde Grupo PACC ponen especial cuidado en distinguir ambas figuras: “No debemos confundir un colaborador externo con un franquiciado y por ese motivo es importante comparar productos antes de incorporarse a una organización”, sostienen.

En definitiva, “lo realmente importante es encontrar un modelo idóneo que se adapte a las necesidades y expectativas de cada profesional”, concluye Mirat, para quien franquiciarse es “una decisión trascendental”. De ahí que, a su entender, no se trate exclusivamente de una opción que atraiga a nuevos corredores como forma de incursionarse en el mercado de seguros de forma más segura, sino que considera que la determinación de unir fuerzas con una correduría grande “debe producirse en un momento muy concreto, de madurez profesional, en búsqueda de una mayor rentabilidad y un mejor posicionamiento”.

¿Qué ganan las grandes corredurías?

Pero esta alianza no solo resulta provechosa para los pequeños profesionales, sino que las grandes corredurías han apostado por esta fórmula, sabedoras de que les reporta muchos beneficios. Desde Grupo PACC tienen claro todo lo que aporta a su solvencia: “Un alto grado de posicionamiento geográfico a nivel nacional nos permite contar con una extensa red comercial, que a su vez nos proporciona una enorme capacidad de venta, que nos facili-

ta poder negociar con nuestros proveedores (las aseguradoras) unas muy favorables condiciones económicas y técnicas para todo el grupo, sucursales propias y franquicias”, cita Villén.

Unas ventajas que comparte Ruiz, pero que considera que superan los beneficios meramente cuantitativos: “Abrir de par en par las puertas y ventanas de tu correduría a compañeros de profesión de diferentes zonas y composiciones de negocio nos ha ayudado a acelerar nuestro proceso de mejora continua de todos los sistemas internos y departamentos, formación, medios de comunicación e informática, marketing...”.

“Tiene la ventaja que desde cero, crecemos juntos franquiciador y franquiciado en la explotación de su negocio”, señala López-Visús, quien revela que ese crecimiento también repercute en su propia compañía: “Nos aporta capilaridad de red, nos permite llegar a muchos más sitios, potenciar nuestra marca y desarrollar una estructura comercial homogénea con desembolsos asumibles”.

Si bien obtener desarrollos exponenciales es a lo que aspira cualquier tipo de negocio, en la mediación “la capacidad de asesoramiento al cliente, la cercanía y el servicio son intangibles” y estos

La integración no está avanzando más rápido por la falta de confianza en proyectos empresariales de unificación con experiencia contrastada.



los proporcionan en muchas ocasiones esos pequeños corredores, que mantienen una relación más próxima y de día a día con los clientes: “En nuestro modelo de negocio tienen una relevancia vital, forman parte del ADN de nuestra empresa”, sostiene el director de Desarrollo de Negocio de Albroksa.

Franquicias de seguros al detalle



ALBROKSA. “Hemos diseñado un modelo de negocio propio, en el que el franquiciado es el protagonista. Nuestra misión es ser capaces de facilitar a nuestros franquiciados las herramientas necesarias para alcanzar metas cada vez más ambiciosas. Una fuerte capacidad aseguradora, un alto grado de autonomía y un fuerte desarrollo tecnológico son los ejes básicos de nuestro modelo. Somos muy cuidadosos en la selección de los franquiciados: han de ser profesionales con un perfil muy concreto que vivan nuestra profesión con tanta intensidad y dedicación como nosotros. Esta cuestión prevalece sobre otras, no queremos hacer negocio con el canon de entrada. La inversión en este sentido es mínima”.

Actualmente cuenta con 31 delegaciones. A las 11 que ya disponía en Extremadura, se han unido, tras el primer año de expansión nacional, 20 franquicias distribuidas por el resto del territorio nacional. En 2017 su objetivo es alcanzar las 50 delegaciones franquiciadas.



CENTERBROK. “Tenemos un sistema de integración de carteras manteniendo la franquicia la titularidad de la misma y el control del negocio, dirigida a profesionales del sector, que requiere una inversión pequeña, en relación de la que se necesita en otros sectores. Nuestro sistema requiere de un plazo de 2 meses para la puesta en funcionamiento y no exige compromisos de producción tan solo de funcionamiento y operativas”.

Centerbrok dispone de 18 franquicias, que este año pretenden ampliar hasta las 20, integradas por agentes,

empleados de compañías y corredores con carteras inferiores a 1,5 millones de euros. “Queremos ofrecer a nuestras franquicias un servicio cercano y de calidad y por ello no buscamos mayor crecimiento en cuanto a franquicias externas. A partir de este momento creceremos a través de la integración en el sistema de franquicias de nuestra red de corredurías asociadas, donde hay muchas con un perfil claro de integración”.



ESPABROK. “Minimizamos los riesgos a los que cualquier empresario se enfrenta, con el respaldo de una marca respetada en el mercado como Espabrok. A todo esto, sumamos acuerdos exclusivos con entidades líderes, formación de calidad, networking con el resto de red para compartir buenas prácticas, productos competitivos, tecnología puntera, experiencia en suscripción de riesgos complejos, y una comunicación fluida con nuestro franquiciado. Nuestra oferta de valor le permite competir en su zona, siendo diferente de una manera eficiente”.

“Desde Espabrok realizamos una selección exigente de nuestro franquiciado, pues será la prolongación de nuestra imagen en su zona de influencia. Pedimos que le guste el trabajo en equipo, que su actividad objeto sea la del asesoramiento en seguros, disponer de oficina física y muchas ganas de crecer”.



GRUPO PACC. “Las ventajas que se derivan de la utilización de nuestro método se basan en las economías de escala y en la optimización de recursos que supone el formar parte de una sólida red, teniendo así la

oportunidad de responsabilizarse de la gestión comercial de su centro, sabiendo que va a estar respaldado por una experiencia contrastada, una formación adecuada, una imagen de marca y un plan de comunicación que en conjunto son factores que minimizan los posibles riesgos que cualquier negocio conlleva. Cada franquiciado tiene su propio negocio, operando bajo la marca de Grupo PACC y dentro de las normas operativas del Grupo. Actualmente tiene 44 oficinas franquiciadas distribuidas entre 22 provincias. “No somos partidarios de los rápidos crecimientos, preferimos ser muy selectivos a la hora de permitir la entrada en nuestra organización de nuevos franquiciados y realizar una puesta en marcha muy profesional, lo que sería imposible con un crecimiento desmesurado”.



RUIZ RE. “Nuestro modelo es libre y gratuito. No tenemos ninguna cuota, ni de mantenimiento ni de informática. No exigimos ningún requisito previo ni económico, ni de local, cartera... Lo importante son las personas. Tampoco tenemos un objetivo por zonas o número de franquicias al año. Además es un sistema solidario, donde conseguimos el mayor número de objetivos y

compromisos con las aseguradoras, aprovechando la especialización de cada socio comercial en las diferentes materias, porque los objetivos son del grupo, no existen los objetivos individuales, ni los mínimos para poder acceder a los acuerdos. Si lo conseguimos es para todos, desde la primera póliza. Somos un equipo”.

Ruiz Re trabaja con 3 direcciones comerciales (Sureste, Levante y Noroeste), integradas por más de 30 mediadores de seguros. “Nuestra apuesta está basada en el crecimiento orgánico de nuestros socios comerciales, de sus carteras de clientes y de sus productos, mucho más que en las nuevas incorporaciones”.

Un futuro para crecer

Si se pone la vista a la evolución de este modelo en el sector de los seguros, el director de Franquicias de Grupo PACC vuelve a resaltar que “muchas corredurías se han apuntado al carro de las franquicias, pero muy pocas lo hacen de forma profesional”, ya que lo que ofrecen es principalmente una colaboración.

También escéptico sobre la marcha del sistema de franquicias se muestra el director general de Centerbrok, quien destaca un hecho puntual que ha obstaculizado su evolución: “Que el supervisor introdujera algunas incertidumbres sobre el modelo en 2009, lo ha ralentizado”. En cualquier caso, y aunque señala que aún no se ve un desarrollo importante, confía en que tome impulso en los próximos años.

Más optimista se muestra el CEO y socio de Ruiz Re, para quien “cada vez hay más modelos profesionalizados y con una estrategia empresarial clara y definida”. Eso sí, pone el acento en que el gran reto de este sistema es “la continuidad y que los cimientos sean sólidos. No hay que tener prisa, y construir desde los parámetros cualitativos, de calidad”.

De similar opinión es Ángel Mirat: “La tendencia a la concentración hace que el modelo de franquicia esté cada día más presente en el sector de la mediación de seguros”, favorecido por la proactividad exigida a los profesionales debido a la competitividad en el mercado, el mayor desarrollo tecnológico, los productos exclusivos, la mayor segmentación y el claro enfoque al cliente”.

“La evolución de este modelo está en alza, pues la situación de mercado obliga a pensar en grande”, subraya el director general de Espabrok, para quien “cuando estás con el apoyo de un colectivo, la estabilidad de tu negocio se ve reforzada”.



La tendencia a la concentración hace que el modelo de franquicia esté cada día más presente en el sector de la mediación de seguros

Jornada 'Perspectivas del Seguro y la Economía para el año 2017'

El seguro español vuelve al de dos dígitos

CRECIMIENTO

Emilio Ontiveros,
José Boada, Pilar
González de Frutos
y José Antonio
Sánchez.



Los ingresos de las entidades aseguradoras por la venta de pólizas a cierre del pasado año ascendieron a 63.827 millones de euros, un 12,24% más que un año atrás, volviendo así a un crecimiento de dos dígitos. De este importe, 32.703 millones de euros correspondieron al ramo de No Vida y los 31.124 millones restantes al de Vida, según muestran los datos provisionales recabados por **ICEA** en la jornada 'Perspectivas del Seguro y la Economía para 2017'.

En un repaso rápido de los datos, la facturación del ramo de No Vida aumentaba al cierre del cuarto trimestre un 4,49% en términos interanuales, facturando 32.703 millones de euros en primas. La mejora de esta actividad se fundamenta en el tirón de todas las líneas de negocio, con mención especial de las pólizas de Automóviles. Los seguros de motor incrementaron su aportación un 5,11%, hasta los 10.565 millones de euros. Llegando a tasas propias de hace más de 10 años.

El ramo de Salud ha llegado a la cifra record de 11 millones de asegurados y la partida de seguros denominada Resto No Vida

—que engloba las pólizas más ligadas a la actividad económica— tuvieron, igualmente, un desempeño destacado. Los seguros sanitarios aumentaron su facturación en otro 5,07%, hasta los 7.734 millones de euros; mientras que la categoría resto No Vida incrementó sus ingresos un 4,32%, hasta los 7.637 millones de euros.

Los seguros de Multirisgos ingresaron, por su parte, un 3,09% más por la venta de pólizas, hasta los 6.767 millones de euros. Bajo este término se incluyen las pólizas de Hogar, Comunidades de vecinos, Comercios e Industrias.

El ahorro gestionado en productos de seguro de Vida, medido a través de las provisiones técnicas, alcanzó los 177.735 millones de euros. Este importe supone un incremento interanual del 5,98%, de acuerdo con las estimaciones de ICEA.

Vida rompe tendencia con los fondos de inversión y los fondos de pensiones. En 2016 el crecimiento del 6% del ahorro gestionado se sitúa ligeramente por detrás de los fondos de inversión que lo hicieron un 7% y por encima de los fondos de pensiones (un 3%).

Unespa aboga por un sistema de adscripción cuasiobligatorio

José Boada, presidente de ICEA, fue el encargado de abrir la jornada 'Perspectivas del Seguro y la Economía para el año 2017', quien tras una breve referencia a la situación del sector que "se encuentra a unos niveles de recuperación similares a 2008", dio paso a Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa, que calificó 2016 como "un ejercicio histórico, algunos creen que incluso irreplicable, por lo que supone de cambio o giro de tendencia respecto de unos años muy moderados".

Tras el avance del comportamiento que han tenido todos los ramos en 2016, González de Frutos dijo que "ha llegado el momento de plantearse seriamente, como colectivo, las necesidades de la previsión en el marco de una sociedad crecientemente envejecida. La opción de Unespa es clara a favor de un sistema de adscripción cuasiobligatorio. Se trata de un esquema que encierra una importantísima capacidad de generación de ahorro. En el caso simplificado que hemos desarrollado, contando con una tasa de salida del 25%, el sistema es capaz de generar, en su punto máximo, una masa de ahorro más o menos equivalente a toda la masa salarial actual de los trabajadores. Esto supondría cuadruplicar el ahorro actualmente acumulado. En segundo lugar, el sistema es susceptible de generar un importante flujo de prestaciones. Además, hay que tener

Vida Riesgo alcanzó una facturación record con el crecimiento más alto desde 2006

en cuenta que un entorno de ahorro cuasiobligatorio es susceptible de aportar importantes tasas de sustitución sobre el salario para aquellos trabajadores que ahorren durante toda su carrera laboral. Los estudios realizados por organismos internacionales, como la Comisión Europea, vaticinan una reducción futura de la tasa de sustitución de la pensión de reparto".

El aumento de primas más alto desde 2002

Posteriormente, tomó la palabra José Antonio Sánchez, director general de ICEA, para resaltar que 2016 ha sido un año en el que se ha intensificado el crecimiento hasta alcanzar el 12,2% de incremento en primas. "Es el aumento de primas más alto desde el 2002. Se ha intensificado en todos los ramos, pero en Vida Riesgo se alcanzó una facturación record con el crecimiento más alto desde 2006. La subida del ahorro previsión se ha multiplicado por 6".

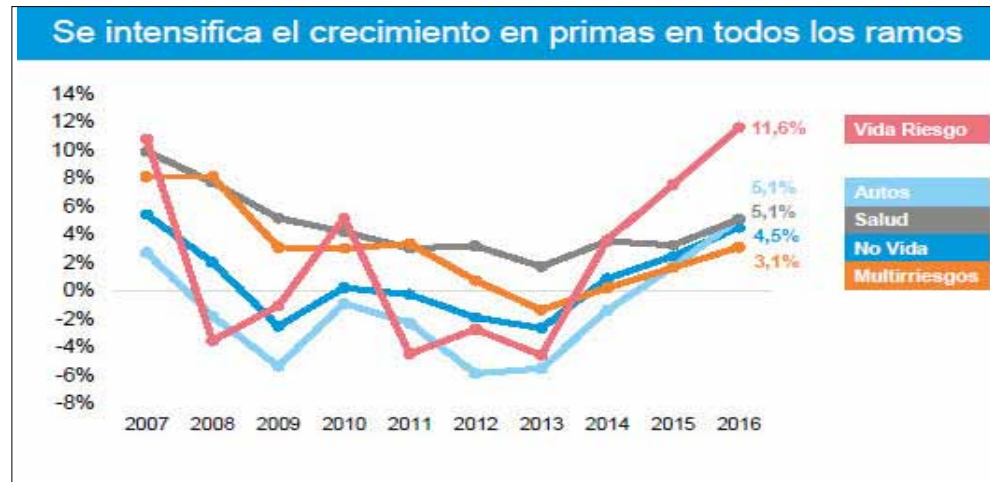
Entre otras cosas, Sánchez resaltó que "en el tercer trimestre de 2015 el beneficio de sector era un -19% y en el mismo periodo de 2016 gana un 11%".

Por otro lado, sigue habiendo una progresiva concentración del negocio. El 10% de las entidades tienen el 62,1% del beneficio y el 35,9% de las primas. El director general de ICEA aclara que eso "no significa que el resto no sean rentables. De 153 entidades que hay, solo 20 tuvieron pérdidas".

Para 2017, José Antonio Sánchez se atrevió a aventurar un



José Luis Ferré, Silvia Ávila, José Antonio Sánchez, Javier Murillo y José Manuel Inchausti.



crecimiento del 4-4,3%, en una perspectiva de PIB de 2,5% y una inflación media del 2%.

En la última parte de su intervención, Sánchez llamó la atención sobre el cambio que se avecina con la conectividad global que será una realidad en 2025. Las organizaciones de ahora trabajan en equipo, retienen a los clientes satisfechos, se basan en algoritmos, no están todos en una sede social central sino que está deslocalizada, se realiza un crowdsourcing con partners, hay una externalización, no hay jefes, se basan en dashboards (down-top), con plantilla escalable (con el uso de freelance) y se reinventan continuamente.

Emilio Ontiveros, presidente de Analistas Financieros Internacionales, cerró la primera parte de la jornada anticipando un aumento del PIB del 2,5% en 2017 (frente al 3,2% de 2016).

Vida reducirá su crecimiento en 2017

Silvia Ávila, subdirectora general de Banco de Sabadell y directora de bancaseguros de esa misma entidad, fue la encargada de presentar los datos del seguro de Vida. Entre otras cosas, señaló que “como los tipos de interés seguirán muy próximos a 0 en los depósitos ban-

Los tipos de interés próximos a 0 en los depósitos bancarios, hace que el ahorro se movilice hacia fondos de inversión y hacia seguros con rentabilidades más atractivas

carios, el ahorro se moviliza hacia fondos de inversión y hacia seguros con rentabilidades más atractivas”.

Sobre las previsiones de este año, en Vida Riesgo estimó un crecimiento del 10%, frente al 11,59% de 2016. Mientras vaticina un 2,5% en 2017 en los saldos de Vida ahorro y

pensiones frente al 2,4% en 2016. En seguros de ahorro se ha crecido un 6% en 2016 y se prevé un 4% en 2017. En global el ramo de Vida creció un 4,6% en 2016 y se prevé que sea algo más del 3% para 2017.

Para conseguir una evolución cualitativa en Vida y pensiones, Ávila señaló la necesidad de: una colaboración pública y privada para fomentar la educación financiera; información de la pensión pública y posicionamiento del sector orientado a la planificación financiera (web de la Seguridad Social para la estimación de la pensión) y herramientas de simulación de entidades financieras (bancos, aseguradoras, gestoras); formación de las redes comerciales (importante esfuerzo de formación de las redes que se intensificará significativamente en 2017 como consecuencia de los requerimientos de Mifid II); mayor homogeneidad, claridad y transparencia en los productos con los indicadores de riesgo y de liquidez; y digitalización de la oferta y de los servicios a través del móvil con mayor información y autonomía en la gestión.

Salud experimenta el mayor crecimiento desde 2008

Para informar sobre el futuro y presente del ramo de Salud, tomó la palabra Javier Murillo, consejero-director general de SegurCaixa Adeslas, que comenzó su intervención diciendo que en 2016 se experimentó el mayor crecimiento desde el comienzo de la crisis en 2008. En este periodo Salud ha sido el ramo que más ha aumentado en No Vida, y desde 2008 ha incrementado en cinco puntos su

peso entre los seguros generales, hasta alcanzar el 23,6% del total del mercado No Vida.

El seguro de Salud consolidó su fortaleza en 2016 al crecer un 5,07% en ingresos por primas, según los últimos datos de ICEA. “Este avance se apoya en un aumento en el número de asegurados”, explicó Murillo.

Una de las palancas del crecimiento ha sido la evolución del seguro Dental, con aumentos de dos dígitos en el volumen de primas y asegurados en los últimos cinco años.

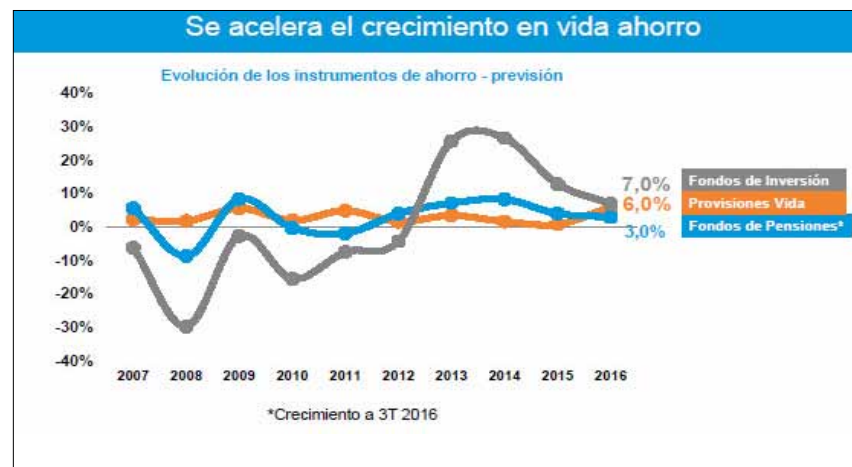
La mayor oferta de productos en busca de nuevos segmentos de clientes, la fuerte competencia entre operadores, la presión al alza de los costes de la prestación sanitaria y los nuevos conciertos de funcionarios, marcarán las tendencias en seguros de Salud en el ejercicio que acaba de comenzar, concluyó el consejero-director general de SecurCaixa Adeslas, quien estimó un crecimiento para 2017 del 4%, algo por debajo de estos dos últimos años. Además, se producirá una mayor oferta de productos en busca de nuevos segmentos de clientes.

El futuro del negocio pasa por la digitalización

José Luis Ferré, consejero delegado de Allianz, fue el encargado de presentar el comportamiento de los ramos Multirriegos que creció un 3,1% con 6.767 millones de euros en primas. Resaltó que Hogar, Comunidades y Salud han sido los 3 únicos ramos que han tenido crecimiento en todos los años de la crisis.

El comportamiento de las diferentes modalidades el año pasado fue dispar: Hogar creció un 3,6%; Comercio un 1,7%; Comunidades un 2%; Industria un 2,4%; y otros Multirriesgos un 8%. La cuota de Hogar en este momento se sitúa en el 59% del ramo. Comercio está en el 9% y Comunidades, en el 12%.

El futuro del negocio, según Ferré pasa por la digitalización, que es imprescindible en el siglo XXI, con la optimización de pro-



cesos a través del uso de las tecnologías móviles (Smartphone, Tablet) a todos los niveles del proceso de negocio (mediadores/usuarios) y uso del IoT (internet de las cosas) que facilitará la interacción con el usuario y la recolección de datos. Por otro lado, se tiende a la simplificación de procesos, modelos y productos. Así como la función activa del asesoramiento personal, que sigue siendo clave para la perfecta interacción con el cliente. Y, por último, el Big Data o análisis masivo de información que permite reaccionar más rápidamente gracias a los modelos simplificados de precio.

Para 2017 auguró que Hogar y Comunidades seguirán con un crecimiento estable, mejorará el crecimiento en Comercio e Industrias. En total, se producirá un crecimiento ligeramente superior a 2016, alrededor del 4%.

Por último, José Manuel Inchausti, consejero delegado terri-



Un supervisor fuerte y específico de Seguros

Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa, en una rueda de prensa anterior a la jornada, redundó en la tesis que la patronal aseguradora viene señalando sobre la necesidad de “un supervisor específico de Seguros, fuerte y con recursos”, que pueda representar al seguro español ante las autoridades europeas, y que cumpla los estándares internacionales de independencia del Gobierno. El ámbito regulatorio debe mantenerse en el ámbito del Ministerio.

En cuanto al borrador de ley de Distribución de Seguros, comentó que es muy equivalente a la Ley de Mediación. Donde más novedades se han introducido es en

la información a los asegurados, pero no hay modificaciones en la forma en la que se distribuye.

En este sentido, Flavia Rodríguez-Ponga, directora general de Seguros, durante su intervención en la Jornada de ICEA, adelantó que la previsión del órgano de control es que el primer borrador de la próxima ley de Distribución de Seguros debería estar listo para el mes de abril. Asimismo, destacó que este texto recoge todas las figuras que comercializan productos de seguros y pormenoriza en la venta online, que hasta ahora no tenía una regulación específica.

28

torial de Mapfre Iberia, hizo un análisis del ramo de Autos, en el que se emitieron 7.902 millones de euros en primas y obtuvo un crecimiento del 4,9% en 2016. En cuanto al ratio combinado, comentó que ha crecido a pesar de que se han ido reduciendo los gastos y es difícil bajarlo del 99%.

Sobre el baremo comentó que aún no ha influido mucho en el ramo. Hay que esperar a ver qué ocurre en 2017. Pero calcula que el impacto económico en el coste de la RC corporal será del 16,2%. Para este año, Inchausti pronostica que se producirá un incremento del 4%.

Hay un 18% menos de aseguradoras desde 2010

El cierre de la jornada lo hizo la intervención de Flavia Rodríguez-Ponga, directora general de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP). Comenzó señalando que desde 2010 se había reducido en 52 el número de empresas que a 31 de diciembre de 2016 estaba en 235 aseguradoras, un 18% menos que hace

seis años. Se trata de un sector solvente que tiene, de media, 2,2 veces el mínimo exigido por Solvencia II.

Entre los retos del sector, la directora de Seguros indicó:

1. La consolidar lo conseguido. Ha logrado mantener su fortaleza durante la crisis en niveles superiores al 5% del PIB.
2. Gestionar un entorno de bajos tipos de interés.
3. Gestionar el envejecimiento y la longevidad. Tanto en los seguros de Vida como de No Vida (Decesos, Dependencia...)
4. Continuar con la implantación de Solvencia II y la normativa que se vaya aprobando.
5. Aprovechar las ventajas de la innovación tecnológica y gestionar sus riesgos.
6. Mejorar la satisfacción de los clientes.
7. Desarrollar los equipos para hacer una buena gestión empresarial.
8. Buscar nuevos mercados y nuevas alianzas.
9. Tomar decisiones buenas en la era digital.

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

Barómetro de Adecose

Por tercer año consecutivo crece la **SATISFACCIÓN** de los corredores con las aseguradoras

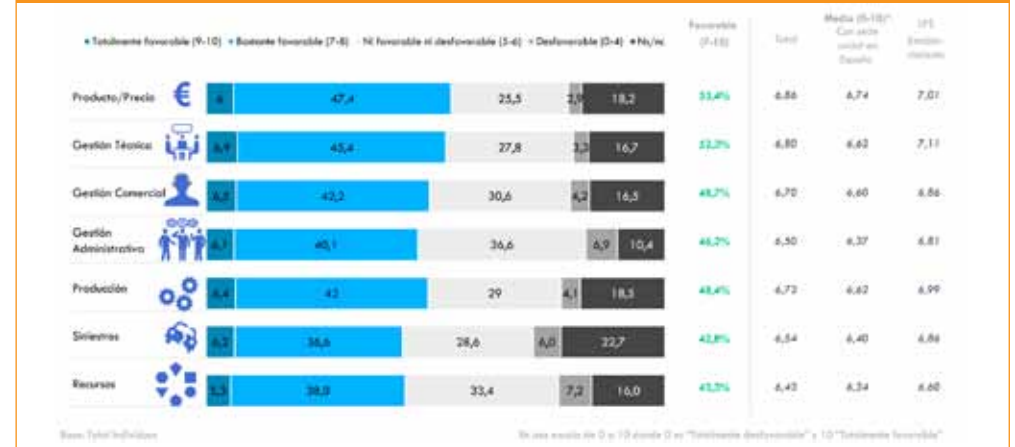
La satisfacción global de las corredurías con la calidad del servicio de las aseguradoras ha aumentado por tercer año consecutivo, situándose en el 6,68, seis décimas por encima de la nota del año anterior, en el que un 57,9% de los encuestados calificaron su grado de bienestar con las entidades como total o bastante favorable. Así se revela en la VIII edición del Barómetro [Adecose 2016](#).

Martín Navaz, en la presentación de los resultados del último Barómetro dio a conocer que en esta edición se han incorporado algunos parámetros que antes no estaban, preguntando sobre: los canales de comunicación habituales entre las corredurías y los clientes; adaptación a la especialización por ramos de actividad de las aseguradoras; el uso de los datos de los clientes por parte de las entidades; y la tecnificación en los intercambios de información, la asistencia de proveedor tecnológico especializado, la satisfacción con el mismo y valoración de su participación en la divulgación en los usos y limitaciones del Estándar de Intercambio de Comunicación (EIAC).

SATISFACCIÓN GLOBAL CON LA CALIDAD DEL SERVICIO SEGÚN RAMO DE TRABAJO



VALORACIÓN DE LAS ASEGURADORAS EN ASPECTOS CONCRETOS DEL SERVICIO



Adentrándose en el análisis preciso de los datos, Navaz comentó que en el Estudio sobre la Calidad de Servicio de las Aseguradoras, se indica que el 57,9% de los encuestados ha considerado su grado de satisfacción con la calidad del servicio de las aseguradoras como “total” o “bastante favorable”, una valoración que se incrementa ligeramente con respecto al año anterior, en la que dieron esa respuesta el 57,7% de los encuestados. Este año aunque sigue existiendo un mayor grado de satisfacción con las entidades que están en libre prestación de servicio (LPS) 60,8%, se da la circunstancia de que han sufrido una disminución (el año pasado era el 65,9%); mientras que las de sede social lo han seguido incrementando hasta el 55% (en 2015, era el 52,5%).

Asistencia en Viaje, el ramo más valorado

Por ramos, el mayor grado de satisfacción (por encima del 7 sobre 10) lo obtiene Asistencia en Viaje (el 67,5% da esa puntuación); seguido de Responsabilidad Civil, con un 65,7% (que aunque ha aumentado, el año pasado tuvo el 46,3%, ha perdido la supre-

macía que ostentaba en la edición anterior); Salud, con un 63%; Defensa Jurídica con un 60,6%; y Patrimoniales con un 58,3% (al igual que en RC, aunque ha aumentado el porcentaje de las corredurías que valoran el ramo por encima del 7, ha perdido el segundo puesto que obtuvo en 2015). La media de valoración de todos los ramos está por encima del 6 sobre 10, menos Asistencia en Viaje que llega al 7, y Salud es el ramo dónde se produce la mayor diferencia entre la compañía mejor valorada y la peor.

Entre los aspectos concretos del servicio, Producto/Precio sigue siendo el mejor valorado con un 6,86 sobre 10 (el año pasado, 6,70); seguido de Gestión Técnica, con un 6,80; Producción, con el 6,73; Gestión Comercial, con el 6,70; Siniestros, con un 6,54; Gestión Administrativa, con un 6,50; y en último lugar se encuentra Recursos, con un 6,43 sobre 10.

En Producto/Precio, lo más valorado es la claridad para enten-

El 57,9% de los encuestados ha considerado su grado de satisfacción con la calidad del servicio de las aseguradoras como “total” o “bastante favorable”

La DGSFP escucha a los implicados en la ley de Distribución de Seguros

La presentación de la séptima edición del Barómetro Adecose contó con la inauguración a cargo de Flavia Rodríguez-Ponga, directora general de Seguros, que quiso mostrar así su apoyo a esta iniciativa que es “positiva y muy útil para las compañías, ya que las permite saber cuáles son los puntos de mejora”.

Además, aprovechó su presencia en el acto para informar de los trámites que se están llevando para la trasposición de la Directiva de Distribución de Seguros (IDD). El pasado 19 de enero se dio a conocer el primer texto de la futura Ley de Distribución de Seguros que, según indicó, se trata de “un preborrador para verlo internamente, no para divulgar”, y en la DGSFP se iban a estar recibiendo observaciones sobre él a lo largo de los primeros 10 días de febrero. A partir de ese momento se elaboraría el primer borrador, disponible a partir del 16 de febrero.

La directora general de Seguros comentó que se trata de un procedimiento de consulta previa que se tiene que hacer en toda nueva normativa de cada sector. “Es obligatorio decir por qué se hace cada normativa y dejar un periodo abierto para que se realicen los comentarios oportunos”.

Sobre la Agencia Independiente de Seguros comentó que aún quedan algunos meses de trabajo para conseguir que sea satisfactoria para todos los que trabajamos en el sector. Es una sugerencia que ha llegado “desde distintos ámbitos europeos”, porque en los países de nuestro entorno existe esa figura. El objetivo es que “la supervisión siga siendo tan sólida como lo ha sido hasta ahora en todos los temas normativos que tenemos en Europa. Cuando tengamos más información se la iremos ofreciendo”, ya que desde la DGSFP se apuesta por “el diálogo y la transparencia”.



Martín Navaz, Flavia Rodríguez-Ponga y Juan Ramón Pla.

der los contratos de seguros y lo menos, la adaptación de la cartera de productos. En Gestión Técnica y Comercial, lo más valorado es la capacidad técnica y conocimiento de suscripción y lo menos, la agilidad de respuesta a las nuevas necesidades ofreciendo soluciones. En

Recursos, lo más valorado es la facilidad de contacto con personas con capacidad de decisión dentro de la compañía. En Gestión Administrativa y Producción, lo más valorado es la falta de errores en los documentos. Y en Siniestros, lo más valorado es la actitud en la resolución de siniestros y pago de las indemnizaciones, mientras que lo menos valorado es el acceso a la información sobre el siniestro.

Aseguradoras por encima del bien

La nota máxima que dan las corredurías de Adecose a la satisfacción global con la calidad del servicio de las aseguradoras es del 7,49 que corresponde a Hiscox, le siguen ERV (7,46), Reale Seguros (7,42), Chubb (7,28), Arag (7,06), Cigna (7,03) y DKV (7,02).

En Autos/flotas la mejor valorada es Reale Seguros; en Patrimoniales y Responsabilidad Civil, Hiscox; en Transportes, Chubb; en ramos Técnicos, Asefa Seguros; en Defensa Jurídica y Asistencia en Viaje, Arag; en Salud, DKV; en Vida riesgo/Accidentes, Surne; en Vida ahorro/pensiones, Aviva; en Seguro de Crédito/Caución/político, Solunion; y en Decesos, Fiatc.

En los aspectos concretos del servicio, Hiscox copa el primer puesto de todos ellos. Seguida en Producto/Precios por Surne, ERV, Chubb y Berkley; en Gestión Técnica, Chubb, ERV, Markel y Berkley; en Gestión Comercial, Surne, ERV, Arag y Asisa; en Gestión Adminis-

trativa, ERV, Chubb, Arag y Markel; en Producción, ERV, Chubb, Arag y Markel; en Siniestros, Cigna, Markel, Chubb y XL Catlin; y en Recursos, Chubb, Cigna, Arag y ERV.

Si solo se tiene en cuenta a las aseguradoras con mayor penetración entre los asociados de Adecose (con más del 75% de su cartera), nos encontramos que en Producto/Precio las mejores valoradas son Arag, Allianz, DKV, SegurCaixa Adeslas, Reale Seguros y Asefa Seguros; en Gestión Técnica, Arag, Asefa Seguros, DKV, Zurich, AIG; en Gestión Comercial, Arag, Asefa Seguros, DKV, Reale Seguros y SegurCaixa Adeslas; en Gestión Administrativa, Arag, Reale Seguros, DKV, Asefa Seguros y Sanitas; en Producción, Arag, DKV, Asefa Seguros, Fiatc y SegurCaixa Adeslas; en Siniestros, DKV, Reale Seguros, Arag, AIG y SegurCaixa Adeslas; y en Recursos, Arag, Allianz, SegurCaixa Adeslas, Liberty Seguros, DKV y Zurich Seguros.

En cuanto al grado de fidelidad de los corredores hacia las aseguradoras, se decantan sobre todo por ERV, Hiscox, Chubb, Surme, Allianz, DKV, Asisa y Cigna.

El 59,1% de los asociados de Adecose no conocen el EIAC

Tras haber incorporado en el cuestionario del año anterior una pregunta para determinar el conocimiento, uso y limitaciones del Estándar de Intercambio de Comunicación (EIAC), se observa cómo se va incrementando el uso y conocimiento de la herramienta entre sus socios. Sin embargo, aún hay un 59,1% que dicen no conocerlo (frente al 69,5% de 2015). Del 40,9% que lo conoce, solo lo utiliza un 56,3%. Los que no lo utilizan, señalan que tienen que hacer ajustes en los sistemas (el 44%); prefieren esperar a que se consolide (25%); o las compañías con las que más trabaja no lo tienen disponible (8%).

En cuanto al grado de satisfacción de las tecnológicas con el tema del EIAC, el 51,2% de los encuestados dan una puntuación de

notable o sobresaliente, con una nota media de 6,71 sobre 10.

Otra nueva incorporación ha sido una pregunta sobre el canal que utilizan los asociados de Adecose para comunicarse con sus clientes de empresas y

Del 40,9% de los asociados de Adecose que conoce el EIAC, solo lo utiliza un 56,3%.

el 44,1% utiliza mayoritariamente el trato personal; el 72,9% el telefónico; y el 78,1% el digital, online y email.

Por otra parte, en la nueva cuestión

sobre el uso de datos de los clientes por parte de las aseguradoras para algo diferente a la razón por la que se aportan, para un 30,4% de los encuestados las compañías usan los datos de clientes muy frecuentemente o con bastante frecuencia para otros temas.

El nivel de participación de los socios en cuanto al número de corredurías y empleados sigue creciendo, con 886 encuesta cumplimentadas y 109 corredurías participantes de los 127 socios, el 92,40%.



¿Existe una PRIMA TEMERARIA en el colectivo de Salud?



Félix Castilla.
Product Manager
de Unión
Madrileña.

Según datos de ICEA, a 30 de septiembre de 2016, el número de asegurados con una póliza colectiva ha crecido casi el doble que el de particulares (un 7,9%, frente al 3,54% de particulares). El problema es que para conseguir colectivos interesantes hay aseguradoras que bajan la prima por debajo de lo técnicamente aconsejable. Pero en todo caso, es una situación que no debe preocupar al corredor de seguros.

deren retribución en especie para el trabajador y no tribute en IRPF (con el límite de 500 euros anuales por cada miembro de la unidad familia).

RENDIMIENTO EN UNA SOLA ACCIÓN DE VENTA

Las aseguradoras destinamos equipos especializados para este tipo de cliente conscientes de las existencias de este nicho de mercado y cuyos beneficios obtenidos por “un solo disparo” son innegables.

Pero es cierto que en no pocos casos, el caramelo que supone incrementar de manera espectacular la cartera de clientes ha conllevado que la prima ofertada haya sido temeraria o directamente el colectivo haya sido ruinoso al tener en cuenta la siniestralidad.

Para un corredor esta situación donde el riesgo de la rentabilidad del colectivo es asumido por la aseguradora, podría enten-

34

Desde hace casi dos décadas la producción de las aseguradoras de Salud ha ido invirtiendo la proporcionalidad de sus carteras dando una mayor importancia al seguro colectivo. Según ICEA, a 30 de septiembre de 2016, el crecimiento del número de asegurados con una póliza colectiva fue del 7,9%, frente al 3,54% de particulares. En volumen de primas, el crecimiento ha sido de un 8,55% en colectivos frente a un 3% en particulares.

En total hay 3,55 millones de asegurados en seguros colectivos. El hecho es que las medianas y grandes empresas, y cada vez

más las pequeñas, han ido incorporando dentro de su paquete retributivo el seguro de Salud tanto para sus empleados como para sus familiares.

Sin duda ha favorecido este crecimiento la desgravación fiscal que supone para la empresa el hecho de que las cuotas abonadas por ella a favor de los trabajadores se consideren gastos deducibles en el Impuesto de Sociedades. A esto hay que unir los beneficios que suponen para los empleados el que el pago de las primas o cuotas satisfechas a través de la empresa no se consi-



derse que tan sólo tiene una lectura positiva. Aunque las primas hayan bajado, insisto, en ocasiones de forma temeraria, y consiguiendo las comisiones no han sido tan jugosas como se podría presumir, para un corredor cerrar una póliza colectiva de gran volumen podría entenderse como la situación ideal.

La particularidad de la negociación y de la infraestructura de la correduría en caso de que sea el interlocutor en la postventa del seguro entre el cliente y la aseguradora, hará que la correduría disfrute plenamente de esa venta o le provoque tal cantidad de trabajo rutinario de mantenimiento que absorberá prácticamente todos los recursos humanos, técnicos y temporales, llegando a colapsar y/o frenar la captación de nuevos clientes.

Gran parte de los concursos generados por las medianas y grandes empresas son gestionados por las aseguradoras directamente o por los brokers, donde el perfil de la red comercial suele ser más acorde al de este tipo de cliente.

El campo donde mejor se mueve la inmensa mayoría de las corredurías en pólizas colectivas es en el terreno de las pymes. La

En volumen de primas, el crecimiento ha sido de un 8,55% en colectivos frente a un 3% en particulares. En total, hay 3,55 millones de asegurados en seguros colectivos.

cercanía que necesitan ante cualquier problemática sigue siendo el punto fuerte de este canal.

EL COLECTIVO ABIERTO

Centrándonos de nuevo en el crecimiento del seguro colectivo, lo denominado comúnmente como colectivo abierto donde se presupone una relación entre los miembros de ese colectivo (profesión o colegio profesional, empleado de compañía, socios de clubes, etc.) ha crecido en la misma o incluso en una mayor proporción. De cara al corredor esta situación ha favorecido que muchos particulares que bajo ningún concepto se habrían planteado la contratación de un seguro de Salud, sí tengan la oportunidad de acceder a él. Para un me-



diador, si bien va a suponer una mayor capacidad y facilidad de obtener nuevas ventas, las comisiones generadas van a ser muy inferiores a las obtenidas por un particular.

En definitiva, el corredor debe plantearse si el cliente de mediana y gran empresa es el tipo de cliente que le gustaría tener y es más cercano a su forma de trabajar y experiencia; si dispone de capacidad suficiente como para atender y dar el mejor servicio a su cliente; y, por último, si las comisiones generadas compensan las dificultades de este tipo de acuerdos y la diferencia respecto a una póliza particular. Y no hablamos de lo que supone perder esos colectivos en una correduría modesta...

Mejoras en el seguro de viaje de negocios

ERV ha incorporado a su seguro para desplazamientos de negocios 'Business Star' nuevas coberturas como material de carácter profesional, extensión de viaje cuando el asegurado permanezca inmovilizado por desastres naturales, terrorismo o guerra; y garantías como accidentes durante el viaje y del medio de transporte. Además, se incrementa los límites de importantes garantías.

La renovación del producto introduce coberturas que antes eran opcionales en su contratación como accidentes durante el viaje, accidentes del medio de transporte hasta 50.000 euros, o cobertura de material de carácter profesional de los asegurados.

Además, se han incluido nuevos servicios: transporte alternativo por pérdida de enlace; extensión de viaje; gastos médicos en el extranjero del acompañante desplazado hasta 30.000 euros; adelanto de fondos en el extranjero; fianza hospitalaria; reembolso por falta de asistencia a un curso o formación; servicios como protección de tarjetas y extensión de la cobertura en caso de finalización de



viaje por hospitalización del asegurado.

Esta renovación de producto extiende también los límites de garantías ya incluidas, como: pérdida de equipaje, ahora hasta 3.000 euros; demora del equipaje facturado, ahora hasta 300 euros; responsabilidad civil, ahora hasta 600.000 euros; gastos de odontólogo, ahora hasta 1.000 euros; y prolongación de estancia en hotel, ahora hasta 2.500 euros.



Multirriesgo para asociaciones falleras

Howden Iberia ha desarrollado un producto para asociaciones falleras a través de su división mayorista Red Howden y en colaboración con Coinbroker y Metrópolis.

Este seguro da alcance a la responsabilidad civil de todas las actividades llevadas a cabo por estas asociaciones e incorpora también la cobertura de daños de los casales falleros. De manera opcional, ofrece la cobertura de accidentes para los miembros de la falla.

Las pymes pueden cubrir sus necesidades

Reale ha lanzado 'Reale Pyme', que pretende responder a las necesidades aseguradoras de las pequeñas y medianas compañías a través de una ampliación de coberturas.

Para ello se ha revisado completamente las necesidades aseguradoras del segmento pyme, analizando las coberturas para hacerlas más amplias, proponiendo paquetes de coberturas para una ágil selección de las mismas y permitiendo la modificación total para un mejor ajuste a las demandas del cliente.

Adicionalmente, se ha incorporado un flujo de contratación rápido e intuitivo que puede usarse desde cualquier dispositivo

móvil u ordenador, favoreciendo la movilidad y acercamiento del asesoramiento. Además, se ha reducido las protecciones mínimas exigibles y la necesidad de informes de verificación.

Asimismo, se ha realizado una revisión completa de la tarifa, adecuándola al riesgo de la manera más eficiente y atractiva. Se han llevado a cabo mejoras en primas por modificación de franquicia, se han ajustado las tarifas de robo, aumentado los descuentos por medidas de protección contra incendios y robos, revisados las tasas por cobertura y ajustado el precio de las tarifas de robo.



REALE PYMES
TU NEGOCIO ES COMO
TU QUIERES QUE SEA,
TU SEGURO TAMBIÉN

REALE GROUP

REALE
SEGUROS
Y REASEGURADORA

Un producto de Vida Riesgo centrado en las mujeres

Santalucía ha lanzado al mercado 'PlanVida Mujer Plus', un seguro de Vida Riesgo dirigido a mujeres que, además, incluye una garantía de prevención y seguimiento del cáncer de mama, más una garantía indemnizatoria.



En primer lugar, como reflejo de la misión corporativa de Santalucía de protección familiar, tiene una garantía de prevención y seguimiento del cáncer de mama. Gracias a esta cobertura, la asegurada puede realizar determinadas revisiones ginecológicas al año, utilizando para ello el cuadro médico de Sanitas: citología ginecológica convencional, ecografía transvaginal o abdominal convencional, mamografía convencional y ecografía mamaria. Con esta garantía, la asegurada podrá acceder también a un servicio de asesoría médica telefónica.

Además, 'PlanVida Mujer Plus' incluye una garantía indemnizatoria, por la que si se diagnostica cáncer de mama a la asegurada, incluso carcinoma in situ, se le indemnizará con la suma que previamente hubiera contratado.

Asimismo, es un seguro Vida Riesgo que cubre fallecimiento de la asegurada por cualquier causa, percibiendo los beneficiarios la suma previamente contratada.

Las mujeres pueden **cubrir el riesgo de cáncer ginecológico**

Asisa Vida ha lanzado un nuevo seguro pensado para la mujer y que incluye la cobertura específica del cáncer ginecológico, así como acceso a servicios de valor para ser utilizados en cualquier momento.



Además, la compañía donará el 5% de las primas de este seguro al Centro Nacional de Investigaciones Oncológicas (CNIO) para contribuir a la investigación de excelencia que esta institución desarrolla en el ámbito del cáncer y en el desarrollo de tecnología innovadora para mejorar la eficacia tanto en el diagnóstico como en el tratamiento de esta enfermedad.

‘Asisa Vida Mujer’ se puede contratar en dos modalidades: Básica y Ejecutiva. Ambas incluyen indemnización por fallecimiento y por diagnóstico de cáncer ginecológico; cobertura de gastos de servicios de ayuda doméstica; gastos estéticos; asesoramiento médico telefónico 24 horas; acceso a un servicio gratuito de elaboración del testamento y del testamento vital a través de internet o telefónicamente; y revisión dental gratuita. ‘Asisa Vida Mujer Ejecutiva’ además da una indemnización en caso de incapacidad permanente y absoluta; indemnización y cobertura de adecuación de vivienda y vehículo; y asesoramiento jurídico telefónico y ayuda legal 24 horas.

Un nuevo seguro de drones **para proteger a empresas y autónomos**

Mapfre ha diseñado un nuevo seguro para vehículos aéreos no tripulados (drones), que protege a empresas y autónomos frente a los daños que puedan ocasionar a terceros como consecuencia de su uso con fines profesionales.

Ofrece protección y seguridad para la variedad de usos profesionales que tiene este dispositivo: actividades científicas, técnicas y de investigación; inspección de edificios, torres eléctricas, grandes instalaciones y siniestros; minería y obras públicas; observación y vigilancia; industria cinematográfica;

agricultura; reforestaciones; extinción de incendios, etc.

Además de la cobertura del seguro obligatorio de Responsabilidad Civil con el límite que marca la ley de 300.000 euros, Mapfre da la posibilidad de contratar hasta 1.200.000 euros de indemnización, de incluir



más de un dron en la póliza y de incorporar los según se vayan adquiriendo. Asimismo, el cliente puede disponer de drones con distintos límites asegurados para adecuarlos a diferentes actividades o tener un solo dron con varios usos declarados.



Seguro exclusivo para gimnasios y centros de fitness

La agencia de suscripción Iberian Insurance Group ha presentado un producto asegurador exclusivo para gimnasios y centros de ejercicio físico y fitness.

‘Iberian En Forma Horizonte’ cubre las necesidades de gimnasios y centros de fitness. Ofrece todos los servicios necesarios, especialmente para ‘millennials’ que se están abriendo paso profesionalmente.

Así, al igual que todos los productos Iberian Contigo, ‘En Forma’ 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, pueden disfrutar de un descuento del 15% en el precio final.

Se trata del sexto de sus nuevos seguros especiales dentro de la campaña Iberian Contigo, una iniciativa que se desarrolla entre mayo de 2016 y junio de 2017, y que consiste en la presentación, promoción y comercialización de productos especiales cada mes.

A DIARIO

www.pymeseguros.com es una web pensada por y para la pequeña y mediana empresa y los autónomos

Todo lo que te interesa saber a un clic

PymeSeguros.com



Accede a las noticias de seguros y economía que te interesan

Hacienda permitirá aplazar deudas al cesar el concurso de acreedores

Aunque en el artículo 65.2 de la Ley General Tributaria (LGT) se establece que no pueden ser aplazadas o fragmentadas en caso de concurso del obligado tributario, las deudas consideradas como créditos contra la masa, de acuerdo con la Ley Concursal, la **Agencia Tributaria (AEAT)** ha publicado una instrucción en la que se indican las pautas que se deben seguir cuando cesan los efectos del concurso como consecuencia de la aprobación de un convenio de acreedores.



Así, se inadmitirán todas las solicitudes de aplazamiento o fraccionamiento de deudas devengadas en el plazo que transcurre desde la declaración del concurso hasta la eficacia del convenio -cese de efectos del concurso-, con independencia de que se hayan presentado antes o después de esa fecha.

Las deudas devengadas tras la fecha de eficacia del convenio, en cuanto que son créditos nacidos después del cese de efectos del concurso, son aplazables como cualquier deuda tributaria si se cumplen los requisitos legales.

Los ya concedidos deben cancelarse atendiendo a la naturaleza inaplazable sobrevinida de las deudas que son su objeto. Así, debe incluirse una condición resolutoria en el acuerdo de aplazamiento o fraccionamiento de pago de estas deudas para que, de darse el caso de apertura de la fase de liquidación, se produzca la cancelación del acuerdo.

Contratar al trabajador erróneo **triplica los gastos de las pymes**

Contratar al empleado equivocado puede salirle caro a cualquier empresa, especialmente si son pequeñas. Según un estudio desarrollado por **JobandTalent**, puede costar a una pyme hasta tres veces más del salario mensual del trabajador.

A pesar del elevado coste, un 66% de las 1.000 pymes preguntadas admiten que han cometido errores en la contratación en los pasados meses, y más de un 80% afirma haberlos cometido en los dos últimos años.

Una de las causas de la mala contratación en pymes es la necesidad inmediata de incorporar a un empleado para responder a los picos de trabajo, lo que lleva a procesos de selección acelera-

dos e incompletos. A la escasez de tiempo y recursos se le debe unir el limitado alcance de las ofertas de la mayoría de las pymes.

El estudio revela que el 53,5% de las pequeñas y medianas empresas se fían exclusivamente del boca a oreja para encontrar el candidato idóneo, y solo el 18% utilizan plataformas de empleo, llegando a un extenso pool de candidatos más allá de sus círculos de conocidos.





Se detecta menos evasión fiscal porque las investigaciones se centran en pymes y no en grandes empresas

El Sindicato de Técnicos del Ministerio de Hacienda (Gestha) ha publicado una nota en la que denuncia que durante 2015 quedó sin detectarse más del 90% de la evasión fiscal que se produjo en España. Un dato que, para el sindicato, deja al descubierto “un grado de ineficacia muy elevado”, que a su entender se debe a que las investigaciones se centran en pymes y autónomos, que son los que menos defraudan.



Así, según Gestha, la evolución que ha seguido la deuda liquidada media en los últimos años demuestra que la Agencia Tributaria centró sus investigaciones en los contribuyentes con menos recursos (las pymes, los autónomos y los trabajadores), mientras que decayeron las inspecciones a los grandes patrimonios o corporaciones, que, actualmente acaparan el 70% del fraude fiscal español.


Así, Gestha subraya que, aunque en 2015 se investigó a más contribuyentes que en 2010, la deuda defraudada descubierta fue menor, lo que demuestra, a su juicio, que las pequeñas y medianas empresas cometen menos fraude fiscal que las grandes. Según Gestha, se produce una limitación de las competencias de los técnicos de Hacienda para investigar estos delitos, tras aprobarse una resolución interna por la cual los inspectores dejaron de tener control sobre los expedientes de especial dificultad sobrevenida, es decir, cuando se descubre delito fiscal, simulación, conflicto o fraude de ley. En estos casos, el expediente pasa a manos de un cargo superior que no conoce la investigación realizada hasta el momento, lo que se traduce en retrasos y riesgo de prescripción del posible delito.

España, entre los países mejor situados para atraer inversiones tras el Brexit

Un informe elaborado por la consultora EY, indica que un 54% de los encuestados sitúa a Alemania en primera posición para atraer inversiones que abandonen el Reino Unido tras el Brexit, seguida de Holanda (33%) y de España, Francia e Italia, que comparten un 8%.

Ahora bien, la salida de Reino Unido de la UE no acabaría con el reinado de Londres, que encabeza el ránking de ciudades mejor posicionadas para captar el capital de los inversores extranjeros con un 54% de los votos. A continuación se sitúan París, con un 48%, y Fráncfort y Berlín, con un 21%. Madrid y Barcelona también figuran en el top 10. La primera se coloca en quinta posición, mientras que la segunda cierra la lista en décimo lugar.

El envejecimiento **cuadruplicará el déficit de la Seguridad Social en 30 años**



La **Fundación de Estudios de Economía Aplicada (Fedea)** ha difundido un estudio, elaborado por José Ignacio Conde, en el que pronostica que el déficit de la Seguridad Social, ahora por encima de los 18.000 millones de euros, se situará en 78.000 millones (cuatro veces más) dentro de 30 años.

Esa cantidad sería como mínimo, pues el experto ha supuesto en su investigación que nuestro país alcanza una tasa de empleo del 73% (ahora es del 61%) y que las proyecciones demográficas del **INE** son ciertas. Aunque haya pleno empleo y se suban las cotizaciones sociales que abonan las empresas, los ingresos del sistema se quedarán en torno al 10% del PIB, 7,4 puntos por debajo de los gastos. Un desfase de casi 80.000 millones que sólo se reducirá con reformas que no tengan únicamente que ver con el tiempo y las condiciones en que trabajó el futuro perceptor y se ligen también a perspectivas económicas, esperanza de vida a la edad de jubilación, inflación y otras variables.

El estudio propone, amén de perseguir el pleno empleo, subir salarios y fomentar la fecundidad, avanzar hacia un sistema de cuentas nocionales. En esas cuentas, que ya rigen en algunos sistemas de pensiones como el italiano o el sueco, se iría anotando la vida laboral del futuro perceptor de una pensión. En el momento de jubilarse, su paga se calcularía en virtud a sus rendimientos laborales y a su esperanza de vida.



Guías prácticas para que las pymes **se adapten al nuevo reglamento europeo de protección de datos**

La **Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)** ha publicado una serie de guías para ayudar a las pequeñas y medianas empresas a adaptarse al nuevo reglamento europeo en protección de datos, que será de obligado cumplimiento en mayo de 2018 y supondrá un “cambio sustancial” en la recogida y tratamiento de la información personal.

Las guías, disponibles en la web de la AEPD, detallan las obligaciones de los responsables de tratamiento, el contenido del deber de informar y las directrices para redactar el contrato entre el responsable y el encargado.

La Agencia y el Ministerio de Justicia confirmaron que ya se encuentra en proceso la redacción del proyecto de la nueva Ley Orgánica de Protección de Datos, que adopta las directrices de la norma europea. Finalmente, la AEPD anunció que prepara una herramienta de autoevaluación online para que las empresas puedan valorar de forma rápida y sencilla si realizan tratamientos de datos de alto o bajo riesgo, un factor que determinará sus obligaciones.



UPTA plantea 22 enmiendas a la nueva Ley de Autónomos

UPTA ha presentado a los partidos políticos 22 enmiendas al proyecto de Ley de Medidas Urgentes para los Autónomos, entre las que se incluyen mejoras tributarias, cotización por formación y ayudas al emprendimiento, facilitando la capitalización del paro.

Según informa [Europa Press](#), el secretario general de UPTA, Eduardo Abad, ha incidido en la necesidad de restablecer la situación de cese de actividad para el colectivo de autónomos económicamente dependientes, una figura que, a su juicio, “se está pervirtiendo por parte de las grandes empresas”.

En materia de formación, pide que se establezca un 0,1% de cotización para que los trabajadores por cuenta propia también puedan acceder a formación profesional.

Asimismo, reclaman establecer medidas que per-

mitan compatibilizar el trabajo con el cobro de la pensión por jubilación y que las cotizaciones por dicho trabajo cuenten a efectos del cómputo de 33 años mínimos cotizados. También quieren que se elimine la obligación de estar en situación de demandante de empleo seis meses antes de la fecha del derecho a acceder a la jubilación anticipada.

En cuanto a la tarifa plana, entre otras cosas, plantean que se reduzca el límite de cinco años establecido en el que el no se ha podido ser autónomo con anterioridad.



¿El despido al estar de baja debe ser nulo o improcedente?

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea en Luxemburgo (TJUE) ha considerado que el despido de un trabajador de baja por accidente laboral es “discriminatorio por discapacidad” y debe ser nulo en lugar de improcedente.

Si los despidos de los trabajadores que están de baja médica son nulos, supone la



readmisión del trabajador en las mismas condiciones. Pero si son improcedentes, el trabajador solo sería indemnizado. Esta última tesis es la que vienen defendiendo los tribunales en España, muy en contra de la creencia generalizada de que no se puede despedir a un trabajador que está de baja.

Una respuesta a una cuestión prejudicial planteada ante el Tribunal Superior de

Justicia de la Unión Europea (TJUE) ha permitido que el juzgado de lo social número 33 de Barcelona haya resuelto declarar nulo el despido de un trabajador producido durante su incapacidad temporal (baja médica). Pero, para el TJUE será el juez el que decida en cada caso si la baja está bien delimitada para calificar el despido de improcedente o nulo por discriminación por discapacidad.

Las pymes podrán reclamar por las cláusulas suelo

La Audiencia Provincial de Toledo ha dictado sentencia firme contra una entidad bancaria declarando nula la cláusula suelo que una pyme tenía incluida en su hipoteca. Se trata de una sentencia pionera, ya que por primera vez se reconoce el derecho a reclamar las cantidades indebidamente cobradas a una persona jurídica.

Según publica [EL Digital Castilla La Mancha](#), el tribunal considera que “las exigencias de la buena fe y el justo equilibrio que debe presidir el desenvolvimiento de la relación contractual está reñida con la introducción de cláusulas lesivas o abusivas” por parte de la entidad bancaria haciendo uso de su posición dominante.

La Audiencia Provincial concluye que una cláusula con un tipo suelo del 4% y un techo del 16% origina un desequilibrio notable entre los derechos y las obligaciones de las partes recogidos en el contrato.

El despacho de Talavera de la Reina, Aequitas Legis Abogados, que ha llevado el caso, ha explicado que el hecho de tratarse de una persona jurídica, en este caso, una pyme, no excluye que pueda defenderse la causa a través de otros cauces. Si bien no son aplicables a las personas jurídicas las normas que establecen una protección especial al consumidor, como persona física que actúa con un propósito ajeno a su actividad profesional, las personas jurídicas también deben poder defenderse ante estos casos.

Nueve de cada diez empresas no exigen sus intereses de demora

Entre las pymes españolas existe un cierto temor a reclamar sus derechos en caso de morosidad. Así se desprende del último informe elaborado por la [Plataforma Multisectorial contra la Morosidad](#), que recalca que, a pesar de los retrasos en los pagos, nueve de cada diez empresas nunca o casi nunca exigen intereses de demora.

Este comportamiento es contrario al que marca la Ley 3/2004, conocida por el 71% de las empresas encuestadas, que señala que se debe cobrar un interés de 8 puntos sobre el precio del dinero a partir de los 60 días de retraso en los pagos.

Asimismo, el 96% de las empresas nunca exige la indemnización

legal por costes de recobro en caso de retraso o impago.

Del documento también se desprende que el plazo de pago medio de los clientes a sus proveedores en el sector privado es de 77 días, 17 días más que lo permitido por ley. Por su parte, el 68% de los contratos comerciales en España supera la referencia legal de 60 días.





Plus Ultra Seguros imparte un programa para nuevas generaciones de mediadores

Plus Ultra Seguros ha clausurado la primera promoción del Programa Sucesores, dirigido a las nuevas generaciones de mediadores. El programa ha tenido como objetivo principal facilitar las herramientas necesarias para continuar con la actividad aseguradora en materia de gestión, administración, venta, fidelización de clientes y conocimiento del sector asegurador.



La iniciativa formativa, que se ha desarrollado durante dos años, ha tenido un impacto positivo en la evolución de todos los participantes.

Durante el acto de clausura se presentaron los diferentes proyectos desarrollados de esta primera promoción. El director general adjunto comercial de la compañía, Luis Vallejo, les animó a poner en marcha todos los proyectos y conocimientos adquiridos durante el programa.

Por otra parte, Plus Ultra Seguros ha celebrado su convención anual comercial con el objetivo de hacer balance del pasado ejercicio y avanzar las líneas estratégicas de la compañía para este año.

El encuentro sirvió además para conocer los proyectos clave relativos al canal corredores, a la red agencial y el plan de marketing previsto para 2017. Se expusieron también los proyectos estratégicos respecto a organización, control comercial y soporte operativo.



Albroksa nombra a Carlos Santos director comercial de la correduría

La correduría Albroksa ha incorporado a su equipo a Carlos Santos en calidad de director comercial, reportando directamente al director de Desarrollo de Negocio.

Santos ha desarrollado su carrera en MGS, donde desempeñaba la dirección territorial de Extremadura, y con anterioridad en Euromutua, donde tuvo la responsabilidad sobre el sur de España y formaba parte del comité de dirección de la aseguradora.

“El nombramiento de Carlos Santos supone la incorporación de un profesional con amplia experiencia y conocimiento de la mediación de seguros en España, que reforzará el apoyo que damos a nuestra red de delegados franquiciados y supondrá un revulsivo para la captación de nuevos profesionales que se sumarán a nuestro proyecto en toda España”, ha reconocido Francisco Alcántara, consejero delegado de Albroksa.

Elena Jiménez de Andrade y José Luis Mañero compiten por la presidencia del Consejo General

Elena Jiménez de Andrade, presidenta del **Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid**, y José Luis Mañero, presidente del **Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza** y de **Cecas**, han decidido presenta su candidatura a la presidencia del **Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros de España**, que se votará el próximo 7 de marzo. La candidatura de Jiménez de Andrade cuenta con el 65% de los avales (29 Colegios) mientras que la de Mañero ha conseguido el 70% (32 Colegios).

La candidatura de José Luis Mañero pretende continuar con su labor de innovación, transparencia y fortalecimiento del Consejo, al que está dispuesto a aportar su experiencia, ilusión y ganas de trabajar por el futuro de la mediación.

Mañero, actual vicepresidente de Consejo General, durante la presentación de su candidatura ha desarrollado uno a uno los nueve puntos del programa que han preparado. Entre sus objetivos está “crear una Fundación para hacer más eficaz esta institución”. Porque como ha querido dejar claro, el Consejo necesita una reorganización laboral que le permita ser autosuficiente. Se plantea la reducción de un 24% de los gastos estructurales y si no es suficiente para suplir los gastos, podrían optar por la subida del canon de los colegios. Actualmente, el presupuesto del Consejo General, que no llega al millón de euros anuales, se financia en un 60% por las cuotas de los colegiados.



Para fortalecer el sector se ha propuesto colaborar con Aemes y el resto de organizaciones para que los mediadores empresarios se sientan respaldados. Defender los derechos de los colegios y sus colegiados es otra de las prioridades de esta candidatura, que quiere apostar por la correcta implantación del tratamiento IDD, así como por reforzar la vigilancia de mercado y el control de posibles malas prácticas de la bancaseguros.

Ha expuesto la necesidad de apoyar desde el Consejo General a los colegios de pequeñas dimensiones para que puedan aportar los mismos servicios que el resto.

Su candidatura también va a promover la firma de convenios con diferentes aseguradoras y potenciar los servicios en marcha de Preblac, LOPD, Defensor Asegurado, DAC, Multitarificador, etc. Y van a trabajar en la implantación de la firma notarial digital, que ayudará a reducir costes en las empresas de mediación.

La comunicación corporativa va a estar destinada a apoyar a los diferentes Colegios en su labor de captación de colegiados, una de las prioridades de esta candidatura. Además de dar a conocer la labor de la mediación a la sociedad y hacer frente a los engañosos motores de búsqueda de internet y a las, en ocasiones, prácticas abusivas de la bancaseguros.



Mañero, como presidente del Cecas durante estos últimos ocho años, se ha mostrado orgulloso del buen trabajo realizado: “Somos el mejor centro de estudios del mundo, detrás de Brasil”, ha apuntado. Entre los planes está continuar con el proceso de internacionalización.

La candidatura de Mañero está compuesta por: Sergio Barrera, presidente del Colegio de Las Palmas, que opta a la vicepresidencia; Reinerio Sarasua, presidente del Colegio de Asturias, que opta a la tesorería; Eusebio Climent, presidente del Colegio de Alicante, que opta a la presidencia de Cecas y del CNS; José Manuel Castellanos, presidente del Colegio de Burgos, opta a la conexión territorial; Jorge Azcárraga, presidente del Colegio de Álava, opta a la de Interior; Javier Ignacio García, presidente del Colegio de Jaén, opta a la de Agentes; Lorenzo Canal, presidente del Colegio de Badajoz, opta a la vocalía de Corredores.

La candidatura de Jimenez de Andrade se define como la que tiene “la responsabilidad de liderar el cambio y el futuro del Consejo que estos últimos años no ha tenido un buen resultado y queremos cambiar todo lo que no funciona”. Para ello se comprometen a llevar “una gestión eficiente y correcta de todos los recursos”.

Según sus propias palabras, su equipo de gobierno reúne ilusión, preparación, transparencia, responsabilidad y capacidad para realizar los cambios que se demandan. Junto a ella se presentan: David Salinas, presidente del Colegio de Córdoba, como candidato a la vicepresidencia; Ernesto Getino, presidente del Colegio de Mediadores de León, como candidato a la tesorería; Iñaki Durán, presidente del Colegio de Guipúzcoa, como candidato a responsable de Formación y del Cecas; Jordi Triola, presidente del Colegio de Girona, como candidato a la vocalía de Agentes; Daniel Salamanca, presidente del Colegio de Baleares, como candidato a la vocalía de Corredores, Marco Jurídico y Prácticas de Mercado; Genaro Sánchez, presidente del Colegio de Granada, como candidato a la vocalía del área de Comunica-

ción, Marketing y Relaciones Intercolegiales; y Antonio Rivas, presidente del Colegio de Cantabria, como candidato a la vocalía del área de Responsabilidad Social Corporativa y Deontología.

Consideran que existen 4 bloques sobre los que actuar porque sufren carencias o no se adaptan a la realidad del sector y a las necesidades de los profesionales: Identidad corporativa, formación/investigación, representación institucional e innovación y servicios.

Además, presentan los 12 puntos fundamentales de su programa: Adaptar la estructura funcional del Consejo a la realidad actual con una nueva reestructuración orgánica y funcional para optimizar los



recursos; Gestión eficiente, ajustando y equilibrando el gasto; Dinamización de la estructura colegial potenciando el sistema de servicios y convenios para todos los colegios; Consolidación del Cecas como centro de excelencia en I+D; Implementación de recursos tecnológicos y digitalización en procesos formativos para todos los colegios; Fomentar y dinamizar el área de agentes y corredores en todos los colegios; Defensa activa y representación institucional de nuestros intereses y en el desarrollo del nuevo marco jurídico de aplicación de la IDD; Implementar y desarrollar el sistema EIAC; Proyectar el compromiso en RSC; Promover y fomentar relaciones y acciones colaborativas con las demás asociaciones y entidades del sector; Diseño y ejecución de un plan integral de comunicación corporativa; y Desarrollo e implantación del código deontológico y buen gobierno corporativo.

AIPS presenta sus propuestas sobre la nueva Ley de Distribución de Seguros a la DGSFP

La Asociación Internacional de Profesionales del Seguro (AIPS) ha hecho llegar a la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) un decálogo con sus propuestas para la nueva Ley de Distribución, prevista para febrero de 2018, a fin de que se puedan tener presentes en la confección del primer borrador del Anteproyecto de Ley.

El decálogo dice así:

- 1ª Se debería corregir la práctica de mercado que los agentes sean colaboradores de los corredores.
- 2ª Se deberían eliminar incongruencias, como definir a los colaboradores externos como 'no mediadores', y luego exigirles una formación inicial y continua.
- 3ª Se debería convertir la formación de los profesionales en un grado universitario, y que en cada punto de distribución hubiese al frente un graduado.
- 4ª Para evitar una competencia desleal de la banca, debe contener los mismos mecanismos que se han aprobado en el Parlamento Andaluz en la Ley 3/2016, de 9 de junio.
- 5ª Se debería aprovechar este momento para realizar una nueva Ley de Contrato de Seguro. Uno de los artículos de la LCS que se deberían corregir, de nuevo para evitar incongruencias, es el actual nº 21 en donde se autoriza y se desautoriza a los corredores. Se debe permitir a sus representantes independientes ac-



- 6ª Otorgar con todas las consecuencias mediante mandatos.
- 6ª Otro artículo a corregir de la LCS es el nº 38. Se debe tratar la independencia pericial. No pueden ser de parte. Lo son de las aseguradoras y es necesario acabar con esa falta de equidad en la interpretación del Contrato.
- 7ª Los intereses por mora del Art.20 de la LCS tienen que ser disuasorios. Como mínimo 10 puntos por encima del precio legal del dinero, y los plazos para aplicarlos se deben reducir de los dos años a 6 meses.
- 8ª Se debe añadir un párrafo al Art. 100 de la Lossear, que deja en manos de las aseguradoras el tema del fraude en los seguros.
- 9ª Aprovechando la revisión trianual del Baremo, se deben equiparar las indemnizaciones a las que se ofrecen en los países de nuestro entorno, que llegan a duplicar y triplicar las nuestras.
- 10ª La Ley de Prevención de Blanqueo de Capitales debe dejar de considerar sujetos obligados a los corredores de seguros..



Cobertis cerró 2016 con un incremento del 18% en ingresos por comisiones y honorarios. La integración de tres corredurías el año pasado ayudó alcanzar 2,5 millones de euros de ingresos.

La correduría Cobertis crece un 18% en 2016

En sus 5 oficinas intermedia más de 19 millones de euros en primas de sus más de 17.000 clientes. Supera las 31.000 pólizas y en 2016 gestionó 5.000 siniestros.

En 2017 se han hecho efectivas dos nuevas integraciones.

Links, fotos y vídeos, los formatos que más reacciones generan las aseguradoras en Facebook

Los links y las fotos son el formato más utilizado por las aseguradoras para realizar sus publicaciones, siendo estas, junto con los vídeos, las que generan mayores reacciones entre los usuarios por cada publicación. Así se desprende del Análisis Estratégico de Posicionamiento en Redes Sociales, de **ICEA**.

Durante el mes de diciembre, las páginas de Facebook en español del sector asegurador generaron 1.824 nuevos post que originaron 210.041 nuevas reacciones (Me Gusta, Comentarios o Compartir) dentro de la comunidad.

Sham asegura con su póliza de RC al Colegio de Médicos de Sevilla

El grupo asegurador francés **Sham** asegurará durante tres años al **Colegio Oficial de Médicos de Sevilla**, con su póliza de Responsabilidad Civil. Más de 5.500 colegiados verán ampliada “significativamente” la cobertura existente, al tiempo que aumenta la calidad de las prestaciones y mantiene el precio de la póliza anterior.



El acto de la firma se ha celebrado en las oficinas del Colegio y ha contado con la presencia de su presidente, el doctor Juan Bautista Alcañiz, y el consejero delegado de Sham España, Alejandro Jiménez, en representación de la aseguradora.



Adecose, Cojebro y Espabrok ponen puntos en común sobre la actualidad de la mediación

En el marco del acuerdo alcanzado entre [Adecose](#), [Cojebro](#) y [Espabrok](#), que les convierte en aliados estratégicos para el desarrollo de los objetivos comunes, se ha celebrado una reunión de los presidentes de las tres organizaciones en la que se repasó la evolución de algunas de las iniciativas comunes plasmadas en el acuerdo suscrito entre ellas así como los proyectos normativos que están encima de la mesa, tanto en España como en Europa.



Muy especialmente, trataron los aspectos más destacados del preborrador de la Ley de Distribución de Seguros, que traspone al ordenamiento español la IDD, y abordaron los planteamientos comunes que Adecose trasladará a la DGSFP en sus observaciones al regulador en el plazo establecido para ello.

Las tres organizaciones destacaron la utilidad de la reunión y el cumplimiento de los objetivos marcados en el acuerdo. Para ello, se emplazaron a seguir intercambiando información y a mantener próximamente un nuevo encuentro.

El Grupo ACM España celebra su I Convención Comercial

“Aceleración 2017” fue el lema de la Convención Comercial del [Grupo ACM España](#). Tras un 2016, en el que el Grupo ha estado centrado en la integración de las distintas empresas y equipos de trabajo, en la Convención Comercial se escenificó la consolidación del proyecto que Assurances du Crédit Mutuel tiene para España.

El Grupo da de este modo el pistoletazo de salida oficial a un plan de transformación a 3 años, con unos ambiciosos objetivos que se apoyan en 4 ejes fundamentales: la orientación al cliente, la digitalización, la eficacia en la gestión y la cultura de grupo.

El director general comercial, Jordi Pagès, presentó los logros del año pasado y los retos de futuro. A continuación, se dieron a conocer las campañas comerciales previstas y las novedades de producto, en un año en el que se espera aprovechar las sinergias del grupo para alcanzar y superar los objetivos planteados.





AXA reúne a sus corredores más representativos para darles a conocer los objetivos de este año

AXA ha celebrado una nueva edición de la Convención Club Partner, un foro de encuentro entre la alta dirección de la compañía y los corredores más representativos cuyo fin es transmitir y poner en común los objetivos y retos a alcanzar en el presente ejercicio.

En el encuentro estuvieron presentes los miembros del comité ejecutivo de AXA, así como los presidentes de las distintas asociaciones de corredores, tanto a nivel nacional como provincial, y algunos de los presidentes de los Colegios de Mediadores más representativos.

Luis Sáez de Jáuregui, director de Distribución y Ventas de AXA, agradeció a los corredores su ayuda para “consolidar una relación de estabilidad y confianza mutua”. Además, avanzó la vuelta de la compañía “al crecimiento sostenible y rentable. Un objetivo al que el canal corredores ha contribuido de manera muy importante”.

Con el fin de ganarse esa preferencia, AXA ha renovado su compromiso de estabilidad y competitividad firmado el año pasado con los corredores en el ramo de Auto y, adicionalmente, lo ha ampliado a Hogar.

Por otro lado, la aseguradora ha finalizado sus convenciones territoriales comerciales, en las que cada mes de enero hace balance comercial del año cerrado y presenta las novedades tanto en productos como en servicios, a la vez que los principales retos del año que acaba de comenzar. Celebradas en las seis territoriales de la compañía (Segovia, Alicante, Barcelona, San Sebastián, Granada y Coruña), Luis Sáez de Jáuregui destacó que en 2017 se volverán a cumplir los objetivos, tras cerrar un 2016 “como nunca” en crecimiento, rentabilidad y evolución de negocios.

El consejero delegado de AXA España, Jean-Paul Rignault, fue el encargado de cerrar las jornadas y se mostró convencido de lograr la preferencia de la mediación profesional “garantizándoles una estabilidad en el tiempo, remunerándoles adecuadamente



y ahorrándoles tiempo en todas sus gestiones”.

En otro orden de cosas, con el lema “Con nuestros seguros te levantarás de muy buen ánimo”, la aseguradora ha lanzado una nueva campaña comercial dirigida a la contratación de nuevas pólizas. Desde el 1 de febrero y hasta el 31 de mayo AXA premiará a los clientes que contraten un seguro de Moto, Hogar, Accidentes, Vida Riesgo o PIAS, entre otros, con una cafetera Nescafé Dolce Gusto o una estancia de fin de semana en una selección de 1.600 hoteles en España.

Por otra parte, la aseguradora ofrecerá ventajas en la contratación de productos autónomos que consisten en ofrecer dos packs personalizados (ILT+Accidentes o ILT+0. Joven), por la contratación conjunta se beneficiarán de un 10% de descuento.

Julián López Zaballos, nuevo consejero independiente de Pelayo Vida

Julián López Zaballos se ha incorporado como consejero independiente a CajaGranada Vida,

Cajamurcia Vida y Pelayo Vida, sociedades que han resultado de la alianza entre Aviva España y BMN, las dos primeras y Pelayo, la tercera. Además, asumirá el cargo de presidente del Comité de Auditoría en las tres aseguradoras.



52

Con más de 38 años de carrera, ha ocupado puestos de gran responsabilidad, incluyendo los cargos de CEO de Zurich España durante diez años, presidente de UCEAC, miembro de los Consejos de Administración de las compañías resultantes de la alianza entre Zurich y Banco Sabadell para Vida, pensiones y seguros generales y de Deutsche Zurich Pensiones así como miembro del Comité Ejecutivo de Unespa y de ICEA.

López Zaballos está licenciado en Economía por la Universidad Complutense de Madrid y cuenta con un Master en Economía y Finanzas por la EOI.

En 2016, se produjeron 1,85 millones de accidentes leves de tráfico en España, creciendo la siniestralidad un 2,78% en el ejercicio. Dicho en otros términos, hubo 64.300 golpes de chapa más en las calles. Los accidentes crecieron en todas las comunidades autónomas, salvo en Cantabria. Estas son algunas de las conclusiones que arrojan los datos a cierre de año, reunidos por Tirea y divulgados por Estamos Seguros de Unespa.

Crece un 2,78% la siniestralidad en 2016

Los lugares donde más aumentaron las colisiones fueron las Islas Baleares (9,1%), la Comunidad de Madrid (6,20%), así como la Comunidad Valenciana y Aragón (ambas, con un 4,7%). Entre tanto, sólo hay una región donde la siniestralidad se mantuvo prácticamente igual de un año para otro: Cantabria.

Los accidentes leves también varían en función de la época del año y los días de la semana. Los periodos vacacionales presentan menos siniestros. Esto se debe a que los golpes de chapa suelen ser resultado del tráfico urbano y este se hace menos denso en los momentos de descanso. Agosto fue, en concreto, el mes más tranquilo del año, con sólo 138.085 colisiones leves. Le siguen los meses navideños: enero (143.711) y diciembre (144.459). El momento más problemático del año es junio, con 169.015 choques sin heridos entre vehículos.

A pesar del incremento de la siniestralidad en prácticamente toda España, el ejercicio 2016 fue relativamente benigno si se compara con la media histórica.





Adecose remite observaciones a los europarlamentarios españoles sobre los actos delegados de la IDD

Adecose ha remitido observaciones, en coordinación con la Federación Europea (Bipar), a los europarlamentarios españoles de la Comisión de Asuntos Económicos y Monetarios (ECON) del Parlamento Europeo sobre el borrador de Eiopa de asesoramiento técnico a la Comisión Europea en relación con los actos delegados de la Directiva de Distribución (IDD), en el marco de la primera reunión de análisis de la Comisión ECON para abordar esta cuestión a finales de enero.



Adecose llama la atención a los europarlamentarios para recabar su apoyo en sus observaciones sobre el borrador de asesoramiento técnico de Eiopa en: cuál debería ser la extensión del mandato de la Comisión Europea a Eiopa para ajustarse al espíritu y al contenido del texto de la IDD; que se tenga en cuenta el tamaño de los mediadores de seguros, pequeñas y medianas empresas para su cumplimiento; que se distinga entre el ramo de Vida con inversión respecto de los ramos de No Vida y de Vida riesgo debido a las significativas diferencias existentes entre ambos; que las propuestas de Eiopa no sean contradictorias con los objetivos clave de la IDD, como son asegurar una efectiva protección de los consumidores y establecer las condiciones necesarias para una competencia leal entre los distribuidores de seguros; o que se reflexione sobre el plazo de la publicación de los actos delegados, prevista para el primer semestre de 2017, dejando solo un plazo orientativo de adaptación de 6 meses, teniendo en cuenta los cambios estructurales que implicarán para los mediadores de seguros.

Por otra parte, los asociados compartieron con Flavia Rodríguez Ponga, directora general de Seguros y Fondos de Pensiones, y Raúl

Casado, subdirector general de Ordenación y Mediación, algunos de los avances relativos a la transposición a la legislación nacional de la IDD durante un almuerzo que se celebró tras la junta directiva de la asociación. La cita también sirvió para debatir sobre algunos de los temas de actualidad que afectan a la mediación.

En la Junta Directiva Ordinaria del mes de febrero los miembros de Adecose se centraron en el análisis del preborrador de la Ley de Distribución de Seguros enviado por la DGSFP. Asimismo, los miembros de la Junta conocieron el contenido de la reunión convocada por la DGSFP, a la que Adecose asistió, con el fin de reunir las opiniones de las principales organizaciones del sector respecto al borrador de la Ley que transpone la Directiva de Distribución. En este sentido, la institución presentará sus observaciones al regulador en el plazo establecido para ello.

Por otra parte, el inicio del curso 2017, año en el que Adecose cumple el 40 aniversario de su fundación, traerá consigo una serie de acciones especiales, que han empezado con el lanzamiento del logo aniversario, que acompañará a toda la actividad de la asociación durante los próximos meses.

Los seguros de Impago de Alquiler crecen un 25% en 2016



Los seguros del Alquiler siguen creciendo fuertemente en España, según los resultados presentados por **Arrenta**, correspondientes a 2016. El aumento en el último ejercicio ha llegado al 25% y se prevé que en 2017 se mantenga ese incremento, superando el 20%.

Los resultados de Arrenta también demuestran la tendencia del incremento del precio medio del alquiler con seguro de Impago, la subida ha sido del 1%, situándose en 582 euros, y la previsión es que la tasa de crecimiento aumente más durante el presente año. La prima media del seguro de Impago del Alquiler se ha situado en 267,05 euros, lo que representa un incremento del 2,8% con respecto a 2015.

Respecto a los tipos de arrendamientos que

más optan por los seguros del Alquiler son los de renta mensuales que oscilan entre 500 y 800 euros, con el 41% del total y de menos de 500 euros de renta mensual con el 45%, según los resultados presentados por Arrenta.

La cobertura del seguro de Impago del Alquiler que mejor acogida sigue teniendo en el mercado es la de un año de rentas impagadas, con casi el 65,91%, y que más ha crecido, cerca de 14 puntos.

54

Aon crece un 3% en 2016

Aon ha registrado unos ingresos totales en 2016 de 11.627 millones de dólares, con un crecimiento orgánico del 3%. En el último trimestre del año los ingresos totales han alcanzado los 3.323 millones de dólares, con un crecimiento orgánico igualmente del 3%.



El beneficio neto atribuible a accionistas en 2016 ha sido de 1.396 millones de dólares, lo que supone un incremento del 1%

con respecto al año anterior. El beneficio neto por acción (EPS) atribuible a accionistas en 2016 asciende a 5,16 dólares por acción, un

6% por encima de los 4,88 dólares por acción registrados en 2015, y el beneficio por acción ajustado crece un 7% hasta los 6,59 dólares.



Solvencia, empleo de calidad y capacidad de transformación ratifican las buenas perspectivas para el sector

El presidente de **Mutua Madrileña**, Ignacio Garralda, ha afirmado que confía en la buena marcha del sector asegurador, apoyado en su solvencia, el empleo de calidad y su capacidad de transformación, entre otros aspectos. Así lo ha manifestado durante el III Foro Perspectivas Económicas. España 2017, organizado por El Confidencial y Pimco.



“El sector seguros ha tenido un comportamiento mejor que la economía en los últimos años, incluso en los más difíciles. Y tiene capacidad para seguir creciendo de forma rentable y constante”, ha comentado Garralda.

Igualmente, prevé una buena evolución para el ámbito de la automoción, en concreto, para este ejercicio. “Las matriculaciones han crecido en torno al 10-15% en los últimos años. Es un ritmo fuerte y previsiblemente se mantendrá, pero debería ser mayor, ya que partimos de bases muy discretas. Sería bueno dar un mayor impulso al sector con algún nuevo plan PIVE o similar y con nuevos incentivos a las matriculaciones”, ha apuntado.

Por otra parte, esta aseguradora ha conseguido el certificado según la Norma UNE-ISO/IEC 27001 que otorga **Aenor** para su sistema de gestión de seguridad de la información. Este título, que tiene reconocimiento internacional a través de IQNet, acredita que Mutua Madrileña ha implantado un sistema de gestión que avala, refuerza y protege su seguridad de la información y que apuesta por la mejora continua.

El reconocimiento de Aenor garantiza la máxima calidad y seguridad de los sistemas de la información de Mutua, que dan soporte a toda la compañía, y de sus procesos informáticos frente a posibles riesgos. El sistema acredita, en concreto, que Mutua ha

implantado un conjunto de controles adecuados para asegurar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de sus sistemas de información, así como para identificar, prevenir, eliminar o reducir eficazmente riesgos o amenazas.

En otro orden de cosas, Mutua Madrileña ha lanzado una nueva app para todos sus asegurados que permite realizar trámites de forma rápida, intuitiva y amigable, así como acceder a nuevas y exclusivas prestaciones. Entre otras cosas, los mutualistas pueden solicitar asistencia, tramitar un parte de siniestro, localizar un taller, seguir en tiempo real el trayecto de la grúa solicitada o informarse de las promociones que tiene.

La mejora de la experiencia de los mediadores, eje de la Convención Comercial de Liberty Seguros



Liberty Seguros ha celebrado su Convención Comercial en Málaga, que se ha centrado en la labor que se está llevando a cabo en la aseguradora para la mejora de la experiencia de sus mediadores, partiendo de su opinión e implantando medidas que diferencien a la compañía dentro del sector asegurador.

Enrique Huerta, CEO de la compañía, expuso la estrategia a seguir en 2017: “En Liberty ponemos en el centro a las personas –empleados, clientes y mediadores- y vosotros sois nuestros ojos y nuestra voz con estas últimas. Mejorar su experiencia con nuestra compañía depende en gran medida de la forma en que sepáis trasladar nuestros valores y nuestro apoyo a las personas que forman nuestro principal canal de distribución”.

Álvaro Iglesias, director comercial de Negocio Mediado, presentó los resultados de 2016, los planes regionales previstos para el nuevo año y la evolución de la experiencia del mediador.

Tras la reunión anual de managers, se realizan los Liberty Best. Estos encuentros fomentan la alineación de todas las personas de la compañía y ayudan a entender los objetivos a nivel global.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha firmado sendos acuerdos de colaboración con el [Colegio de Mediadores de Seguros de Albacete](#), el [Colegio de Lleida](#) y el [Colegio de Las Palmas](#).



El Colegio de Lleida imparte información sobre formas de comunicar

El [Colegio de Mediadores de Seguros de Lleida](#) ha organizado un curso sobre “Otras formas de comunicar”, cuyo ponente fue Enric Vidal, socio de Sales in Motion.

En el transcurso de la sesión se habló de la comunicación en el nuevo entorno digital, los soportes y tendencias. Igualmente se explicó la técnica de contar historias comentando las emociones en la comunicación, las palabras claves y conceptos para desarrollar relatos que lleguen al corazón y al bolsillo y los nuevos formatos de comunicación.

El curso finalizó dando a conocer cómo integrar el vídeo en las comunicaciones habituales y aprendiendo una manera novedosa y efectiva de comunicarse con el entorno.



Grupo Pelayo incrementa un 23,5% su facturación en 2016

La facturación de Pelayo en 2016 se ha situado en 379,2 millones de euros, con un ligero incremento del 0,6% respecto a 2015, que se eleva hasta los 515,8 millones (+23,5%) si se le añade el cómputo del negocio agrario. La cartera total de pólizas es de casi 1,5 millones, con un volumen de clientes próximo a 1 millón y una cuota de mercado del 3,01%.

La mutua mantiene un excelente nivel de solvencia, situándose 3,3 veces por encima de la cuantía de solvencia exigida, con un capital disponible de 396 millones de euros.

La facturación de Autos, la más importante para Pelayo, se ha incrementado un 0,8% y la cartera de este ramo ha alcanzado las 894.210 pólizas, ligeramente inferior a las alcanzadas en 2015.

El ratio de siniestralidad ha disminuido ligeramente, situándose en el 70,67% frente al 71,30% de 2015, mejorando los márgenes del negocio, gracias a una adecuada gestión de los riesgos.

Con todo ello, el beneficio neto ha alcanzado los 2,5 millones de euros, frente a los 3,1 del ejercicio anterior. Esta disminución del beneficio se debe a un mayor impuesto de sociedades por la reversión de las dotaciones practicadas en una de las filiales, anteriores a 2013, conforme al nuevo Real Decreto 3/2016 de diciembre 2016.

2016 ha sido el primer ejercicio completo de Agropelayo, sociedad constituida con los negocios agrarios de Pelayo y Agromutua, y que se ha situado como uno de los líderes en el sector agrario con una cuota de mercado del 19,5% y una facturación de 136,7 millo-



nes de euros, con un 24,5% de incremento sobre la suma del negocio de las dos entidades a 2015.

La compañía de Vida, de la que Pelayo es socio al 50% con Aviva desde finales de 2011, ha alcanzado un beneficio de 1,3 millones de euros y una facturación de 14 millones de euros.

El Grupo ha constituido una agrupación de interés económico para optimizar la calidad de los servicios prestados y la mejora de la eficacia en la gestión de personas y en su propia organización.

Para el ejercicio 2017 los objetivos estratégicos prioritarios se enfocan en seguir reforzando y mejorando el margen técnico en todos los productos, reduciendo gastos para conseguir ganar en competitividad, reforzando la línea de diversificación.

Los colegiados zaragozanos se especializan en **tecnología aplicada a la mediación**

Cecas imparte un Curso Experto en Tecnología Aplicada a la Mediación para agentes y corredores en el **Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza**, en el que se proporciona un conocimiento práctico de las herramientas tecnológicas disponibles para optimizar su negocio.



La formación comenzó el 23 de enero y se prolongará durante cuatro meses, hasta el 20 de abril, con 180 horas lectivas.

El objetivo principal del curso es descubrir a los asistentes la riqueza y posibilidades de la tecnología aplicada al sector asegurador para que cada mediador pueda adaptarla a sus necesidades y crear su propio modelo tecnológico en consonancia con las necesidades de su negocio y su estrategia competitiva.

El curso se compone de dos módulos, uno sobre el marco digital y otro sobre herramientas y aplicaciones, en los que seguirá un sistema de evaluación continua a base de trabajos sobre cada área de estudio.

Por otro lado, el Colegio ha comenzado a impartir un curso sobre “Gestión comercial y técnica de seguros y reaseguros privados”. Se trata de una formación que se imparte cada año para personas en situación de desempleo y está ofrecida en colaboración con el **Instituto Aragonés de Empleo (Inaem)**.

En el temario se tratarán los temas de tramitación de siniestros en entidades de seguros y reaseguros; atención y tratamiento de sugerencias, consultas, quejas y reclamaciones de clientes de servicios financieros; ofimática e inserción laboral, sensibilización medioambiental y en la igualdad de género.

58

Allianz coordina una **jornada sobre el Baremo de Autos**

El **Colegio de Actuarios de Cataluña** ha organizado una jornada sobre la entrada en vigor del nuevo Baremo de Autos, que estuvo coordinada por Eduard Folch, subdirector general y responsable de Automóviles y Particulares de **Allianz Seguros**.

En el evento, que ha inaugurado el presidente del Colegio de Actuarios de Cataluña, Miquel Viñals, han intervenido varias personalidades del ámbito actuarial y del derecho. Se han abordado los efectos prin-

cipales derivados de la entrada en vigor del Baremo de Autos, en concreto, por lo que se refiere a la determinación del precio de las primas, a la provisión y gestión de los siniestros y, en general, a la situación y pers-



pectivas del mercado asegurador.

Por otra parte, la aseguradora activó un protocolo especial para atender a los afectados por los fuertes vientos que a primeros de febrero azotaron el norte peninsular.



Los beneficios de Mapfre aumentan un 9,4% en 2016

El beneficio neto de Mapfre durante el ejercicio 2016 se incrementó un 9,4% hasta alcanzar los 775 millones de euros, en un año marcado por el buen comportamiento de sus tres principales mercados (España, Brasil y Estados Unidos). Además se han detectado las debilidades del grupo y se están actuando sobre ellas, según se indicó durante la presentación de resultados ante la prensa.

El beneficio neto de Mapfre, si se descuentan los extraordinarios en ambos ejercicios, crecería un 41%. Los ingresos del Grupo se situaron en 27.092 millones de euros, cifra que representa un incremento del 1,5% respecto al año anterior, y las primas registraron un aumento del 2,2%, hasta los 22.813 millones de euros.

La Unidad de Seguros ha obtenido, en 2016, unas primas de 18.727 millones, lo que representa un incremento del 1,7% respecto al año anterior.

El área Regional Iberia (España y Portugal), que aporta el 28,7% del total de las primas del Grupo, incrementó los ingresos por primas un 6,6% hasta los 7.139 millones de euros. En España, el crecimiento de las primas fue del 7,1%, hasta alcanzar los 6.962 millo-

nes de euros. El negocio de automóviles cerró el año con un crecimiento del 2,6%, hasta los 2.165 millones de euros, y alrededor de 5,5 millones de vehículos asegurados.

Asimismo destaca la evolución del negocio de Multirriesgos, que creció un 6,1%, hasta superar los 1.000 millones de euros, y del seguro de Salud, con un volumen de primas de 494 millones de euros, un 7,7% más que el año anterior.

Es importante destacar la evolución del ratio combinado, que ha mejorado 2,6 puntos, hasta el 95%, gracias a una rigurosa política de suscripción y selección de riesgos, especialmente en los ramos de Autos y Multirriesgos.

El negocio de Mapfre Vida, por su parte, creció un 18,1%, hasta un volumen de primas



de 2.155 millones de euros. Es destacable el crecimiento de los seguros a prima única, que se incrementaron un 60,3%, hasta 1.205 millones de euros. El negocio de fondos de inversión, por su parte, se incrementó un 30% (742 millones de euros), hasta superar los 3.208 millones de euros, en tanto que el patrimonio de los fondos de pensiones se situó en 4.684 millones de euros.

Por otra parte, Mapfre ha identificado sus debilidades gracias al Proyecto 80/20 y se ha propuesto volver a potenciar el negocio de particulares; trabajar en No Vida con ratios superiores al 100% y por eso se han cancelado las pólizas que no eran rentables, llegando al 1,7% de cancelaciones a nivel mundial; y se han abandonado ciertos países y líneas de negocio en algunos mercados emergentes.

Santalucía cierra 2016 con el récord de 361.000 pólizas vendidas



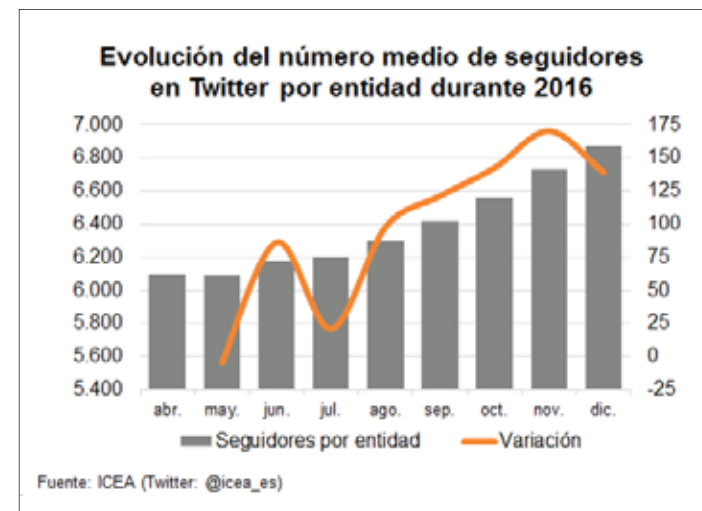
Santalucía ha cerrado 2016 con un nuevo récord de 361.000 pólizas vendidas y el ramo de Vida ha experimentado un crecimiento del 3,34% con respecto al ejercicio anterior.

Andrés Romero, director general de Santalucía ha agradecido el esfuerzo de la fuerza comercial en 2016, y ha anunciado que 2017 presentará desafíos apasionantes, entre los que destaca el comienzo del nuevo Plan Estratégico de la compañía. “Necesitamos enfocarnos hacia el cumplimiento de los objetivos estratégicos. Esto nos permitirá enfrentarnos mejor a los cambios que están transformando la sociedad y el mercado en general”, ha declarado Romero.

Por otra parte, la aseguradora ha recibido su primera Calificación de Fortaleza Financiera (FSR) y de Calificación Crediticia de Emisor de Largo Plazo (ICR) de A- (Excelente) con perspectiva estable. Esta es la primera calificación financiera y crediticia que recibe la aseguradora, la cual reconoce su buena situación económica.

A.M. Best también indica el liderazgo de Santalucía en el mercado español gracias a su sólido posicionamiento, su robusta imagen de marca, su buena reputación y la extensa red de distribución exclusiva que mantiene. Así como los esfuerzos en diversificación de negocios de la compañía.

Por último, señalar que Santalucía ha llevado a cabo una ampliación de capital por 90,2 millones de euros con motivo de la adquisición del 100% de las acciones del [Grupo Albia](#), empresa de servicios funerarios de España. Esta ampliación de capital ha sido suscrita por los propios accionistas y no produce cambios en su composición.



Aumenta la popularidad de las aseguradoras en Twitter

La popularidad de los usuarios en Twitter puede medirse de acuerdo al número de seguidores o followers que cada uno tiene. En el caso del sector asegurador, dicha popularidad crece mes a mes, alcanzando de media, a diciembre, 6.873 seguidores por entidad.

Eso supone un crecimiento del 2,1% respecto a noviembre, manteniendo la tendencia positiva de 2016, según un informe de [ICEA](#).



CNP Partners e Inter Riesgo forman sobre patrimonio protegido a familias de discapacitados

CNP Partners y la correduría Inter Riesgo han reunido a un grupo de familias asociadas a la Fundación Carmen Pardo-Valcarce en una jornada orientada a dar formación sobre el patrimonio protegido.

Antonio Benito, director de formación de CNP Partners, ha abierto el encuentro delimitando el ámbito de estudio del patrimonio protegido y ha destacado las novedades legales en esta materia. “El patrimonio protegido es un mecanismo de protección patrimonial de las personas discapacitadas, que permite a sus familiares asignar ciertos bienes a la satisfacción de las necesidades vitales de la persona con discapacidad”, ha apuntado. “De este modo, no hay que esperar a transmitir dichos bienes a través de las disposiciones testamentarias, o a través de donaciones al patrimonio personal, ya que estas opciones carecen de las ventajas fiscales que disfrutaban las aportaciones al patrimonio protegido”, ha añadido.

Jaime López de Carrizosa, máximo responsable de Inter Riesgo, ha destacado que “la confianza y compromiso depositado en la Fundación Carmen Pardo-Valcarce es total. Estamos muy contentos de aportar nuestro grano de arena en la protección de las familias que la integran”.

En la clausura del encuentro, el director de formación de CNP Partners ha reafirmado la apuesta de la compañía por continuar



celebrando este tipo de jornadas, así como por ofrecer seguros a personas especialmente desprotegidas.

Por otra parte, CNP Partners y Bankoa Crédit Agricole han organizado un foro sobre productos de Protección de pagos. En el encuentro, que ha reunido al equipo comercial de la entidad bancaria, se han resuelto consultas sobre el seguro de Protección de pagos de CNP Partners que comercializa Bankoa y se han marcado las pautas de nuevos desarrollos de soluciones previstos para este año.

El producto creado por CNP Partners es un seguro de Protección de pagos vinculado a préstamos hipotecarios y personales con cobertura universal para cualquiera, según su situación laboral. Sus principales garantías son la protección ante el desempleo involuntario, con cobertura a trabajadores por cuenta ajena con contrato indefinido, la incapacidad temporal para trabajadores por cuenta propia o ajena sin la garantía anterior, y la hospitalización para el resto de colectivos no cubiertos por ninguna de las dos garantías anteriores, como es el caso de amas de casa, estudiantes o jubilados.

Aemes participa en una jornada sobre el nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos

Aemes ha participado en una jornada organizada por la Agencia Española de Protección de Datos en la que se presentaron las



herramientas que dicha institución ha elaborado para facilitar a los empresarios de pymes y autónomos un cumplimiento más efectivo de la nueva normativa de protección de datos que entrará en vigor el 25 de mayo del 2018.

Aprobado el nuevo Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea, éste da paso a un escenario de novedades y cambios en este ámbito. La responsabilidad activa por parte de las empresas, el análisis de riesgo de sus tratamientos, la forma de obtener el consentimiento, las cláusulas de privacidad o el contrato de prestación de servicios entre responsable y encargado del tratamiento de datos son algunos de los aspectos más relevantes que introduce esta nueva normativa.

Por otra parte, la patronal de la Mediación de Seguros ha suscrito un acuerdo de colaboración con Control Laboral para ofrecer a sus asociados nuevas herramientas tecnológicas que ayuden al incremento de su productividad, así como con el cumplimiento de la legislación sobre la obligatoriedad del registro de la jornada laboral. De esta forma, los asociados de Aemes disfrutarán de un sistema para la gestión de horarios laborales de empresas con el que se podrán coordinar a todos los trabajadores de manera fácil.

DAS Seguros nombra a Alberto Ferrando consejero independiente

DAS Seguros ha designado a Alberto Ferrando como nuevo consejero independiente y presidente del Comité de Auditoría. Con esta nueva incorporación, la compañía amplía su Consejo de Administración.

Ferrando es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, así como en Derecho y Actuario de Seguros por la Universidad de Barcelona, además de cursar Programa de Alta Dirección de empresas (PADE) por el IESE.

Antes de incorporarse al Consejo de Administración del Grupo DAS, ha sido director general de Swiss Life y de la Federación de Mutualidades de Cataluña, director técnico del Grupo La Suiza, presidente del Consejo de Administración de Swiss Life Gestión SGIIC, administrador de las entidades Fortia Vida y Mutualidad Previsora Barcelona y es consultor y auditor interno de diferentes compañías del sector asegurador.



Solo el 47% de las aseguradoras permite la contratación online de sus productos

La mitad de las aseguradoras españolas no ofrecen la oportunidad de contratar sus productos online. Así lo ha comprobado **Innovación Aseguradora** tras evaluar a 66 compañías para su "Ranking de presencia online de aseguradoras". En concreto tan solo 31 (el 47% del total) de las entidades permite la contratación online, una cifra que se ha mantenido estable con respecto al estudio del semestre anterior.

El estudio de este parámetro señala que la entidad que mejor servicio de venta online pone a disposición de sus usuarios es Liberty Seguros, que consigue 84 puntos. A continuación Arag logra 73 puntos, y Sanitas ocupa el tercer lugar con 67 puntos. Después se sitúan Direct Seguros (63), Pelayo (63), Metlife (60), Mapfre (59), Europ Assistance (58), Verti (58) y Néctar (55).

Si se toman las cifras del análisis sobre la opción de conseguir presupuestos a través de las páginas web, Innovación Aseguradora concluye que un 72,7% de las aseguradoras ofrecen este servicio. Sin embargo, sólo el 25,8% de las entidades dan la opción de un

sistema de Call me back o Chat online durante los procesos de tarificación.

Por otra parte, hasta cuatro compañías han mejorado en los últimos seis meses la usabilidad móvil de sus páginas web, con lo que el número total de aseguradoras adaptadas llega a 75,8% del total, aunque sólo la mitad disponen de un enlace a un apartado de preguntas frecuentes.

Las tres primeras posiciones en el ámbito de la gestión de las páginas web corresponden a Santalucía, con 87,50 puntos; DKV, con 85; y Caser, con 82,50. A continuación,



y en un estrecho margen que va de los 80 a los 75 puntos, se posicionan Asisa, Europ Assistance, Surne, Clinicum Salut, Seguros Meridiano, Preventiva Seguros y Mutua Madrileña.

Recordamos que en la clasificación global de esta edición del Ranking está encabezada por Mutua Madrileña, seguida de Arag y DKV.

Juan Alonso Hernández ha sido nombrado nuevo director territorial en la Zona Centro de **Aviva Vida y Pensiones**, la compañía que distribuye los productos de seguros de Vida y planes de pensiones de Aviva España a través del canal de mediación.



Juan Alonso Hernández, nuevo director territorial de Zona Centro de Aviva Vida y Pensiones

Con más de 20 años de experiencia en el sector Seguros, Hernández se incorporó a Aviva Vida y Pensiones en 2007 como gerente de la red de Agentes y Corredores. Desde 2010 ocupa el cargo de director de Grandes Cuentas, responsabilidad que compaginará con su nuevo puesto como director territorial en la Zona Centro, reportando a Fernando Mora, subdirector general de Aviva Vida y Pensiones. Hernández es diplomado en Relaciones Laborales por la Universidad Complutense y cuenta con un máster en Gestión de Entidades Aseguradoras por ICEA, un curso superior de Seguros por CECAS y un graduado superior en Gestión de Empresas y Sistemas Informáticos en el Colegio Retamar. Entre otros logros, ha logrado duplicar su cartera de productos de pensiones, de unit linked y de riesgo.

Asimismo, Marta Elorza se ha incorporado como consejera independiente a Unicorp Vida, sociedad resultado de la alianza entre Aviva España y Unicaja Banco. Además, asumirá el cargo de presidenta del Comité de Auditoría. Elorza está licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Comercial de Deusto.

Por otro lado, Ignacio Izquierdo, consejero delegado de **Aviva España**, y Juan Rosell, presidente de la **Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE)**, han firmado un convenio de colaboración por el que la aseguradora se incorpora a la patronal española. Aviva España colaborará y participará de forma activa en los órganos consultivos de la CEOE, incluyendo comisiones y otros grupos de trabajo. Además, Ignacio Izquierdo se incorporará al Consejo Asesor del presidente de la CEOE.



Espanor distribuirá los seguros de Segurcaixa Adeslas

Espanor, de la mano de su consejero delegado, Tomás Rivera, y **Segurcaixa Adeslas**, representada por su director de Canales Aseguradores, Luis Ballester, han firmado un acuerdo de colaboración por el que la agrupación de corredores distribuirá los productos de la aseguradora.

El acuerdo se enmarca en la estrategia de Espanor de potenciar el crecimiento del ramo de Salud dentro de las carteras de sus corredurías y hacerlo de la mano de aseguradoras de primera línea y especialistas en la materia.

Por parte de Segurcaixa Adeslas, se trata también de una acción estratégica que viene a reforzar su apuesta por el canal de corredores y corredurías de seguros en la distribución de sus productos aseguradores.



Las aseguradoras gestionan 218.570 millones en rentas vitalicias de sus clientes

Los datos recopilados por [ICEA](#) muestran cómo las aseguradoras gestionaban hasta diciembre pasado 218.570 millones de sus clientes en rentas vitalicias, tras anotar un incremento interanual del 5,66%. De esa cantidad, 177.818 millones corresponden a productos de seguro, un 6,03% más. Los restantes 40.752 millones constituyen el patrimonio de los planes de pensiones cuya gestión ha sido encomendada a entidades del sector. Este último importe es un 4,09% superior al anotado el pasado ejercicio por las mismas fechas.

A cierre del pasado año, 8.431 personas mayores de 65 años transformaron el dinero logrado con la venta de algún elemento patrimonial (por ejemplo, una segunda vivienda, fondos de inversión, acciones, etc.) en rentas vitalicias, acogiéndose a las ventajas fiscales que se establecieron para este producto a raíz de la última reforma del IRPF. Estas rentas vitalicias acumulan un volumen de ahorro bajo gestión de 769 millones de euros.

Las entidades empezaron a comercializar estos productos hace poco más de un año. Por lo tanto, 2016 ha sido el primer ejercicio completo en que se han computado este tipo de operaciones de seguro.

Las rentas vitalicias y temporales constituyen el producto más

relevante en términos de ahorro gestionado. Acumulan unas provisiones técnicas de 84.669 millones de euros, un 4,11% más que un año atrás. Por otra parte, destaca la pujanza de seguros individuales de ahorro a largo plazo (Sialp). Estas pólizas, popularmente conocidas como Planes de Ahorro 5, movían a cierre de año 1.991 millones. Así pues, duplican con holgura el volumen de gestión de un año para otro.

La evolución de los planes individuales de ahorro sistemático (PIAS) también es llamativa. Estos seguros alcanzan a cierre de diciembre los 10.223 millones y registran un crecimiento del 27,47% en los últimos 12 meses. Mientras, los capitales diferidos repuntan un 7,06% y suman 48.507 millones de euros.

Cecas ofrece a los mediadores un test para medir su conocimiento financiero



Cecas ha presentado el nuevo test para medir el conocimiento financiero en el sector de la mediación. Con tan solo diez preguntas, disponibles en la página web de la organización, el mediador podrá conocer el nivel en materia de finanzas que posee.

El objetivo de esta prueba, es que el mediador tome conciencia del nivel de conocimiento financiero en el ámbito profesional del seguro, y comprobar si está capacitado para la labor de gestión y

planificación financiera. Esta iniciativa se encuadra dentro del Plan Estratégico de la Mediación que proponía adentrarse en ramos y productos en los que hubiese un elevado nivel de asesoramiento.

El Centro de Estudios propone adentrarse en el sector de los mercados financieros con webinars especializados, como el celebrado el 14 de febrero sobre el futuro de la mediación con la nueva directiva Mifid II (que entrará en vigor en enero de 2018), y el nuevo curso de Asesor Financiero que empezará a finales de febrero.

MiFID II ha causado gran expectación por la fuerte exigencia que se demandará a los distribuidores de productos financieros, y por lo tanto a aquellos mediadores que quieran introducirse o actúen además como profesionales del asesoramiento financiero.

Generali ensalza a sus mediadores en su nueva campaña publicitaria

Generali ha estrenado su última campaña de publicidad poniendo de relieve la figura del mediador de seguros como pieza clave de su actividad. Bajo el concepto "A grandes problemas, grandes solucionadores", la aseguradora plantea tres situaciones para demostrar que ante cualquier problema del cliente, siempre hay un mediador de la compañía que tiene la solución.

La campaña, que vuelve a contar con Jesús Calleja, concede absoluto protagonismo a sus mediadores, que se las ingenian para resolver las incidencias de sus clientes de forma rápida e inteligente. La campaña está compuesta por tres líneas (Autos, Hogar y Vida).

Por otro lado, la aseguradora mejora su forma de comunicarse con sus clientes con la iniciativa 'Más que seguros'. A través de esta iniciativa, los clientes de la compañía recibirán información actualizada en momentos puntuales e importantes y tendrán disponibles reportajes y artículos de actualidad, así como consejos, recomendaciones y acceso a servicios exclusivos.





Roberto Fernández promociona a director del área Técnica de March JLT

March JLT ha nombrado a Roberto Fernández como director del área Técnica, incorporándose a su vez al Comité de Dirección de la compañía.

En los últimos 8 años, ha desempeñado las funciones de director de la Oficina Corporativa de Industria y Servicios y de responsable del departamento de Siniestros de la correduría March JLT. Antes, formó parte del departamento Técnico de Musaat.

Ingeniero industrial de formación, como director del área Técnica, Fernández tendrá competencias directas en las diferentes unidades que componen esta área (departamento de Siniestros, departamento de Operaciones, Portfolio Management, departamento de Calidad y Gerencia de Riesgos).

Por otra parte, la correduría de seguros ha incorporado a su equipo a Álvaro de Olazábal en calidad de director de la Unidad de Grandes Cuentas de Industria y Servicios, reportando directamente al director comercial. Licenciado en Derecho y Máster de Asesoría de Empresa por la Universidad de Navarra, durante los últimos 10 años, Olazábal ha desarrollado su carrera en Zurich Global Corporate Spain, donde desempeñaba la dirección y responsabilidad global de grandes clientes.

Por otro lado, March JLT ha participado como patrocinador y ponente en el I Encuentro Proveedores organizado por [Hosteltur](#) titulado “¿Qué pide el cliente? ¿Qué ofrece el proveedor?”, que ha reunido a 25 expertos relacionados con el sector hostelero, restauración, hospitalario y canal Horeca.

Una de las amenazas a la que se están enfrentando actualmente las aseguradoras y los hoteles es la de los llamados “claim farmers” o ‘recolectores de reclamaciones’. Es una práctica importada de Reino Unido en la que algunos abogados ingleses ofrecen sus servicios para presentar desde allí demandas conjuntas de turistas británicos contra los hoteles españoles. Se trata de reclamaciones falsas, por supuestas intoxicaciones alimentarias de los turistas.



Espabrok alcanza un convenio de colaboración con HDI Seguros

Luis López Visús, director general de [Espabrok](#), y Juan Aznar Gáldiz, director general de [HDI Seguros](#), han firmado un acuerdo de colaboración para la distribución de sus productos durante 2017 y 2018.

“Con este acuerdo, HDI pretende fortalecer y potenciar la comercialización de sus productos Multirriesgo en colaboración

con la extensa red de Espabrok, poniendo de manifiesto la apuesta firme de la compañía por el canal de la mediación y especialmen-



te a través de asociaciones profesionales de corredores como Espabrok”, ha comentado Aznar.

Primera Junta Directiva del Colegio de Navarra tras su reelección

La Junta Directiva del [Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra](#) ha celebrado la primera reunión del año tras el periodo electoral. Todos los miembros fueron renovados automáticamente en sus puestos ya que se presentó una única candidatura, encabezada por Alberto Moreno, presidente del organismo.

El organigrama completo del Colegio de Navarra lo forman Ángel del Corro (vicepresidente), María Castañeda (tesorera), Rafa Martincorena (secretario) y Natalia Rodríguez (vocal). Los también vocales José Rodríguez y Javier Ibáñez renunciaron a última hora de su cargo por motivos personales.

La Junta se fija para los próximos años, entre otros objetivos, el incremento de los cursos de formación, la afiliación de nuevos profesionales y la promoción del mediador de seguros colegiado.



El número de vehículos asegurados en España se situó en 29.847.320 unidades a cierre del primer mes de 2017, según informa [Unespa](#). Los datos del Fichero Informativo de Vehículos Asegurados (FIVA) indican que esta cifra supone un incremento del 2,21% respecto de enero del ejercicio anterior.



El número de vehículos asegurados se incrementa un 2,21% en el primer mes del año

De este modo, el parque de vehículos a motor que circulan por las calles y carreteras del país se ha incrementado en 644.848 unidades en los últimos 12 meses. En diciembre se produjeron 918.989 altas de vehículos y 910.030 bajas. Por lo tanto, el parque móvil ha aumentado en 8.959 unidades respecto al dato de diciembre.

En enero se mantiene la ligera desaceleración del ritmo de crecimiento del parque asegurado que se viene observando desde finales del ejercicio 2016. La tasa de evolución intermensual es prácticamente cero e inferior, por ejemplo, a la expansión del 0,26% que se observó en el mismo mes del año anterior. No obstante el movimiento de altas y bajas ha sido particularmente dinámico en este primer mes del ejercicio 2017.



Plus Ultra Seguros, Reale Seguros y AXA respaldan el proyecto 'Ingeniería de seguros para la empresa' de E2K

Plus Ultra Seguros, Reale Seguros y AXA han confirmado su apoyo a la organización de corredores de seguros E2K para impulsar su Club de Empresas de E2K, 'Ingeniería de seguros para la empresa'. Esta iniciativa apoya a los corredores en su desarrollo en materia de herramientas, servicios, procedimientos y metodología de trabajo para poner a disposición de los corredores integrantes de la red #E2KBrokernet una oferta aseguradora amplia.

Paloma Arenas, directora general de E2K, afirma que "Ingeniería de seguros para la empresa sistematiza toda la tarea del corredor para ofrecer al empresario un servicio integral que responda plenamente a sus necesidades".

Por su parte, Luis Vallejo, director general adjunto Comercial de Plus Ultra Seguros, destaca la importancia de este proyecto: "Queremos ofrecer a los empresarios un completo programa de seguros, adaptado a sus necesidades y adecuado para la envergadura de su negocio".

El director del canal de Corredores/ Asociaciones de Reale Seguros, Rafael Calderón, ha manifestado que apoya decididamente el proyecto porque "es muy profesional y además su visión de 360 grados supone recuperar la labor aseguradora original de cubrir todos los riesgos para conseguir un producto de calidad y de primer nivel para el empresario".

Además, AXA y E2K abordarán el desarrollo de herramientas, servicios, procedimientos y metodología de trabajo, de forma que los corredores integrantes de la red

#E2KBrokernet dispongan de la oferta aseguradora más completa para las pymes.

Rafael Raya, director de Corredores de AXA, ha comentado que "estamos convencidos de que esta alianza va a reforzar nuestra presencia en el segmento de Empresas".

Por su parte, Pedro Vera, presidente de E2K señaló que los corredores de seguros tienen que hacer un esfuerzo ahora para que los empresarios les conozcan y sepan que actúan con total independencia y objetividad y que se les ofrece el programa de seguros más adecuado a su actividad.



Cojebro y MPM presentan una app para mejorar su relación con el cliente



Cojebro y MPM han diseñado una solución app específica para los socios con el objetivo de ofrecer un servicio de primer nivel tecnológico para los clientes a través del smartphone.

La app proporciona una comunicación sincronizada entre la aplicación del cliente y las bases de datos de la correduría (conectividad inmediata de la app con Visual Seg); y da un servicio integral al cliente en una única herramienta, con independencia de las pólizas contratadas en diferentes aseguradoras.

En otro orden de cosas, Cojebro y la [Fundación Universitaria Bages \(FUB\)-UManresa](#) han firmado un convenio de colaboración para el desarrollo del Programa Superior de Gestión de Riesgos en la Pyme, orientado a capacitar a los directivos, gerentes y equipos de las corredurías pertenecientes a la asociación.

Por otro lado, Cojebro ha impartido el segundo módulo del Programa Superior de Gestión de Riesgos en la Pyme, dedicado al risk management y la RC de Productos.

Por último señalar que la asociación ha firmado un acuerdo de colaboración con [Asefa Seguros](#).

Cohebu Seguros colaborará con los empresarios jerezanos

Cohebu Seguros ha firmado un protocolo de colaboración con la Asociación de Empresarios y Comerciantes de la Zona Sur de Jerez (Adecosur), en la sede de la entidad jerezana.

Según ha declarado el presidente de Adecosur, Javier Lobo, "es fundamental fomentar las relaciones de confianza entre instituciones y empresas que otorguen al tejido asociativo de la provincia un soporte de seguridad estable. Hemos encontrado el equilibrio

perfecto entre un producto competitivo y el servicio de asesoramiento personalizado que merecen nuestros socios", ha precisado.

Entre los puntos del acuerdo que han sellado la correduría sanluqueña y la asociación jerezana que acoge más de 200 profesionales resalta "el compromiso de responsabilidad social con el entorno local y provincial", para lo que está previsto realizar acciones de carácter de interés económico, financiero o laboral de cara a este 2017.

Por otro lado, Cohebu Seguros ha abierto su primera oficina en Huelva. En total este año la correduría sanluqueña pretende abrir un total de ocho sedes en la zona de Andalucía occidental.





Arag, DAS y Asisa se adhieren al Pacto de Confianza de Newcorred

DAS, Arag y Asisa han sido las primeras aseguradoras en adherirse al Pacto de Confianza de la Organización de Nuevos Corredores y Corredurías de Seguros-Newcorred.

En él se recogen los principales puntos del proceso de formalización y puesta en marcha de los acuerdos de colaboración entre la aseguradora y los nuevos corredores de la entidad, así como para el apoyo, formación y ayuda en el arranque del inicio de su actividad profesional.

Caser reúne a sus mediadores en la XIV Convención Comercial

Bajo el lema “Reiníciate” Caser ha celebrado la XIV Convención Comercial del Negocio Agentes y Corredores, en la que ha reunido a los 150 profesionales que componen el equipo comercial.

Ignacio Martín, director del Negocio Agentes y Corredores, fue el encargado de dar comienzo a las sesiones analizando los importantes logros alcanzados a lo largo del año anterior, así como las palancas necesarias para cumplir los objetivos del ejercicio que acaba de comenzar. Martín centró también su intervención en la optimización de la eficiencia comercial, que calificó como “el gran reto para 2017”.

En la primera jornada, y desde el hilo conductor de “resetearse para crecer”, se expusieron métodos y sistemas para impulsar las buenas prácticas en la gestión de los equipos comerciales, así como en la política de nombramientos, en la aplicación del Protocolo de Actuación Comercial, y en la involucración en las campañas comerciales, aspectos todos definidos como fundamentales.

La segunda parte estuvo focalizada en los productos estratégicos a desarrollar, poniendo especial énfasis en Vida, así como en las oportunidades del ámbito rural y sus concretas necesidades de aseguramiento y el importante nicho de mercado latente en la asistencia en viajes. Además, se analizó la explotación de carteras, la venta cruzada y las campañas comerciales como palancas comerciales clave para la consecución de los objetivos marcados.

Por otra parte, su filial Caser Dental ha obtenido la certificación del Sistema de Gestión de la Calidad conforme a la norma ISO 9001, que concede Aenor.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha renovado su convenio de colaboración con el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid.



Aprocose concede sus premios a la excelencia a Ramón Vieites, al Consorcio de Compensación y a la asociación Asleuval



La Asociación Profesional de Corredores de Seguros (Aprocose) ha hecho público el fallo de los VII Premios a la Excelencia cuyo objetivo es reconocer el trabajo, la trayectoria y el compromiso de instituciones y personas que se han distinguido por su labor en sus respectivas áreas de actuación.

En la última asamblea general de la asociación se acordó otorgar el Premio a la Excelencia Profesional a Ramón Vieites Daporta, por su trayectoria profesional y en especial por contribuir a fomentar el asociacionismo de los mediadores. Vieites, corredor de seguros desde hace más de 50 años de la correduría Vietes Daporta, de Cambados (Pontevedra), fue uno de los fundadores del Grupo Espanor, de la que actualmente es presidente de honor.

El Premio a la Excelencia Empresarial será para al Consorcio de Compensación de Seguros, por su dilatada trayectoria al servicio del sector asegurador español.

Y el Premio a la Excelencia al Compromiso Social se otorgará a la Asociación para la Lucha contra la Leucemia de la Comunidad Valenciana (Asleuval), entidad que cumple 25 años en 2017.

La ceremonia de entrega de los premios Aprocose se realizará el próximo 9 de marzo en Feria Valencia en el marco del Foro Internacional del Seguro (Forinvest).



Coinbroker intermedia un 17,07% más de primas que en 2015

Coinbroker ha intermediado en 2016 más de 59,1 millones de euros en primas, lo que supuso un incremento del 17,07% frente al año anterior, cifras sensiblemente superiores a los objetivos marcados, que eran de 58,7 millones de euros.

Así lo ha dado a conocer la correduría durante su XIV Convención Anual, en donde se presentaron las líneas estratégicas y novedades de 2017, así como las principales zonas de expansión previstas para este año. El objetivo es alcanzar los 67,7 millones de euros, lo que supone un aumento superior al 14%, que estará basado en el mayor crecimiento de Empresas y Vida.

Rafael Mengot, director general explicó la importancia del equipo y las personas como base del proyecto empresarial y reconociendo a estas como el principal activo empresarial de Coinbroker.

Entre otras acciones están previstas las aperturas de otras 10 oficinas comerciales, 3 sucursales, así como la incorporación de diferentes especialistas para el desarrollo de diferentes ramos.



Hiscox imparte un taller sobre seguros a emprendedoras de Marbella

Hiscox España ha impartido un taller informativo para emprendedoras sobre seguros para profesionales, directivas y oficinas. Dicha sesión se celebró en la Red Emprendedoras de Marbella (REM), junto a la correduría **Op de Beeck & Worth**.

En este taller se ha explicado a un grupo de mujeres emprendedoras de una manera sencilla las coberturas de los seguros de daños materiales, el seguro de RC Profesional y el seguro RC Administradores y Directivos.

“Al menos que un emprendedor se deje asesorar, no suele pensar en contratar seguros más allá de los básicos para su negocio. Por eso es tan importante explicarles a qué riesgos y posibles demandas se exponen en el desarrollo de su actividad empresarial y

cómo protegerse”, ha señalado Nerea de La Fuente, directora del departamento de Riesgos Profesionales, Hiscox España.

“Es fundamental una buena gerencia de riesgos que sirva para proteger a la empresa frente a pérdidas, daños y reclamaciones de terceros”, ha apuntado Danni Worth, socio director de la correduría Op de Beeck & Worth.

Por otra parte, la empresa **Eral Logistic Personal** ha contratado una póliza de Hiscox, a través de la correduría UBL Brokers Grupo,

para proteger el Trono de Hierro de la serie Juego de Tronos frente a cual-

quier eventualidad en el transporte, almacenamiento y exposición durante la gira promocional que la plataforma televisiva HBO en España. Se trata de un seguro a todo riesgo, a valor convenido. Si sufre un daño o pérdida de valor, Hiscox pagará la restauración y la posible depreciación sufrida.



Nueva campaña de Grupo Catalana Occidente

El **Grupo Catalana Occidente** ha lanzado su nueva campaña publicitaria “Quiero asegurar...”, en la que explica el porqué de su actividad aseguradora.

La creatividad del anuncio gira en torno al mensaje que una niña envía a las oficinas de la compañía y en el que les pide asegurar lo que ella considera las “cosas importantes de verdad”, una

serie de valores intangibles y vivencias como el cielo, el mar, las ballenas, los árboles, los veranos, los abrazos o los besos.

Catalana Occidente responde que ya asegura estas cosas, dando confianza a las personas a través de sus productos, permitiéndoles desarrollar su potencial e influir positivamente en la sociedad.





Allianz Worldwide Partners asegura a los usuarios de la empresa de Car2go

Allianz Worldwide Partners y Car2go han firmado un acuerdo de cooperación exclusiva en Europa, por el que, desde el pasado 1 de enero, los usuarios del proveedor de carsharing flexible dispondrán de un seguro a terceros ofrecido por la aseguradora cuando alquilen un vehículo.

El elemento diferenciador y especial de este acuerdo es que la cobertura del seguro se ha adaptado a la estructura de precios empleada por Car2go, que cobra por minuto.

“Al mismo tiempo, estamos definiendo nuestro papel en el campo de las nuevas formas de movilidad, en el que queremos ofrecer servicios innovadores y coberturas de seguros ajustadas a sus necesidades, sin

importar dónde están o qué medios de transporte utilizan para moverse”, ha señalado Matthias Wuensche, miembro del consejo de administración de Global Automotive, Allianz Worldwide Partners.

XL Catlin amplía su colaboración con S-RM para cubrir los servicios de respuesta ante secuestros

La consultoría S-RM se ha convertido en el proveedor de referencia de XL Catlin para los servicios de respuesta ante secuestros destinados a los asegurados de las pólizas de secuestro y extorsión de la compañía en todo el mundo, tras la ampliación de la colaboración entre ambas empresas, hecha efectiva el 1 de enero.

Los clientes de XL Catlin tendrán acceso a servicios de consultoría diseñados para prevenir y responder a incidentes de secuestro, rescate o extorsión. Entre los servicios de S-RM se incluye el acceso completo a la plataforma Global Security Insight de S-RM, que proporciona información sobre riesgos políticos y de seguridad.

“El liderazgo de S-RM en mapas de amenazas, informes de riesgos por países y servicios de gestión de crisis aportan un valor real a nuestros clientes”, ha comentado Charlie Matheson, director global de Secuestro y Extorsión en XL Catlin.





Metrópolis Seguros firma un acuerdo con Fito & Asociados para comercializar una póliza de joyerías

Metrópolis Seguros ha firmado un acuerdo para la comercialización de la nueva póliza de joyerías desarrollada conjuntamente y en exclusiva con la correduría Fito & Asociados, complementando la cobertura de robo de Lloyds, distribuida en España por Técnica Aseguradora Internacional F&A.



El acuerdo fue firmado en La Coruña por Francisco Jover, director comercial de Metrópolis, y por Rodolfo Suárez, de la correduría Fito & Asociados.

Por otra parte, la aseguradora, como empresa asociada a Asocex (Asociación de Corredores y Corredurías de Extremadura), ha estado presente en la jornada de formación que se ha celebrado en Mérida sobre las nuevas tecnologías relacionadas con el sector asegurador.

La conferencia fue ofrecida por Claudio Aros consultor, economista y psicólogo, además de director y coordinador del curso universitario Experto en Tecnología para la mediación del Cecas. Por parte de Metrópolis estuvieron presente Francisco Jover, director comercial, y José Francisco Lama, inspector comercial de la compañía.

Por último señalar que Metrópolis Seguros ha participado con un espacio de negocio en la XXIV Semana del Seguro. Con su participación en el evento, la entidad pretende continuar fortaleciendo los lazos entre la compañía y el mediador.

Willis Towers Watson Networks tiene nuevas incorporaciones de corredurías

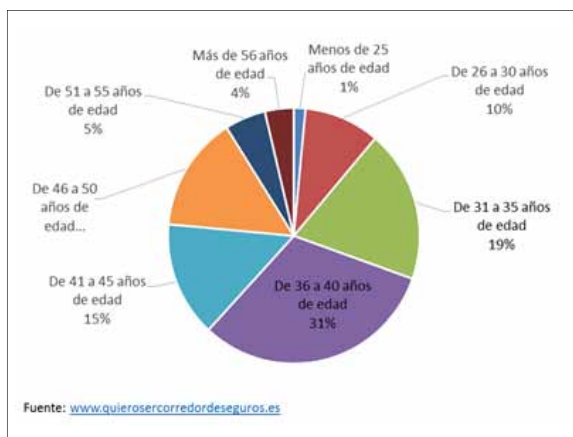
Willis Towers Watson Networks ha incorporado recientemente a su alianza a la correduría sevillana Suan Corredores y la albaceteña Ramírez Arribas Correduría de Seguros.

Suan Corredores cuenta con más de 65 años de experiencia y fortalece la presencia de Willis Tower Watson Networks en el sur de España.

Por su parte, Ramírez Arribas es una correduría con más de 25 años de experiencia en el sector.

Estos acuerdos son el primer paso de cara a cumplir uno de sus principales objetivos para este 2017, consolidar y hacer crecer la alianza a nivel nacional, llegando a todas las provincias españolas.

Varón, de 41 años y universitario, perfil medio del nuevo corredor en 2016



Según datos del informe “¿Cómo son los nuevos corredores y corredurías del 2016?”, elaborado por el portal www.quierosercorredordeseuros.es, el perfil medio del nuevo corredor que se ha iniciado en la profesión el año pasado es el de un varón, de 41 años y con estudios universitarios.

En el tramo de edad de 31 a 40 años es donde se concentra el 50% de todos los nuevos corredores que se han dado de alta en 2016. “La presencia de la mujer en la profesión de corredor de seguros está aumentando su cuota año tras año aunque aún dista mucho del que tienen los hombres –señalan desde el portal-. Y ello porque en 2016 se dieron de alta dos nuevos corredores de seguros hombres (67%) por cada nueva corredora mujer (33%)”, destaca el informe. En cuanto a los nuevos proyectos de sociedades de correduría de seguros, en 2016, tan solo un 4% de éstas estuvieron promovidas solo por mujeres, siendo el resto promovidos, bien solo por hombres (35%) o conjuntamente por hombres y mujeres (61%).

Por otro lado, un dato que viene a confirmar el alto grado de cualificación y formación de los nuevos corredores de seguros actualmente es el porcentaje que cuentan con formación universitaria. El informe señala que 6 de cada 10 nuevos corredores y corredurías que iniciaron su andadura en 2016 tienen detrás a personas que cuentan con formación universitaria, frente los que ha estudiado Bachillerato (32%) y los que tienen Formación Profesional (FP) de nivel II (solo el 7%).

Esta formación de base universitaria es aún más extendida en los proyectos de nuevas corredurías, donde el 75% de los promotores son universitarios, frente a los proyectos de corredores individuales donde este porcentaje baja al 48%.



Las tarifas de Salud individual decrecen un 3,8% en 2016

Pricing Test ha realizado un estudio comparativo de primas de Salud individual y los decrementos de primas promedios para el conjunto de los 5 targets analizados y todas las compañías y zonas ha sido del -3,8%.

Se constata una reducción de primas de tarifa inferior a 2015, que fue del -6,3%, pero que suponen un descenso acumulado del -9,90% en 2 años.

La consulta se ha realizado entre diciembre de 2015 y diciembre de 2016 en las principales entidades del sector y en 5 zonas (Madrid, Barcelona, Bilbao, Sevilla y Valencia).



Se celebra el Encuentro MGS 2017 con la vista puesta en su 110º aniversario

Alrededor de 200 miembros del equipo de **MGS Seguros** se han congregado en el Encuentro MGS 2017, celebrado en Barcelona, en el que la entidad presentó el enfoque estratégico del ejercicio y los distintos proyectos que llevará a cabo este año, en el que la entidad celebra su 110º aniversario.



Para MGS, el nuevo ejercicio estará marcado por la innovación gracias, entre otros, a la implementación de Auto Guardián para asistencia en carretera, un nuevo servicio que genera un importante valor añadido a las pólizas de Automóviles de la aseguradora, así como distintas mejoras en productos y procesos que facilitarán la labor de los agentes y empleados de la aseguradora en la prestación del mejor servicio para los clientes de MGS.

2017 será sin duda un año muy especial para MGS Seguros ya que la entidad celebrará 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. Además, se pondrán en marcha acciones especiales en las que se involucrará a todo el personal y colaboradores de la aseguradora.

Así lo desgranaron los distintos miembros del Comité de Dirección de MGS Seguros, encabezados por el director general de la entidad, Juan Ignacio Querol. El evento contó con la presencia de Heliodoro Sánchez, presidente de MGS y José María Sampietro, presidente de honor de la aseguradora.

Ruiz Re participa en la semana del seguro de inese



Ruiz Re ha participado en la **Semana del Seguro de Inese**. La correduría aprovecha la cita para dar a conocer su filosofía empresarial y su forma de entender esta profesión.

Eso se hace en el nuevo espacio “Entre Corredores”, en el que las principales corredurías y corredores de seguros se darán cita. Desde Ruiz Re, valoran esta estupenda oportunidad para darse a conocer y entrar en contacto con corredores profesionales que busquen una oportunidad de negocio solvente y cercana.

El Colegio de Valencia desarrolla una nueva plataforma formativa online

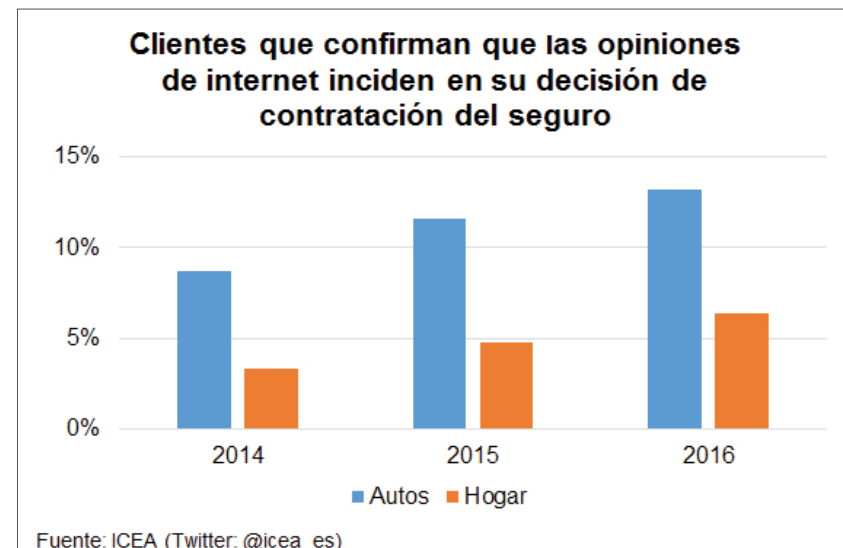


El Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia pondrá en funcionamiento a lo largo de este año una nueva herramienta online para aumentar su oferta formativa.

El responsable de desarrollar esta plataforma será José Antonio Álvarez, doctor en Economía, profesor en la Universidad de Valencia y director técnico en una correduría de seguros durante más de 20 años. Álvarez se encargará de desarrollar la parte docente de la plataforma, creando y gestionando una amplia oferta de cursos online, que posteriormente el Colegio ofrecerá a los profesionales.

Para el desarrollo de esta herramienta formativa se va a emplear Moodle, que permite la utilización de un amplio catálogo de herramientas para poder realizar una formación más dinámica y con mayores recursos.

Por otra parte, el Colegio ha convocado la segunda edición del Curso Experto +Salud+Vida. La institución colegial subvenciona a los colegiados un 25% del coste total del curso. Éste consta de un total de 180 horas repartidas durante cuatro meses, que comenzó el 20 de febrero.



Aumenta el impacto de las opiniones online en la decisión de contratar seguros

Las opiniones publicadas por otros consumidores en foros, blogs o redes sociales, tienen cada vez mayor incidencia en la decisión de contratación, de forma más evidente en el seguro de Autos, pero con un aumento más significativo en Hogar, multiplicando por dos el porcentaje de 2014.

Así lo demuestra un estudio elaborado por ICEA, que pone en evidencia que, con el objetivo de disponer de mayor información, el cliente de seguros utiliza cada vez más internet, tanto a través de las páginas web de la compañía, como por medio de los comparadores de seguros en el momento previo a la contratación de su póliza.



Las aseguradoras desembolsan 307 millones en indemnizaciones por invalidez

Las aseguradoras pagaron 307 millones de euros para indemnizar casos de invalidez total o parcial en 2015. En ese ejercicio se produjeron 25.805 siniestros de este tipo en toda España, que fueron indemnizados por pólizas de Vida, Salud y Decesos, fundamentalmente. Esta es una de las conclusiones que se desprende del informe "Las prestaciones de invalidez del seguro español", elaborado por **Estamos Seguros**, programa de **Unespa**.



De acuerdo con este trabajo, la indemnización media por persona asciende a 11.935 euros. La media de estas indemnizaciones se sitúa en los 3.400 euros. En tres de cada 10 casos, el afectado percibió más de 6.600 euros; mientras que en dos de cada 10 se rebasó la barrera de los 11.500 euros.

El importe medio de las indemnizaciones varía de una comu-

nidad autónoma a otra. En Castilla-La Mancha, se alcanzaron los 33.868 euros de media. Le sigue muy de cerca Extremadura, con 33.701 euros, y País Vasco, con otros 27.068 euros. Las indemnizaciones promedio más modestas aparecen en Baleares, con 10.267 euros; Cataluña, con 9.806 euros; y La Rioja, donde se desembolsó una media 6.746 euros por percance.

Las convenciones con mediadores de Zurich Seguros se ponen en marcha

Las convenciones de agentes y corredores de **Zurich Seguros** han dado comienzo en Las Palmas, unos encuentros que reunirán a más de 800 mediadores en varias ciudades de toda España. Los próximos encuentros están previstos en Tenerife, Mallorca, Madrid, Barcelona, Zaragoza, Bilbao, Málaga, Sevilla, Valencia y A Coruña.



Las reuniones girarán en torno a los principales avances y mejoras implantadas en 2016 en la compañía, los retos que se han fijado para 2017 y las principales acciones que se van a implantar para alcanzarlos. Asimismo, también se compartirán las novedades previstas en cuanto a comunicación a clientes y a los mismos mediadores.

Zurich Seguros apuesta por convertir estas sesiones en un espacio para el diálogo, con especial atención a escuchar las opiniones y sugerencias de los agentes y corredores.



Toma posesión de sus cargos la nueva Junta de Gobierno del Colegio de La Coruña

Juan Manuel Sánchez-Albornoz, reelegido como presidente del [Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña](#), ha tomado posesión de su cargo, renovando su mandato por otros cuatro años. Le acompañan en su responsabilidad Víctor L. García, como vicepresidente; José Ramón Cobián, como tesorero; Javier Bermejo, como secretario; y Carmen Aradas, Marcos Carreira y Dimas Suárez, como vocales.

Por otra parte, esta institución continúa con sus jornadas de formación. La directora de la delegación norte de la entidad colaboradora [Asefa Seguros](#), Isabel de Jorge, impartió una charla sobre avales ante la Administración; y Ricardo Ruiz de la Serna, profesor en la Universidad CEU-San Pablo y ex director general de Justicia de la Comunidad de Madrid, disertó sobre la problemática jurídica del contrato de agencia de seguros.

En otra ocasión, Joaquín Ortiz, director del área de Servicios

de Soporte de [Ofesauto](#), dio una charla sobre la gestión de accidentes de circulación con un vehículo extranjero implicado, además de otras cuestiones como la carta verde o el seguro de frontera.

Además, ha celebrado una jornada gratuita para dar a conocer el proyecto de implantación del Plan Estratégico de la Mediación (PEM).

Por último señalar que Asefa Seguros ha renovado su protocolo de colaboración con el Colegio de La Coruña .

Uniteco Profesional renueva su colaboración con ASPE

La [Alianza de la Sanidad Privada Española \(ASPE\)](#) ha renovado el acuerdo de colaboración que mantenía con [Uniteco Profesional](#), por lo que los asociados de ASPE podrán disponer tanto de productos profesionales como personales en todos los ramos del seguro.

Además, gracias a este acuerdo las empresas sanitarias también pueden disfrutar de buenas condiciones en un abanico de productos para la protección de sus instalaciones, profesionales y pacientes.





La correduría NB21 ha cerrado el ejercicio 2016 con unas primas netas

intermediadas de 23,9 millones euros (+8,84%), lo que supone un incremento de 1,9 millones sobre el negocio intermediado en el ejercicio precedente.

NB21 cierra 2016 con un incremento de casi el 9% en primas intermediadas

Los ingresos por comisiones y honorarios ascendieron durante el año 2016 a 5,6 millones euros, con un incremento neto del 5,50% sobre los ingresos del año anterior. Durante el ejercicio 2016 la correduría superó, además, los 35.000 clientes y las 60.000 pólizas intermediadas. “En breve haremos públicas incorporaciones de nuevas corredurías que comenzarán su integración con nosotros en 2017 y cuyos contratos están firmados. Y nuestra intención para los próximos años es continuar con el plan de expansión. Ya somos una correduría de referencia para cualquier pequeño y mediano corredor generalista que necesite apoyarse en un gran grupo, no ya sólo para crecer, sino para subsistir”, ha añadido Álvaro Rodríguez, director general de NB21.

Para finalizar, Rodríguez define 2016 como “el mejor año en la historia de la correduría, tanto en términos de negocio como en lo económico”.

El grupo de trabajo de Fecor se reúne para hablar sobre la trasposición de la IDD



El grupo de trabajo que Fecor tiene constituido para el análisis de la trasposición de la Directiva Europea de Distribución (IDD), se ha reunido de nuevo con el fin de analizar el Anteproyecto de Ley de Distribución de Seguros y Reaseguros Privados, que la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) trasladó para su análisis a las organizaciones representativas de la mediación profesional.

En dicha reunión se han analizado los comentarios trasladados, tanto por las diez asociaciones y organizaciones profesionales que integran la federación, como por el propio equipo de trabajo, profundizando sobre ellos y configurando así la posición de Fecor, que no es otra que la de velar por los intereses del colectivo de corredores y corredurías de seguros así como de los consumidores a los que la ley pretende proteger.

El resultado de todo ello es el documento que se ha trasladado a la DGSFP, con los comentarios y propuestas aportadas al primer borrador de Anteproyecto de Ley de Distribución.

Por otra parte, la agencia de suscripción Xenasegur se ha adherido al Grupo de Apoyo de la federación y Pelayo ha firmado la Carta de Condiciones de Fecor.

E2000 Asociación y CIAC unen fuerzas en defensa del corredor pyme



E2000 Asociación y CIAC (Coordinadora Independiente de Asociaciones de Corredores de Seguros) han suscrito un acuerdo de cooperación mutua institucional, por el que, desde ahora, ambas organizaciones sumarán sus esfuerzos en aras de la representatividad de los intereses que les son comunes, que son aquellos de los pequeños y medianos corredores.

El objetivo inmediato de esta alianza es lograr que la futura Ley de Distribución de Seguros, que transpondrá la IDD, contemple los derechos e intereses del pequeño y mediano corredor, que es, precisamente, el profesional mayoritario al que representan ambas entidades. Con esta finalidad, ambas organizaciones presentarán en el plazo previsto, las notas y observaciones al redactado del borrador de la Ley que han sido consensuadas.

Tanto E2000 Asociación como CIAC coinciden en señalar que se trata de un acuerdo de gran relevancia para el sector de la mediación, dado que los miembros de ambas entidades suman unos 800 corredores y corredurías de seguros, lo que convierte a esta alianza en la voz empresarial más representativa de la mediación independiente, y, más específicamente, del pequeño y mediano corredor.

Por otra parte E2000 Asociación ha puesto en marcha su formación especializada en productos estratégicos, con un curso centrado en tres productos exclusivos para sus socios: RC Profesional, con Hiscox; D&O, con Markel; y Asistencia en Viaje para Empresas, con Chubb.

Unión Madrileña ha incorporado a M^a Ángeles López a su Dirección Médica para desempeñar la figura de director asistencial de proveedores, con el fin de responsabilizarse de todo el área de gestión de profesionales sanitarios y proveedores de salud.

M^a Ángeles López Berlanga se incorpora a Unión Madrileña como nueva directora asistencial

Diplomada en Enfermería y formada en Dirección y Gestión de servicios hospitalarios, López posee una amplia experiencia en el sector asegurador, habiendo desarrollado durante más de 14 años su actividad profesional en la gestión del gasto médico y hospitalario en aseguradoras como Sanitas y DKV Seguros.





El precio medio del seguro de coche creció en 2016 en todas las modalidades. La prima

media aumentó un 7,9% y se situó en 2016 en 613,8 euros, según “Índice anual sobre el precio del seguro de coche”, elaborado por Kelisto.es.

El precio medio del seguro de coche sube casi un 8% en 2016

Los seguros a todo riesgo registraron el mayor incremento de precio en el último año, con una prima media de 1.334,9 euros y un aumento del 11,6% (139,7 euros) con respecto al año anterior. Por su parte, el seguro a terceros ampliado registró un precio medio de 394,4 euros en 2016, un 10,8% más que en 2015 (38,6 euros), y la prima media del seguro a terceros se situó en 2016 en los 369,2 euros, un 7,9% más (27,1 euros) que en el ejercicio anterior.

ACS-CV incorpora una nueva correduría a su asociación

La [Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana \(ACS-CV\)](#) inicia el año 2017 con la incorporación de la correduría M^a José Cervera Juan, de Valencia, cuya alta se ha hecho efectiva durante este mes de enero.

La incorporación se materializa en unas fechas durante las cuales los corredores no asociados o agrupados analizan las diferentes opciones y sopesan las ventajas de pertenecer a una asociación mercantil o grupo de corredores como ACS-CV, que actualmente es la asociación más representativa del sector en la Comunidad Valenciana.

Apromes alcanza un acuerdo de colaboración con el gabinete de peritación Indexa

Javier García-Bernal, presidente [Apromes](#), y Cristóbal López Porta, director general de [Indexa Peritos de Asegurados](#), han rubricado un convenio de colaboración y patrocinio.

Desde la asociación se valora positivamente esta firma ya que viene a complementar los servicios que hasta el momento se venían prestando, aportando una herramienta de desarrollo eficaz en todos los ámbitos y sectores susceptibles de peritación.

Por otra parte, la asociación ha alcanzado acuerdos de colaboración con [AXA](#), [CA Life Insurance Experts](#), [AIG](#), [Reale](#) y [Xenasegur](#).



83



El Colegio de Madrid firma un convenio con la tecnológica TE-SIS Soluciones

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid y TE-SIS Soluciones han firmado un convenio de colaboración, gracias al que los colegiados madrileños disfrutarán de condiciones ventajosas a la hora de implementar o adquirir licencias del software estándar TE-SIS Seguros.



“La firma de este acuerdo es una buena noticia para nuestros asociados, ya que podrán acceder a los programas y aplicaciones de TE-SIS en condiciones preferentes con el objetivo de seguir mejorando y adaptando sus herramientas informáticas a la realidad actual”,

ha declarado Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Madrid.

Por su parte, Pau Maya, CEO de TE-SIS Soluciones, ha señalado que “este tipo de colaboración beneficia a las tres partes implicadas: al Colegio, que ofrece alternativas a sus colegiados a la hora de elegir software de gestión; a los colegiados, que tienen acceso a software de gestión con una serie de ventajas; y a la tecnológica, que atrae a nuevos mediadores que van a apostar por la profesionalización utilizando sus herramientas tecnológicas”.

IMA Ibérica prestará asistencia a domicilio y en viaje a los socios de la Unión Española de Conductores de Automóviles

Los socios de la Unión Española de Conductores de Automóviles (UECA) ya pueden beneficiarse tanto de la asistencia a domicilio como de la asistencia en viaje de IMA Ibérica gracias al nuevo acuerdo de colaboración alcanzado entre ambas entidades.

UECA ha confiado en el experto en servicios a la persona, IMA Ibérica, para ampliar las prestaciones a sus conductores. Vida Diaria es el producto que cubrirá las necesidades de los beneficiarios y sus familias en caso de hospitalización, inmovilización en el domicilio o fallecimiento.

IMA Ibérica ha diseñado Vida Diaria como un apoyo a la unidad familiar ante un imprevisto que entorpezca la normalidad del día a día. Entre las coberturas más destacadas se incluyen, por ejemplo, la asistencia domiciliaria para la persona afectada, el cuidado de ascendientes y descendientes o la atención de mascotas.

Además, IMA Ibérica proporcionará asistencia en viaje en el extranjero a los socios de UECA gracias a su red de colaboradores en todo el mundo.





Sanitas ha abierto una nueva oficina en Pozuelo de Alarcón (Madrid) para mejorar la experiencia del cliente en sus gestiones presenciales.

Con esta son ya 23 las oficinas de la aseguradora en esta Comunidad.

Sanitas inaugura una nueva oficina de relación con los clientes en la provincia de Madrid

Gracias a esta inauguración, 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 con los clientes.

Francisco Juárez se incorpora a **Markel International** España para introducir el nuevo ramo de Caución, que estará en marcha próximamente.

Markel International confía a Francisco Juárez el nuevo ramo de Caución

Francisco Juárez tiene más de 15 años de experiencia en el sector asegurador. Comenzó su carrera profesional de la mano de Asefa Seguros y ha trabajado para compañías como Estrella Seguros del grupo Generali o para W.R. Berkley.



Reale Seguros implanta una plataforma de gestión de siniestros de Autos

Reale Seguros ha llegado a un acuerdo con **GT Motive** para la utilización de la plataforma de gestión de siniestros del automóvil GT Motive Mitchell WorkCenter, cuya finalidad es conectar a todos los actores (compañía y proveedores) que intervienen en la valoración y reparación de los daños materiales de un vehículo.

De esta forma, el taller reparador y el perito, además de los usuarios internos de la compañía, trabajarán con una única herramienta colaborativa que mejorará las comunicaciones, agilizará la gestión del siniestro y proporcionará mejores resultados a la compañía, aumentando la satisfacción del cliente.



La correduría Addares apoya al único museo de género en Europa del Este para salvarlo de su cierre



La correduría **Addares** patrocinó durante el mes de enero el único museo de género en Europa del Este, situado en la ciudad ucraniana de Járkov. Se une así a una campaña que tiene como objetivo salvar la pinacoteca del cierre.

Addares conoció la campaña “#SaveGenderMuseum” a través de la correduría Germán García Mínguez, que fue el patrocinador del museo ucraniano en el mes de diciembre, ya que ambas empresas pertenecen a la red nacional de corredores de seguros #E2KBrokernet.

#SaveGenderMuseum es un proyecto de la artista e investigadora española María Sánchez García (Guadalajara, 1985), que comenzó en 2014 cuando estaba desarrollando su servicio de voluntariado europeo en Ucrania justo en uno de los momentos más críticos del país. La campaña busca apoyos internacionales para salvar el centro que dada la situación está

en riesgo de tener que cerrar sus puertas. Con la cantidad de 100 euros mensuales se consigue pagar el alquiler del espacio que alberga el museo junto a su colección, compuesta por más de tres mil piezas.

2017 es el tercer año que #SaveGenderMuseum sigue buscando colaboraciones mes a mes para poder salvar el centro. Diferentes colectivos, empresas y personas a título individual, se han hecho cargo cubriendo dicha cantidad y difundiendo la necesidad de salvar el centro. En la actualidad, se está incluso desarrollando un videojuego para tener una versión virtual del museo y hacerlo más accesible.

NB21 participa en una gala benéfica

La correduría **NB21** ha participado en una gala benéfica para recaudar fondos para la **Mensajeros de la Paz**.

A la gala, promovida por María Arias, directora comercial del Hotel Louxo La Toja, acudió el fundador de la ONG, el sacerdote Ángel García, conocido popularmente como el padre Ángel, acompañado por Alberto Agrelo, voluntario de la ONG, quien expuso a los presentes la dura rea-

lidad a la que se están enfrentando los refugiados sirios en la Isla de Lesbos. Mensajeros de la Paz, con ayuda de otras instituciones y organismos, proporciona alimento y materiales de primera necesidad a unas 3.000 personas en la zona.

Durante la gala, se suce-

dieron distintos actos de carácter solidario entre los cuales destacaron las subastas de cuadros y esculturas, así como varios desfiles de joyas. El acontecimiento concluyó con una partida benéfica de blackjack.

En representación de NB21 acudió Carlos Fernández, presidente de la correduría, quien durante la celebración mostró su “admiración y agradecimiento”



tanto a los promotores como a la propia ONG por permitirles ayudar con su “humilde contribución, una vez más, a los más necesitados”.



La ONG Sauce recibe el Premio Solidario Espabrok

El 9 de febrero se entregó el Premio Solidario **Espabrok** a la **ONG Sauce** que realiza su labor social en Camboya. En esta ocasión, consistió en la entrega de 30 sillas de ruedas a las personas discapacitadas de ese país. Un proyecto que se aupó como ganador de entre 113 proyectos de ONG que se presentaron.

María José González, presidenta de la ONG Sauce, que recibió el premio de manos de Silvino Abella, presidente de Espabrok, agradeció esta entrega que ayudará en su labor de reconstruir Camboya y la sociedad camboyana, en la que tras 30 años de guerra, el 10% de su población son personas discapacitadas.

En la presentación del acto, Luis López Visús, director general de Espabrok, aprovechó para dar a conocer las acciones de la asociación para 2017-2018. De ellas destacó 3 retos a conseguir: Diferenciación sostenible sobre nuestra competencia directa a través de los servicios, las emociones...; Transformación cultural de la organización frente al cliente; y Rentabilidad.

Su foco estará puesto sobre todo en: Incremento y consolidación de la red; evolución del negocio empresarial (Vida y Salud), donde también se pondrá en valor la correduría de seguros Espabrok como negocio propio e independiente; acuerdos con las aseguradoras que según Abella “se deben basar en fórmulas de interés, comprensión y confianza mutuos”; y la potenciación de la marca Espabrok y la tecnología haciendo que la oficina esté al alcance del cliente con un simple clic y su firme apuesta por la omnicanalidad, con desarrollos que permitan complementar las fórmulas de venta más tradicionales.



En este momento, Espabrok cuenta con 65 corredurías, tras las 20 incorporaciones que se han realizado en 2016, y su objetivo es llegar a las 70.

Por su parte, Abella durante su intervención dijo que “hemos asumido los cambios (voluntarios u obligados) entendiendo que son para nosotros una posibilidad de mejora y frescos de nuestras propuestas, en la seguridad de que el miedo a los mismos es el mayor freno para el desarrollo empresarial”.

Además fue el encargado de presentar el nuevo logo con el claim ‘Generamos confianza’. Aseguró que es el sello que “vamos a proporcionar de un modo convincente a nuestra gestión asociativa, a nuestras acciones habituales, a las relaciones con aseguradoras, al vínculo con nuestros clientes...”. Dijo que el verdadero valor de la empresa son las personas. “Eso es lo que marca nuestra diferencia”.



Seduce y **Venderás**

El manual definitivo para enamorar a tus clientes y consumidores

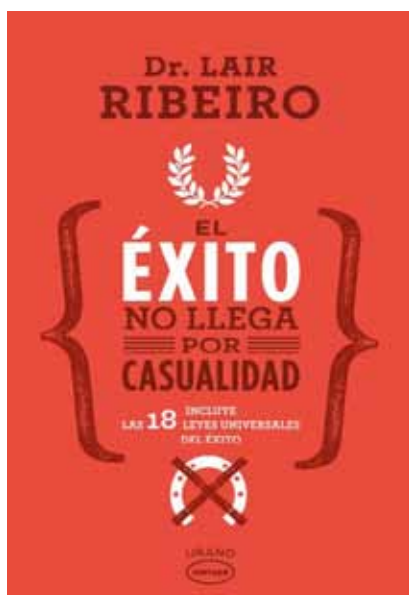
**Enrique de Villegas
y Sara Mora**

Editorial: Empresa activa
Precio: 15 € libro impreso

Se trata de un paralelismo entre la seducción de las personas y de los clientes. A través de una historia de seducción en la cual Patricia, directora de Marketing de una empresa cosmética, seduce a Roberto, un ejecutivo de una empresa vitivinícola, se van trazando paralelismos entre la seducción de ella a él y la seducción que tiene que hacer la empresa para conquistar al cliente. Mitad narrativa, mitad ensayo, los autores apelan al sentido del humor y la atracción sexual para transmitir la importancia de tener en cuenta los conceptos de marketing clásicos así como los más actualizados.

Un libro dirigido especialmente a emprendedores, vendedores y directores de Marketing, que puede disfrutar cualquier neófito.

88



El éxito no llega por casualidad

Las 18 leyes universales del éxito

Lair Ribeiro

Editorial: Urano
Precio: 12,50 € libro impreso

¿Qué es el éxito? ¿Qué es la felicidad? ¿Qué es la suerte? ¿Por qué algunas personas tienen éxito en la vida y otras no lo consiguen? ¿Cómo se alcanza? ¿Cuál es el secreto de las personas que lo obtienen? Es simple, pero no fácil: depende de usted. Basándose en la Programación Neurolingüística y en la "ciencia del éxito", este libro enseña a aumentar la capacidad mental y a alcanzar lo que realmente se desee. La clave se sustenta en seis pilares: el trabajo, la ambición, la autoestima, la comunicación, la consecución de metas y la actitud. La vida que lleva, la ha creado usted; por lo tanto, siempre puede mejorarla. El éxito está en sus manos. Hay una fuerza especial dentro de usted. Aprenda a usarla en su beneficio.

FOTOGRAFÍA PROFESIONAL



Comunicación
Prensa
Foto corporativa
Reportaje.....

Irene Medina
677 552 881

irene@irenemedina.com
www.irenemedina.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