Premio San Francisco Javier
de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

Número 42 Febrero 2015

www.pymeseguros.com

Juan Antonio Martínez,
responsable comercial del área de Viaje
de Axa Assistance España

La Asistencia en VIAJE para empresas está en CRECIMIENTO

Punto de encuentro
La especialización es imprescindible en la venta de seguros para autónomos

Más a fondo
Las corredurías bajan la nota al servicio de las aseguradoras

In situ
Los corredores deben cambiar su mentalidad para poder ver las oportunidades que ofrece el futuro

Seguros de Asistencia en Viaje, Defensa Jurídica
Servicios Médicos y de Seguridad para empresas
con empleados en el extranjero

En SOS Seguros y Reaseguros
trabajamos para ofrecer
la mejor asistencia.

Buscamos las mejores soluciones a
las necesidades de nuestros
corredores.

Madrid

SOS Seguros y Reaseguros, S.A,
SOS Assistance España, S.A.
Ribera del Loira, 4-6
28042 MADRID

T (+34) 91 572 43 00
madrid@internationalsos.com

Barcelona

SOS Seguros y Reaseguros, S.A.
SOS Assisstance España, S.A.
Fontalella, 12 B
08010 BARCELONA

T (+34) 93 238 85 10
barcelona@internationalsos.com

www.internationalsos.es

International SOS

Worldwide reach Human touch

¿Existen brotes verdes en el sector?

Según los datos que se dieron en la jornada Perspectivas del Seguro y la Economía para el año 2015 de ICEA (ver in situ) el ramo de No Vida ha experimentado un crecimiento del 0,8%, el primero desde 2010. Además, se pronosticó que incrementaría su negocio entre el 2 y el 2,5% en el presente ejercicio. Lo que hace pensar en la recuperación del sector.

Así se atestigua desde Axa Assistance (ver Hablando claro), en donde se afirma que el ramo de Asistencia en Viaje está notando un incremento de contratación en las empresas.

Pero los corredores de seguros dicen que este crecimiento en el negocio es necesario que vaya acompañado con una mejora de ciertos aspectos del sector. Entre las conclusiones del VI Barómetro de Adecose (ver Más a fondo) destaca el hecho de que se ha producido un descenso en la valoración que hacen las corredurías sobre la calidad del servicio que les prestan las aseguradoras. Especialmente en el que se da en los siniestros, porque sigue empeorando.

Asimismo, los brokers se quejan (ver Punto de encuentro) de que no se respeta ese valor añadido que aportan cuando analizan a los colectivos, porque esa información que proporcionan, luego sirve para cotizar la misma póliza a otro mediador. Se trata de una situación que debe cambiar, o si no el corredor se desmotivará y dejará de buscar soluciones a los problemas de los clientes.

Por su parte, los corredores tienen que cambiar su mentalidad para poder llegar a ser conscientes de las oportunidades que ofrece el futuro.

Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Sumario

Staff

Directora
Carmen Peña
carmen@pymeseguros.com

Periodista
Aitana Prieto
aitana@pymeseguros.com

Área Comercial
616468849
carmen2@pymeseguros.com

Roberto Peña
636064434
roberto@pymeseguros.com

Maquetación y Diseño
Estudio 9C

Fotógrafa
Irene Medina

Banco De Imágenes
Fotolia

PymeSeguros
Revista online para corredores y corredurías

Número 42 • Febrero 2015
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

06 **Hablando claro**

Juan Antonio Martínez, responsable comercial del área de Viaje de Axa Assistance España
La Asistencia en Viaje para empresas está en crecimiento

12 **Punto de encuentro**

La especialización es imprescindible en la venta de seguros para autónomos

18 **Más a fondo**

Las corredurías bajan la nota al servicio de las aseguradoras

03 **Editorial**
¿Existen brotes verdes en el sector?

30 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

34 **Al día**
Noticias de economía y de seguros

76 **Algo más que negocio**
Acciones de RSC realizadas por corredores

78 **Rincón de lectura**
Libros útiles para la empresa

22 **In situ**
El sector cae un 0,84% en 2014 debido al comportamiento del seguro de Vida

26 **In situ**
Los corredores deben cambiar su mentalidad para poder ver las oportunidades que ofrece el futuro

Juan Antonio Martínez, responsable comercial del área de Viaje de Axa Assistance España

La Asistencia en Viaje para EMPRESAS está en crecimiento

El sector de los viajes es la tercera industria mundial. Por lo tanto, como afirma Juan Antonio Martinez, "todo lo que tiene relación con él, como los seguros, va a crecer. A ello va a contribuir la reactivación de la Economía. Nosotros ya lo estamos notando en los seguros de Asistencia en Viaje para empresas". También hay que tener en cuenta que en España existe mucho margen para crecer porque solo se asegura el 15% de los viajes mientras que en Inglaterra, que es un mercado muy maduro, lo hace el 55%.

¿Siguió creciendo el ramo de Asistencia en Viaje en 2014?

No hay datos actualizados del crecimiento en 2014. Pero podemos considerar que así ha sido, según ICEA, en 2013 creció un 0,85%. En 2014 es posible que ronde el 2%, con un volumen de primas de alrededor de los 150 millones de euros.

No hay que olvidar que el sector de los viajes es la tercera industria mundial. Por lo tanto, todo lo que tiene relación con él, como los seguros de Asistencia en Viaje, va a crecer.

¿Entonces crecerá aún más en 2015?

Sí. Se espera un mayor incremento debido a la reactivación de la Economía. Nosotros ya lo estamos notando en los seguros de Asistencia en Viaje para empresas. Además hay una mayor concienciación de los riesgos porque la gente tiene más cultura aseguradora. Por lo tanto, se produce una mayor tasa de aseguramiento y mejores resultados. Además se van a potenciar los nichos de mercado: estudiantes que continúan su educación en otros países (por ejemplo, hay obligatoriedad de que estén asegurados los estudiantes no europeos que viene a la UE), corporate, los españoles que se van a estudiar o a trabajar fuera, etc.

En Inglaterra, que es un mercado muy maduro, se aseguran el 55% de los viajes. En España el porcentaje todavía es un 15%. Por lo tanto, tenemos mucho margen para crecer.

¿Se puede decir que estamos en un mercado blando en el ramo de Asistencia en Viaje?

En función de la tipología de los canales con los que trabajemos o de productos de los que hablemos, se puede decir que está más blando o menos. En grandes acuerdos de affinity con compañías de viaje por Internet o de las tarjetas de crédito, al ser volúmenes muy altos, presionan mucho para bajar el precio. Pero el mercado de particulares se está comportando mejor.

Creemos firmemente que la especialización es clave, de ahí que hayamos desarrollado productos particulares para estudiantes, corporate, visados schengen…

¿Cómo se está comportando la siniestralidad?

Está muy estable, pero varía en función de qué tipo de productos y clientes hablemos. En el mercado corporativo (empresas, seguros asociados a tarjetas corporativas, etc.) apreciamos mayor tasa de uso e incremento de siniestralidad. Hemos vivido años con siniestralidad más controlada porque el cliente no era consciente de qué cubría ese seguro de viaje.

¿En qué medida la innovación tecnológica se está incorporando en el ramo?

Estamos adaptados a todos los dispositivos móviles (responsive design) y trabajamos con blogs, videos de consejos, etc. que aportan valor a nuestros clientes y nos posicionan muy bien. Tenemos aplicaciones de grupo para acompañar a nuestros viajeros (aplicaciones como webcorp que manda alertas de seguridad en el país de destino, geolocaliza hospitales y farmacias cercanas, etc.) Por otro lado, con el código QR disponemos de dos aplicaciones: Life Easy, que guarda la información sanitaria en un código QR (grupo sanguíneo, enfermedades, alergias, etc.) y cualquier persona que escanee el código puede obtener la información actualizada; y el Bag Easy para localizar la maleta que se ha extraviado, se utiliza un código QR que se adjunta a la etiqueta de la maleta y si se pierde, el personal del aeropuerto la escanea y llega una alerta al dueño, geolocalizando la situación de la maleta. Hemos decidido estar en este

Pagamos directamente a nuestra red médica mundial. Por lo tanto, el cliente no necesita adelantar capitales que luego serán reembolsados

mercado y seguiremos apostando por él. Por eso, estamos atentos a cuando sale alguna aplicación interesante poder llegar a acuerdos que nos permita implementarla. Además, hay un departamento de Innovación que se dedica a pensar en nuevas aplicaciones para el sector turismo y viajes.

Está creciendo el volumen de negocio que llega a través de corredores

En estos momentos, más del 50% de la facturación de Axa Assistance proviene de los corredores y su volumen está creciendo. Su responsable comercial del área de Viajes, Juan Antonio Martínez, afirma que "el papel de los corredores es fundamental en este seguro. De hecho, son el canal que más distribuye este ramo debido al conocimiento que aportan, asesorando al cliente de manera adecuada y eficiente y proponiendo soluciones muy interesantes a nuevos mercados de empresa, online y jugadores clave del sector turismo como líneas aéreas, emisores de tarjetas, etc. El corredor es muy importante para buscadores de viaje por Internet o agencias de viaje online porque es un negocio muy intermediado. Son grandes corporaciones que necesitan el consejo de un corredor para encontrar la mejor oferta del mercado".

Desde Axa Assistance piden a los mediadores que "confíen en nosotros y que cuenten con nuestra ayuda para ofrecer soluciones innovadoras a sus clientes. Como se trata de un ramo no muy conocido, de especialistas, les pedimos motivación para aprender y descubrir una nueva línea de negocio que está en plena expansión. Con los grandes brokers trabajamos con soluciones adaptadas a ellos y que compartan la información y podamos tener conversaciones con los clientes para tener una mayor percepción del riesgo y compartir datos de siniestralidad pasada".

A cambio, la aseguradora ofrece "una nueva línea de negocio muy atractiva y rentable para ellos, un aplicativo muy sencillo de cotización flexible para adaptarse plenamente a las necesidades de sus clientes, un equipo comercial de apoyo con el que pueden contar para cualquier necesidad, un equipo comercial que puede presentar una cotización en menos de 24 horas y gestión integral de los siniestros con los mayores índices de calidad del mercado. En definitiva, una atención personalizada. Por otro lado, tenemos un aplicativo de mediadores que está cada vez más avanzado para que ellos puedan, desde su oficina, cotizar cualquier tipo de productos. También podemos estar físicamente junto a ellos en el momento que vayan a visitar a cualquier cliente para acompañarles y aconsejarles".

El mundo del viaje se está especializando ¿El seguro se está adaptando a esas nuevas necesidades?

Por supuesto. Tenemos productos modulares y flexibles, que permiten ir incorporando las garantías necesarias en cada nuevo proyecto. Creemos firmemente que la especialización es clave. De ahí que hayamos desarrollado productos particulares para estudiantes, corporate, visados schengen... y seguimos analizando más opciones en función de las necesidades que descubrimos o nos plantean nuestros clientes. Analizamos los siniestros no cubiertos y las peticiones que tenemos, para intentar crear un seguro.

¿Qué ha cambiado en este ramo desde que las empresas españolas están más volcadas en la internacionalizando?

Cada vez se demandan mayores garantías. Ya no es suficiente cubrir asistencia médica en casos de urgencia, son necesarias nuevas coberturas y mejores que resuelvan los problemas más frecuentes que podemos encontrar en viajes de empresas, de cancelación por cambio de reuniones, coste de llamadas en caso de robo por una cantidad diaria establecida.... Se estudia los siniestros que tenemos de nuestros clientes e intentamos darles solución a sus necesidades.

Parece que los seguros de Viaje para empresas son un negocio con un futuro prometedor...

Por supuesto. Tenemos un mercado empresarial muy potente que se está animando a salir fuera. Hasta ahora no tenían una percepción del riesgo tan alta y creo que la cultura aseguradora va a seguir creciendo en el mundo empresarial. Se están dando cuenta de que por una pequeña cantidad al año, están cubriendo grandes riesgos.

¿Hay productos a medida para Pymes?

Sí. Los productos corporate o de negocio se adaptan a pymes y ayudan en sus necesidades con primas más ajustadas.

¿Son diferentes los seguros para grandes empresas que para pymes?

En las grandes empresas se mutualizan más los riesgos y se desarrollan productos específicos para grandes corporaciones. Se contratan pólizas colectivas para los empleados de la empresa. Sin embargo, la pyme opta más por el uso de pólizas individuales.

¿Cree que el seguro de Asistencia en Viaje se adapta cada vez mejor a las necesidades específicas de cada cliente?

Sí, por supuesto. Nosotros creemos en ello y así está confeccionado nuestro producto para que cada cliente pueda hacerse un traje a medida e incluso quitar coberturas que no se vayan a utilizar,

Las empresas se están dando cuenta de que por una pequeña cantidad al año, están cubriendo grandes riesgos

como pérdida de equipaje si los viajes son de día y no se lleva.

Los seguros son muchos más modulables y flexibles para un corredor, que para la venta online. Aunque tengo que decir que esa capacidad es diferente dependiendo de los canales en los que se comercialice. En Internet se pueden modular ciertas garantías, mientras que un corredor puede modular el cien por cien de ellas. Por eso, el producto del corredor es más completo.

Según la Memoria Social del Seguro realizada por Unespa, los ciudadanos de Madrid, Cataluña, Baleares y País Vasco son los que más se aseguran cuando viajan. ¿Por qué?

Primero porque son provincias con entramado empresarial y mayor renta per cápita. Eso se traslada en mayor número de viajes corporativos y vacacionales. Por otro lado, el nivel de educación y formación está directamente relacionado con la percepción del riesgo y la concienciación aseguradora. Por ello, son más conscientes de los riesgos a los que se exponen y, por pequeñas primas, deciden estar cubiertos ante esos imprevistos. El caso de Baleares puede ser porque allí hay muchos alemanes que tienen una alta cultura aseguradora y siempre que viajan, van con su seguro.

¿Hasta qué punto Internet es un canal adecuado para contratar un seguro de Asistencia en Viaje?

Al tratarse de seguros relativamente sencillos, con una buena orientación, en web se puede contratar los riesgos básicos de asistencia médica, pérdida de equipaje y cancelación. Es un canal clave para nosotros y muy eficaz para los clientes porque hasta la noche anterior al viaje pueden contratar el seguro en menos de dos minutos y descargarse la póliza en su Smartphone e irse tranquilos.

¿Cuál es el mayor valor añadido que aporta Axa Assistance al cliente?

Pagamos directamente a nuestra red médica mundial. Por lo tanto, el asegurado no necesita adelantar capitales que luego serán reembolsados. Además, tenemos presencia en más de 40 países con oficinas propias y red médica en más de 240 naciones. Por otra parte, nuestro producto es 100% flexible para adaptarse mejor a las necesidades de los clientes y estamos capacitados para, en un plazo muy corto, preparar productos ad hoc para las necesidades de nuestros clientes.

¿Qué proyectos tiene en su nuevo puesto?

Recientemente me he hecho cargo de este ramo en España que tiene buenos resultados, tanto a nivel de facturación como de rentabilidad. Mi labor es continuar con todo lo que se ha hecho hasta ahora e intentar entrar en diferentes negocios que todavía tienen proyección. Por ejemplo, en el mundo del consumo colaborativo (entre los que estaría el intercambio de las casas en vacaciones con alguien de otro país), para poder ofrecer soluciones adaptadas a este tipo de cliente. Además queremos seguir fomentando nuestra relación con los corredores para que nos tengan como aseguradora preferente y participemos en todos su proyectos. Asimismo, seguiremos potenciando el ser la compañía de asistencia de otras aseguradoras.

Carmen Peña
Fotos: Irene Medina

FOTOGRAFÍA PROFESIONAL

Comunicación
Prensa
Foto corporativa
Reportaje.....

Irene Medina
677 552 881

irene@irenemedina.com
www. irenemedina.com

La ESPECIALIZACIÓN es imprescindible en la venta de seguros para autónomos

El hecho de que bajo el concepto de autónomo existan muchos colectivos heterogéneos, es lo que hace imprescindible que el mediador de seguros se especialice. De esta forma podrá analizar adecuadamente las necesidades de sus clientes y trasladarlas a la aseguradora, para que cree el seguro a medida. Sin embargo, los corredores se quejan de que no se respeta ese valor añadido que aportan cuando analizan a los colectivos, porque esa información que proporcionan, luego sirve para cotizar la misma póliza a otro broker. Se trata de una situación que debe cambiar, o si no el corredor se desmotivará y dejará de buscar soluciones a los problemas de los clientes.

Una de las dificultades que se encuentra el sector al hablar de los seguros para autónomos es que este concepto incluye colectivos muy heterogéneos. Como señala Javier de Quintana, presidente de la correduría Coteyser, "no tiene nada que ver un transportista con un instalador o con un arquitecto. Por lo tanto, no se puede hacer el mismo seguro a profesiones tan dispares". Algo en lo que coinciden todos los asistentes a la mesa redonda organizada por PymeSeguros. En este sentido, Itziar Pernía, directora de relaciones institucionales de Apromes, añade que "además de que cada autónomo es completamente distinto, también es diferente si se trata de persona física o del administrador de una sociedad, porque sus necesidades van a ser totalmente distintas".

La idea sería dividirlos por colectivos que cumplan un mismo criterio. "De esa forma, se puede hacer un paquete con diferentes pólizas de distintas aseguradoras. Pero se tendrían que crear 4 o 5 paquetes diferentes, que fueran desde una cobertura mínima hasta la máxima. Algo que me parece complicado a la hora de distribuirlo", comenta De Quintana.

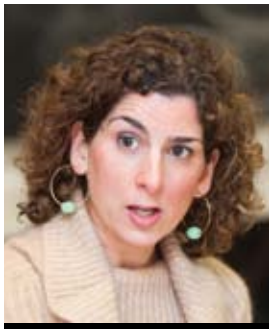
Miguel Ángel Blanca, director comercial de Previsión Mallorquina, llama la atención sobre el hecho de que "ahora está naciendo un autónomo distinto al del pasado, porque se ha visto forzado a serlo debido a la situación laboral por la que atravesamos. Son autónomos que superan los 40 años que tienen una valoración de su propio riesgo. En el tema de la incapacidad laboral transitoria (ILT) siempre hemos chocado con la alta tolerancia al riesgo del autónomo, porque no se puede permitir estar enfermo. Pero ahora, esa tolerancia al riesgo es menor porque el nuevo autónomo viene de estar acostumbrado al paraguas de la prestación de la Seguridad Social por el régimen general y, en el momento de emprender su negocio, es más sensible a esa prestación. El nuevo autónomo tiene una propensión mayor a la contratación de los seguros que ofrecemos, que cada vez son más segmentados y específicos. Eso está provocando el auge de los microseguros con un tipo de protección muy exacta hacia unas necesidades muy concretas".

Abiertos a la demanda del cliente

José Luis Fernández, manager de Línea Comercial de Liberty Seguros, dice que "la compañía debe pensar a qué segmento de autónomos nos estamos dirigiendo, con qué capacidad de compra y qué necesidades tiene. Si no se segmenta muy bien el mercado, te equivocarás. El trabajo de las compañías es evaluar esas necesidades y ver cuáles tenemos que cubrir. Después de eso viene la paquetización para hacer una venta mucho más sencilla, porque presentar a un autónomo 60 posibles coberturas, es bastante complicado. La paquetización te ayuda a dirigirte a determinados segmentos con un producto que contemple la mayor parte de sus necesidades".

José Luis Fernández

Miguel Ángel Blanca


Iziar Pernía

Javier de Quintana

Para dar respuesta a esas necesidades, el manager de Línea Comercial de Liberty Seguros dice que "una de las líneas de crecimiento que está funcionando bastante bien son los acuerdos específicos con corredores. Damos respuesta a los corredores que tienen acceso a un colectivo determinado, que tiene identificadas sus necesidades y busca una compañía suficientemente flexible para hacer un producto a medida a cambio de que el corredor se comprometa con nosotros a hacer una producción determinada".

Sin embargo, la directora de relaciones institucionales de Apromes se queja de que "muchas veces los corredores nos acercamos a la compañía para ofrecerle o pedirle ayuda para cubrir a un colectivo determinado y no nos dan los seguros que necesitamos".

"El nuevo autónomo tiene una propensión mayor a la contratación de los seguros que ofrecemos, que cada vez son más segmentados y específicos. Eso está provocando el auge de los microseguros con un tipo de protección muy exacta, hacia unas necesidades muy concretas". Miguel Ángel Blanca

La paquetización puede compensar pérdidas

Una vez delimitadas las necesidades de cada colectivo, se pueden diseñar paquetes de coberturas unidas en un solo seguro. De esta forma, Javier de Quintana afirma que se puede compensar unos con otros. Habrá ramos que pierda la aseguradora porque no es un buen riesgo, pero hay otros en los que gane y se compense. Pero nos encontramos que en las compañías hay barreras a realizar esto porque buscan el resultado de cada ramo y eso hace que crear los paquetes sea extremadamente difícil".

Sin embrago, José Luis Fernández indica que "nosotros trabajamos así. De hecho, el año pasado creamos un departamento que se llama Oferta, que no valora el producto ramo a ramo, sino el resultado final del cliente. El único límite que tendríamos es este caso es el resultado técnico global".

El problema de la paquetización, como señala De Quintana, es cuando "el autónomo quiere una cobertura de ese paquete y otra la quiere contratar con otra aseguradora porque le sale más barato. Ahí se crea un problema porque hay que explicarle que se trata de un paquete y que compensas un riesgo con otro. La negociación con la compañía es una negociación técnica y de resultados".

En el caso de Previsión Mallorquina, que está especializada en ILT, su director comercial comenta que como no puede unir distintos ramos, lo tienen más difícil. "Nos encontramos que los corredores nos piden descuentos para hacer una oferta diferenciada, sin pensar si podemos ofrecer algo que lo haga realmente diferente. Lo que deberíamos hacer es ofrecer una cobertura específica para cada colectivo o indemnizar con el doble determinadas incapacidades. Hay que buscar un poco la especialización en las coberturas".

Especificar las no coberturas para evitar reclamaciones

El presidente de Coteiser se queja de que con la crisis "se está dando más importancia al precio que al valor que aportamos los corredores especializados. Algo a lo que me opongo. Ante todo está el asesoramiento adecuado del cliente".

Iziar Pernía piensa que "todo se ha agudizado con la crisis. Cuando viene un cliente nuevo, tú le explicas sus necesidades, pero te dice que su facturación no se lo permite y te pide lo mínimo y si no lo haces tú lo va a hacer otro. Pero lo cierto es que si el cliente tiene algún problema, te va a intentar culpar a ti".

Sin embargo, Fernández cree que "cuando un autónomo no puede pagar el seguro que realmente necesita, hay que venderle uno más básico o con menos coberturas, porque al final es mejor cubrir alguna de las necesidades que ninguna. Eso sí, el corredor tiene que

hacer ver al cliente que hay determinadas coberturas que si no se contratan se está corriendo un riesgo".

A nivel personal como correduría, Pernía dice que "le damos por escrito las coberturas que necesita para que su actividad esté perfectamente asegurada. Si nos dice que solo puede pagar el paquete básico, en su expediente figura así para que si ocurre algo, le podamos demostrar que él sabía el riesgo que tenía y lo asumía". Javier de Quintana también señala que ha creado "un documento de no coberturas para que el cliente lo firme y si ocurre algo, no nos haga responsables".

"Los riesgos van cambiando y los mediadores, nuestros oídos en el mercado, son los que nos dicen qué riesgo existe ahora, que antes no se daba. Los corredores son los que saben hacia dónde se mueve el mercado".
José Luis Fernández

Respeto al trabajo del corredor especializado

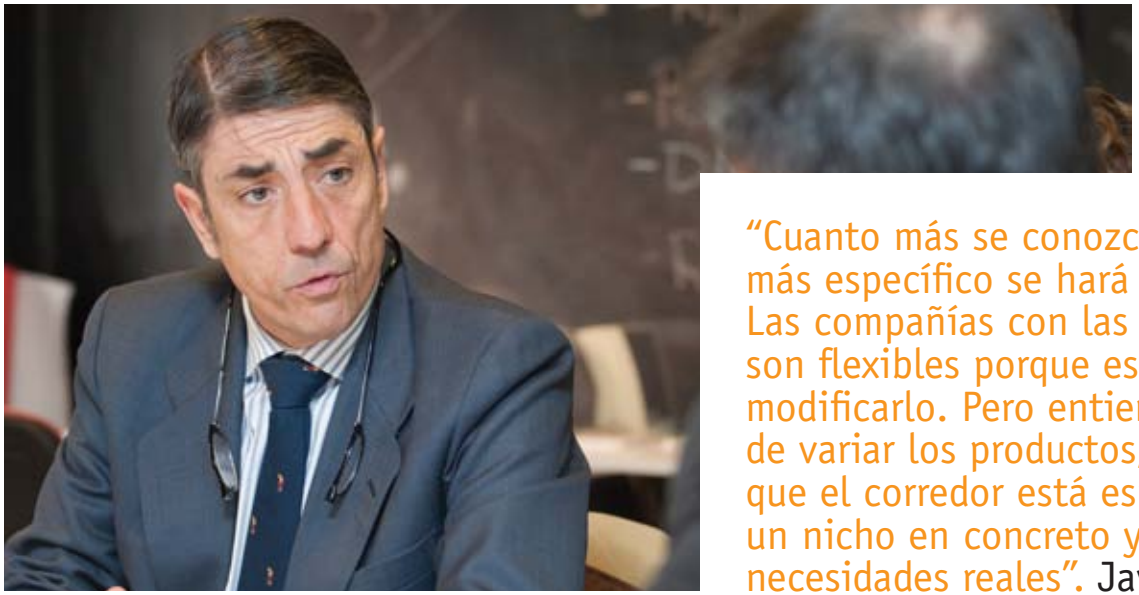
De Quintana reclama que las aseguradoras respeten ese valor que aportan los corredores especializados. "Las compañías tenéis que respetar el conocimiento que tiene el corredor sobre un colectivo determinado y que eso esté premiado. Estoy hablando de analizar segmentos de autónomos y crear un paquete con unas coberturas específicas para ese sector en concreto. Creo que las compañías y los corredores deberíamos tener un código ético".

Sin embargo, el manager de Línea Comercial de Liberty Seguros afirma que "cuando llegas a un acuerdo con un corredor, para ir a un colectivo determinado, lo haces solo con él. Otra cosa es cuando se trata de una póliza estándar. Nosotros trabajamos con una red de corredores, y muchas veces damos la misma oferta a todos ellos".

El presidente de Coteyser concreta más su aportación de valor: "Por ejemplo yo, que estoy especializado, he analizado todos los siniestros de mis clientes y me he dado cuenta de que la siniestralidad de un colectivo está disparada por una forma de actuar determinada que se puede modificar. Ahí, estoy aportando un valor añadido a las compañías y al cliente. Pero esa información no se puede utilizar para hacer la póliza con otros, después de que yo les he explicado qué tienen que hacer para reducir la siniestralidad. Ese valor añadido que aporto se queda diluido cuando otro corredor tiene la misma oferta sin tener en cuenta que tú has sido el que has analizado el por qué existe esa siniestralidad y cómo se puede reducir".

Sin embargo Iziar Pernía, aunque coincide con Javier, ve difícil solución a eso. "Tú creas un valor añadido haciendo un traje a medida a ese colectivo y le tienes que contar cómo bajar la siniestralidad. Pero no puedes hacer nada si ese colectivo decide acudir a otro corredor".

A lo que el director comercial de Previsión Mallorquina señala que "nosotros intentamos resolver ese serio problema buscando una carta de nombramiento del cliente a su corredor". Pero Javier de Quintana hace hincapié en que "hay que buscar una solución porque si no, el corredor se desmotiva y no busca soluciones a los problemas".



"Cuanto más se conozca al colectivo, más específico se hará el producto. Las compañías con las que trabajo son flexibles porque están abiertas a modificarlo. Pero entiendo que antes de variar los productos, tienen que ver que el corredor está especializado en un nicho en concreto y conoce bien sus necesidades reales". Javier de Quintana

Seguros flexibles

La situación económica en la que nos encontramos hace necesaria la creación de seguros flexibles para que el autónomo contrate solo aquellas coberturas que realmente necesite. Pero como indica Pernía, "las compañías necesitan un volumen de negocio determinado para flexibilizar sus productos".

En este sentido, José Luis Fernández dice que "cuando llegamos a un acuerdo con un corredor sí que somos lo suficientemente flexibles como para ir añadiendo coberturas que necesiten, siempre que técnicamente sea viable".

Miguel Ángel Blanca explica que "en Previsión Mallorquina hemos intentado trabajar la flexibilidad desde dos puntos de vista. Uno, haciendo clientes individuales, pero es más complicado modificar coberturas para ellos. Hemos ido desarrollando nuevos productos que captan a más segmentos y que nos permiten ir desde el seguro más completo a otros con mayores limitaciones para ofrecer una prima menor. Además somos muy flexibles a la hora de diseñar coberturas a colectivos concretos y hemos segmentado bastante las necesidades de distintos tipos de clientes".

Para De Quintana los productos deben ir cambiando según se detectan las necesidades porque "según vas indagando más en ese colectivo, éstas varían. Por mucho que quiera crear un producto para un colectivo en concreto, la realidad lo va a superar. Cuanto más conozca al colectivo, más específico se hará el producto. Las compañías con las que trabajo son flexibles en ese aspecto porque están abiertas a modificarlo. Pero entiendo que antes de variar los productos, la entidad tiene que ver que el corredor está especializado en un nicho en concreto y conoce bien sus necesidades reales".

Fernández está de acuerdo en eso. "Se trabaja mucho mejor en la incorporación de coberturas cuando confías en el corredor. No hay que olvidar que los riesgos van cambiando y que nuestros oídos en el mercado son los mediadores. Son los que nos dicen qué riesgo existe, que antes no se daba. Los corredores son los que están en el mercado y los que saben hacia dónde se mueve".

El autónomo se puede deducir las primas

El desconocimiento que existe sobre los seguros por parte del autónomo, llega a no saber que se los puede deducir como gastos. La directora de relaciones institucionales de Apromes comenta que "en el tema de los seguros deducibles andan un poco despistados. Somos nosotros los que tenemos que asesorarles en eso también porque todo lo que tiene que ver con su actividad es deducible en

mayor o menor medida. Algo que podemos utilizar como un argumento de venta adicional".

Pero Blanca llama la atención sobre esto porque "aunque puede ser una ayuda a la hora de vender, existe una gran inseguridad jurídica sobre el tema fiscal. Además, los que trabajan a nivel nacional tienen que conocer 17 fiscalidades diferentes. Esa inseguridad perjudica muchísimo a nuestro sector. Por eso, la Administración tendría que trabajar en esa estabilidad".

"Todos los seguros que tienen que ver con la actividad del autónomo, son deducibles en mayor o menor medida. Algo que podemos utilizar como un argumento de venta adicional".
Iziar Pernía

Peticiones para mejorar el negocio

En cuanto a las peticiones que hacen los corredores a las aseguradoras, Pernía solicita "más colaboración en cuanto a la formación continua, una menor carga administrativa y la formación tecnológica, porque así podríamos ser más autónomos y no tener que recurrir tanto a ellos". Por su parte, el presidente de Coteiser pone el acento en la necesidad de "ser un equipo con las aseguradoras porque si no es así, al cliente no le va a llegar el beneficio de esta relación. Tiene que haber más complicidad o confianza entre nosotros". Algo en lo que están de acuerdo todos los asistentes a la mesa redonda. En cuanto al desarrollo tecnológico, Javier de Quintana señala que "existe tecnología que reduce nuestro trabajo administrativo. Las compañías no os habéis amoldado a nuestras necesidades informáticas. Pero podemos hacer, por medio de la tecnología, que esos costes se reduzcan para todos y seamos más eficaces". Algo en lo que coincide el manager de Línea Comercial de Liberty Seguros. "Es necesario que se conecten los sistemas que utilizamos las aseguradoras y los que usáis los corredores".

En cuanto a las peticiones que tienen las aseguradoras para los corredores, el director comercial de Previsión Mallorquina dice que "echamos en falta la especialización de los corredores y que eso se traduzca en una oferta continuada de nuestros productos y no en un despacho de lo que os viene".

Para José Luis Fernández, "el corredor es parte del equipo de la compañía, no es el enemigo. Y como parte de él, también tiene sus obligaciones, entre las que figura aportar valor añadido. La única forma que se puede comercializar este tipo de productos es detectar las necesidades a través de un corredor profesional, que identifique esas necesidades y que sea capaz de transmitirlas para que la compañía sea receptiva a ellas. Eso es trabajar en equipo".

Carmen Peña
Fotos: Irene Medina

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

VI Barómetro Adecose

Las corredurías BAJAN LA NOTA al servicio de las aseguradoras

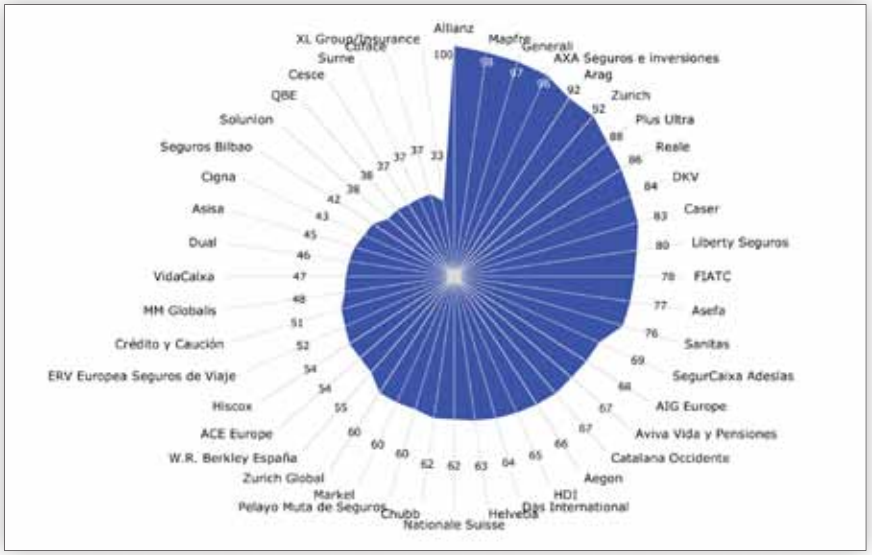
Entre las conclusiones del VI Barómetro de Adecose destaca el hecho de que se ha producido un descenso en la valoración que hacen las corredurías sobre la calidad del servicio que les prestan las aseguradoras. De media, se sitúa en el 6,36 (sobre 10), el peor dato desde que se realiza el estudio.

Martín Navaz, presidente de Adecose, comenzó su intervención en el acto de presentación del Barómetro, recordando la trayectoria de la asociación que, en estos momentos, tiene 115 corredurías que intermedian 6.000 millones de euros en primas, tramitan 3 millones de siniestros y dan empleo a 5.170 personas. Además informó de que en la presente edición se había ampliado el número de aseguradoras valoradas y se había producido un récord de participación, con un total de 100 corredurías y 785 entrevistas realizadas, lo que supone el 85,6% de los asociados.

Entre los objetivos del informe, Navaz comentó que se encuentra: "indagar en las aseguradoras con las que más trabajan los socios; identificar las áreas de actuación en el servicio de las aseguradoras; aportar información útil para los socios en su relación con las aseguradoras; proporcionar información útil para las aseguradoras facilitando un informe específico a cada una de ellas con los datos sobre ellas mismas; e incentivar el sector para buscar la eficiencia".

Entre las mejoras introducidas en 2014, Navaz explicó que "hemos logrado ampliar el número de aseguradoras valoradas, extendiéndolo a prácticamente la totalidad de las entidades presentes en el mercado. Este ajuste ha tenido un pequeño impacto en la valoración que reciben las aseguradoras en su conjunto, ya que hemos pasado de valorar las aseguradoras 'preferentes' (con posible interpretación subjetiva por parte del entrevistado) a las que más trabajan con las corredurías. Esto nos permi-

Cuadro 3



Cuadro 1

tirá contar con una foto más real, desde nuestro punto de vista, sobre el conjunto de las aseguradoras presentes en el mercado y no necesariamente de aquellas a las que somos más afines".

Otro aspecto nuevo en esta edición del Barómetro es la incorporación del grado de fidelidad que tienen las corredurías a las aseguradoras con las que trabajan. Las mejor situadas serían Europea Seguros de Viaje (ERV), Chubb, Allianz, Hiscox, Arag, Surne, Zurich Global y Reale. Estas mismas entidades, menos Reale, también serían las más recomendadas por las corredurías, en ese mismo orden, menos Arag que se sitúa en la tercera posición de las más recomendadas.

Baja la nota media

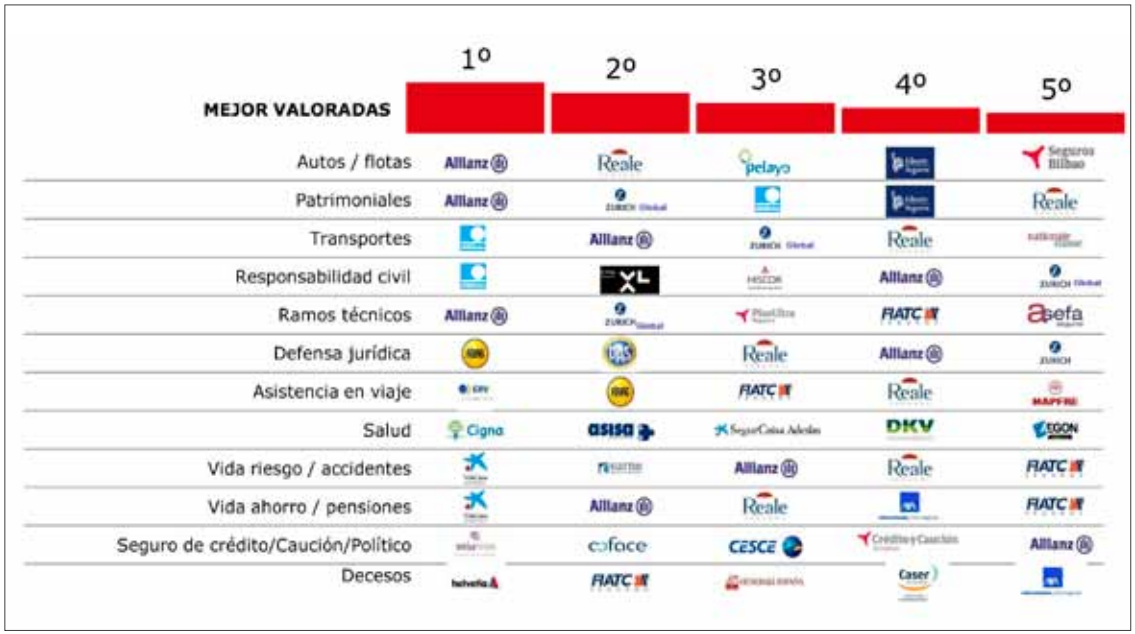
En 2014, la nota media de la calidad del servicio que ofrecen las aseguradoras se ha situado en el 6,36 (sobre 10), unas décimas por debajo del año anterior, que fue del 7,05. El problema es que supone, como indica Navaz, la peor puntuación desde 2010. Como en años anteriores, las entidades en libre prestación de servicio (LPS) obtienen una mejor valoración que las que cuentan con una sede social en España.

> Se ha ampliado el número de aseguradoras valoradas, extendiéndolo a prácticamente la totalidad de las entidades presentes en el mercado

La nota máxima que dan las corredurías de Adecose a la satisfacción del servicio de las aseguradoras es del 7,34 y corresponde a Europea Seguros de Viaje (ERV). Le siguen Chubb (7,2), Hiscox (7,09), Solunion (7,03), Allianz (7,02), Reale (6,95), Markel (6,9), Cigna (6,84), Zurich Global (6,81) y Arag (6,75). En la pasada edición, la nota máxima se situaba en 7,79 y en un 7,28 estaba la entidad en décima posición. Pero en los datos recogidos en esta ocasión, hay alguna compañía que no llega al aprobado, con un 4,92 de nota.

Del Barómetro 2014, se desprende que las diez compañías con

Cuadro 4



las que más colaboran las corredurías de Adecose son Allianz, Mapfre, Generali, AXA Seguros e Inversiones, Arag, Zurich, Plus Ultra Seguros, Reale, DKV, Caser, Liberty Seguros, Fiatc, Asefa y Sanitas (ver cuadro 3).

Asistencia en Viaje obtiene la mejor puntuación

Por ramos, (ver cuadro 1) el que obtiene una mayor puntuación es Asistencia en Viaje, con un 6,64; Responsabilidad Civil, con un 6,52; Patrimoniales, con un 6,44; Transportes, con un 6,43; y Vida riesgo/Accidentes, con un 6,40. De todos ellos, la peor valoración la recibe

Las diez compañías con las que más colaboran las corredurías de Adecose son Allianz, Mapfre, Generali, AXA Seguros e Inversiones, Arag, Zurich, Plus Ultra Seguros, Reale, DKV, Caser, Liberty Seguros, Fiatc, Asefa y Sanitas

Cuadro 2

	Variación 2014-2013	2014	2013	2012	2011
PRODUCTO / PRECIO					
Adaptación de la cartera de productos	-0,64 ▼▼	6,19	6,83	6,77	6,74
Ofrece cobertura a un precio competitivo	-0,71 ▼▼	6,44	7,15	6,88	6,86
Claridad para entender los contratos de seguros	-0,54 ▼	6,56	7,10	6,86	6,88
GESTIÓN TÉCNICA Y COMERCIAL					
Agilidad de respuesta a las nuevas necesidades ofrec. soluciones	-0,52 ▼	6,11	6,63	6,38	6,34
Capacidad técnica y conocimiento de suscripción	-0,63 ▼▼	6,58	7,21	6,94	6,99
Comprensión de mi negocio y actitud comercial ante corredor	-0,76 ▼▼	6,21	6,97	6,71	6,91
GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y PRODUCCIÓN					
Agilidad en la respuesta de incidencias / consultas asociada	-0,70 ▼▼	6,01	6,71	6,51	6,51
Ausencia de errores en los documentos	-0,36 ▼	6,33	6,69	6,51	6,48
Puntualidad en el envío de documentos	-0,42 ▼	6,22	6,64	6,46	6,43
Volumen de carga administrativa que me traslada	-0,44 ▼	5,97	6,41	6,20	---
SINIESTROS					
Actitud en la resolución de siniestros y pago indemnizaciones	-0,61 ▼▼	6,13	6,74	6,50	6,53
Rapidez en la gestión y tramitación de siniestros	-0,56 ▼	6,07	6,63	6,46	6,43
Acceso a la información sobre el siniestro	-0,67 ▼▼	5,87	6,54	6,34	6,30
RECURSOS					
Los recursos que pone a mi servicio	-0,67 ▼▼	5,95	6,62	6,34	6,34
Facilidad contacto personas capacidad dentro compañía	-0,90 ▼▼	6,07	6,97	6,71	6,91
Utilidad del sistema informático para agilizar mi trabajo	-0,68 ▼▼	5,67	6,35	6,14	6,13

Salud, con un 4,5; seguida de Decesos (4,7) y Transportes (4,8). Mientras que las mejores son para Asistencia en Viaje, con un 8; Transportes (7,7) y Responsabilidad Civil (7,6). Pero en general, todos los ramos han disminuido con respecto a las notas obtenidas en el anterior barómetro. Sorprende ver que Transportes tiene una de las peores puntuaciones y una de las mejores.

Dependiendo del tipo de seguro, las entidades mejor valoradas son Allianz en Autos/Flotas, Patrimoniales y Ramos Técnicos; Chubb en Transportes y Responsabilidad Civil; VidaCaixa en Vida riesgo/Accidentes y Vida ahorro/Pensiones; Arag en Defensa Jurídica; Europea Seguros de Viaje (ERV) en Asistencia en Viaje; Cigna en Sa-

Reflexiones sobre la situación actual

La satisfacción media en 2014 se sitúa en el 6,36, el peor dato desde que se realiza el Barómetro. Alguna décima viene influida por la mejora introducida en la metodología, pero aún así continúa siendo la más baja.

Si nos fijamos en la mejor o peor nota en lugar de la media, siguen existiendo variaciones notables y compañías con aprobado justo. Hay importantes y significativas diferencias entre las compañías.

Se observan pérdidas de satisfacción significativas en ramos como Transporte, Autos, Responsabilidad Civil, Patrimoniales y Ramos Técnicos no achacables al cambio de metodología, aun cuando la pérdida de satisfacción en Crédito, Caución, Asistencia en Viaje y Decesos se mantienen en similares cifras.

La relación producto/precio es la que obtiene, al igual que años anteriores, mejor resultado aun cuando su rango de 5,5 a 7,5 es muy alto.

La valoración en siniestros sigue siendo preocupante. No mejora con el tiempo, y su rango aumenta. En cuanto al acceso a la información sobre el siniestro, un 73,54% de las respuestas son desfavorables.

El sector asegurador cumple una función social en todos los ámbitos de actuación en los que interviene, pero creemos que deberíamos darle una sensación al asegurado de mayor eficiencia, no sólo de indudable solvencia.

lud; Solunion en seguro de Crédito/ Caución/Político; y Helvetia en Decesos. (Ver cuadro 4)

Como en años anteriores, las entidades en LPS obtienen una mejor puntuación que las que cuentan con una sede social en España

Siniestros sigue siendo la asignatura pendiente

Por aspectos concretos de servicios, Producto/Precio obtiene un 6,57; Gestión técnica y comercial, un 6,33; Siniestros, un 6,23; y Gestión administrativa y producción, un 6,17, que tiene la misma nota que Recursos. El problema es que todos tienen la peor nota de todos los años (ver cuadro 2). De todos ellos, la mejor valoración la obtiene el binomio producto/precio. Sin embargo, siniestros sigue bajando, "algo que sorprende, cuando es nuestra razón de ser", señaló Martín Navaz. Dentro del parámetro producto/ precio lo que más se valora es la claridad para entender los contratos de seguros y lo menos valorado, la adaptación de la cartera de productos. En gestión técnica y comercial, lo más valorado es la capacidad técnica y los conocimientos de suscripción y lo menos, la agilidad de respuesta a las nuevas necesidades ofreciendo soluciones. En recursos se valora más la facilidad de contacto con personas con capacidad de decisión dentro de la compañía y menos, la utilidad del sistema informático para agilizar mi trabajo. En la gestión administrativa y producción, lo más valorado es la falta de errores en los documentos y lo menos, el volumen de carga administrativa que me traslada. En siniestros lo más valorado es la actitud de la resolución de sinestros y pago de las indemnizaciones y lo menos, el acceso a la información sobre el siniestro. Aunque todos los valores bajan con respecto a otros años, Navaz incide en que "el que más baja es la posibilidad de contactar con responsables con capacidad de decisión".

Jornada Perspectivas del Seguro y la Economía para 2015

El sector CAE UN 0,84% en 2014 debido al comportamiento del seguro de Vida

Los ingresos de las aseguradoras por la venta de pólizas en 2014 ascendieron a 55.343 millones de euros, un 0,84% menos que el ejercicio precedente. De esta cantidad, 30.544 millones de euros correspondieron al ramo de No Vida, que experimenta un crecimiento del 0,8%, el primero desde 2010. Los 24.799 millones restantes son del ramo de Vida, según muestran las estadísticas de ICEA presentadas en la jornada Perspectivas del Seguro y la Economía para el año 2015. Para este año, el director general de ICEA pronostica un crecimiento de los seguros No Vida de entre el 2 y el 2,5%.

La facturación del ramo de No Vida vuelve a crecer tras tres años de caídas consecutivas. En concreto, sube un 0,8% (frente a la caída del 2,7% registrada en 2013). La mejora de este ramo se fundamenta en varios factores. El seguro de Automóviles endereza poco a poco su rumbo y acumula ocho trimestres consecutivos de moderación de sus descensos. A cierre del pasado año, esta línea de negocio generó 9.882 millones de euros en ingresos, un 1,39% menos. Multirriesgos logró 6.546 millones, prácticamente lo mismo que un año atrás. Finalmente, destacan los incrementos de los seguros de Salud y los denominados como diversos. Las pólizas de prestaciones sanitarias aportaron 7.175 millones en primas en 2014, un 3,44% más. La categoría de diversos aumenta un 1,99% y alcanza los 6.941 millones. Bajo esta denominación se encuentran seguros muy ligados al tejido productivo español, así como productos de gran capilaridad social, como el de Decesos.

El ahorro gestionado en productos de seguro, medido a través de las provisiones técnicas, alcanzó los 164.197 millones de euros en 2014. “Este importe supone un incremento del 1,58% (inferior al 3,5% de 2013), con comportamiento peor que el experimentado por otros instrumentos financieros como fondos de inversión y fon-

dos de pensiones", según José Antonio Sánchez, director general de ICEA, que presentó los datos del sector junto con Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa, en la rueda de prensa anterior al inicio de la jornada.

En ella, González de Frutos comentó que "se trata de buenos datos porque parece estar dibujando un clara tendencia hacia la recuperación. Incluso en Autos, que tiene una caída progresiva de su volumen de negocio, la contención en la caída puede indicar que en los proximos meses puede rozar la estabilidad o incluso empezar a recuperarse".

Retos del sector

La inauguración de la jornada 'Perspectivas del Seguro y la Economía para el año 2015' corrió a cargo de Flavia Rodriguez Ponga, directora general de Seguros, que habló de los retos a los que se enfrenta el sector: los relativos al negocio, al crecimiento, a mantenerse y dar un mayor servicio.

En su intervención, Pilar González de Frutos felicitó al sector "por estos resultados de mercado que reflejan que el seguro se ha hecho con un hueco en la sociedad y en la economía española. Sólo así, siendo un producto imprescindible, se puede entender que componentes de gasto como los seguros, que correlacionan de una forma tan fuerte con la renta de los particulares en no pocos casos, hayan podido mantener el tipo e incluso pensar en desarrollarse".

Automóviles endereza poco a poco su rumbo y acumula ocho trimestres consecutivos de moderación en sus descensos

Tendencia optimista del mercado

José Antonio Sánchez hizo un análisis más pormenorizado de las cifras y habló de las tendencias del mercado. Comenzó su exposición recordando el buen comportamiento que ha tenido Seguros en la crisis si se compara con otros sectores. De hecho, los márgenes de solvencia son un 58% mejores que antes de la crisis. En opinión de Sánchez, "en 2014 se ha producido una tendencia positiva y viene para quedarse y consolidarse".

En cuanto al beneficio, el director general de ICEA señala que se concentra en un numero pequeño de entidades. El 10% de las aseguradoras generan el 62% del beneficio y, en esta ocasión, existen 3 compañías que generan directamente pérdidas. Pero no hay riesgo de inviabilidad. De hecho, "las entidades pequeñas tienen un mejor margen de solvencia", afirma José Antonio Sánchez.

Para 2015, "se espera un repunte de la siniestralidad, los gastos de gestión externa se mantendrán y la gestión interna baja-

rá porque se producirá una mayor eficiencia, y el margen financiero se reducirá".

Entre las acciones futuras, Sánchez cree que "tenemos que ser capaces de mejorar la percepción que se tiene de los seguros y trasladar a los ciudadanos la realidad de solvencia del sector. Para ello, habrá que invertir en publicidad institucional, con una orientación más emocional. Además, se debe cuidar al cliente de cartera porque sus indices de satisfacione son bajos".

El 10% de las aseguradoras generan el 62% del beneficio, pero las entidades pequeñas tienen un mejor margen de solvencia

El marco fiscal determinará el crecimiento en Vida

Para hablar de las Perspectivas de Vida y Pensiones, se contó con la presencia de Juan Fernandez Palacios, consejero delegado de Mapfre Vida. Durante su exposición habló de la consolidación de la estructura bancaria tras su saneamiento, el nuevo marco fiscal, el escenario financiero con los nuevos tipos de interés, la evolución del sistema público de pensiones y los avances hacia el nuevo marco regulatorio.

Sobre el nuevo marco fiscal dijo que "se ha perdido la gran oportunidad de tomar decisiones más importantes, aunque tampoco ha habido grandes destrozos. El 10% del total de las aportaciones netas se verán influidas por la reducción del límite de aportación, pero es posible que esas personas empiecen a invertir en otros productos como los PPA". Entre las aportaciones positivas, destacó "la exención de la tributación de las ganacias por ventas de inmuebles si se invierte en rentas de jubilación. Puede ser una oportunidad de ahorro sistemático".

En opinión de Fernández Palacios, "hay que revisar el modelo de vida ahorro e ir a porductos en los que se comparta riesgo con el cliente de forma transparente y modelada".

Para 2015, el consejero delegado de Mapfre Vida piensa que

"el crecimiento de las primas estará en fución del marco fiscal, de lo que viene a través de bancaseguros y de la necesidad de ahorro para la pensión".

Salud crecerá más de un 4%

Posteriormente, tomó la palabra Iñaki Ereño, consejero delegado de Sanitas, para exponer las Perspectivas de Salud. Para empezar hizo un análisis de la situacion en la que se encuentra el seguro de Salud. "En 2014 se ha producido una desaceleracion del crecimiento, que se ha producido por las primas y no tanto por el número de asegurados; hay un deterioro del margen técnico (está en el 5% y veníamos de márgenes del 7%); y la colectivización provoca mayor presión en las primas y mayor deterioro del margen técnico".

En 2015 se espera un incremento del 4 o 5%, con mejores resultados que en 2014.

Multirriesgos es el motor del crecimiento

Ramón Nadal, director de Seguros Generales de Caser, expuso las Perspectivas de Multirriesgos. Un ramo que se considera el motor

España será una de las economías de la Eurozona que más crezca

Emilio Ontiveros, presidente de Analistas Financieros Internacionales (AFI), dijo que 2015 es "un año de transición tanto en el mundo, como en la eurozona, como en España. La eurozona sigue estancada con crecimiento del 1% y con desinflacción. Se ha cerrado el año con una tasa negativa de inflacción y no sabemos tratar la continua bajada de precios.

En España llevamos 7 meses seguidos de bajada de precios y la previsión es que continúe así".

Sin embargo, Ontiveros señala que "en España hay una clara recuperación aunque tímida porque estamos lejos del potencial de crecimiento que se tiene. Tenemos capital físico, tecnológico y humano por utilizar. Será una de las economías de la eurozona que más crezca".

A ello contribuirá la bajada del precio del petróleo porque ese ahorro que conlleva para los países que dependen de su exportación, se traduce en renta que se puede destinar a deducir deuda privada, intensificar el gasto en la demanda doméstica, intensificar la inversión en las empresas...

del crecimieno en No Vida, sobre todo en Hogar pero tambien en Comercio y en el riesgo industrial. Nadal comentó que en el ramo "los 10 primeros grupos han ganado cuota de mercado a costa de los pequeños". En cuanto a la siniestralidad, dijo que estaba en el 61,4% de media en un entorno favorable y el resultado de la cuenta técnica de media fue de 11,9%.

Para 2015 se esperan tasas muy positivas, por encima del IPC. Pero cree que las primas medias seguirán cayendo aunque se moderará un poco. De hecho, las primas industriales parece que subirán algo. En particulares se acercará a un crecimiento del 2,2% (1,1% en 2013) y en empresas al 0,1% (-2,3% en 2013).

Autos puede abandonar las pérdidas

Por último, Juan Hormaechea, director general del área aseguradora de Mutua Madrileña habló de las Perspectivas de Automóviles. Ramo en el que existe un inicio de recuperación por la entrada de nuevo negocio debido a la renovación del parque automovilístico. De hecho, en 2015 se espera alcanzar las 960.000 matriculaciones de turismo (110.00 más que en 2014).

En el lado opuesto se sitúa el repunte de la siniestralidad porque el parque de coches de más de 20 años ha crecido un 15,7% en 2014; y la moderacion del precio de la gasolina hará crecer la utilización del vehículo.

Desde el inicio de la crisis, la bajada de primas del 20% ha supuesto que el resultado asegurador se reduzca a la cuarta parte, lastrando la cuenta técnica a pesar de los buenos rendimientos financieros.

Para 2015, tras siete años de caídas de primas, es previsible que el ramo de Autos obtenga un ligero crecimiento entre 0,5 y 1,5%, sin el efecto baremo, "que esperamos se publique este año".

El cierre la jornada lo realizó Fernando Moreno, subdirector de inspecion de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP). Entre otras cosas, habló de cómo el sector poco a poco va ajustando su tamaño y de la concentración del sector que se está produciendo: en Vida las 5 primeras tienen casi el 50% y en No Vida casi un 40%. Por último, hizo un repaso por los diferentes proyectos normativos españoles y europeos que se están tramitando actualmente.

El XIV Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías, celebrado en el marco de la Semana del Seguro organizada por Inese, tuvo como tema de referencia "Operando en un nuevo entorno". En este sentido, se dijo que los corredores deben cambiar su mentalidad para poder llegar a ser conscientes de las oportunidades que ofrece el futuro.

XIV Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías de Seguros

Los corredores deben cambiar su MENTALIDAD para poder ver las oportunidades que ofrece el futuro

La jornada empezó con la mesa redonda sobre la 'Evolución del riesgo: nuevos entornos, nuevas oportunidades', en la que participaron Carlos Mendoza, suscriptor de negocio facultativo casualty de Munich RE; Giorgio Frappa, suscriptor senior de facultativo casualty de Swiss RE; Juan Arsuaga, presidente y consejero delegado de Lloyd's Iberia; y Miguel Luque, de Repsol, que dio su visión de cliente. Todos ellos estuvieron moderados por Francisco Fernández-Armela, director de área de grupo de afinidad de Marsh.

En ella quedó patente que el seguro siempre va por detrás de la innovación. En parte, como señaló Mendoza, porque "nos basamos en la estadística actuarial y necesitamos de un historial siniestral para realizarla". No obstante, dijo que "estamos intentando innovar y adelantarnos a las necesidades de los negocios nuevos para asegurarlas".

A parte de los nuevos negocios, también se están produciendo cambios en las herramientas que se utilizan para evaluar esos

De izquierda a derecha, Luis Ferrer, Vicente Pino, Enrique Zárraga e Iván Caelles.

riesgos. En este sentido, Frappa comenta que "vamos a poder disponer de bastante más datos para cotizar los riesgos y ya nos estamos preparando para poder interpretarlos. En un futuro será posible saber no solo los siniestros que ha tenido un cliente, sino también las veces que estuvo a punto de tener un accidente y eso nos permitirá darle una prima más apropiada a su riesgo real y potencial".

Arsuaga hace hincapié en que "el riesgo emergente es potencialmente importante, pero son complicados de analizar para saber los capitales que se deben establecer. No obstante, en el Lloyd's hemos analizado riesgos como el de un ataque terrorista, que puede ser considerado como emergente porque está cambiando".

La gestión de riesgos adquiere mayor importancia

Miguel Luque dio la visión del asegurado y señaló que "las empresas grandes como nosotros estamos demandando más especialización, más tecnificación. No valen las soluciones generales.

De izquierda a derecha, Francisco Fernández, Carlos Mendoza, Giorgio Frappa, Juan Arsuaga y Luis Luque.

Además pedimos una relación transparente con los corredores. Por otra parte, la gestión de riesgos está adquiriendo una mayor importancia porque se puede utilizar para mejorar las operaciones". En cuanto al cobro de honorarios por su labor de gestión de riesgo, Luque afirmó que están a favor "de pagar por la información comparativa, para que tengamos información de cómo lo están haciendo otros. Sobre todo en riesgos emergentes. El asesoramiento del corredor es diferente de la colocación de seguros. No me parece lógico que el servicio de asesoramiento sea gratis porque esté incluido en el precio de la prima".

Entre los riesgos emergentes está el ciberriesgo, que como dice el representante de Munich Re, no solo es importante para las grandes empresas. "Las pequeñas también están expuestas a un ataque de ese tipo. Aunque sí es verdad que hablaremos de productos diferentes porque sus necesidades no son iguales, pero deberán tener un seguro".

> El riesgo emergente es potencialmente importante, pero son complicados de analizar para saber los capitales que se deben establecer

Sobre el futuro del corredor, el representante de Repsol llamó la atención sobre el hecho de que haya empresas como las auditorias o compañías tecnológicas que están entrando en la gestión de riesgos. Aunque es verdad que por el momento no se han centrado demasiado en la colocación de soluciones".

Por eso, Carlos Mendoza dijo que "o hacemos negocios que no son propios de los corredores de seguros o iremos desapareciendo". En este sentido, Miguel Luque dijo que "la gestión de riesgos cada vez va a más. En la medida en que los corredores sepan ocupar su espacio, habrá futuro para ellos".

Cambios en el sector

Bajo el título 'Avances en la actividad del corretaje de seguros', la segunda mesa redonda contó con Vicente Pino, consejero dele-

La gestión de riesgos está adquiriendo una mayor importancia porque se puede utilizar para mejorar las operaciones

gado de Ágora; Enrique Zárraga, de la Dirección Técnica de Alkora; Iván Caelles, director de Central D'Assegurances; y Luis Ferrer, consejero delegado de Ferrer & Ojeda, como moderador.

En ella se habló de los cambios que han acontecido en los últimos años como la fusión de las aseguradoras, que han pasado de 800 a 300 compañías; la mayor especialización y el descubrimiento del concepto de nicho; la desaparición de algunos ramos que han pasado a incorporarse a otros seguros; y la inmediatez de disponer de la información e incluso de poder emitir la póliza vía Internet.

Además, hubo una queja por el hecho de que se siga dando poca importancia al departamento de siniestros. Es lo que peor valoran los corredores del servicio de la aseguradora. Asimismo, se llamó la atención por el hecho de que las aseguradoras se salten la legislación en el tema de las renovaciones y suban las primas sin avisar.

Tampoco es comprensible la necesidad de establecer un código ético, cuando antes todo el mundo sabía cómo tenía que funcionar. El problema es que ahora se trabaja de una manera más agresiva porque lo que cuenta son los resultados económicos.

El negocio vendrá por el posicionamiento en la Red

Tras la pausa para el café, se retomó la jornada con una mesa redonda sobre '¿Cómo crear nuevas oportunidades de negocio a través de la innovación?', moderada por Carlos Lluch, director técnico, socio y administrador de Lluch & Juelich Brokers, y en la que intervinieron Jesús García, socio de Grupo Factoría Interactiva; y Javier Sirvent, responsable de movilidad de Norma4. En ella se habló de la necesidad de adoptar la estrategia del camaleón para adaptarse a las nuevas circunstancias y para mirar con un ojo lo que hay hoy y con el otro, ver lo que se avecina.

Entre las oportunidades de negocio que se vislumbran está el negocio electrónico. García dice que "los usuarios han cambiado sus hábitos y los móviles se están utilizando ya para contratar. El 28% del comercio electrónico se ha realizado a través del móvil. Los seguros no van a estar ajenos a este cambio. El posicionamiento de Google va a ser importante. Se tiene que establecer una estrategia de negocio y estructurar bien tu presencia en Internet para que sea un vehículo para atraer clientes. Pero antes de establecer una estrategia es necesario ver qué recursos se tiene y de qué presupuesto se dispone. Por ejemplo, una estrategia es especializarse y hacerse fuerte en un producto poco generalizado (vamos a poner, seguros para drones) y como no hay muchas corredurías que los vendan aparecerás en primer lugar en Google y será un posicionamiento gratuito".

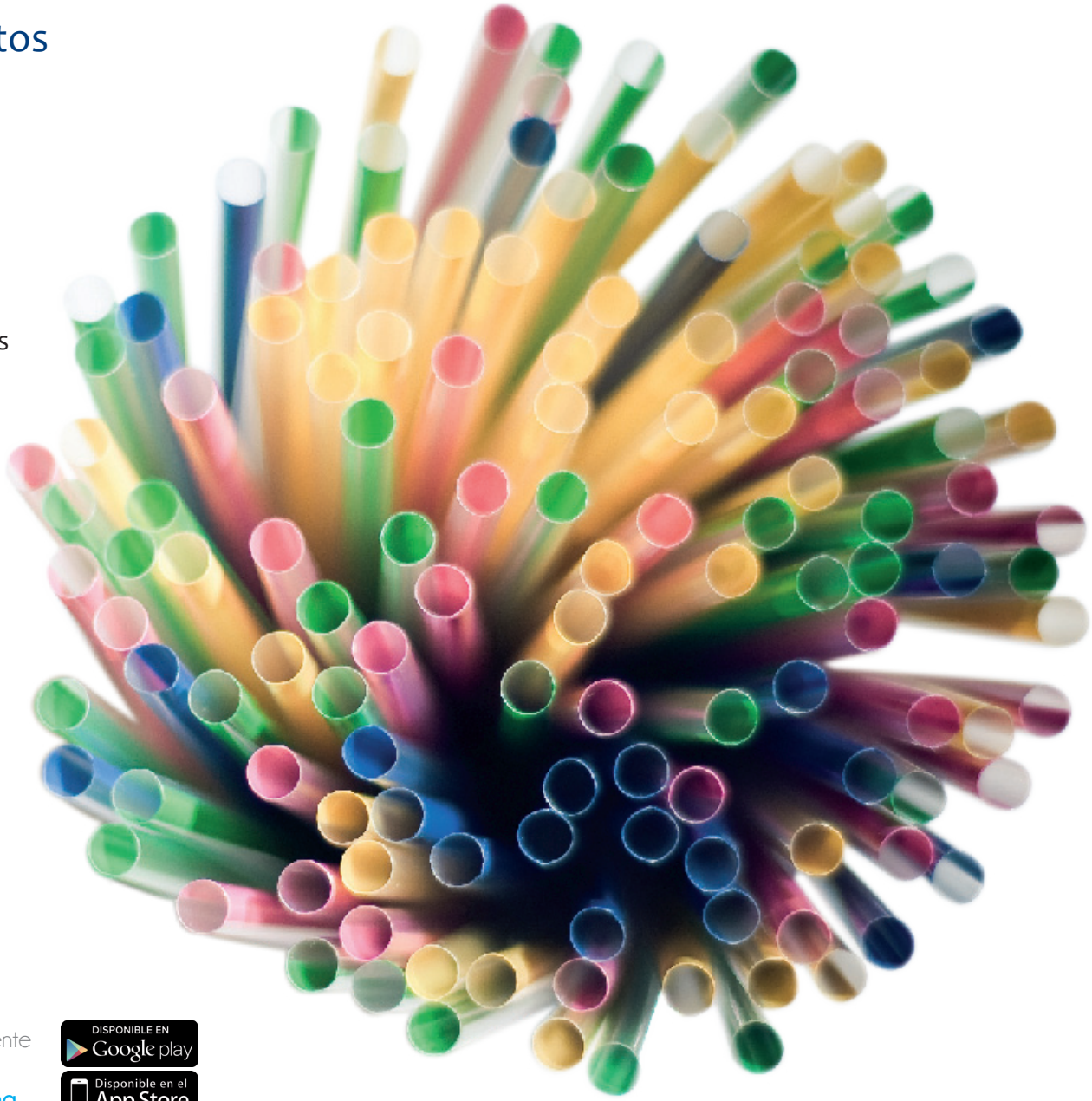
El jugar con la presencia en Internet permitirá romper las fronteras físicas. Si se tiene un buen producto, se deja de ser de provincias y se pasa a ser mundial al estar conectado y con identidad digital. Pero para eso, hay que cambiar la mentalidad porque ya no es necesario abrir oficinas físicas. Las conversaciones no presenciales (móvil, Skype, Whatsapp, SMS...) cada vez son más habituales y no por eso las relaciones humanas son peores, porque se pueden desarrollar a larga distancia sin problemas. En seguros está todo por hacer en este sentido.

Para cerrar la jornada, se contó con Alfredo Arahuetes, decano de la Facultad de Económicas y Empresariales de Icade, que habló de la evolución de la Economía. Entre otras cosas, afirmó que la crisis actual se ha producido debido al exceso de endeudamiento y la falta de disciplina productiva. La clave para salir de la crisis, según Arahuetes, es seguir siendo competitivos para atraer la inversión extranjera y aumentar el comercio exterior.

baja laboral

reembolso de gastos

hospitalización



- últimas novedades
- contáctanos

descárgate gratuitamente nuestra app Previsión Mallorquina

DISPONIBLE EN Google play

Disponible en el App Store

descubre nuestro portal exclusivo para mediadores iMediador.com

Seguros Previsión Mallorquina

previsión mallorquina seguros

desde 1969 en el ramo de enfermedad

líderes en ramo enfermedad subsidios

muy cerca tuyo

Barcelona - 08036
(Servicios Centrales)
Aribau, 168-170, entlo. 1º
Tel.: 902 120 435 Fax: 934 155 743
pm.info@previsionmallorquina.com

Barcelona - 08013
(Zona Noreste: Barcelona/Girona)
Sardenya, 175-177, bajos
Tel.: 932 440 850 Fax: 932 440 851
barcelona.info@previsionmallorquina.com

Barcelona - 08036
(Zona Noreste: Lleida/Tarragona/Baleares)
Aribau, 168-170, entlo. 8º
Tel.: 934 150 898 Fax: 934 155 743
lleida.info@previsionmallorquina.com
baleares.info@previsionmallorquina.com

Bilbao - 48007
(Zona Norte: País Vasco/Cantabria/La Rioja/Burgos)
Campo Volantín, 7 Ext. Dpto. 2
Tel.: 944 132 630 Fax: 944 132 631
bilbao.info@previsionmallorquina.com

Madrid - 28001
(Zona Centro/Levante: Territorial)
Goya, 59, 1º Oficina 1
Tel.: 914 315 654 Fax: 914 353 402
madrid.info@previsionmallorquina.com

Sevilla - 41007
(Zona Sur: Andalucía/Extremadura)
Luis Montoto, 107 Ed. Cristal, 3º F y G
Tel.: 954 571 013 - 954 571 042 Fax: 954 570 957
sevilla.info@previsionmallorquina.com

Sta. Cruz de Tenerife - 38002
(Zona Canarias)
S. Clemente, 24 1º D. (Ed. El Pilar)
Tel.: 922 244 076 - 096 Fax: 922 247 138
tenerife.info@previsionmallorquina.com

Valencia - 46023
(Zona Centro/Levante: Sucursal)
Pº Alameda, 34, Ed. Mozart, Desp. 2º C
Tel.: 963 374 048 Fax: 963 374 114
valencia.info@previsionmallorquina.com

Vigo - 36201
(Zona Noroeste: Galicia/Asturias/León)
Uruguay, 18 1º Of. 4
Tel.: 986 221 659 Fax: 986 229 102
vigo.info@previsionmallorquina.com

Zaragoza - 50004
(Zona Aragón/Navarra/Soria)
Plaza Miguel Salamero, 12, entlo. A
Tel.: 976 213 637 Fax: 976 232 824
zaragoza.info@previsionmallorquina.com

Nuevo seguro de Liberty Transporte de Mercancías con cuatro modalidades

La nueva póliza 'Liberty Transporte de Mercancías' "pretende dar respuesta a las necesidades de los grandes negocios de la logística y el transporte.

Entre las nuevas coberturas se encuentra la protección de cualquier tipo de mercancía en cualquier tipo de transporte –con flexibilidad para personalizar el producto según las necesidades del cliente-; además se amplían algunas coberturas como los daños de RC del transportista.

'Liberty Transporte de Mercancías' ofrece también soluciones a conflictos sociales, contaminación de mercancías, daños causados por el agua, accidentes de tráfico, fraude, incendio, manipulación o almacenaje inadecuado, robo, etc. Este seguro también ayuda en aquellas reclamaciones que se produzcan en el extranjero y en las que intervienen figuras de transporte marítimo, teniendo en cuenta la Ley 14/ 2014, de 24 de julio, de Navegación Marítima (LNM).

Existen cuatro modalidades que buscan adaptarse a las necesidades y a la actividad específica de cada cliente. El microproducto 'Anual' cubre los transportes terrestres por un año en un vehículo concreto; mientras el de 'Viaje' garantiza la mercancía transportada durante un viaje o un trayecto de duración limitada en cualquier medio de transporte.

Por otro lado, el microproducto de 'Facturación' permite asegurar todos los transportes de mercancías realizados en un año por cualquier transporte; y, por último, la modalidad 'Flotante' garantiza todos los viajes realizados por el mismo asegurado dentro del marco establecido en la póliza.

'Hogar Plus', un seguro flexible

Plus Ultra Seguros ha diseñado 'Hogar Plus', un seguro de Hogar que se adapta a cada tipo de vivienda y cuya característica principal es la flexibilidad en su contratación. Permite escoger las coberturas que mejor se adapten a las necesidades particulares.

Una de las novedades de 'Hogar Plus' son las 4 modalidades que ofrece en función del tipo de riesgo, de forma que el cliente encuentr la opción más adecuada, ya sea para una vivienda principal, secundaria, en alquiler o desocupada.

Además, Plus Ultra Seguros ha creado una guía rápida informativa que se adjunta al contrato de la póliza. En ella se ofrece las instrucciones sobre cómo actuar en caso de siniestro y recomendaciones y consejos prácticos para la conservación de la vivienda.

Entre las novedades principales figuran: daños accidentales; impago de alquileres y protección jurídica del arrendador; localización y reparación de tuberías sin daños; filtraciones por defecto en el sellado de juntas en sanitarios; reposición de llaves y cerraduras por extravío, además de robo, expoliación y hurto; servicio de bricolaje del hogar; reparación de electrodomésticos de gama blanca; asistencia informática a domicilio; rotura y robo de placas solares; RC de perros de raza peligrosa; y RC patronal.

"Sanitas Global Care" es un seguro para empresas y empleados, que ofrece cobertura médica internacional que permite elegir la zona geográfica de destino, añadir servicios y especialidades complementarias como tratamientos dentales o servicios de evacuación y repatriación y la elección entre diferentes niveles de cobertura médica. Adaptándose a las circunstancias personales y profesionales de cada persona.

'Sanitas Global Care' un seguro para expatriados

Con 'Sanitas Global Care' la compañía ofrece más de 11.500 hospitales y 800 proveedores médicos en el mundo. En concreto, En Estados Unidos, este producto pone a disposición de los empleados de cualquier tipo de compañía el 96% de los hospitales y el 92% de los profesionales médicos del país. Además, incluye descuentos en medicamentos en más de 55.000 farmacias estadounidenses.

Por otro lado y para facilitar todas las gestiones en el extranjero, Sanitas pone a disposición de sus asegurados una plataforma online global desde donde podrán solicitar autorizaciones, registrar y seguir el estado de sus reembolsos, consultar la red médica mundial, aclarar todo tipo de dudas a través de un servicio de chat 24h y consultar información de salud actualizada. Además, el área de clientes online "Mi Sanitas" seguirá disponible para cualquier gestión desde España.

Caser lanza un nuevo seguro de Responsabilidad Civil para drones

Caser está comercializando un seguro de Responsabilidad Civil para drones que da cobertura aseguradora a los requisitos del RDL 8/2014, que exige que los operadores de las aeronaves pilotadas por control remoto dispongan de una póliza que cubra la Responsabilidad Civil frente a terceros, por daños que puedan surgir durante y por causa de la ejecución del vuelo.

Esta nueva normativa, obedece al crecimiento de este sector emergente, que cuenta con un gran potencial económico. En relación a este crecimiento, la Comisión Europea prevé que la industria de los vehículos aéreos no tripulados o drones acapare el 10% del mercado aeronáutico en los próximos diez años.

Con este nuevo producto, Caser da cobertura a los operadores de las aeronaves civiles pilotadas por control remoto para uso privado, técnico, científico o comercial, cuya masa máxima al despegue sea inferior a 25 Kg. y que cumplan la legislación vigente en cada momento en materia de horarios, zonas de vuelo, distancias a poblaciones e instalaciones aeroportuarias.

La cobertura alcanza hasta los 300.000 euros de suma asegurada, que se sitúan incluso por encima de lo que la norma legal exige, con una prima que no supera los 200 euros.

Seguros de Hogar con borrado de la huella digital y protección ante acoso digital a menores

Mapfre incorpora en los seguros de Hogar una cobertura de Protección Digital sin coste para ofrecer mayor seguridad a sus clientes. Desde el 1 de febrero se contempla la emisión de un informe con certificación de veracidad para casos de violencia digital a menores, que podrá servir como documento en la presentación de una denuncia. Esta opción sirve para cualquier medio de comunicación electrónica, excepto llamadas de voz.

La aseguradora también ofrece servicio de seguimiento y borrado de la huella digital. En este caso, los asegurados pueden solicitar el rastreo de su información personal en la red así como el borrado de la misma, si lo desea.

Otro servicio disponible en esta nueva cobertura es la localización y bloqueo de dispositivos móviles en caso de pérdida, robo y hurto. Para contar con este servicio, el cliente deberá haber descargado previamente la aplicación correspondiente en su dispositivo móvil. En este apartado se ofrece también otras opciones como bloqueo de pantalla o alerta del robo a los contactos más próximos, entre otras.

Para solicitar cualquiera de estos servicios, el cliente debe registrarse en la página web www.mapfre.cuidadodigital.es y podrá contactar con los especialistas a través del chat de esta página, por teléfono o por correo electrónico.

Tras el éxito y como continuación a las anteriores emisiones, AXA lanza 'Top Consumo Europa', la 14ª emisión de Primactiva Plus, una opción de inversión referenciada a las acciones de BMW, Danone, Vodafone, Louis Vuitton y Volkswagen. Se trata de una solución de inversión a 7 años con cobro de cupón y cancelación anticipada a partir del año 3, siempre y cuando las acciones de las compañías mencionadas tengan un valor mayor o igual al 100% del valor inicial.

AXA lanza la 14ª emisión de Primactiva Plus

Además, tras el éxito de las dos campañas anteriores, AXA ha lanzado también este mes la 4ª emisión de Depósito 'Fusión Activa' bajo la denominación 'Depósito Fusión Activa Top Consumo Europa 2015'. Se trata de un producto pensado para dar una respuesta diversificada y adecuada a las necesidades de los inversores que, con un horizonte temporal a medio plazo y una aportación mínima de 12.000 euros (6.000 euros en cada producto) deseen vincular una parte de su inversión (mínimo el 50% en 'Primactiva Plus') a la revalorización de las acciones de 5 compañías de referencia en Europa y con la otra parte quieran obtener una atractiva rentabilidad garantizada hasta el 2,35%, en función de la inversión realizada.

Seguro de "Asistencia Familiar" para empresas y particulares

Una de las principales preocupaciones de los clientes que se encuentran hospitalizados o tienen que permanecer en su domicilio por enfermedad es la incapacidad para desarrollar su vida diaria. Para solventar esta situación y procurar que afronten esos momentos con las mayores garantías, Sanitas lanza el complemento "Asistencia Familiar" dirigido tanto a empresas como a particulares.

"Asistencia Familiar" es un servicio integral cuya finalidad es que los problemas de salud no supongan un inconveniente a la hora de cuidar de sus familiares o de realizar las tareas diarias del hogar", explica Iñaki Peralta, director general de Sanitas Seguros.

Los clientes que dispongan de "Asistencia Familiar" contarán con la posibilidad de recibir la ayuda, en su propio domicilio, de un profesional para afrontar todas las tareas habituales del hogar y ayudar en lo posible a la movilidad del paciente si fuera necesario (levantarse y acostarse, cambiar de habitación, aseo...), además de realizar labores de limpieza, colada, preparación de alimentos o compras de proximidad. Si el paciente lo prefiere, "Asistencia Familiar" se hace cargo del transporte (ida y vuelta) hasta el domicilio, de uno de sus familiares.

Para cubrir el día a día de sus hijos, se proporciona un servicio de transporte desde su domicilio hasta el centro de estudios, que incluye el acompañamiento de un profesional, y su recogida.

En caso de que el paciente tenga que permanecer en su domicilio por enfermedad, podrá recibir los medicamentos que requiera en casa.

AXA Assistance presenta un seguro de Asistencia en Viaje de negocio

Según un informe elaborado por la Global Business Travel Association (GBTA), se espera que los viajes nacionales por motivos laborales (dentro de la península ibérica), aumente un 2,5% y un 10% en internacionales. Frente a estas expectativas de crecimiento en el sector, AXA Assistance ha lanzado un nuevo seguro en dos modalidades (Basic y Premium), que cuenta con diferentes niveles de prestación, adaptado a cualquier perfil profesional.

La modalidad Basic ofrece repatriación médica ilimitada, asistencia en viaje hasta 15.000 euros, capital de 6.000 euros de responsabilidad civil, 6.000 euros en accidentes personales, pérdida de equipaje y segunda opinión médica, orientación médica telefónica al viajero y envío de sustituto profesional.

La modalidad Premium, contempla mayores capitales, asistencia médica de 50.000 euros, responsabilidad civil de 30.000 euros y accidentes de 50.000 euros.

Ambas gamas están en una amplia variedad de temporalidades y destinos.

El Ministerio de Industria quiere usar los recursos del Plan Juncker para la financiación no bancaria de empresas medianas de entre 1 y 3 millones de facturación, por valor de entre 2.000 y 2.500 millones de euros. La idea es suplir las carencias crediticias de las compañías que no tienen un acceso franco a los fondos y los avales de compañías públicas que no son lo suficientemente grandes para acceder a los préstamos bancarios.

El Gobierno prepara un fondo de hasta 2.500 millones para financiar empresas medianas

Industria pretende arañar la máxima cantidad posible del Plan Juncker (un programa de estímulo a la economía europea que movilizará inversiones por valor de 300.000 euros) para dar una solución extrabancaria a las industrias medianas.

Además, el Gobierno quiere "fortalecer a Cersa y Enisa", dos empresas del Ministerio de Industria que facilitan la financiación y conceden avales a las industrias y a los emprendedores.

Cersa (Compañía Española de Reafinanzamiento) se dedica a "facilitar a las pymes y autónomos la obtención de financiación, con especial incidencia en las empresas de reciente creación y menor tamaño".

Por su parte, Enisa (Empresa Nacional de Innovación) participa en la financiación de proyectos empresariales innovadores y en la dinamización del mercado de capital riesgo.

La compañía de seguridad informática Sophos quiere conocer de primera mano en qué momento se encuentra la seguridad de las pequeñas empresas de nuestro país. Para ello ha preparado una encuesta en la que anima a las pymes a aportar su opinión en temas como la seguridad informática, la existencia o no de amenazas en el último año, la respuesta que se les ha dado o el presupuesto que se ha destinado a seguridad en 2014.

Sophos prepara un gran Estudio Nacional de Seguridad en Pymes

Para participar en el Primer Estudio Nacional del Estado de la Seguridad en las Pymes Españolas tan solo hay que acceder a la web de Sophos y responder a las preguntas que plantean en su cuestionario.

Con este estudio, se pretende conocer mejor qué demandan las empresas en materia de seguridad hoy en día. Un tema de vital importancia para mantener a salvo equipos, estaciones de trabajo, servidores y dispositivos móviles en una compañía sin importar el tamaño.

Fedea propone una reforma fiscal para aumentar la recaudación un 4%

La Fundación de Estudios de Economía Aplicada (Fedea) propone hacer una nueva reforma fiscal que permita reducir el déficit estructural de la economía sin dañar el crecimiento económico, con cambios en casi todos los impuestos y algunas tasas y un tipo de IVA único para elevar la recaudación en cuatro puntos. Su propuesta, tal y como explican, comparte las recomendaciones del Informe Mirrlees, que considera que una estructura óptima debe respetar los principios de progresividad, neutralidad, simplicidad y estabilidad.

Fedea explica que su punto de partida es que la economía española cuenta con un sistema impositivo "muy ineficiente" que no es capaz de recaudar suficientes recursos para financiar el Estado de Bienestar, con un déficit estructural que ronda el 3%.

Asimismo, considera que el sistema tributario español se caracteriza por tener unos tipos marginales muy elevados pero tipos efectivos muy bajos, por lo que su estrategia principal en IRPF y Sociedades consiste en cambiar su estructura para mantener la misma recaudación. En concreto, apuesta por aumentar las bases impositivas con la eliminación de deducciones, exenciones y beneficios fiscales y reducir los tipos marginales para situarlos en la media de los países desarrollados.

En el IRPF propone eliminar por completo los beneficios fiscales, excepto la reducción por rendimientos de trabajo, aumentar el mínimo exento en un 45% -hasta 7.470 euros desde los 5.151 actuales- y reducir los tipos marginales, también los del ahorro. Con estos tres cambios, la reforma sería neutral en la recaudación.

En Sociedades, plantea eliminar los beneficios fiscales y la deducibilidad de los intereses, lo que dejaría margen para poder bajar el tipo al 15% manteniendo la recaudación sin cambios y situaría a España entre los países de la UE con menores tipos, cerca del nivel de Irlanda (13%). Según Fedea, este cambio tendría un efecto positivo sobre la creación y el crecimiento de las empresas.

El aumento principal de la recaudación de la reforma de Fedea provendría del establecimiento de un tipo único de IVA, sin tipos reducidos ni superreducidos, que podría elevar los ingresos hasta en un 2%. A su parecer, esta medida debería ir acompañada de iniciativas de apoyo a las familias, como la subida del mínimo exento o el establecimiento de políticas redistributivas para compensar a las familias con menos recursos.

En concreto, la fundación estima que la desaparición de los beneficios fiscales del tipo reducido (14.062 millones) y del tipo superreducido (5.552 millones) podrían elevar la recaudación en 20.000 millones de euros, mientras que las exenciones se mantendrían sin cambios.

Además, propone aumentar los Impuestos Especiales para elevar en un punto su recaudación y situar los recursos a la producción (precios públicos, tasas o concesiones) en la media europea, con lo que se conseguiría otro punto extra de recaudación. En total, la reforma elevaría los ingresos en cuatro puntos de PIB.

El descenso del valor del euro en los últimos tiempos mejorará la competitividad internacional de España, lo que debería impulsar las exportaciones fuera de la zona euro y beneficiar su crecimiento económico. Asimismo, según los analistas de Crédito y Caución, la depreciación del euro elevará los precios de importación de los productos y servicios de los países no pertenecientes a la moneda única, por lo que también aumentará la competitividad de las empresas de la región en sus propios mercados.

La depreciación del euro, clave en la recuperación

En el último mes, el valor del euro ha caído rápidamente y, de acuerdo con las previsiones de Crédito y Caución, podría continuar decreciendo a lo largo del año. Ésta se debe a la debilidad económica persistente en la Eurozona, el descenso de la inflación y a las medidas tomadas por el Banco Central Europeo, como la bajada de los tipos de interés a largo plazo, que lleva a los inversores a buscar mayor rendimiento fuera de la zona euro.

El Banco Central Europeo redoblará sus esfuerzos mediante un programa de expansión cuantitativa, consistente en la compra de deuda pública. Además, el incremento de los precios de importación aumentará la tasa de inflación. En diciembre de 2014, la Eurozona experimentó una deflación del 0,2% en términos anualizados. Una tasa de inflación más alta ayudaría a la recuperación económica, al reducir la carga real de las deudas pública y privada.

Las empresas deberán comunicar a la Seguridad Social las bajas el mismo día que se produzcan

El Ministerio de Empleo ha remitido a los agentes sociales el proyecto de Real Decreto que modifica diversos reglamentos generales en la Seguridad Social para desarrollar la ley que regula el Sistema de Facturación Directa. El departamento que dirige Fátima Báñez informa que este sistema exige el conocimiento en el menor plazo posible de todos los datos que afectan al cálculo de la cotización. Por ello, se establece que la comunicación de las bajas y variaciones de datos de los trabajadores deberá comunicarse a la Seguridad Social el mismo día en que se produzcan.

Empleo señala que, de esta manera, no sólo se facilita la liquidación directa de cuotas por la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS), sino que se previene la práctica de comunicar las bajas el mismo día del cese, pero con fecha de efectos de seis días antes, que es el plazo actual.

Este sistema entró en vigor en enero, pero su implantación en todas las empresas será progresiva. Mensualmente, la Seguridad Social irá seleccionando las empresas a las que empezará a facturar de forma directa y se lo comunicará electrónicamente.

La mala adaptación de la SEPA ha inducido a las pymes a cometer errores en los cobros y pagos

Tras varios meses desde la entrada en vigor efectiva de la normativa SEPA, algunos expertos han denunciado que el proceso de adaptación ha sido, en muchos casos, caótico y se han cometido errores en el cobro y pago.

Aunque se trata de una situación prácticamente superada, pues según los especialistas de Datisa, el 90% de las pymes están ya adaptadas a la normativa europea, lo cierto es que la falta de un criterio homogéneo en tiempo y forma para las entidades bancarias y la falta de información en muchos casos, provocó que las empresas cometieran errores.

Datisa ha alertado sobre algunas de las situaciones:

- Entidades que disponían de varias versiones de estructura de los ficheros, algunas incompatibles entre sí.
- Ficheros que incluían campos adicionales no obligatorios.
- Algunos bancos solicitaron campos que según la norma no eran necesarios.
- Personal que carecía de información suficiente para gestionar el cambio y un soporte técnico, literalmente "colapsado" e incapaz de resolver todas las consultas.

En general, las pymes han echado en falta más información, no sólo por parte de los bancos, sino también a nivel institucional..

Madrid dará ayudas de hasta 5.000 euros a los autónomos por cada parado que contraten

El presidente de la Comunidad de Madrid, Ignacio González, presentó a primeros de febrero las ayudas para impulsar la creación de empleo en la región, que contempla la entrega de hasta 5.000 euros a los autónomos por cada desempleado que contraten durante este año.

El programa contempla ayudas de 2.500 euros para los contratos temporales de al menos seis meses, y de 4.000 euros si son indefinidos. Estas cantidades se elevarán hasta los 3.500 y 5.000 euros respectivamente si el autónomo contrata mujeres, mayores de 45 años o parados de larga duración. Asimismo, estas cuantías se incrementarán un 10% en los contratos a víctimas de violencia de género. El Gobierno regional señala que el límite de ayudas por solicitante es de tres contratos.

La Comunidad de Madrid también contempla la ayuda de 2.500 euros para los gastos de constitución de un nuevo negocio por parte de autónomos, cuantía que ascenderá a 2.800 euros en el caso de mujeres, parados mayores de 45 años o desempleados de larga duración.

Las microempresas son las que mejor cumplen los plazos de pago

La aseguradora Solunion ha analizado las tendencias en los pagos a proveedores de las empresas españolas, basadas en datos propios y del Índice de Riesgo 2014, realizada por Intrum Justitia. Atendiendo al tamaño de las empresas, las grandes compañías y las multinacionales son las que tienen plazos medios de pago más elevados debido, en gran parte, a su poder de negociación y a la capacidad para ejercer medidas de presión hacia sus proveedores. Por su parte, las microempresas y pymes liquidan sus pagos con mayor rapidez, lo que responde al limitado tamaño de sus departamentos financieros y, por consiguiente, a su escaso poder de negociación contractual.

Según datos de Cepyme en el tercer semestre de 2014 el periodo medio de cobro se redujo en las microempresas en 0,5 días (77,1 días), en las pequeñas empresas en 0,8 días (81,8 días) y en las medianas en 1,2 días (84,2 días).

La situación mejora al analizar las cifras de pérdidas por impagos, que en España se sitúa en el 2,9%.

El Índice de Riesgos de 2014, tomando como referencia el comportamiento de pago y el riesgo de impago, pone de manifiesto que las dificultades financieras de los clientes no suponen la principal causa de retraso en los pagos, sino que dicho retraso es intencional. La implantación de la Directiva Europea sobre la lucha contra la Morosidad apenas se ha notado en la mejoría de los datos.

Nueva red social para ejecutivos y emprendedores

Se acaba de crear Executive Finder para iPhone, una herramienta gratuita que permite a los ejecutivos y emprendedores localizar y contactar con otros hombres y mujeres de negocios cercanos con la finalidad de realizar negocios. Aunque de momento sólo está disponible para los usuarios de iOS, los de Android podrán disfrutar de ella en breve.

Mediante los sistemas de geolocalización del móvil, la App permite que los profesionales de cualquier sector localicen a otros similares en las cercanías. Al pinchar sobre la fotografía de uno de ellos, se abre un breve perfil de usuario en el que se describen sus intereses y se da la opción de contactar con él mediante un chat en la que ambos pueden hablar de negocios, enviar fotos de productos y compartir la ubicación.

Para agilizar y optimizar las relaciones profesionales, existe la posibilidad de indicar el interés de contactar con otro usuario. Este puede decidir de forma anónima si quiere reunirse con la persona que le ha contactado o no.

Esta nueva aplicación multiplica facilita la comunicación entre ejecutivos en grandes ferias y exposiciones, para localizar a alguien que dé un nuevo valor a un proyecto o incluso posibilitar a la internacionalización.

La OCDE reclama a España una indemnización por despido igual para todos los contratos

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) ha reclamado a España varias reformas en materia laboral para incrementar el empleo, como aumentar aún más la "capacidad de respuesta" de los salarios a las condiciones del mercado laboral y uniformar la indemnización por despido para todos los tipos de contrato. En su informe *"Going for growth"*, la OCDE reitera la necesidad de que España reduzca la brecha que existe entre contratos temporales e indefinidos.

En su opinión, un alto nivel de protección en los contratos indefinidos respecto a los temporales conduce a una "persistente dualidad" del mercado de trabajo, lo que aumenta la frecuencia de los períodos de desempleo, sobre todo para los jóvenes, y reduce la productividad.

Por ello, pide a España reformas en la protección del empleo que armonicen los aspectos claves de los diferentes tipos de contrato y, especialmente, que la indemnización por despido se uniformice para todos los contratos, con el fin de que sea inicialmente baja pero que vaya incrementándose gradualmente.

El ministro de Hacienda, Cristóbal Montoro, ha dicho que la Agencia Tributaria cosechó una recaudación de 12.318 millones de euros por los planes de lucha contra el fraude el año pasado. El ministro recordó que son los mayores ingresos en las políticas de control tributario de la historia de Hacienda y supone un aumento del 12,5% respecto a los 10.950 millones recaudados en 2013.

La lucha contra el fraude recauda 12.300 millones en 2014

"Es la mayor cifra conseguida nunca en la labor de prevención y control del fraude tributario y aduanero", remarcó el ministro. No obstante falta por conocer el desglose de las actuaciones de lucha contra el fraude para comprobar la evolución definitiva de estas políticas.

El ministro de Hacienda ha recordado que la mejora de los resultados de los planes de lucha contra el fraude fiscal "son fruto de las reformas" económicas, de carácter estructural que fueron aprobados en los últimos tres años por el Gobierno. En este punto, ha destacado la ley antifraude que endurece las penas contra los grandes defraudadores, limita los pagos en metálico (a 2.500 euros), establece la obligación de informar sobre los bienes en el extranjero y refuerza la responsabilidad tributaria de los administradores.

"Hemos cambiado de leyes para que haya mayor transparencia y mayor control sobre los grandes patrimonios, para tener más información sobre los bienes que algunos contribuyentes tienen en el exterior, para que el dinero que permanecía opaco para Hacienda empiece a tributar en España y para endurecer las sanciones contra los grandes defraudadores", apuntó el ministro.

Arag crece un 8,36% en seguro directo

Arag SE Sucursal en España ha presentado los datos de facturación en su Convención Anual de Ventas. En seguro directo se situó en 2014 en casi 78 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 8,36%. En la reunión también se habló de los objetivos para este año y se dijo que, un año más, el eje principal ha continuado siendo apoyar a la mediación como principal canal de venta de los seguros y servicios de la compañía.

La nueva estructura comercial, teniendo en cuenta la integración de la red comercial y la cartera de Depsa, los objetivos y posicionamiento para 2015, han sido los puntos fuertes desarrollados durante esta convención anual, clausurada por Mariano Rigau, CEO y Member of GEC de Arag España: "Para la compañía, el canal de la mediación es el principal canal de distribución y es una pieza clave en nuestra estrategia de crecimiento".

"Los buenos resultados de la compañía se deben al excelente trabajo realizado por todo el equipo que ha conseguido llegar a los objetivos fijados "señala Juan Carlos Muñoz, director comercial de la compañía, quien continua: "Confianza, credibilidad y, sobre todo, profesionalidad, son los pilares sobre los que se sustenta nuestro éxito".

Por otra parte, la aseguradora ha informado de que, desde el 1 de febrero, se ha completado el proceso de adquisición de la línea de actividad de seguro de directo de Depsa. Gracias a esta operación, esta cartera de Defensa Jurídica pasará a gestionarse en Arag y todos los empleados se integrarán en la estructura de la compañía.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha impartido un curso sobre "Protección Jurídica Familiar" a los jefes de equipo y directores de franquicia de Bárymont.

Fundación Inade ha celebrado una sesión de su tribuna "Desayuna con Inade-Vigo", que tuvo como invitado al doctor Iñaki Ferrando, director de Comunicación Médica de Sanitas, que habló sobre la influencia de la salud en la productividad laboral.

La salud influye en la productividad laboral

Iñaki Ferrando realizó su intervención en el ámbito de la "psicomedicina positiva", (unión entre la medicina y la psicología positiva, con especial dedicación a la promoción de la salud y al logro del bienestar global de la persona) centrando sus reflexiones en los beneficios que para las organizaciones y las personas tienen tanto las actitudes positivas, como los hábitos de vida saludables "Cuando las personas y las cosas van bien, los negocios van mejor".

A continuación, repasó las actitudes que proporcionan fortalezas cognitivas (la adquisición y el uso del conocimiento), emocionales (la consecución de metas ante situaciones difíciles), interpersonales (el cuidado de los demás), cívicas (una vida en comunidad saludable), fortalezas que protegen contra los excesos y las que forjan conexiones con el universo para proveer de significado a la vida.

Bancaseguros ralentiza su crecimiento y los corredores ganan terreno en Salud

Según Tatum, desde 2008 el canal bancaseguros ha ido creciendo con paso firme, pasando del 34% al 40%, teniendo un frenazo en el último año probablemente causado por la reorganización del sistema financiero. Los corredores son los principales distribuidores del seguro de Auto, Vida y Multirriesgos y se empiezan a interesar por Salud, ramo en el que ha incrementado su participación en 1,69 puntos.

En el informe "Evolución de los canales de distribución del sector asegurador" en los diez últimos años del sector, elaborado por Tatum, se observa el impacto de los cambios legislativos, cambios de fiscalidad y las crisis financiera y económica en la forma de distribución de los seguros.

El estudio se ha organizado en tres capítulos independientes: Distribución general del negocio, Composición de la cartera de los diferentes canales y Distribución de Vida y ramos de No Vida por canales, que juntos dan una visión general de cómo la cultura del seguro en España ha evolucionado con el paso del tiempo.

Desde 2008 el canal bancaseguros ha ido creciendo con paso firme, pasando del 34% al 40%, teniendo un frenazo en el último año probablemente causado por la reorganización del sistema financiero. En el caso de Vida, los bancos y cajas distribuyen más de un 60%, seguido del canal de mediación. Mientras que los mediadores aumentaron su participación en el último año, el canal de bancos y cajas disminuyó en casi un 2%, casi lo mismo que ganaron las oficinas propias.

En el negocio de No Vida el canal de mediación históricamente acapara más de la mitad de las primas, aunque en el último año ha experimentado una disminución de casi un punto. Sin embargo, son las oficinas propias las que distribuyen más de un 20% de la primas de No Vida con un incremento de 0,66 puntos en el último año y manteniéndose en el 21%. Por su parte, la banca consolida su crecimiento en los cuatro últimos años.

En el caso de las pólizas la distribución de pólizas por medio de bancos y cajas en el nuevo negocio continúa siendo superior que en el volumen de cartera, situándose por encima del 70% en el periodo 2002-2012, aunque sufriendo un decremento de 3,21 puntos de cuota en el último año.

Por su parte, los corredores son los principales distribuidores del seguro de Auto (30%). Vida (que disminuyó un 0,67) y Multirriesgos (que incrementó un 1,26) representan casi el 40% de la cartera de los corredores. El único ramo del resto que alcanza el más del 10% es Salud, que se incrementó 1,69 puntos, según los últimos datos oficiales.

En cuanto al canal bancaseguros, Vida representa más del 80% de su cartera, seguido de Multirriesgo con cerca de un 7%. Por último, en las oficinas propias, el ramo Salud acapara casi la mitad de su cartera, seguido de Vida y Autos con escasa diferencia.

La composición del negocio de comercio electrónico se forma principalmente por Autos, con casi un 85% de peso en la cartera, (3,93 puntos más que el año anterior). Salud es el segundo ramo que más se comercializa en este canal, seguido de Vida.

Metrópolis Seguros presenta su nuevo vídeo corporativo

Metrópolis Seguros ha dado a conocer el nuevo video corporativo de la compañía. Fernando Ramírez, director de Estrategia Corporativa, señala que "en él se ha plasmado la cercanía, profesionalidad y solvencia que ofrece la compañía, contando con su principal aliado, la mediación para dar el mejor servicio a sus asegurados".

Por otra parte, Metrópolis Seguros ha firmado un acuerdo de colaboración con el Colegio de Mediadores de Badajoz, en el que se compromete a participar en el Foro Asegurador y contribuir al fomento de las acciones formativas y actos institucionales.

Asimismo, la aseguradora participó con un espacio de negocio en la Semana del Seguro (organizada por Inese), y como patrocinador de los XII Premios Gema. Desde la compañía se dice que "somos una entidad comprometida con la mediación, y el patrocinio de estos premios refuerza uno de los aspectos principales de nuestro Plan Estratégico, que es apoyar todas aquellas iniciativas encaminadas a demostrar el valor añadido que ofrece a la sociedad la mediación frente a los demás canales de distribución".

Las experiencias empresariales premiadas son:

En la categoría de Innovación: Leonor García, directora técnica de ATCE Insurance Brokers, con el artículo "Experiencia, cercanía y asesoramiento especializado".

En la categoría de Iniciativas Comerciales: Humberto Albanez, director general de Gescobert, con el artículo "Ir más allá en el servicio y la atención al cliente".

En la categoría Desarrollo Tecnológico: Antonio Ontiveros, director general de Servipó, por su artículo "La agilidad y la sencillez de Internet".

Coinbroker incrementa un 21,46% las primas intermediadas

Durante la celebración de la XII Convención de la Correduría Coinbroker, se informó de que en 2014, la correduría había incrementado un 21,46% sus primas intermediadas y que el objetivo para 2015 era superar los 50 millones en primas.

El pasado ejercicio se cerró con un volumen de primas intermediadas de 45.713.800 euros y se incrementó el ratio de pólizas por cliente y se mejoró el ratio combinado, disminuyendo en Autos, e incrementándolo en Diversos y Vida/Financiero. Por otra parte, se ha llegado a 34 oficinas con las aperturas en Elche y Villareal.

Como objetivo para el 2015, se espera llegar a 50 millones de euros. En nuevas tecnologías, antes de verano se presentará una APP para los clientes.

La convención se cerró con la entrega de premios de la correduría y el reconocimiento a la labor de Rafael Mengot y Jose Joaquín Cobos, socios de la correduría desde hace 25 años.

Las oficinas comerciales ya aportan el 50% del nuevo negocio de Uniteco Profesional

La correduría Uniteco Profesional ha celebrado su convención anual a la que han acudido los responsables de las 14 oficinas que la correduría tiene repartidas por España. En la actualidad, su trabajo aporta la mitad del volumen del nuevo negocio de la correduría y ya dan servicio a más de 6.000 clientes.

Durante esta convención se analizaron los resultados obtenidos por estas oficinas en 2014, así como las líneas maestras a seguir en el año que acaba de comenzar. Los responsables de las oficinas asistieron a las presentaciones de nuevos productos de las compañías con las que se han establecido las líneas de desarrollo así como nuevos proyectos que arrancarán a lo largo de 2015. Algunas de las compañías que presentaron sus nuevos productos fueron Mutua Madrileña, Seguros Bilbao, Allianz o Generali.

Francisco González, director de Expansión de la correduría, afirmó que "este es un proyecto que se ha consolidado con importantes cifras de negocio siendo ya parte fundamental del negocio de Uniteco Profesional".

Como cada año se hizo entrega de los premios a las mejores oficinas. Los galardonados en esta ocasión fueron las de Fuenlabrada, León y Murcia por los volúmenes de negocio conseguidos.

Por otra parte, la correduría ha firmado un acuerdo de colaboración con la Asociación de Comercio, Industria y Servicios de Úbeda (Alciser). Francisco González, director de Expansión de la correduría, ha ofrecido a la organización trabajar de manera unida, analizar las necesidades del colectivo y aportar un valor añadido, diferencial y exclusivo en la gestión de las pólizas de los comercios y empresas adscritas a Alciser.

En otro orden de cosas, Uniteco Profesional ha obtenido el certificado ISO 9001:2008 de Bureau Veritas Iberia. Emilio Beneytez, consejero de presidencia de la correduría de seguros, ha afirmado que "es un reconocimiento de la calidad de nuestros procesos de cara a los clientes, las compañías de seguros, los usuarios, los proveedores, etc. Es un buen termómetro de cómo estamos haciendo las cosas".

En una correduría de seguros el certificado ISO 9001 determina las necesidades y expectativas de los asegurados a los que gestiona sus riesgos. "Para ello hemos establecido una política de calidad y los objetivos de la empresa, hemos fijado los procesos y responsabilidades necesarios para lograr estos objetivos y poner en marcha el protocolo para que este sistema esté siempre optimizado", ha destacado el consejero de presidencia de la correduría.

Las mejoras se plasman en una mayor atención y resolución de los siniestros de los clientes, un trato más ágil con las compañías y en una optimización de los tiempos en las propuestas y contrataciones de seguros.

Por último hay que decir que la correduría ha estado presente en Marbella para celebrar un desayuno informativo sobre la Responsabilidad Civil profesional de los médicos, así como las ventajas de un buen seguro. El Hospital Costa del Sol Marbella acogió esta jornada explicativa sobre la responsabilidad civil profesional.

Los ingresos anuales de Marsh &McLennan crecen un 5%

El Grupo Marsh & McLennan Companies (que integra a Marsh, Mercer, Oliver Wyman y Guy Carpenter), ha publicado sus resultados financieros anuales de 2014, que ha alcanzado un resultado de explotación de 2.301 millones de dólares, (2.077 millones de dólares el año anterior). Por su parte, los ingresos anuales se sitúan en 12.951 millones de dólares, 5,6% más que el ejercicio anterior (5% excluyendo partidas extraordinarias).

Por líneas de negocio, Riesgos y Seguros (Marsh y Guy Carpenter) incrementó sus ingresos anuales un 5%, hasta los 6.930 millones de dólares, mientras que Consultoría (integrado por Mercer y Oliver Wyman) creció un 6%, hasta alcanzar 6.050 millones de ingresos.

En el cuarto trimestre, los ingresos del Grupo crecieron un 6% (4% excluyendo partidas extraordinarias) con unos ingresos de 3.246 millones de dólares. En cuanto al resultado de explotación en este mismo periodo alcanzó 536 millones de dólares.

Según Dan Glaser, presidente y CEO de Marsh & McLennan Companies, "los resultados han sido excepcionales. Se trata del séptimo año consecutivo en el que crecemos con una cifra de dos dígitos".

Jean-Paul Rignault: "La mediación sigue siendo el pilar de nuestra actividad"

En la convención comercial anual de la Dirección Territorial Oeste (Galicia, Asturias y León) de AXA, el CEO de la compañía, Jean-Paul Rignault, puso en valor el papel de los mediadores en la aseguradora, que siguen siendo el pilar fundamental de nuestra actividad".

En el encuentro se analizó la evolución del negocio en 2014 y los retos para 2015. Para Fernando Calvín, director de la Dirección Territorial Oeste, "en 2014, hemos dado un paso importante en la diversificación de nuestras carteras y en la especialización de la red de mediación hacia productos y ramos con un mayor valor añadido para el cliente, para el mediador y con mayor potencial de crecimiento".

Entre las prioridades para 2015, Calvín ha destacado que "el mantenimiento de la rentabilidad en todos los canales, la diversificación del negocio, con especial atención a Vida, Salud y Empresas, la mejora de la eficiencia operativa, la gestión individualizada de las redes y la digitalización serán las líneas maestras del año".

Por otra parte, el Grupo AXA ha elegido España para el lanzamiento de concepto ligado al seguro de Salud basado en gratificar a los usuarios que más se cuidan, Health Keeper by AXA. Se trata de una plataforma tecnológica, con App para IOs y Android y plataforma web, para realizar un seguimiento de su actividad física y conseguir puntos que dan acceso a descuentos de hasta el 50% en consultas médicas, de especialistas, centros de wellness o spas.

En otro orden de cosas, AXA España ha estrenado nueva web con diseño adaptable, convirtiéndose en un portal multidispositivo para que se pueda adaptar todos sus contenidos en función no sólo de la resolución, sino también del tipo de dispositivo desde el que el usuario accede (PC, tablet, móvil e incluso Smart-TV).

Hiscox refuerza su plantilla con 5 incorporaciones

Hiscox España ha incorporado a cinco personas a su equipo de Madrid. De esta forma, el desarrollo de la aseguradora irá acompañado del mantenimiento de su servicio que repercute, en una mayor calidad de trabajo hacia los corredores y sus clientes.

Se ha incorporado a la compañía Silvia Pérez, que vuelve a la aseguradora tras cuatro años en AIG en el segmento de seguros especializados para altos patrimonios. Formará parte del equipo de Arte y Clientes Privados. Es licenciada en económicas y administración de empresas (ICADE), Máster en Dirección Aseguradora (ICEA) y con un diploma de International Business (University College Dublin). Cuenta con más de diez años de experiencia en el sector.

El departamento de Siniestros se refuerza con la contratación de Pilar González como suscriptora de siniestros. Es licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, con un máster en Dirección de Negocios Internacionales. Cuenta con más de cinco años de experiencia en aseguradoras.

El departamento de Marketing se ha visto reforzado con la incorporación de Carolina Morato. Es licenciada en Publicidad y RRPP por la Universidad de Navarra y cuenta con un máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial por el ESIC. Con más de siete años de experiencia en el sector de la comunicación, ha trabajado en agencias de comunicación para clientes como Google y Visa.

El departamento de Riesgos Profesionales se consolida con dos nuevas incorporaciones: María del Pilar de Rábago y Miguel Ángel Aguilar. Rábago es suscriptora de riesgos profesionales, licenciada en Derecho y Administración y dirección de empresas por la Universidad Carlos III y Máster in International Management por el IE. Aguilar es suscriptor de riesgos profesionales. Técnico Superior en Administración y Finanzas por el CEEP, cuenta con formación en responsabilidad civil y medioambiental por ICEA, Inese y Seaida. Además, tiene más de nueve años de experiencia en el sector, donde ha trabajado para corredurías de seguros como Willis Iberia y la aseguradora HDI Gerling, en el departamento de Responsabilidad Civil, Responsabilidad Medioambiental y Líneas Financieras.

El Colegio de Lleida renueva su acuerdo con Aviva y AXA

El Colegio de Mediadores de Seguros de Lleida ha firmado sendos acuerdos de colaboración con Aviva y AXA.

Un año más, el Colegio ha renovado esta colaboración que implica, entre otras cosas, la realización de actos formativos.

Carlos Gallego, subdirector general comercial Santalucía, durante su intervención en la Convención Anual Comercial en Sevilla, analizó comercialmente los datos de la compañía, que ha obtenido una recaudación de 1.272 millones de euros en primas devengadas durante 2014, un 1,33% más que en el año anterior.

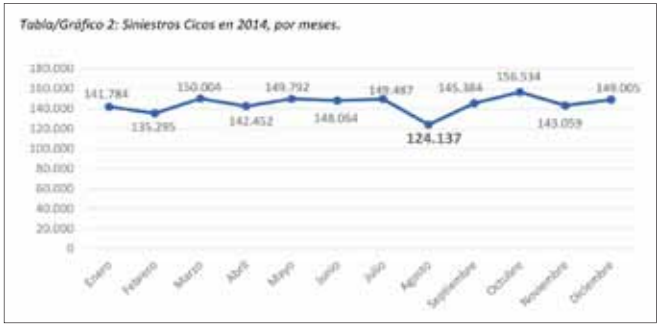
Santalucía recauda 1.272 millones de primas devengadas

Por estas cifras, Gallego agradeció el esfuerzo y la labor realizada, puesto que la entidad ha alcanzado la cifra de 342.571 pólizas vendidas, un 2% más que en 2013.

Durante el desarrollo de la jornada se expuso, la tendencia positiva de resultados comerciales obtenidos por la aseguradora. Modesto Álvarez, consejero delegado de la entidad, destacó que "la prudencia, la disciplina financiera y el cuidado de nuestros asegurados han sido los pilares de funcionamiento de esta compañía que nos han guiado durante estos años". Por otra parte, Andrés Romero, director general, animó a los asistentes a sumarse a un nuevo reto en 2015 y, en este sentido, afirmó que Santalucía tiene "las ideas claras y las personas adecuadas para conseguirlo".

Los accidentes leves de tráfico crecen por primera vez en siete años

En 2014, se produjeron 1,7 millones de accidentes leves de tráfico en España. Lo que supuso el primer incremento que experimentan estos siniestros desde 2007, según los datos de Tirea. Una cifra que supone un aumento del 0,32% respecto de 2013.



El incremento del número de partes presentados en 2014 se debe, principalmente, al mayor uso del vehículo. Pero a pesar de que el repunte de golpes entre vehículos es un hecho generalizado en el país, se perciben diferencias entre las comunidades autónomas.

En el conjunto de España hubo, en concreto, 1.734.997 accidentes leves el pasado ejercicio. Esta magnitud se traduce en 3.710 siniestros por cada 100.000 habitantes. Cantabria (4.834), Baleares (4.617), Galicia (4.189), Canarias (4.143) y Andalucía (4.052) superaron ese ratio. Son comunidades donde el uso del automóvil suele ser más intensivo. De la misma forma, el incremento porcentual de los accidentes leves ha sido más marcado en casi todas estas regiones que en el conjunto del país.

El Congreso de los Diputados aprueba la enmienda de Adecose al Proyecto de Ley de fomento de la financiación empresarial

Adecose ha logrado que las pymes y los autónomos puedan anular los seguros que estén vinculados al flujo de financiación de aquellas entidades financieras que les cancelen o restrinjan el crédito, gracias a que la Comisión de Economía y Competitividad del Congreso de los Diputados, con Competencia Legislativa Plena, ha aprobado la enmienda presentada por esta asociación al Proyecto de Ley de fomento de la financiación empresarial. El Proyecto será remitido próximamente al Senado para su tramitación en la Cámara Alta.

El texto legislativo y establece para las entidades la obligación de informar a las pymes y a los autónomos, con un mínimo de 3 meses y en formato estandarizado, sobre su historial crediticio de los últimos 5 años, cuando decidan cancelar o reducir en un 35% o más el flujo de financiación que hayan venido concediéndolas.

La enmienda de Adecose incorpora además la obligación por parte de las entidades financieras de informar de "una relación de los contratos de seguros vinculados al flujo de financiación. A estos efectos se considerarán seguros asociados los contratados dentro del plazo de 6 meses anteriores o posteriores a la contratación inicial del préstamo o crédito o de cualquiera de sus prórrogas".

De esta manera, la pyme y el autónomo dispondrán de tiempo suficiente para ajustar su gestión de tesorería, y para iniciar con mayor facilidad la búsqueda de fuentes alternativas de financiación, tal y como recoge el Proyecto de Ley en su exposición de motivos. Igualmente, podrán también decidir si resuelven aquellos contratos de seguros asociados al préstamo o crédito cuando se produzca esa reducción o cancelación del crédito.

Por otra parte, Adecose ha analizado la documentación en poder del Consejo de Estado en relación con el Anteproyecto de Ley de Ordenación, Supervisión y Solvencia de las Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras en lo que respecta a los informes emitidos por otros órganos de la Administración. La asociación ha llevado a cabo este análisis dentro del plazo de audiencia concedido por el Órgano Consultivo del Gobierno.

A falta de conocer el dictamen que el Consejo de Estado emitirá próximamente, Adecose muestra su conformidad con el último texto del Anteproyecto remitido por el Gobierno en lo que respecta a la regulación del análisis objetivo y del colaborador externo (figura que subsume la del auxiliar externo y la del auxiliar asesor), en la línea de los argumentos defendidos por la asociación en el proceso de elaboración del Anteproyecto.

NorteHispana inaugura su nueva sede en Badajoz

La aseguradora NorteHispana Seguros (del Grupo Catalana Occidente) ha inaugurado su nueva sede de Badajoz. Su director comercial, Fernando Argüello, dijo que "Badajoz es, sin duda, una de las provincias con más peso e importancia para nuestra compañía, que en 2016 cumplirá 50 años al servicio de sus clientes".

La inauguración de esta nueva sede viene a reflejar la apuesta de NorteHispana por la provincia extremeña, que representa cerca del 5% de la facturación total de la compañía en España, con un volumen de primas de más de 5,5 millones de euros.

El nuevo modelo de negocio de Caser tiene a la mediación como pilar básico

Caser ha celebrado la XII Convención Comercial del Negocio Agentes y Corredores bajo el lema "#dejatuhuella – Tú también marcas el cambio". La reunión pone de manifiesto "la firme apuesta de la compañía por la mediación profesional y el crecimiento de esta línea de negocio", señalan desde la entidad.

La primera jornada fue inaugurada por Ignacio Martín, director del Negocio de Agentes y Corredores, que felicitó a los presentes por haber alcanzado los objetivos previstos para 2014, año en el que se ha implantado una nueva estructura comercial, ha aumentado la eficacia organizativa y se ha mejorado la eficiencia operativa.

Además, hizo hincapié en los pilares sobre los que se establecerá el crecimiento en 2015 en materia de distribución, con especial foco en agentes exclusivos, los avances en el modelo comercial y de oficina, el Plan Vida y los planes de desarrollo estratégico en Canarias, Levante, Andalucía y Expatriate.

Otros temas que se trataron fueron la potenciación de la marca, la transformación digital, las herramientas de comercialización y apoyo al comercial -como el nuevo Portal del Mediador- y el nuevo protocolo de actuación comercial, como líneas estratégicas que promoverán el cambio.

El acto fue clausurado por el director general de Caser, Ignacio Eyries, quien reafirmó la importancia que para la compañía tiene la mediación profesional. Además, destacó la positiva evolución experimentada por la entidad en 2014.

Por otro lado, la aseguradora ha renovado un año más su colaboración con el Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza y Teruel.

La modificación de la Ley de Sociedades de Capital hace necesaria la revisión de los seguros de D&O

Fundación Inade, dentro del "Plan GES Galicia (Generando Empresas + Seguras)" y en el seno de su "Foro Inade", ha acogido una jornada de trabajo para analizar, debatir y reflexionar sobre el riesgo de la responsabilidades de los administradores y directivos de las empresas, una vez modificada por la entrada en vigor de la Ley 31/2014, de 3 de diciembre, por la que se modifica la Ley de Sociedades de Capital para la mejora del gobierno corporativo.

Los administradores y directivos de las empresas pueden incurrir en responsabilidad en el desempeño de sus funciones por conductas contrarias a la ley o que infrinjan los estatutos sociales, o por faltar a sus deberes de secreto, lealtad o fidelidad. Esta responsabilidad puede ser exigida tanto por la propia sociedad, como por los socios, empleados o terceros acreedores.

La abogada Sara Mondelo, asociada principal en el despacho Cuatrecasas, Gonçalves Pereira abordó la reforma desde el ámbito mercantil. Mondelo indicaba que "siendo administrador, el límite es el propio patrimonio personal por lo que habrá necesariamente que conocer los riesgos". Y recordaba que este incumplimiento se considera tanto por la comisión de actos como por omisiones concretas.

De la reforma de la Ley es de resaltar la ampliación del régimen de responsabilidad de los administradores a personas asimiladas, incluyendo a aquéllas que tengan atribuidas funciones de alta dirección en los casos que no se haya nombrado un consejero delegado, y a los representantes de personas físicas de los administradores personas jurídicas. Amplía también el concepto de "administrador de hecho" al que ocupa el cargo con título nulo o extinguido, el administrador aparente o el administrador oculto.

Con la entrada en vigor de modificaciones que afectan al régimen de responsabilidades de administradores, consejeros y directivos, José María Elguero, director del Servicio de Estudios de Marsh, recomienda revisar todas las pólizas de D&O con más de dos años de antigüedad. A modo de resumen, destacaba que habrá que tener en cuenta las nuevas obligaciones para los directivos y consejeros derivadas de los programas de Compliance, revisar las exclusiones (por incumplimientos "dolosos" de esas nuevas obligaciones), el aumento de los plazos de impugnación de acuerdos de 40 días a un año y negociar nuevas condiciones del seguro de D&O cuando se hayan incorporado a la sociedad los programas de cumplimiento normativo, ya que se fomenta el mejor gobierno corporativo, que deriva en una disminución del riesgo, que puede llevar aparejada una reducción de la prima de seguro.

Fernando Vega, director de Líneas Financieras de QBE, realizó un repaso sobre las exclusiones, recordaba que con la evolución de esta modalidad de seguro "hay pocas circunstancias que queden fuera de la póliza". En la actualidad solo se excluyen: reclamaciones basadas en una mala conducta intencional, enriquecimiento injusto, reclamaciones originadas por procedimientos anteriores a la fecha de continuidad o por actos notificados en otro contrato y por daños materiales o personales.

AIPS solicita a la DGSFP que incluya una enmienda en el Alossear

La asociación de corredores de seguros AIPS ha solicitado a la DGSFP la inclusión de una enmienda al artículo 107 del Anteproyecto de la Ley de Ordenación, Supervisión y Solvencia de las Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (Alossear).

Se pide que diga "Solo se entenderá como fraude en el seguro aquel que haya sido juzgado y sentenciado por un juez, aunque sea en fallo de primera instancia".

El contenido actual del mencionado Artículo 107 de Lucha contra el fraude en seguros es el siguiente:

Las entidades aseguradoras deberán adoptar medidas efectivas para, prevenir, impedir, identificar, detectar, informar y remediar conductas fraudulentas relativas a seguros, ya se adopten de forma individual o mediante su participación en ficheros comunes. A estos efectos, no tendrá la consideración de práctica restrictiva de la competencia la elaboración y utilización de ficheros comunes cuya finalidad sea luchar contra el fraude.

Las aseguradoras también podrán suscribir convenios de colaboración con el Ministerio del Interior y los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado, así como con las consejerías y policías de las Comunidades Autónomas que tengan funciones análogas , con objeto de colaborar, cada uno en el ámbito de sus competencias , en la prevención e investigación del fraude en el seguro.

Aegon incorpora la plataforma inithealth a su área de clientes

Aegon ha firmado un acuerdo con inithealth para la implantación de la plataforma de gestión de salud online. Además la plataforma incorpora un código QR que permite acceder a la historia médica digital del asegurado en cualquier momento y en cualquier lugar del mundo.

El objetivo es que los asegurados accedan a un sistema que les ofrece servicios como: gestionar de manera conjunta el historial médico entre el especialista y el asegurado; crear sus propios retos de salud y rutas deportivas geolocalizadas mediante la aplicación móvil; realizar un seguimiento de parámetros de salud como el peso, la tensión arterial o la glucosa entre otros; almacenar y gestionar su carpeta digital con documentos como radiografías o informes médicos; controlar su alimentación a través de un completo apartado de nutrición; y consultar una biblioteca de salud.

El Defensor del Pueblo informa sobre los avances de la reclamación sobre las malas praxis bancarias

El Defensor del Pueblo ha informado al Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros sobre los avances del expediente, abierto a instancias de la reclamación realizada por este organismo, en relación a las malas praxis bancarias en seguros. La reivindicación se centraba en el establecimiento de restricciones a la práctica bancaria de imponer la contratación de seguros vinculados a los préstamos hipotecarios.

Así, según recuerda el Defensor del Pueblo, "dicha materia se encuentra regulada por la Directiva 2014/17 /UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 4 de febrero de 2014, sobre los contratos de crédito celebrados con los consumidores para bienes inmuebles de uso residencial (...), cuya fecha límite de transposición es el 21 de marzo de 2016".

Esta Directiva prohíbe las "prácticas de venta vinculada", entendiendo por tales toda oferta o venta de un paquete constituido por un contrato de crédito y otros productos o servicios financieros diferenciados, cuando el contrato de crédito no se ofrezca al consumidor por separado. Sin embargo, sí permite las "prácticas de venta combinada" considerando como tal toda oferta o venta de un paquete constituido por un contrato de crédito y otros productos o servicios financieros diferenciados, cuando el contrato de crédito se ofrezca también al consumidor por separado, aunque no necesariamente en los mismos términos y condiciones que combinado con otros servicios auxiliares.

Por otro lado, el presidente del Cecas, José Luis Mañero, ha afirmado que "la primera convocatoria del curso +Salud +Vida ha sido un éxito", durante la celebración de la reunión de la Comisión Permanente del Consejo General. En esta reunión se ha ratificado la propuesta del Centro de Estudios sobre la composición de la Comisión de Valoración de las Pruebas de Aptitud de 2015.

También se ha seleccionado la consultoría organizadora del 50 Aniversario del Consejo General. Esta empresa desarrollará el programa de eventos durante 2015.

La Comisión Permanente también ha presentado un avance del presupuesto de 2015 del Consejo General en consonancia con la situación económica actual. Además, se ha analizado la situación actual del proyecto EIAC, dando a conocer los recientes avances técnicos y la incorporación de nuevas aseguradoras a sus grupos de trabajo.

Asimismo, se ha analizado el proyecto de Reforma de Código Mercantil que incluye una nueva Ley de Contrato de Seguro. Los miembros de la Comisión han debatido las modificaciones introducidas en algunos artículos, como la nueva formulación de los intereses moratorios de las aseguradoras, la presunción de aceptación de todas las cláusulas del contrato por el transcurso de dos meses o la previsión respecto a la información sobre el importe de la prima que ha de indicar su vencimiento y forma de pago, así como una estimación de la evolución de su importe. La Comisión ha considerado que estas propuestas deben mejorarse en su redacción final, principalmente esta última, en cuanto a su posible aplicación a determinados ramos, como puede ser el de Salud.

Los miembros de la Comisión también han analizado un informe presentado por el Bufete Garrigues sobre el Cambio de Mediador, formulándose algunas observaciones aclaratorias, referidas a agentes y jurisprudencia.

Responsabilidad de los mediadores en la Protección de Datos

Coincidiendo con la celebración del Día Europeo de la Protección de Datos, el Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña organizó una jornada informativa gratuita para sus colegiados con el objetivo de promover el conocimiento acerca de cuáles son sus responsabilidades en materia de protección de datos.

La implantación de la normativa conlleva una obligación más para el mediador que, en muchos casos, no tiene claro qué puede o no puede hacer con los datos personales de sus clientes, si es el responsable de ficheros o el encargado del tratamiento, cuándo puede ceder los datos sin arriesgarse a una sanción, cómo lo puede hacer... El objetivo de la sesión fue que los asistentes conocieran las obligaciones que les afectan de acuerdo con esta normativa.

Asimismo, dado que muchos mediadores utilizan las nuevas tecnologías para darse a conocer y publicitar sus productos y/o servicios, se dieron recomendaciones a los asistentes para adaptar sus páginas webs o sus envíos publicitarios a las exigencias de la LOPD (Ley Orgánica de Protección de datos) y de la LSSICE (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico).

Por otro lado, el Colegio organizó a mediados de febrero, junto con Fiatc Mutua de Seguros, una jornada sobre "Comunicación eficaz en tiempos de crisis" para aprender a potenciar las habilidades de comunicación y optimizar la atención al cliente: la empatía, el lenguaje positivo, la asertividad...

En 2014, DAS Internacional creció un 8% en su cifra global de negocio respecto a 2013. El volumen total de primas se ha incrementado tanto en el canal corporativo con un 10,29%, como en el canal de la mediación de seguros que se sitúa en un 5,4%.

DAS Internacional incrementó un 8% su negocio

"Iniciamos 2015 con la ventaja de nuestra anticipación en el cumplimento de los requerimientos de Solvencia II, gracias a nuestra pertenencia al Grupo Ergo", afirma Jordi Rivera, consejero delegado de DAS Internacional en España. Además ha puesto el foco en la orientación al cliente, razón por la que ha reforzado el área de prestación de servicios con la incorporación de nuevos abogados especialistas.

Por otra parte, la entidad ha incorporado en su equipo comercial a Agustí Ripollès como nuevo director territorial con el objetivo de potenciar nuevas vías de comercialización a través del canal de mediación ubicado en la zona noreste. Su trayectoria profesional le ha proporcionado una perspectiva de mercado y capacidad para detectar oportunidades de colaboración entre mediador y compañía, logrando que el cliente perciba el valor añadido del asesoramiento personalizado.

CNP Partners reorganiza la cúpula directiva para impulsar su desarrollo en España

CNP Partners, filial española del grupo CNP Assurances, ha reorganizado su estructura directiva en España para impulsar el desarrollo del negocio. El nuevo organigrama es decisivo en su estrategia de diversificación del modelo de negocio de la compañía, que ha pasado de ser tradicional basado en bancaseguros, a un esquema más diversificado que se centra en la utilización de nuevos canales de distribución (multicanalidad).

De esta forma, adapta su estructura a un enfoque orientado a potenciar la proximidad con el cliente. Bajo la supervisión del director general adjunto de CNP Partners, Santiago Domínguez, la compañía ha creado una nueva dirección de Desarrollo de Negocio, al frente de la cual está Enrique Durán.

Días antes, Jean-Christophe Mérer, ejecutivo del Grupo CNP Assurances desde 2002, fue nombrado director general de la filial española CNP Partners. Su función será desarrollar la estrategia multipaís y multicanal de la compañía en Europa del Sur (España, Italia y Portugal), en consonancia con la estrategia general del Grupo.

El staff se completa con el nombramiento de Víctor Fernández, como director de Desarrollo de Productos, y de Mario Garciablanco, como nuevo director de Marketing, ambos con responsabilidad en el negocio de España y Portugal. Se mantienen las direcciones de Legal y Recursos Humanos. Estas cuatro direcciones también reportarán directamente a la dirección general adjunta.

Desde la dirección de Desarrollo de Negocio, Enrique Durán pilotará la red de distribución de CNP Partners. Además, supervisará el desarrollo de actividades del canal Financiero, que estará dirigido a partir de ahora por Mery Marañón, el canal de Grandes Cuentas, del que será director comercial José Luis García, y Back Office de Clientes, que sigue a cargo de Yolanda Santo-Tomás.

Enrique Durán es licenciado en Derecho e inició su carrera profesional en 2002 en Eurosafei. Ha trabajado también en Fibanc y en Pelayo Mondiale Vida Seguros y Reaseguros, donde fue director territorial para la Comunidad Valenciana, Murcia y Baleares, y posteriormente responsable del canal de Grandes Cuentas. Durante los dos últimos años, ha estado vinculado a CNP Partners como director del Canal de Mediación.

Mario Garciablanco es licenciado en Ciencias Actuariales y Financieras y máster en Dirección de Marketing en EAE Business School. Era hasta ahora el responsable de Marketing Estratégico y Productos del Grupo CNP en España. Inició su carrera en 1999 en Swiss Life y ha trabajado también en ING Nationale Nederlanden, Aviva y en CNP Barclays Vida y Pensiones.

Víctor Fernández es licenciado en Económicas y en Ciencias Actuariales y Financieras y está especializado en Gestión de Riesgos de Entidades Aseguradoras. Cuenta con 15 años de experiencia profesional. Se incorporó al Grupo CNP en España en 2013, donde hasta ahora ha sido responsable de Pricing. Con anterioridad trabajó en Cigna Internacional y Pelayo Mondiale Vida

Jean-Christophe Mérer es actuario cualificado y economista titulado con un DEA (Master 2) de macroeconomía por la Universidad de París I – Panthéon-Sorbonne. Es también graduado del Magistère d'Economie.

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid y la aseguradora AIG Iberia han renovado el convenio de colaboración rubricado en noviembre de 2013. Uno de los puntos protagonistas de tal acuerdo vuele a ser que los colegiados de Madrid podrán contratar también durante este ejercicio, y en condiciones ventajosas con respecto a los no colegiados, la póliza de seguro de RC Profesional de Corredores y Corredurías que ofrece AIG.

Los colegiados de Madrid contratan la RC Profesional de AIG en condiciones ventajosas

Durante 2014, AIG facilitó a los colegiados un canal de comunicación directo con la entidad e hizo todo lo posible para desarrollar vías para la resolución de conflictos entre la compañía y los colegiados. Éste vuelve a ser otro de los objetivos de la renovación del acuerdo esta edición, además de colaborar con la institución colegial en la mejora de los contratos y las cartas de condiciones.

Por otra parte, la Junta de Gobierno del Colegio, que preside Elena Jiménez de Andrade, ha nombrado como nuevo tesorero a José Luis Solans, director general del Grupo Concentra.

En otro orden de cosas, el Colegio ha presentado su renovada web corporativa. Se ha mantenido su estructura principal, adaptándola a criterios gráficos y visuales similares a los de su revista Seguros. Además, pasa a ser una herramienta básica para la comunicación del órgano colegial; a través de la misma se enviarán las circulares internas, la newsletter 'Noticias del sector' y las notas de prensa que genere la institución.

El número de pólizas de Albroksa aumentó un 52%

La correduría de seguros Albrok Mediación S.A (Albroksa) ha aumentado un 52% las pólizas intermediadas en 2014, llegando a la cifra de 11.023, gracias a la expansión de la red comercial, fundamentalmente en Extremadura y provincias limítrofes.

"La estrategia empresarial prevista para 2015 se centra en continuar con las altas tasas de crecimiento acumulados en los últimos cinco años. Para conseguirlo, se implantará un sistema de franquicia que permita un desarrollo a nivel nacional, de forma que otros profesionales se beneficien igualmente de las altas tasas de crecimiento acumulados en los últimos cinco años", señala su consejero delegado, Francisco Alcántara. Además, para 2015 se han planteado continuar con un mayor apalancamiento tecnológico para que la red comercial sea más autónoma y el lanzamiento de productos exclusivos.

Las empresas serán clave en los próximos años en materia de previsión social

Fundación Inade en la última sesión de enero de su tribuna "Desayuna con Inade", en la que contó como invitado con Manuel Álvarez, director del Observatorio de Pensiones Caser, se hizo un análisis de la transformación de la previsión social en las empresas.

Álvarez comenzó su intervención realizando un repaso por el presente y el futuro del sistema de previsión social en España, comparándolo con índices de otros países de la OCDE. De esos resultados se extrae que en nuestro país existe un excesivo peso de las pensiones públicas, de ahí la necesidad de asesorar sobre la necesidad de complementarlas con otros instrumentos.

En cuanto al actual sistema de pensiones, recordaba que con la puesta en marcha del factor de sostenibilidad (que introduce el factor de equidad intergeneracional, ligando la esperanza de vida a la cuantía de la pensión inicial e implica que las pensiones variarán en función de si aumenta la esperanza de vida) a partir de 2019 habrá "sorpresas" ya que se experimentarán reducciones significativas y crecientes cada año para poder soportar el sistema.

El ahorro familiar en el seno europeo tiende a una distribución equilibrada de los activos financieros (entre los seguros o fondos de pensiones y los depósitos bancarios). Para Álvarez, en España, se deberían triplicar los saldos destinados a seguros y pensiones, y descender la proporción de los activos bancarios para poder acercarse a la media europea. Destacaba que en la última década, salvo en el año 2008, se ha experimentado una evolución creciente de la previsión social complementaria en España, duplicándose el patrimonio total.

Para el director del Observatorio de Pensiones Caser, la previsión social empresarial es mucho más eficaz y eficiente que el sistema público de pensiones, ya que las coberturas de los planes de empleo son más ventajosas y los costes más bajos que los de los planes de pensiones individuales.

A modo de conclusión, Manuel Álvarez recordaba la necesidad de reducir el coste de las pensiones públicas y crecer en las privadas y reconocía que "ayudaría mucho ofrecer mejoras fiscales a las empresas". Por último, aseguraba que las empresas tendrán un papel fundamental en la previsión social futura, "de ahí que el asesoramiento sea una de las claves, porque se requiere saber de cálculo y calibrar los riesgos a los que se exponen los tomadores".

ACS-CV crea nuevos comités de trabajo en Formación, Análisis de Productos, Jóvenes Corredores y Mala Praxis

Desde el 1 de enero, Florentino Pastor ha asumido la presidencia de la Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV), tal como ya se adelantó en el Congreso de la entidad celebrado en noviembre. Como novedades de esta nueva etapa destaca la aplicación de un Plan Estratégico que ha propiciado la creación de nuevos Comités de Trabajo en las áreas de Formación, Análisis de Productos, Jóvenes Corredores y Mala Praxis en el sector asegurador, que pretende dar la importancia necesaria a la mala praxis bancaria generalizada.

La pretensión es reformar el área Institucional mediante la defensa de los intereses del corredor, divulgar su figura y nutrir al corredor asociado de un amplio abanico de servicios.

Paralelamente se va a continuar incrementando el número de asociados en los próximos tres años, con la ayuda del área Mercantil liderada por Aurelio Gil, gerente de Protocolos de ACS-CV. Precisamente, a mediados de enero se incorporaron tres nuevas corredurías: Mevase (Valencia), Enrique Lurbe (Valencia) y F y G Moreno (Torrent), todas "con un perfil de corredor joven y en expansión", según Aurelio Gil, gerente de Protocolos de la Asociación.

La misión de la nueva Junta de Gobierno es que el corredor mediano y pequeño siga siendo corredor independiente, ampliando su visión empresarial y apoyándole en las distintas áreas de trabajo.

La asociación de corredores de seguros de Madrid AMS ha tenido cuatro nuevas incorporaciones en el inicio de 2015: Audysa Corredores de Seguros, Rhplus Global Services de Madrid, Socja Olaco de Madrid, y Equo Asociados de Vigo.

Nuevas incorporaciones a AMS

La asociación continúa reforzándose y con impulso en el 2015, teniendo presencia en Madrid, Castilla La Mancha, Castilla León y Galicia. "Con los objetivos claros para el 2015, AMS sigue consolidándose en la apuesta por un año de crecimiento", según su presidente, Santiago Macho.

Por otro lado, la asociación ha firmado con Pelayo un protocolo de colaboración para trabajar de manera continua y fluida con todos los integrantes de la asociación. Desde la aseguradora se dice que "este acuerdo ha sido posible gracias a la firme apuesta de Pelayo por el canal corredores, por EIAC y las nuevas herramientas tecnológicas".

Las aseguradoras destacan la importancia vital de la seguridad de sus centros de datos

La importancia capital de los Centros de Procesamiento de Datos para las empresas aseguradoras, así como sus necesidades en cuanto a infraestructuras y sistemas o los retos futuros fueron algunas de las cuestiones que se pusieron sobre la mesa en la reunión del Observatorio Capital.

El encuentro, celebrado bajo el título "El centro de datos especializado: un nuevo valor para el sector asegurador", contó con la participación de Robert Assink, director general de Interxion en España; Ana Baranda, CIO de Zurich España; Fernando Monteavaro, CIO de Metlife; Rafael Arnedo, CIO del Grupo Mutua Madrileña; Antonio Cañones, director del área de servicios tecnológicos de Reale ITES GEIE en España; Óscar López, responsable de sistemas de Rastreator; y Leopoldo Vizoso, consultor del sector seguros. La mesa estuvo moderada por Gonzalo Estefanía, de Gestiona Radio.

La externalización es la vía que parecen marcar dos normativas de gran relevancia para el sector como son la Ley Orgánica de Protección de Datos y la directiva Solvencia II, que apuntan a la necesidad cada vez mayor de seguridad de los data center y, por tanto, a una especialización en su gestión. Vizoso ha señalado que existe una tendencia "preocupante" de las pequeñas y medianas aseguradoras, "que suponen cerca del 80% del total", que no cuentan ni con planificación estratégica de sistemas, ni con servicios externalizados.

La externalización de los centros de datos ha permitido incrementar la eficiencia de las empresas y reducir los costes. "Hace 5 o 10 años podíamos hacer una décima parte de lo que podemos hacer ahora con el mismo recurso. El rendimiento ha crecido de una manera exponencial", indicó Assink. Baranda explicó que el objetivo es conseguir una mayor flexibilidad en el control de la información, aspecto en el que coincidió con Fernando Monteavaro, para quien la reducción de costes que ha supuesto la externalización de los centros de datos ha permitido una mayor seguridad.

Entre los retos está el desarrollo de tecnologías cada vez más eficientes, la neutralidad del proveedor de los centros de datos, así como en la importancia de la especialización.

El torneo de golf D.G.S. cumple su 25 edición

El comité organizador del Torneo de Golf D.G.S, que se realizará el 23 de marzo en el Encin Golf, se ha propuesto hacer una edición especial para celebrar sus 25 años.

Entre otras cosas, se espera lograr un nivel de premios y regalos singular y que todo el sector colabore para conseguirlo.

El trílogo comenzará próximamente con las negociaciones sobre la IDD

A finales de enero, delegaciones de Adecose y Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros participaron en la reunión semestral de la Federación Europea (Bipar). En el transcurso de la reunión, se debatió el estado de la Propuesta de Directiva de distribución de seguros (IDD, antes IMD II), lo que permitió perfilar y consensuar argumentos y estrategias en el marco del comienzo de las negociaciones que a nivel de trílogo iniciarán próximamente la Comisión Europea (CE), el Consejo de la Unión Europea (UE) y el Parlamento Europeo (PE) de cara a la aprobación definitiva de la Directiva.

El encuentro también sirvió para que algunas asociaciones realizaran presentaciones sobre iniciativas y propuestas normativas impulsadas a nivel nacional. En este contexto, el director gerente de Adecose llevó a cabo una presentación sobre la enmienda de la asociación al Proyecto de Ley de fomento de la financiación empresarial aprobada recientemente por el Congreso de los Diputados que introduce mayor transparencia en la información que deben facilitar las entidades de crédito a las pymes sobre seguros vinculados al crédito, cuando aquéllas decidan restringir o suprimir el crédito que venían concediéndolas.

Paralelamente, y coincidiendo con la reunión, Martín Navaz y Borja López-Chicheri, presidente y director gerente de Adecose, mantuvieron encuentros en el Parlamento Europeo con eurodiputados de distintos partidos. Estas reuniones son importantes para hacer llegar la postura de la mediación de seguros sobre los temas clave que se están discutiendo sobre la IDD.

El ramo de Asistencia creció más del 8% en 2014

Durante el año 2014, las modalidades de seguros de No Vida que más crecieron han sido las de Asistencia, con una subida del 8,46%; Decesos, con un 6,54%; Salud, con un 3,44%; y Defensa Jurídica, con el 3,24%.

En total, el pasado año, el conjunto de los ramos No Vida obtuvieron un crecimiento del 0,8%. Todas las modalidades, según el estudio de ICEA "Evolución del Mercado Asegurador. Avance Estadística. Año 2014", consiguieron un crecimiento menos Automóviles (-1,39%), Caución (-4,64%), Crédito (-1,97%), Pérdidas Pecuniarias (-0,28%), Responsabilidad Civil (-0,97%) y Transportes (-4,98%).

Modalidad	Crecimiento (%)
Total Ramos No Vida	0,80%
Automóviles	-1,39%
Multirriesgo	0,13%
Salud	3,44%
Resto de Ramos No Vida	1,99%
Accidentes	1,47%
Asistencia	8,46%
Caución	-4,64%
Crédito	-1,97%
Decesos	6,54%
Defensa Jurídica	3,24%
Incendios	1,57%
Otros Daños a los Bienes	1,97%
Perdidas Pecuniarias	-0,28%
Responsabilidad Civil	-0,97%
Transportes	-4,98%

Helvetia Seguros "contagia su pasión" en su nueva campaña

A primeros de febrero, Helvetia Seguros obsequió con dos entradas de cine en Sevilla, Madrid y Pamplona, a todo aquel que quiso compartir una fotografía en Redes Sociales con la imagen de Helvetia Seguros. En los stands habilitados para la ocasión, cada ciudadano mostró cuál era su pasión en una pizarra, y se ha fotografiado con ella. Ésta fue solo una de las actividades llevadas a cabo con motivo del lanzamiento de la nueva campaña de la entidad, denominada "La pasión es contagiosa".

La campaña publicitaria utiliza la misma sistemática (Impulso y Diálogo). Los mensajes se articulan en forma de diálogo, partiendo de la pregunta "¿Pasión?", a la que responden diferentes personajes con sus particulares testimonios. El diálogo se cierra con el nuevo claim comercial de Helvetia Seguros, que quiere acompañar a todos aquellos que demuestran a diario su pasión: "Sea cual sea tu pasión, estaremos siempre a tu lado".

Según diferentes estudios, las personas apasionadas superan los obstáculos y se niegan a rendirse. La pasión es un sentimiento que manifiestan a diario personas reales que tienen el poder de contagiarlo a todo el que está a su lado. Como ejemplo, nadie mejor que los propios empleados para transmitir la pasión de la compañía. De este modo, Helvetia Seguros ha querido que sean sus propios empleados los modelos y protagonistas de su nueva campaña gráfica.

Por otro lado, la revista "Ejecutivos" ha otorgado a José María Paagman, director general de Helvetia Seguros, el premio "Ejecutivo del Año". Esta publicación ha reconocido así el desempeño y la labor de Paagman al frente de la entidad y su trayectoria en las últimas tres décadas en el sector asegurador español. El galardón le fue entregado en la X Edición de los "Premios Ejecutivos Andalucía".

José María Paagman, durante su discurso de agradecimiento en nombre de todos los premiados, quiso resaltar que este reconocimiento va dirigido también al sector de seguros español, que tan

bien se ha comportado durante la crisis; al Grupo Helvetia; y a Helvetia España, entidad que dirige desde 1998. Manifestó que "este premio significa mucho para mi larga trayectoria profesional. Como algunos de ustedes saben, soy holandés y dirijo una empresa suiza en España. Tres países, tres culturas y, en definitiva, tres maneras de trabajar que, en mi caso, no han supuesto un problema, sino, más bien, una enriquecedora oportunidad de desarrollar mi carrera con una visión global y abierta del mundo empresarial, que me ha ayudado mucho en la consecución de mis objetivos".

Espanor remodela su Comité Ejecutivo y presenta sus productos

Espanor durante su primera Asamblea General de 2015, procedió a remodelar su Comité Ejecutivo y a presentar el Plan Estratégico y los nuevos productos que podrán comercializar sus socios.

Entre otras cosas, se analizaron los acuerdos de colaboración alcanzados con distintas aseguradoras que fueron presentados por el director del área de Desarrollo, Pedro Salinas. También se analizó y aprobó por unanimidad el Plan Estratégico del grupo para el bienio 2015-2016, que presentó a los socios el consejero delegado, Tomás Rivera.

Además, se procedió a la remodelación del Comité Ejecutivo, quedando como consejero delegado, Tomás Rivera; como director gerente, Guillermo Arenas; en el área de Productos, Joaquin Tabernero; en el área de Tecnológica, Gonzalo Gironés; y en el área de Desarrollo, Pedro Salinas.

Por parte del director del área de Productos, hasta ese día, Gonzalo Gironés, se presentó el Dosier de Productos Espanor, que aglutina información técnica y comercial sobre los distintos productos aseguradores que la agrupación tiene concertados y a disposición de sus socios.

Por otro lado, se nombró nuevo tesorero al actual secretario del Grupo, Jorge Pons. Sustituye en esta función a Ramón Vietes, que simultaneaba hasta ahora ese cargo con el de presidente de Espanor.

En otro orden de cosas, la asociación ha renovado con Asefa Seguros su acuerdo de colaboración en Salud, con el fin de ofrecer la gama de seguros de la aseguradora a los socios de este grupo de corredurías.

Los directivos de la entidad, con su director general Cyrille Mascarelle a la cabeza, explicaron el contenido del acuerdo de colaboración y presentaron el producto de Salud que se comercializará a través de las de las corredurías del Grupo.

La filial de Mapfre Assistance ha alcanzado un acuerdo con ISK Euro-Polis, importante aseguradora rusa, para ofertar el seguro de Viaje en el mercado nacional.

Mapfre Assistance potencia su presencia en seguro de Viaje en Rusia

Desde la entidad se dice que "los seguros de Viaje de Mapfre Assistance ofrecen una protección personalizada al viajero y sus acompañantes para cada destino y tipo de viaje e incluye coberturas personalizables como asistencia médica, seguro de cancelación de viaje o seguro ante pérdida de equipaje entre otras opciones". Además, gracias a esta colaboración ambas entidades promocionarán conjuntamente sus seguros en el país.

Por otra parte, Mapfre ha puesto en funcionamiento una nueva clínica dental en Valladolid. Con esta apertura, que eleva a cuatro los centros dedicados exclusivamente a dar servicio dental, Mapfre refuerza su apuesta por el negocio de Salud.

Los colegiados valencianos mejorarán sus estrategias de negociación

El Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia ha convocado una jornada formativa para mejorar las habilidades de negociación de los mediadores. En el curso, que tendrá una duración de 12 horas dividido en tres jornadas entre el 24 y el 26 de febrero, se analizará la negociación tanto desde su inicio como desde el supuesto de rechazo por parte del interlocutor, con el objetivo de superar esa barrera para conseguir su propósito.

El curso será impartido por Ignacio Grau, abogado procesalista especializado en derecho penal y del seguro y profesor de negociación en la Fundación de Estudios Bursátiles y Financieros. Grau expondrá el llamado "Método Harvard" de negociación que, en su opinión "sirve no solo para conocer dónde reside el éxito o fracaso de la negociación, sino también como una manera óptima para relacionarnos de forma duradera con los demás".

Grau apostará "por la participación activa de los asistentes durante todo el curso, que tendrá como pilares básicos la mejora de la relación a través de la negociación, el logro de objetivos concretos, la actitud en las negociaciones difíciles y el aprendizaje de la detección de los trucos sucios por parte del interlocutor".

Por otra parte, el Colegio ha realizado una sesión informativa sobre las retribuciones de los socios de sociedades mercantiles. El laboralista José Antonio Gil y el economista Salvador Giner, ambos del equipo de Beneyto Abogados, gabinete jurídico del Colegio, fueron los encargados de realizar esta sesión informativa, que llevó por título "Nómina en la sociedad mercantil".

Se abordó de manera preferente las modificaciones en las retenciones, la ampliación de la definición de Actividades Económicas y sus consecuencias en los cambios formales sobre los ingresos devengados, sean factura o nómina.

Asimismo se mostraron las consecuencias de la emisión de facturas por parte de aquellos profesionales que cumplen los requisitos y que antes percibían nómina de su empresa.

Por otra parte, el Plan Estratégico de la Mediación (PEM) sigue su implantación en el Colegio de Valencia con la convocatoria del primer taller práctico que abre la segunda fase del Plan. En él se abordó el análisis de la herramienta de medición del grado de implementación de las iniciativas estratégicas.

En otro orden de cosas, el Colegio ha firmado sendos protocolos de colaboración con Sanitas y Mutua de Propietarios. Y por tercer año consecutivo participa como expositor en el Foro de Empleo y Emprendimiento de la Facultad de Economía de la Universidad de Valencia. El Colegio, además, organizará una jornada sobre "Un futuro seguro: tú también puedes ser mediador" para acercar a los estudiantes la realidad del mediador de seguros como una profesión encuadrada en un sector de gran estabilidad como el asegurador.

Las tecnológicas analizarán el Cuadro de Mando de la Mediación dentro del Plan Estratégico

Las principales empresas tecnológicas del sector asegurador (MPM, Gecose, Soft QS y Ebroker) han recibido el informe del Cuadro de Mando Básico de la Mediación, elaborado por Cecas dentro del proyecto de implementación del Plan Estratégico de la Mediación (PEM), para que se sumen a él desarrollando el cuadro de mando que plantea el proyecto.

En un primer análisis, las tecnológicas han encontrado el documento interesante y se han comprometido a analizarlo en profundidad. Ya han manifestado que encaja con su desarrollo tecnológico y lo ven como una plataforma básica que posteriormente el mediador puede acabar de adaptar.

El documento final, que recoge un cuadro de mando básico para dirigir una empresa de mediación, ha sido validado por los diferentes equipos PEM de agentes y corredores que tienen como objetivo trabajar los diferentes planes de acción del PEM para su aplicación.

En breve, el Cuadro de Mando de la Mediación se publicará en una nueva guía, sumándose a las otras cuatro guías ya preparadas para la aplicación del PEM.

Artai continúa con su expansión e inicia 2015 con la apertura de oficina en Alicante

La correduría de seguros Artai ha dado un paso más en su proceso de expansión nacional al abrir una oficina en Alicante. Con ella se quiere potenciar su actividad de desarrollo de negocio en la zona de Levante y aumentar su presencia en el sector empresarial, en el que la correduría es especialista.

Esta apertura se enmarca dentro del plan estratégico de expansión de Artai, cuyo ritmo viene precedido por las últimas aperturas en Marruecos y en España. “Uno de los valores diferenciales de Artai es su excelente equipo. Para nosotros es muy importante la incorporación a la empresa de profesionales de prestigio como Carlos Parra, que estará al frente de esta oficina y que añade a su experiencia los valores de compromiso, especialización y atención al cliente”, afirma Joaquín Huergo, consejero delegado de Artai.

El Ciberriesgo asegura la continuidad de la empresa

La Jornada de Ciberseguridad organizada por Willis contó con distintas personalidades del sector que analizaron la situación actual en cuanto a cómo afronta el mundo empresarial la ciberseguridad, el ciberriesgo y los Cloud Services a nivel mundial.

Durante la jornada tuvieron lugar distintas ponencias sobre las nuevas directivas europeas de ciberseguridad; los retos para las empresas a nivel internacional en relación a los ciberriesgos; las buenas prácticas en prevención de ciberseguridad en la empresa; los cloud services; y la manera de asegurarse frente a los ciberriesgos, de la mano de Carolina Daantje, directora de Ciberriesgos en Willis Iberia; y Carlos Rodríguez, suscriptor de CiberRiesgos en AIG.

Carolina Daantje resaltó la importancia que tienen los incidentes relacionados con la ciberseguridad, ya que "van en aumento y cada vez afectan a más empresas de nuestro país. Por este motivo, es importante tomar conciencia y rediseñar los sistemas de seguridad para protegerse de los diversos ataques cibernéticos. Todas las empresas que almacenan datos de carácter personal, que dependen de redes informáticas o telefónicas, que mantienen información digital o que simplemente utilizan Internet, deben saber cómo afrontar estas exposiciones y protegerse ante posibles ciberataques".

Son diversas las amenazas a las que se puede ver sometida una compañía en materia de ciberriesgos. A nivel empleados: malintencionado, negligentes; a nivel operacional: fallo de sistemas, de electricidad o de seguridad; hackers; a nivel agencias gubernamentales: espionaje industrial, caída de infraestructuras; a nivel proveedores de TI: interrupciones de red, accesos no autorizados, robos físicos; y en materia de redes sociales: suplantación de identidad en Twitter, Facebook o LinkedIn. El portavoz de AIG se encargó de explicar esta diversidad de riesgos, a la vez que detalló las coberturas principales y opcionales de esta modalidad de póliza, y la gestión del siniestro, que puede desatar hasta cuatro tipos de crisis en las empresas: de sistemas, reputacional, financiera y legal.

Olivier Marcen, director de Líneas Financieras de AIG Iberia, señaló que "nuestro producto CiberEdge ofrece las coberturas más amplias en gestión de incidentes: acceso a consultores globales, servicios legales, de informática forense, recuperación de datos, restitución de imagen, gastos de notificación y servicios de control de identidad y crédito. Así mismo, proporciona una amplia cobertura en materia de inspecciones y sanciones relacionadas con la protección de datos, y cubre la RC en materia de uso y tratamiento de información, tanto datos personales e información corporativa, como fallos de seguridad y/ o falta de diligencia en la notificación".

Por otro lado, Willis Iberia y el Gremio de joyeros de la Comunidad de Madrid han firmado un acuerdo de colaboración para que los agremiados dispongan de la cobertura global que necesitan. Es un producto dirigido a todo el sector de la joyería, incluidos fabricantes y exportadores.

En otro orden de cosas, la alianza Willis Network (WN) ha ampliado su propuesta de seguros a todos sus asociados con la incorporación de la oferta de Salud de AXA.

Asoccex firma un acuerdo con los Colegios de Badajoz y de Cáceres para favorecer la profesión

El presidente de la Asociación de Corredores y Corredurias de Seguros de Extremadura (Asoccex), Eduardo Bernardo, y los de los Colegios de Mediadores de Seguros de Badajoz, Lorenzo Canal, y de Cáceres, Francisco J. García, han sellado un acuerdo de colaboración para favorecer la profesión.

A partir de ahora, cualquier tipo de queja referente a la profesión proveniente de cualquier asociado será canalizada por la asociación a través del Colegio respectivo. "De esta forma reafirmamos nuestro carácter meramente mercantil y apoyamos a los Colegios en la defensa de la profesión", explican desde la asociación.

Por otro lado, Asoccex ha presentado sus proyectos para este año. Entre otras cosas, está en pleno proceso de trabajo para el cumplimiento de los seis protocolos que ha negociado con compañías, a los que se han incorporado el 90% de los corredores y corredurías de la asociación. Asimismo, se está desarrollando el tarificador Codeoscopic, que ha sido el elegido por la asociación para 2015.

Bernardo señala que "queremos disminuir los costos generales a los asociados tanto en programa de gestión, como multitarificador, como el SAC, como la póliza profesional de Responsabilidad Civil. Además, subvencionaremos en la medida que nuestros medios nos lo permitan a todo aquel que cumpla protocolos y compre los servicios propuestos por Asoccex. Tenemos que hacer sentir a nuestros asociados que están amparados por una entidad potente y al mismo tiempo hacerles ver la necesidad de que nuestras empresas sean cada día más profesionales".

La correduría de seguros NB21 cerró el ejercicio 2014 incrementando las primas netas intermediadas en un 7,77% sobre el cierre del año anterior, y situando su facturación por comisiones y honorarios entorno a los 5 millones de euros.

NB21 incrementó casi un 8% las primas netas intermediadas

María Ameijeiras, consejera delegada de NB21, indicó que "hemos conseguido superar los objetivos que nos habíamos marcado, tanto en volumen de primas netas como de ingresos, a pesar del fuerte deterioro que continua sufriendo la prima media".

Raúl Sangiao, director comercial de la correduría, recordó que "en 2014 hemos tenido dos nuevas incorporaciones, en CCAA en las que no estábamos presente: Castilla La Mancha y Asturias. De esta forma, además de aportar nuevo negocio para la correduría, se contribuye a dar visibilidad a nuestro proyecto, que tiene como objetivo estratégico situarse como una entidad de referencia para la mediación a nivel nacional".

Ya en 2015, NB21 ha integrado a la Correduría de Seguros Segurastur, de Cangas del Narcea. Con esta incorporación se alcanza ya las 28 oficinas, desde las que presta servicio a más de 32.000 clientes.

La experiencia del mediador y de cliente, la omnicanalidad y la diversificación de productos, entre los objetivos de Liberty

La experiencia del mediador, la omnicanalidad, la diversificación de productos, con Diversos y Vida, y la experiencia de cliente, están entre los objetivos comerciales para 2015, según se dijo en la VII Convención Comercial de Liberty Seguros.

En el evento, los máximos directivos de la compañía como su CEO, Enrique Huerta; su director general de Desarrollo Corporativo, Josué Sanz; Paul Oudenhoven, director comercial; y el director comercial de Distribución Intermediada, Álvaro Iglesias, presentaron su visión del sector y marcaron las líneas generales del negocio del Grupo en España.

La estrategia de este nuevo año seguirá las pautas del anterior: la experiencia de mediadores y clientes como hilo conductor, la omnicanalidad y la diversificación de productos, son los ejes fundamentales sobre los que se apoyarán todas las acciones.

Enrique Huerta dio un repaso de los resultados de la compañía en 2014 y analizó el negocio y las principales magnitudes del pasado ejercicio. "2014 ha sido un buen año y la Convención Comercial es un entorno idóneo para celebrarlo y asentar nuestras bases estratégicas, con el fin de que 2015 sea un año igual o mejor que el anterior", aseguró.

La explicación de la estrategia del Grupo en 2015 corrió a cargo de Paul Oudenhoven, que señaló que "uno de los grandes retos es saber adaptarse al cliente y por ello la orientación de la compañía y de los mediadores en su dirección será esencial en esta tarea". Por su parte, Álvaro Iglesias presentó la estrategia que seguirá la compañía en torno al canal mediado, en la que destacó el trabajo que se está realizando en torno a la experiencia del mediador y la diversificación de productos, en concreto el despegue de los productos de Diversos y Vida gracias a novedades y campañas.

Este año, la estrategia gira en torno a los mediadores como pilar fundamental, por lo tanto, en la Convención se detallaron aspectos del Plan Estratégico de la Mediación, la importancia de la segmentación y la excelencia, así como la gama de productos de la compañía. Finalmente, se incorporaron nuevas temáticas como la tecnología accesible, el apoyo del marketing y la formación.

Por otra parte, la aseguradora, con el objetivo de perfeccionar y completar los conocimientos de los mediadores en torno a los seguros de Transporte de Mercancías, ha desarrollado unos talleres con contenidos del Transporte y la responsabilidad de los intervinientes; los aspectos generales de este tipo de pólizas; y la Nueva Ley de navegación marítima, así como lo que ésta ha significado en los seguros de Transporte.

Tras el lanzamiento del producto Liberty Transporte de Mercancías, la compañía ha puesto en marcha para sus mediadores una nueva web intuitiva que pretende facilitar la labor de estos profesionales. De este modo, la web ofrece opciones para elegir modalidad de póliza, tipo de cobertura, riesgos asegurables, garantías y franquicias con el objetivo de garantizar a los clientes la póliza y servicio más adecuado a sus necesidades.

Existen unas 12.600 empresas de mediación de seguros

Aemes, patronal del sector de la Mediación de Seguros privados, ha publicado los resultados obtenidos en el Estudio sobre el Empleo elaborado el pasado año. En él se indica que existen unas 12.600 empresas y cerca de 46.000 trabajadores, de los cuales un 58% son mujeres.

A través de un formulario electrónico, la patronal realizó una serie de preguntas para evaluar el estado de las relaciones laborales en el sector de la mediación, desde el perfil del personal (edad, antigüedad o género) hasta la estructura de la propia empresa desde una perspectiva laboral (jornada de trabajo, contrataciones, despidos, régimen de retribuciones o aplicación de instrumentos de previsión social complementaria). Las respuestas reflejan, en primer lugar, la relevancia del Convenio Colectivo en aspectos tales como el sistema de retribuciones, donde un 60% de las empresas se acoge al sistema retributivo que figura en el Convenio, sin mejoras.

El sector de mediación, según datos del Estudio, proyecta una alta estabilidad en el empleo, con una amplia mayoría de contratos con carácter indefinido (93%). Al contrario, en materia de despidos, es frecuente recurrir a las conocidas como causas ETOP (Económicas, Técnicas, Organizativas o de Producción) como principal motivo para la destrucción del empleo (38,24% de las empresas).

Otra de las conclusiones sobre el Empleo es el uso regular de la reducción de jornada, siendo la conciliación el primero de los motivos que justifican su imposición (58% de los casos). Finalmente, en materia de previsión social complementaria, son pocas las empresas que se ven obligadas a abonar el Premio de Jubilación, a causa del perfil joven que caracteriza a las plantillas de las empresas de este sector.

Zurich Seguros renuncia a los 902 para facilitar el contacto con sus clientes

Los clientes de Zurich Seguros pueden realizar cualquier consulta o gestión prescindiendo del 902 porque ha implementado una serie de teléfonos locales para que no tengan que asumir un coste adicional.

Los nuevos números para contactar con las áreas de Atención al Cliente, Asistencia, Presupuesto y Contratación y Otros Servicios ya están disponibles en la página web.

El cambio del 902 por números locales ha sido una prioridad para la aseguradora, convirtiéndose en una de las primeras compañías en nuestro país que realiza esta implantación.

Con esta medida, "pretendemos mejorar la accesibilidad y agilidad de la red de teléfonos que están a disposición de los asegurados y ofrecerles un servicio más directo, personal y satisfactorio", explican desde la entidad.

Silvino Abella, presidente de Espabrok, aprovechó su intervención en la entrega del premio Espabrok para quejarse de que "la última pseudoregulación llevada a cabo ha sido evidente benefactora de algunos intervinientes en la mediación aseguradora, y claramente perjudicial para los corredores y corredurías de este país".

Silvino Abella se queja de que "la última pseudoregulación ha perjudicado a los corredores"

Sobre el momento difícil por el que se está pasando, Abella señaló que no hay que culpar "a las circunstancias por lo que son, ni justificar nuestras debilidades, incoherencias o falta de ingenio para acometer las acciones adecuadas. Las circunstancias serán diferentes si concebimos un objetivo y luchamos por alcanzarlo".

Eso no le impidió quejarse de "la última pseudoregulación llevada a cabo, que ha sido evidente benefactora de algunos intervinientes en la mediación aseguradora, y claramente perjudicial para los corredores de este país. El cliente necesita asesoramiento y no chantaje; requiere profesionalidad y no imposiciones; reivindica servicio y no desidia; y debemos brindarle seguridad y no incertidumbre.

Asimismo, criticó "las fuertes inversiones realizadas por alguna entidad en fórmulas de mediación muy alejadas del máximo servicio al cliente y su asesoramiento profesional; las estrategias empresariales incomprensibles, fluctuantes y ventajistas; y determinadas acciones anti asociacionismo".

En cuanto a otras asociaciones de corredores y corredurías de este país, sobre todo las que tienen criterios empresariales, filosofía corporativa precisa, ánimo de servicio a su red comercial, les hizo una invitación para "la búsqueda de sinergias colectivas, para la exploración de fórmulas que favorezcan y nos acerquen al cliente, y para preservarnos frente a quienes no nos ven como una posibilidad de mejora y desarrollo, si no como alguien a quien combatir, desunir y evitar".

En cuanto a los objetivos de Espabrok para este año, habló del "acrecentamiento como asociación, tanto en la red comercial como en el volumen de facturación mediante la implementación de instrumentos y productos; la mejora y el desarrollo tecnológicos; la apuesta contundente por proveedores solventes, dialogantes, implicados y comprometidos con la mediación profesional; y la potenciación o implementación de servicios a la red, impulsando acciones desde nuestro departamento de empresas, desarrollando un portafolio amplio de productos específicos y diferenciadores, aumentando y diversificando nuestras actividades formativas, fortaleciendo nuestra imagen de marca… y cubrir el mayor porcentaje posible de necesidades que los corredores y corredurías de Espabrok para el desarrollo de su actividad".

Así lo presentó posteriormente en su Congreso Nacional, en el que se abordaron las últimas novedades y resultados de todas las áreas de trabajo. Especialmente en los acuerdos comerciales, de tecnología, nuevos productos exclusivos, formación y marketing

Por otra parte, la agrupación ha incorporado a Verinsurance Grupo Asesor Correduría de Seguros como nuevo asociado.

Assurant Solutions España ha anunciado el nombramiento de Berta Owono como nueva directora de Desarrollo de Negocio. En su nueva responsabilidad, liderará los esfuerzos de Márketing y ventas de España para seguir ofreciendo nuevos productos de protección que satisfagan las exigencias de los clientes de móviles y de Connected Living.

Berta Owono, nueva directora de Desarrollo de Negocio de Assurant Solutions en España

Antes de su incorporación a Assurant Solutions en 2007, Owono ocupó varios puestos relacionados con Gestión de Cuentas y Venta Directa en el Banco de Santander, Mapfre Vida, Cigna Life International y American Express. Durante estos años de colaboración, ha trabajado en Gestión de Cuentas, Márketing y Desarrollo de Negocio y fue uno de los empleados fundadores que lanzaron Assurant Solutions en España.

José María Campabadal, presidente del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, impartió una lección magistral en la entrega de diplomas del XXVII Curso Superior de Seguros del Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza y Teruel en la que habló sobre los retos de la profesión en la que planteó la unión, como uno de los pilares fundamentales para un mediador. Esa unión permite plantear cambios legislativos, que son fundamentales para mejorar el sector.

La unión de los mediadores permite plantear cambios legislativos

Además señaló que se debe beneficiar a las aseguradoras que apoyan a la mediación, frente a las que no lo hacen. “Pasión por su profesión y esperanza en que la cosas acaban saliendo bien”, son las claves que Campabadall dio a los diplomados para desarrollar su profesión.

A continuación se procedió a la entrega de los diplomas de Cecas del Grupo A, que les capacita para ejercer como corredores o agentes vinculados, de una orla y de la insignia colegial.

José Luis Mañero, presidente de Cecas y del Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza y vicepresidente del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, incidió en que las aplicaciones tecnológicas, tener un plan estratégico y saber desarrollar las competencias de nuestros equipos, son los aspectos que van a marcar el futuro de los mediadores, “un futuro muy apasionante”.

Pelayo refuerza su solvencia, con 5,2 veces la cuantía mínima exigida

El año pasado, Pelayo facturó 401,6 millones de euros, un 5,2% más que el ejercicio 2013. Mientras que sus fondos propios alcanzan los 347,5 millones de euros, frente a los 321,5 millones de euros del año anterior. El beneficio de este ejercicio se ha situado en 3,8 millones de euros y el margen de solvencia ha alcanzado los 351,3 millones de euros, 5,23 veces la cuantía mínima exigida, frente a las 4,6 veces del pasado ejercicio.

Al cierre del ejercicio, la facturación de Autos, la más importante para Pelayo, ha alcanzado los 310,8 millones de euros, lo que implica un decrecimiento del 2,1% respecto a 2013. "Esta reducción se explica por una presión a la baja de las primas medias de nueva producción que han implicado una reducción en la prima media total en el ramo de Automóviles de un 5,5% frente al ejercicio anterior", señalan desde la entidad.

El resultado del ejercicio se ha situado en 3,8 millones de euros de beneficio neto, con un decremento del 49,4% respecto a 2013. La reducción de beneficio viene motivada por los resultados negativos arrojados por el nuevo negocio agrario (debido a la siniestralidad de la última parte del año; Pelayo integró el negocio de Mutral a partir de abril), el repunte de la siniestralidad por la mayor utilización del vehículo y la reducción de márgenes por la presión a la baja de los precios. La Mutua ha primado este año la recuperación y fidelización de los clientes, con un incremento del 2% en el número de mutualistas, lo que ha supuesto primas más competitivas y menores márgenes.

En lo que afecta a la siniestralidad, se ha producido un empeoramiento de la tasa de siniestralidad total, situándose en el 70,1%, frente al 67,5% registrado en 2013, consecuencia de la caída de la prima media y de un repunte en la siniestralidad de ocurrencia en el ramo de Automóviles, debido fundamentalmente al envejecimiento del parque automovilístico y una mayor utilización del vehículo. El ratio combinado de la entidad, que engloba la siniestralidad más los gastos de gestión, se ha situado en el 102,9%, dos puntos por encima del obtenido el pasado ejercicio. El ratio de gastos de gestión sobre primas es del 32,9%, frente al 33,5% del ejercicio 2013, lo que supone una ligera mejora.

Por su parte, el margen de solvencia ha alcanzado los 351,3 millones de euros, 5,23 veces la cuantía mínima exigida, frente a las 4,6 veces del pasado ejercicio.

La estrategia de Pelayo para 2015 se centra en la fidelización de la cartera, siendo una de las palancas fundamentales la nueva cuenta de seguros Pelayo, que ofrecerá importantes descuentos en función del número de productos y ramos que tenga el cliente.

La compañía de Vida, Pelayo Vida, de la que Pelayo es socio al 50% con Aviva desde finales de 2011, ha registrado este año un resultado de 1,4 millones de euros, en línea con 2013, y una facturación de 16,2 millones de euros.

Se crea el Campus Cojebro para la formación de sus socios y empleados

Se ha creado el Campus Cojebro: un espacio reservado para la formación, eminentemente práctica, y orientada decididamente al desarrollo de acciones comerciales, especialización técnico-aseguradora y mejoras en procesos tecnológicos para sus socios y empleados .

El formato se ha configurado a través de píldoras formativas de entre 45 y 90 minutos, que se impartirán a lo largo de todo el año impartidas por ponentes de reconocido prestigio.

En la primera sesión, celebrada el 13 de enero, se analizó: la gestión comercial de las bases de datos y planes de venta; las inserciones en Redes Sociales y web de Cojebro; material operativo y comercial: formularios, cuestionarios y proyectos corporativos; y técnicas de venta y argumentario comercial del producto 'Farma Like'.

Por otra parte, Cojebro, Community of Insurance y MPM han establecido el 'Plan Director de las Corredurías de Seguros', para el desarrollo y optimización de los procesos, con el objetivo de mejorar la eficiencia y la gestión de la información.

En esta primera fase, se diseñará conjuntamente el Cuadro de Mando Integral del corredor de seguros, como principal eje estratégico del Plan Director, donde se definirán y valorarán los datos de negocio, del mercado y los resultados económicos de las corredurías de seguros.

Al Cuadro de Mando Integral del Corredor de Seguros, podrán incorporarse otras corredurías del mercado alineadas con este modelo de negocio.

Plus Ultra renueva su acuerdo de colaboración con ACCA y Espabrok

Plus Ultra Seguros ha firmado sendos acuerdos de colaboración con la Asociación Catalana de Corredores y Corredurías de Seguros (ACCA) y con Espabrok. Se trata de una renovación por tercer año consecutivo con ACCA y de cinco años consecutivos con Espabrok.

Esta firma consolida la relación comercial e institucional existente entre estas entidades y otorga a la aseguradora la condición de compañía recomendada por ambas asociaciones. "Queremos responder a la necesidades de los corredores y ofrecerles las herramientas que les permitan desarrollar su actividad a pleno rendimiento", señalan desde la entidad.

Grupo Mayo presenta un crecimiento interanual provisional del 10,56%

En la última reunión técnica de gestión del Grupo Mayo, en la que se dieron cita todos los directores de oficinas, se presentó el cierre interanual, comercial y los cierres provisionales con las "compañías panel" y acuerdos para 2015. Cabe resaltar el resultado del crecimiento interanual que, por cuarto año consecutivo, se incrementa en 2 dígitos (11,2% en 2011, 15,6% en 2012, 15,67% en 2013 y 10,56 en 2014).

Asimismo se presentó la estrategia para 2015, que coincide con su tercer año del Plan Estratégico que Grupo Mayo aprobó para su período 2013-2015.

Su CEO, Jaime Carvajal, hizo balance de los proyectos que están en marcha, entre los que resaltó la buena evolución de Edelweiss. Precisamente se ha informado de que este proyecto ha elegido el lema "Independencia Inteligente" para resaltar esa independencia del mediador, al amparo de estructuras mercantiles que le aporten valor añadido a la gestión. En el diseño de su nueva imagen sigue cobrando especial protagonismo la flor que da nombre al proyecto y que simboliza la unión para poder sobrevivir bajo circunstancias adversas.

Sólo el 58% de las aseguradoras responden de manera eficiente a través de la web

Innovación Aseguradora ha realizado un estudio sobre la atención al cliente online a través del correo electrónico y formularios web. Una de las conclusiones es que sólo un 58% responden de manera adecuada a los usuarios a través de la web.

El 9% de las aseguradoras todavía no tiene forma de contacto online, dejando como única opción el teléfono. No obstante, la mayoría de las entidades que optan por este tipo de atención telefónica ofrecen la posibilidad de escoger la hora para recibir la llamada de respuesta.

Sin embargo, el dato más preocupante es el derivado del tiempo de espera para recibir respuesta: el 30% de las aseguradoras no han respondido absolutamente nada a la petición, cosa que perjudica la experiencia de usuario.

En cuanto a las compañías más rápidas en su respuesta destacan Asefa, Unión Alcoyana, Cigna Salud, Europ-Assistance y Arag, con un tiempo de espera inferior a una hora. A continuación, con un tiempo de entre una y 4 horas están Mutual Medica, Néctar, Línea Directa, Asisa, Mutualidad del Levante y Reale. El resto de las aseguradoras que responden la solicitud de información dilatan su respuesta entre uno y cuatro días.

El acuerdo estatal sobre los criterios en materia salarial y la continuidad de la compensación flexible como una de las prácticas retributivas destacadas para las empresas durante 2015, centraron la jornada sobre la reforma fiscal y las nuevas tendencias salariales organizada por Aon y Fornesa Abogados.

Aon y Fornesa Abogados analizan la retribución flexible y el acuerdo estatal sobre los criterios salariales

La reforma fiscal, en vigor desde el 1 de enero, incide en la política retributiva de las empresas, por lo que se hace necesario replantear tanto la vigencia de los esquemas retributivos utilizados como la posibilidad de aprovechar las oportunidades que ofrece la nueva regulación. Asimismo, las tendencias en la negociación colectiva y la vinculación de los aumentos salariales a indicadores de productividad obligan a considerar nuevas pautas de negociación tanto de convenios colectivos como de acuerdos de empresa.

Ramón Vera, director de Aon Hewitt España, abrió la jornada presentando las conclusiones del informe de Aon Hewitt "Spain Salary Planning Report".

Por otro lado, Aon plc ha registrado unos ingresos totales de 12.045 millones de dólares en 2014, lo que supone un incremento del 2% con respecto a 2013, con un crecimiento orgánico del 3%. El beneficio neto atribuible a accionistas en 2014 ha aumentado un 26% con respecto al año anterior, situándose en 1.397 millones de dólares, en comparación con los 1.113 millones de dólares de 2013.

Asimismo, Aon ha sido la ganadora del concurso público para la gestión de todos los programas de asesoramiento y mediación de seguros privados del Ayuntamiento de Santander, sus organismos autónomos y sociedades paramunicipales. La adjudicación es por dos años prorrogables por periodos anuales, hasta un máximo de otros dos.

En otro orden de cosas, Aon ha sido, por tercer año consecutivo, una de las empresas patrocinadoras del foro financiero internacional Spain Investors Day, que presenta el potencial de las empresas españolas.

Euskalbrok se integra en Fecor

La Asociación Vasca de Corredores de Seguros (Euskalbrok), compuesta por doce corredores y corredurías, se ha integrado en la Federación de Corredores y Corredurías de Seguros de España (Fecor).

En estos momentos, Fecor está compuesta por diez organizaciones representativas de los corredores y corredurías: AC-Asociación Cántabra, ACS-CV, AMS, Anacose, Asoccex, Aprocose, Espanor, Red Mediaria, Segurnort y Euskalbrok.

Tomás Rivera, presidente de Fecor, dice que "estamos seguros que su aportación va a ser muy positiva y de gran ayuda para seguir trabajando y avanzando en la defensa permanente de nuestros intereses como colectivo profesional de mediadores y de empresas".

CenterBrok firma un acuerdo con Dpen-D para dar asesoramiento en la dependencia

Dpen-D y CenterBrok han firmado un protocolo para prestar servicios a sus clientes frente a las adversidades personales y familiares que se sufren a consecuencia de los siniestros. Los clientes de CenterBrok recibirán orientación, asesoramiento y ayuda personal y familiar ante situaciones adversas, especialmente las que conlleven algún tipo de dependencia, ya sea transitoria o definitiva.

Los casos serán estudiados de forma individual por profesionales de la atención sociosanitaira, de forma que los asegurados recibirán unas prestaciones totalmente acordes con sus necesidades.

Según indica José María López Torrijos, presidente de CenterBrok, "se trata de un protocolo novedoso, que proporciona un valor añadido altamente demandado por el cliente, y que refuerza nuestro servicio como profesionales".

Tomás Martín, socio fundador de Dpen-D, incide en la tranquilidad y la agilidad que se proporciona a las familias, en la profesionalidad y personalización de las atenciones y ayudas, y en la importancia que tiene la visión humana del cliente.

La correduría tinerfeña Begonza Mediación se incorpora a Apromes Canarias

La asociación de corredores de seguros Apromes ha reforzado su estructura de grupo con la incorporación de la correduría tinerfeña Begonza Mediación.

Desde la asociación se ha indicado que "a lo largo de este año se irán uniendo nuevos asociados insulares, confirmando de ese modo el proyecto empresarial iniciado en 2011, y que hoy cuenta con una relevante presencia de asociados en Gran Canaria, Tenerife, Fuerteventura y Lanzarote".

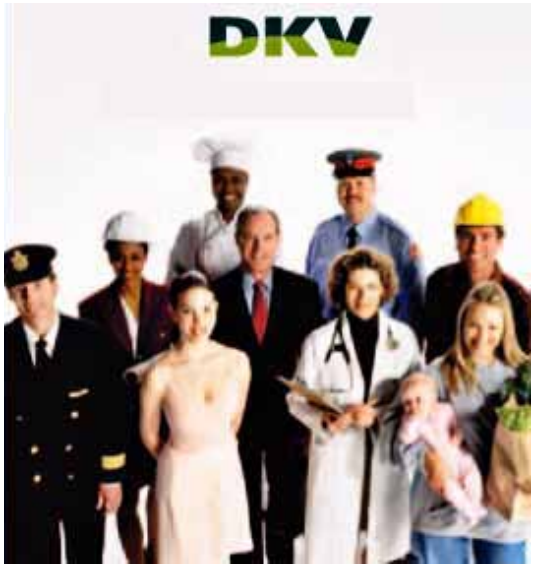
MGS Seguros presenta sus líneas de actuación para el nuevo año

En el encuentro MGS 2015, MGS Seguros ha reunido a su organización comercial y a los responsables de las distintas unidades de negocio, con el propósito de repasar la marcha de la compañía en el ejercicio recién concluido y de poner en común las líneas de actuación de la entidad para el nuevo año.

Los responsables de las diferentes áreas de negocio de MGS hicieron un resumen de los resultados comerciales de 2014, entre los que destacan el aumento en número de clientes y el impulso al crecimiento en primas de la aseguradora.

Además, revelaron las diferentes iniciativas y actividades programadas para el presente ejercicio, entre las que destacan novedades relativas a productos, procesos internos y campañas de soporte a su red comercial que, sin duda, ayudarán a consolidar este crecimiento a lo largo de los próximos meses.

De este modo, MGS Seguros empieza el año destacando el importante papel que han tenido todos los miembros del equipo humano de la entidad, que han hecho posible la evolución positiva registrada en 2014 y que han asumido el reto de consolidar este resultado durante 2015.



La OCU destaca DKV Renta como el mejor seguro de incapacidad temporal para autónomos

La publicación "Dinero y Derechos" de la Organización de Consumidores (OCU) destaca la póliza DKV Renta como el mejor seguro de incapacidad temporal para autónomos, en su último número, enero-febrero 2015. Lo considera un producto competitivo en precio y el mejor en coberturas.

Entre los aspectos que destaca está el hecho de que es una de las pólizas con menos exclusiones y que acepta las recaídas como una nueva baja una vez hayan pasado seis meses desde la anterior. Además, el producto tiene las primas más baratas para casi todos los supuestos planteados.

GANA CLIENTES CON EL EMAIL MARKETING

Si no estás en Internet, no existes

Si quieres que tus contactos en la Red se conviertan en clientes, es necesario ofrecer contenidos interesantes

Si no tienes tiempo, nosotros lo hacemos por ti a un precio ajustado a tus necesidades, con envíos de newsletters semanales, quincenales o mensuales

Nueva línea de negocio de PymeSeguros realizada por periodistas con gran experiencia en el mundo económico y empresarial

AHORA TAMBIÉN LLEVAMOS TUS REDES SOCIALES

Consulta todas tus dudas con un simple email: carmen@pymeseguros.com

La Fundación Theodora recibe el Premio Espabrok

Silvino Abella, presidente de Espabrok, señala que "solidaridad, colaboración, compartir, ayuda... son palabras que solamente adquieren un valor real si vienen acompañadas de gestos y acciones concretas y específicas". Por eso se creó el Premio Espabrok, que este año va a contribuir a aportar sonrisas a 200 niños hospitalizados a través de la Fundación Theodora y los Doctores Sonrisas, que según Alicia Batista, que recibió el cheque, se dedica a "humanizar la enfermedad y el miedo que se tiene ante ella".

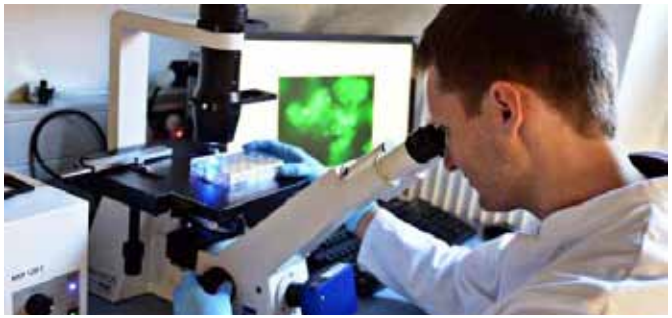
Este año la colaboración solidaria de esta agrupación de corredores quiere, provocando la sonrisa de un niño hospitalizado, ayudar a admitir o tolerar esos momentos en que se encuentran. "El mejor modo de hacer buenos hombres para el mañana es educar y hacer que crezcan felices los niños. Es aquí donde la Fundación Theodora y los Doctores Sonrisa, realizan una labor encomiable y que permite a los más pequeños llenarse de positivismo y energía, y enfrentarse a los obstáculos que la vida les ha puesto a tan temprana edad... La sonrisa les ayuda a desdramatizar esos momentos y posee un innegable valor terapéutico", comenta Abella.

NB21 dona 1.700 euros a la Fundación Aladina

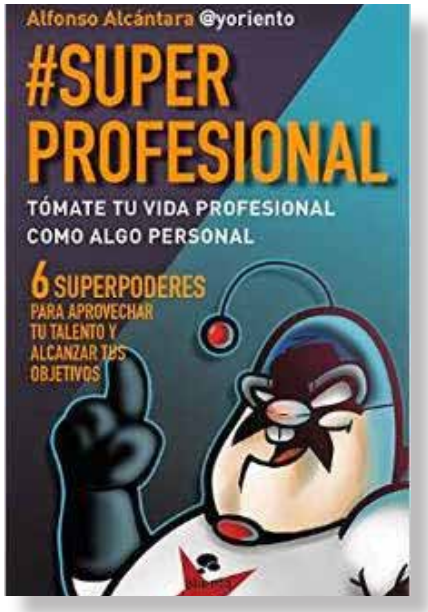
La correduría de seguros NB21 ha realizado una donación de 1.700 euros a la Fundación Aladina, una entidad de asistencia social privada sin ánimo de lucro. Esta nueva acción social de NB21, se suma a las celebradas recientemente a favor de la AECC y de la Cruz Roja.

El objetivo de esta fundación es luchar contra el cáncer infantil, ayudando a niños y adolescentes que sufren esta enfermedad, proporcionándoles apoyo integral: material, psicológico y emocional tanto a ellos, como a sus familias. Para mejorar la calidad de vida del paciente, abarca diferentes áreas de actuación. Además, apoya económicamente diversos programas de investigación contra el cáncer infantil, así como la difusión de estudios relacionados con este tipo de patologías.

Carlos Fernández, presidente de la correduría, afirma que "desde NB21 estamos muy concienciados en ayudar a quienes más lo necesitan. Es un honor y una responsabilidad apoyar iniciativas como las desarrolladas por la Fundacion Aladina, de las cuales se benefician un número importante de niños y familias que sufren esta terrible enfermedad".



PymeSeguros.com
PORTADA
NOTICIAS
EN PROFUNDIDAD
FINANCIACIÓN
CORREDORES DE SEGUROS
CONÓCENOS
Noticias del sector
Revista
A fondo
Consultorio Legal
twitter
facebook
LinkedIn
Duplicar el comercio electrónico minorista, objetivo de la UE para 2015
El uso de internet para que las pymes europeas expandan sus servicios a nivel internacional u ofrezcan un mayor abanico de posibilidades a sus clientes, es uno de los objetivos de la nueva iniciativa de la Comisión Europea para conseguir redoblar el comercio electrónico de aquí a 2015.
Aon alerta sobre los riesgos derivados de la protección de datos
LEl próximo 28 de enero se celebra el Día de la Privacidad de Datos 2012, una cita anual diseñada para promover la difusión de las mejores prácticas en esta materia. La consultora Aon Corporation anima a las empresas a que aprovechen esta fecha para evaluar sus medidas de protección frente a los riesgos derivados de la red.
Leer más…
PymeSeguros
DEFENSA JURÍDICA
MÁS
Suscribirse gratis a la revista
Descargar Nº 10 en PDF
INFORMACIÓN RELEVANTE PARA PYMES Y AUTÓNOMOS
A DIARIO
Accede a las noticias que te interesan en:
WWW.PYMESEGUROS.COM



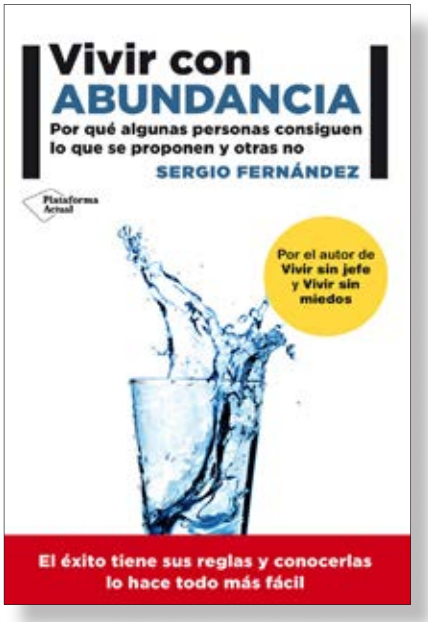
#SuperProfesional

Tómate tu vida profesional como algo personal

Alfonso Alcántara Gómez

Editorial: Alienta
Precio: 14,96 €

¿Quiénes son los superprofesionales y cómo podemos llegar a ser uno de ellos? Un #superprofesional no es un superhéroe, es una persona que ha aprendido a aplicar sus seis superpoderes: 1. SuperHaztitud ¿Y si lo intentas de todas formas? La mejor actitud es hacer. 2. SuperCambio ¿Hacia dónde vas a dirigirte? Cambiar es inevitable, mejorar es una decisión. 3. SuperMétodo ¿Qué deberías estar haciendo ahora? Gestiona bien para vivir como quieres. 4. SuperMarca ¿Quién has decidido ser? Posiciónate en la mente de los clientes que quieres que te encuentren. 5. SuperIniciativa ¿Empleado o emprendedor? Si quieres que te sigan, ponte delante. 6. SuperSocial ¿Adicto a internet o a las personas? Deja de buscar oportunidades y empieza a conocer gente.



Vivir con abundancia

Por qué unas personas consiguen lo que se proponen y otras no

Sergio Fernández López

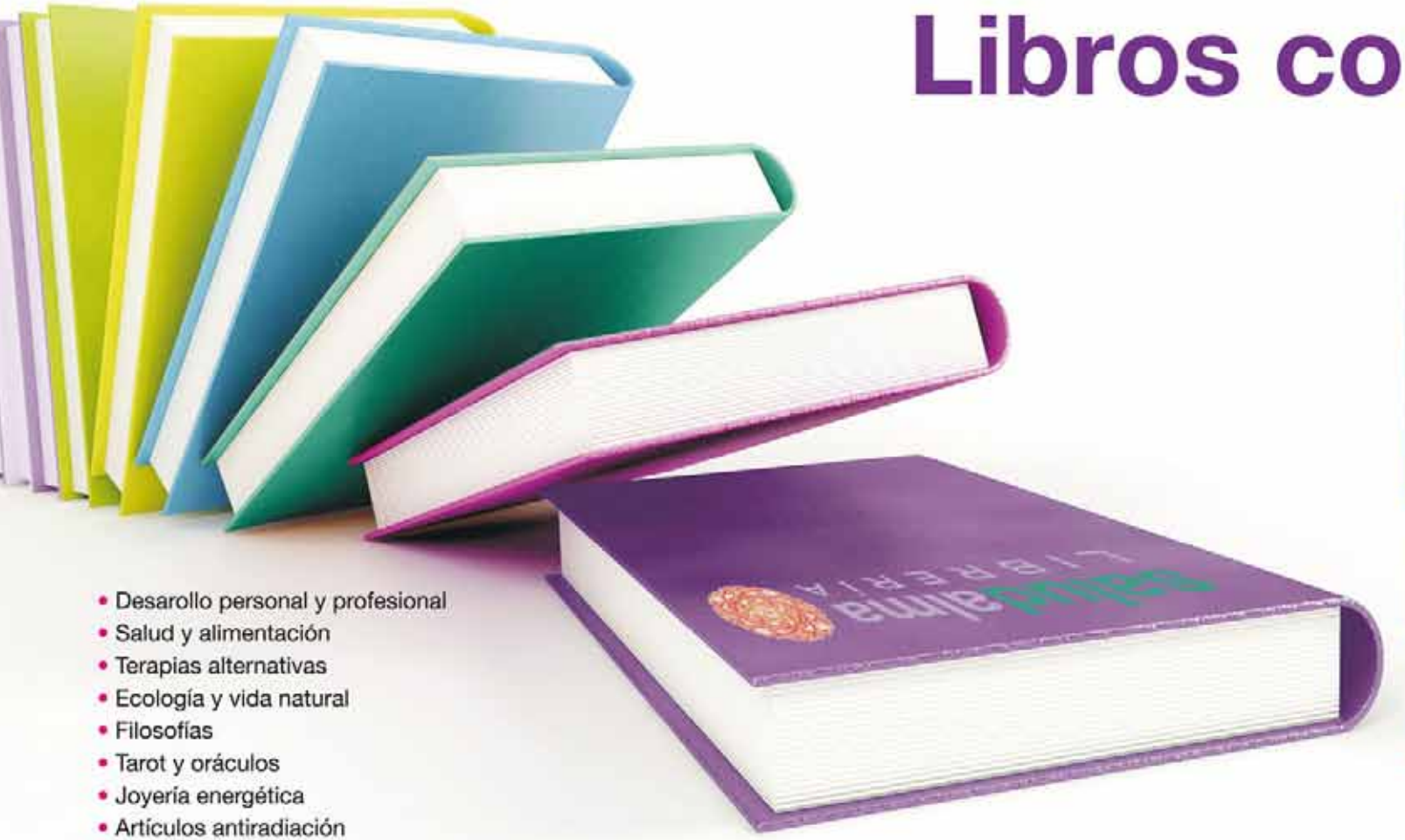
Editorial: Plataforma Editorial
Precio: 18 €

Algunas personas materializan todo aquello que desean sin esfuerzo; otras parecen condenadas a una vida de resignación y sufrimiento. Vivir con abundancia no es un libro: es una revolución que te permitirá pasar a formar parte y para siempre del primer grupo. La vida es un juego que tiene sus propias reglas. Comprenderlas e interiorizarlas te permitirá manifestar la abundancia de manera natural.

En esta obra práctica y optimista, Sergio Fernández te ofrece las diez leyes para cristalizar tus sueños, así como las treinta claves prácticas para incorporarlas.

Marta Santos
www.saludalma.com

Libros con Alma



- Desarollo personal y profesional
- Salud y alimentación
- Terapias alternativas
- Ecología y vida natural
- Filosofías
- Tarot y oráculos
- Joyería energética
- Artículos antiradiación
- Música de relajación
- Narrativa, Infantil, juvenil... y mucho más

saludalma
LIBRERÍA

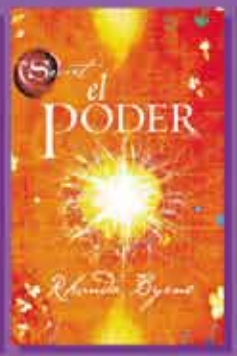
C/ La Vía nº 18, bajo • 03700 Dénia (Alicante) • T/F **96 642 73 18**
info@saludalma.com • **www.saludalma.com**

Tienda ONLINE

ENVÍOS A TODA ESPAÑA
(Correos o Mensajería)

PAGO
- Por transferencia
- Contra reembolso
- Tarjeta por pasarela bancaria segura

Siguenos en **facebook**



PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

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