

Pymes Seguros

Revista online para corredores y correduñas

NÚMERO 16

JUNIO 2012

www.pymeseguros.com

Óscar Pozo,
director de Automóviles

AUTOS sigue
siendo el motor
de **REALE**

Punto de encuentro

Cómo mejorar la atención al cliente para evitar que se vaya

Más a fondo

Los corredores pierden negocio en la nueva producción de algunos ramos

In situ

La futura Directiva de Mediación modificará la remuneración de los corredores



Si eres corredor de seguros decide qué contenidos quieres leer en la revista digital PymeSeguros

Si no quieres dejar que los demás decidan por ti, indícanos los temas que te interesan:

- Mándanos las preguntas que quieres que se hagan en la entrevista (el tema del mes de septiembre es Crédito).
- Dinos los asuntos que quieres que se traten en la mesa redonda.
- Da a conocer tus acciones de RSC.
- Infórmanos de las innovaciones que conozcas en el sector asegurador.

APORTA TUS SUGERENCIAS EN LA SECCIÓN CORREDORES DE SEGUROS DE LA WEB

WWW.PYMESEGUROS.COM

Cambiar, mejorando

En los momentos de crisis se producen los grandes cambios. Y Autos es un de los ramos que está pasándolo peor, debido a la reducción de negocio que está produciendo la lucha de precios. Sin embargo, todo parece indicar que va a llegar pronto a su fin por la aparición de tres variantes: que la bajada de la siniestralidad toque suelo, la publicación del nuevo baremo de indemnización y la entrada de Solvencia II. Todas ellas a la vez o una a una, dependiendo de cuando se vayan implantando, harán que la política de “solo por el precio” que impera en los seguros de Autos, vaya cambiando. De hecho, cada vez se está generalizando mas la incorporación de los productos flexibles (en los que se puede elegir las coberturas) y pronto lo hará el pago por uso (que ya está realizando Mafpre). Ambos ayudan a los mediadores a vender este seguro aportando su asesoramiento.

Además, los corredores no quieren dejar pasar el auge que está teniendo Internet en la venta de este ramo. Por eso, algunos han creado, junto con E2000, Segurauto. Se trata de una nueva plataforma de venta de los seguros de Autos por la Red, que aporta el asesoramiento de los brokers (ver la sección [Innovando](#)).

Siempre pensando en el cliente, que es lo mas importante para los corredores, tanto las aseguradoras como los brokers están redoblando sus esfuerzos para evitar que se vayan. Por eso, han vuelto al trato “cara a cara” a la vez que se están adaptando a las nuevas vías de comunicación (Facebook, WhatsApp, correo electrónico...), según explicaron en [Punto de Encuentro](#).

No obstante, llegan momentos duros en cuanto a la competencia, como así lo indica la DGSFP en su informe sectorial de 2011. En él se llama la atención sobre el repunte que está teniendo la banca-seguros en la nueva producción de algunos ramos de No Vida. Aunque los brokers cada vez se están abriendo mas a la venta de otros productos, como el caso de los seguros de Vida.

Por otro lado, habrá cambios muy pronto con la publicación de la nueva Directiva de Mediación de Seguros (IMD II). Entre las medidas mas controvertidas está la remuneración de los corredores. Una vez que entre en vigor la IMD II, solo podrá cobrar honorarios en los productos de Vida y deberá informar siempre de la comisión que reciben en No Vida.



Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

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

INTERACTIVIDAD
DIGITALIA

MAQUETACIÓN Y DISEÑO
ESTUDIO 9C

FOTÓGRAFA
IRENE MEDINA

BANCO DE IMÁGENES
FOTOLIA

04

PymeSeguros

Número 16 • Junio 2012
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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



06 Hablando claro

Óscar Pozo, director de Automóviles: "Autos sigue siendo el motor de Reale"



10 Punto de encuentro

Cómo mejorar la atención al cliente para evitar que se vaya



16 En busca de financiación

Las cooperativas de crédito, solventes y dispuestas a prestar dinero



24 **In situ**

La futura Directiva de Mediación modificará la remuneración de los corredores



62 **Bajo el peso de la ley**

Uso del vehículo para cometer delitos dolosos

03 **Editorial** Cambiar, mejorando

28 **Productos** Los últimos seguros del mercado

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

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



66 **Algo más que negocio**

La RSC forma parte de la estrategia de negocio de Eos Risq España



18 **Más a fondo**

Los corredores pierden negocio en la nueva producción de algunos ramos



68 **Innovando**

Segurauto, avanzando con el cliente



Óscar Pozo,
director de Automóviles
de Reale Seguros

AUTOS sigue siendo el

**Autos bajó casi un 2,3% el pasado año, según ICEA
¿Cómo se está comportando este año?**

Este año se está comportando peor incluso que en 2011, pero esperábamos que fuera así. El año pasado cerró con un decrecimiento del 2,29% y según los últimos datos que da ICEA a cierre de mayo, se estima un decrecimiento de casi el 5%.

¿Eso se debe solo a la bajada de primas o también se está reduciendo el número de pólizas?

Esos datos se refieren a la facturación, que se está reduciendo por dos causas. Por un lado, porque la prima media de la nueva producción está bajando mucho (en algunas compañías, entre el

12% y el 8%). Por otro lado, está el efecto que mas pesa en ese decrecimiento: cada vez nos cuesta mas retener la cartera porque ahora los clientes son mas proactivos a la hora de buscar un

Lo importante es vender mucho y de forma rentable

Aunque **Reale** está intentado, desde hace unos años, equilibrar su cartera, Óscar Pozo dice que "Autos sigue siendo nuestro motor, pues aporta más de la mitad de su negocio". Por eso, se está muy atento a los cambios que están por venir, como la entrada de Solvencia II o la publicación del nuevo baremo, que harán subir los precios. En el tema de productos se vislumbra la generalización de los seguros a "la carta" y el pago por uso.

motor de Reale

mejor precio para su seguro. Esos dos efectos juntos provocan que haya una bajada en la facturación.

¿Las pólizas siguen siendo las mismas?

En teoría sí. No se venden coches, que es lo que puede producir nuevas pólizas, y eso produce un cambio de “cromos” entre las aseguradoras.

¿Hasta cuándo la lucha de precios en Autos?

Bajo mi punto de vista hay tres variables para hacer que se produzca un cambio de tendencia. La clave está en saber si se van a producir a la vez o una tras una. La primera de ellas es la frecuencia siniestral. Desde hace años, se está produciendo un descenso de los accidentes por la labor de concienciación en la conducción que han realizado los distintos gobiernos. Además, la situación económica por la que estamos pasando, hace que el uso del vehículo sea menor. Pero la frecuencia siniestral tiene un suelo donde ya no es posible bajar más. Cuando estemos en él, y ya estamos llegando, no se podrá reducir más la prima.

La segunda variable importante es la publicación del próximo baremo de indemnización. Cuando salga a la luz, provocará probablemente un incremento de primas porque va a hacer que el coste medio de los siniestros personales se incremente de forma significativa. Por lo tanto, si las compañías quieren



seguir ganando dinero con Autos tendrán que incrementar el precio.

La tercera variable es Solvencia II. Cuando se implante, se será más exigente con todas las compañías a la hora de seleccionar riesgos, establecer primas, etc. Con lo cual, habrá más prudencia a la hora de poner precios y todo estará valorado en su justa medida.

Hay mucha gente que sigue demandando tener una persona delante, que le transmita seguridad

Autos es un ramo muy atomizado. ¿Cómo influye eso en la evolución de este negocio?

En Autos, las 13 ó 14 primeras compañías del ramo tienen el 90% del negocio. Eso permite conocernos muy bien entre todas y estar muy atentos a lo que hacen las demás aseguradoras, para reaccionar a tiempo. Las compañías están en constante movimiento, no están anquilosadas. No obstante, sería deseable que hubiera más dispersión desde el punto de vista competitivo en el tema de innovación, de hacer cosas distintas.

El año pasado Reale ganó un puesto en el ranking de Autos...

Nuestra posición en el ranking nos preocupa relativamente, aunque no voy a negar que nos hizo ilusión avanzar un puesto el año pasado porque, a pesar de la bajada del sector, nosotros prácticamente ni subimos ni bajamos. Fuimos de las pocas compañías que nos quedamos prácticamente a cero

y eso nos hizo avanzar un puesto en el ranking. Pero nuestra prioridad es la rentabilidad. No nos importa, aunque nos dolería, perder un puesto si es a cambio de ganar más dinero. El ranking mide la facturación y vender es muy fácil si lo regalas, pero lo importante es vender mucho y de forma rentable.

¿Qué importancia tiene el ramo de Autos en Reale?

Actualmente sigue teniendo mucha importancia. Reale tradicionalmente ha sido una compañía de Autos y Particulares y las compras que ha ido realizando eran compañías que tenían mayoritariamente Autos en su cartera. Pero en los últimos años, con muy buen criterio, ha intentado equilibrar la cartera y por eso se está potenciando mucho empresas, RC, Vida.... Pero

hoy por hoy, Autos sigue siendo el motor de Reale, ya que supone un poco más de la mitad del negocio de la aseguradora.

Últimamente están saliendo productos de Autos cuya característica principal es la flexibilidad, en la que se eligen las coberturas que se quieren. ¿Es la tendencia de futuro?

Es verdad que están saliendo productos más flexibles pero no creo que, hoy por hoy, el cliente lo valore demasiado porque se fija básicamente en el precio. Por eso, el hecho de que se pueda quitar o poner coberturas no tiene tanto valor como realmente podría tener. Quizá dentro de dos o tres años, cuando la situación esté mejor, va a ser la tendencia y hacia donde todas las compañías van a ir.

Alguna aseguradora tiene el pago por uso. ¿Piensa que poco a poco se va a ir generalizando?

El pago por uso es una buena manera de asegurar unos riesgos que de forma tradicional no funcionan



En España solo lo está haciendo Mapfre con Ycar. El resto de aseguradoras estamos viendo posibilidades y es algo que no descartamos. Pero ahora no es el mejor momento para sacar un producto de este tipo porque supone una inversión inicial importante y estamos en un periodo de ahorro de costes. Por otro lado, en este país todavía cuesta asimilar que te van a instalar un dispositivo que te controla. Además hay que aprender a valorar esos datos para utilizarlos en la tarificación y eso te lleva un par de años.

No obstante, considero que es una buena manera de asegurar unos riesgos que de forma tradicional no funcionan bien, porque no sabemos calibrarlos. Por ejemplo en Mapfre, la póliza va dirigida a los jóvenes, un segmento complicado por su alta siniestralidad. Es una forma de hacer que un segmento, que aparentemente no es rentable, se convierta en rentable. Realmente van a contratar esa póliza aquellos jóvenes que no les importe que les pongan ese dispositivo porque piensan que van a hacer una conducción responsable.

Creo que es una modalidad en la que mas tarde o mas temprano entraremos todos. Hay experiencias a nivel internacional (en Reino Unido o en Francia) que son muy interesantes. En Italia es el estado el que se está planteando la posibilidad de poner estos dispositivos como algo obligatorio para saber quién hace una conducción responsable.

La prima media de la nueva producción está bajando hasta un 12% en algunas compañías

Al lado del corredor

Reale es una aseguradora que apuesta por el corredor. Según comenta Óscar Pozo, director de Automóviles de la entidad, “vemos al mediador como un socio”. Lo único que les piden es que “sean verdaderamente profesionales y realmente estén comprometidos con la entidad. A cambio nosotros apostamos 100% por ellos y les ayudamos a vender. Para eso, estamos en constante contacto, les visitamos, nos preocupamos por saber qué necesitan. Para facilitar esta labor, tenemos una política descentralizada, en contra de lo que está haciendo el resto de compañías. Hay mas de 50 sucursales distribuidas por toda España para estar en contacto con estos profesionales. Eso nos permite estar a pie de campo con los mediadores para escuchar de primera mano lo que te quieren contar”.

En estos momentos, el canal de corredores aporta algo mas de la mitad del negocio de Reale y Óscar Pozo explica que quieren potenciar el negocio de los agentes para que se equilibre hasta el 50%. Pero eso no significa, aclara el director de Autos, “que le estemos quitando negocio a los corredores, sino que estamos haciendo trabajar mucho a las agencias para que sean capaces de vender tanto como los brokers”.

Recientemente se ha dado a conocer la próxima salida de Segurauto. ¿Qué opina de este tipo de iniciativas por parte de los corredores para vender seguros de Autos en Internet?

Internet es una herramienta mas para vender seguros. Los corredores, evidentemente, se tienen que reinventar y aprender a hacer cosas nuevas. La Red es otro escaparate mas. Por eso, me parece bien que tengan presencia en todos los espacios que crean oportunos. El cliente que compra por Internet es porque está acostumbrado a adquirir cosas en la Red y el seguro es una mas y jamás se le ocurrirá pasar por ninguna oficina a hacer alguna operación. Y al revés, también ocurre que hay mucha gente que sigue demandando tener una persona delante, que le transmita seguridad.

CARMEN PEÑA
FOTOS: IRENE MEDINA

Cómo mejorar la atención **AL CLIENTE** para evitar que se vaya



Mariano Peris



Alfredo Schiavelli



Ana Muñoz



José Antonio
García Pantoja

El axioma “el cliente es el rey” toma mas fuerza en los momentos de crisis por los que atravesamos. Esto está provocando que éste cada vez sea mas exigente. Ana Muñoz, socia directora de la correduría [Ponce y Mugar](#), confirma que eso es así. “Se nos exige una respuesta y una resolución inmediata”.

Esa exigencia ha llevado a modificar los productos. José Antonio García Pantoja, director del área Canal Corredores y Otros Canales de [Generali](#), comenta que “antes te compraban lo que tú habías diseñado. Ahora, el cliente tiene una capacidad de decidir servicio, atención, productos...”.

Sobre este tema, Mariano Peris, director general de [Peris Correduría de Seguros](#), añade que “el problema es que el cliente percibe el seguro como un commodity que hay que abaratar en la medida de lo posible”.

Volver al bis a bis

El hecho de que haya mas operadores ofreciendo el seguro mas barato, según Alfredo Schiavelli, director regional de zona

En estos momentos, ofrecer una buena atención al cliente es importantísimo si no lo quieres perder. Por eso, tanto los corredores como las aseguradoras están redoblando sus esfuerzos: se ha vuelto a un trato mas personal con él, se han creado nuevas vías de comunicación (mail, móvil, redes sociales...), se realiza una fidelización activa apoyada por la aseguradora, se da una atención especializada... Todo para conseguir que el cliente no se vaya.

centro del área de Mediadores y Socios de [Liberty Seguros](#), “nos obliga, mas que nunca, a estar encima de nuestros clientes en la renovación de la póliza. Quien no lo haga está en un riesgo de perder negocio”. Ana Muñoz, también cree que “hay que redoblar esfuerzos. La venta tradicional se basa en la confianza entre el cliente y el corredor. El bis a bis y la cercanía siempre han sido uno de nuestros puntos fuertes. Ahora los clientes tienen una mayor formación y saben mejor lo que quieren, que se agradece ciertamente, nosotros tenemos que hacer valer que so-

mos los especialistas y que ellos deben confiar en nuestro análisis. Hay que hacerle entender al cliente que una vez que nos expone sus necesidades, los corredores somos los que buscamos las distintas opciones que mas le conviene. Y eso se hace mucho mejor en el bis a bis”.

El director general de Peris Correduría de Seguros, plantea otro reto: “el sector no ha transmitir bien la importancia de un mediador ni la relevancia de una aseguradora importante. Por eso, te ponen en pie de igualdad cualquier oferta basándose en la prima. Hay modelos de venta que se basan solo en la nueva producción y no cuidan al cliente y les va bien porque hay un perfil de cliente que busca precio”. A este respecto, la socia directora de la correduría Ponce y Mugar dice que “no creo que sea cliente de una correduría aquel que se plantea cómo pagar menos en su coche. Porque el que entra por precio, sale por precio. Nosotros debemos de comunicar ese valor añadido que damos al cliente en cuanto a especialización. Estoy totalmente de acuerdo que no hemos sabido transmitir que somos la prolongación del cliente”.

Schiavelli también comenta que “hay que establecer un contacto con el cliente y estar encima de él para hacerle valer el asesoramiento. Nos encontramos a veces que un asegurado se marcha porque en los últimos cuatro años no hemos contactado con él porque no ha tenido ningún problema. Y se ha ido no porque se haya enfadado, sino porque se ha cruzado otro en el camino y le demostró que podía serle útil”.

Venta cruzada

Una de las asignaturas pendientes del sector, según José Antonio García Pantoja, es la venta cruzada. “El índice de penetración de los seguros es de 1,4 ó 1,5. Para mí, la persona que te compra una póliza no es un cliente, es un comprador casual

o puntual. Es curioso que seamos capaces de hacer muchos esfuerzos por conseguir clientes nuevos y no incidamos más proactivamente en obtener otras pólizas con los que ya tenemos en cartera. A veces hablamos de miles de clientes que solo han comprado una”.

Según Alfredo Schiavelli, “la venta cruzada exige una reestructuración de la mentalidad del corredor con respecto al trato con el cliente. Nosotros pusimos en marcha hace seis años un CRM justamente para poder potenciar la venta cruzada y no se ha utilizado demasiado porque hay muy pocas corredurías que tengan un departamento de clientes. Todos comentamos el tema de la importancia en la venta cruzada pero cuando llega la hora de ponerlo en marcha, no hay nadie que se encargue de ello. Eso implica que le puede caer a cualquiera, incluso al que no sabe vender y la venta cruzada es incluso mas importante que la que se realiza por primera vez”.

Mejorar la atención al cliente

Para poder mejorar la atención al cliente, el director del área Canal Corredores y Otros Canales de Generali, propugna unir fuerzas para “hacer una segmentación de clientes. Hay que ver la penetración que se tiene y saber cómo es (urbano, mayor...). Tan-



“Ahora los clientes tienen una mayor formación y saben lo que quieren, pero nosotros tenemos que hacer valer que somos los especialistas y que ellos deben confiar en nuestro análisis”.

Ana Muñoz

to en la aseguradora como en la mediación se está tratando de saber hábitos de compra. Una vez identificado el cliente, se debe apostar por el integral. Nosotros estamos trabajando mucho con la retención de clientes porque entendemos que adquirir una póliza nueva nos cuesta mas que mantenerla. Desde hace año y medio estamos aplicando una fórmula que llamamos la fidelización activa. Ésta consiste en ayudar a los corredores en la fidelización del cliente porque muchas veces no tienen los recursos necesarios para, en un determinado momento, dirigirse al cliente,

captarlo, detectar cómo está su ánimo cuando llega la renovación... Esto lo estamos haciendo desde hace un año de acuerdo siempre con los mediadores. Llamamos

a los clientes para detectar cuáles son sus necesidades y si percibimos que no va a renovar, avisamos al mediador para que lo sepa. Si el problema es la falta de liquidez, buscamos fórmulas de financiación para que el corredor se lo ofrezca al cliente. Se hace un pago financiado en tres o cuatro meses”.

Mariano Peris cree que “la atención al cliente mejora si lo segmentamos. Nos tenemos que empezar a tomar en serio la segmentación y decidir a qué cliente queremos ir. Si el cliente tiene la sensación de que el precio es adecuado, prefiere tenerlo todo con la misma persona. Nosotros le podemos dar un precio tan bueno o mejor que un tarifador, pero lo que es necesario es que él lo perciba”.

Schiavelli piensa que “es muy importante asumir que el escenario ha cambiado completamente. Las aseguradoras necesitamos ser mas ágiles a la hora de confeccionar los productos.

Porque, a lo mejor, los seguros que comercializábamos antes ya no dan la respuesta que se requiere”.

Errores subsanables

Para dar un buen servicio al cliente es necesario que las pólizas se emitan correctamente. Sin embargo, el director general de Peris, dice que “se están produciendo fallos. En pymes, por ejemplo, muchas pólizas se emiten con errores”. Ana

Muñoz lo corrobora: “nosotros lo hemos analizado y en el último año, en un 60% de los casos hay que escribir a la aseguradora para que varíen algo y, en ocasiones, hasta por dos veces. Creo que el problema es que trabajamos muy deprisa todos”.

La causa, explica el representante de Generali, “es que cada vez hay mas cosas que hacer y los recursos siguen siendo los mismos en época de crisis”. En este tipo de errores no está excluida la actuación de los corredores. Peris indica que “antes, cuando había un cuestionario, rellenabas las 16 casillas que tenía. Pero ahora, como mandas la información en un mail, hay veces que olvidas incluir ciertos datos”.

Por su parte, Alfredo Schiavelli piensa que “la mejora del servicio tiene que pasar por una mayor cercanía con el corredor, para que se sienta arropado. Y el departamento de suscripción debe utilizar a profesionales con una gran especialización. El mediador demanda que haya un profesional detrás del teléfono. Antes tenías la persona que suscribía, la que revisaba la suscripción...



“Es curioso que seamos capaces de hacer muchos esfuerzos por conseguir clientes nuevos y no seamos más proactivos en obtener mas pólizas con nuestros clientes”.

José Antonio García Pantoja



y ahora todo lo lleva la misma persona. Pero puedo decir que estadísticamente los errores son mínimos”.

Un profesional al otro lado del teléfono

Sobre el tema de contar con un profesional al otro lado del teléfono la socia directora de la correduría Ponce y Mugar comenta que es esencial. “En los seguros de pymes es importante contar

“El contestador te pone de mal humor porque hay cosas que no le puedes decir a una máquina”

Alfredo Schiavelli

con una persona que entienda perfectamente lo que le dices y que no tengas que mandarle las cosas tres veces, porque es un desgaste adicional e innecesario”. Mariano Peris opina igual: “el cliente busca una respuesta inmediata. Por eso quiero tener en la aseguradora un interlocutor con el que pueda contar para buscar una solución racional”. Ana Muñoz añade que “cuando la aseguradora te pregunta por qué ha bajado el negocio con ellos, no entienden que los corredores no tenemos tiempo para que se formen las personas que van entrando nuevas. Nuestro negocio no nos lo permite. Los clientes quieren una resolución inmediata y nosotros tenemos que poner a cubierto nuestro negocio”.

El representante de Liberty expone que para intentar dar esta respuesta “en el área de oferta hemos hecho que los téc-

nicos trabajaran al lado de las personas de marketing para que pudieran innovar descubriendo qué busca el cliente”. Por su parte, García Pantoja afirma que “estamos intentando perfeccionar el servicio mediante la especialización. Tenemos las delegaciones territoriales para estar mas cerca de los mediadores y para mejorar esa calidad”. En este sentido, Mariano Peris reconoce la mejora. “Cada vez existe una mayor colaboración. Por ejemplo, en el área de particulares las pólizas las envía directamente la aseguradora porque ganamos dos días”.

Al teléfono, ¿máquinas o personas?

Las empresas mas valoradas son las que responden rápido al teléfono. Pero ¿cómo se combina esto, con el uso cada vez mas generalizado del contestador automático que va derivado de un departamento a otro? En Liberty lo tienen muy claro, prefieren tener personas contestando el teléfono. De hecho, como señala Alfredo Schiavelli “hemos elaborado un anuncio sobre el problema de comunicar con máquinas. El contestador te pone de mal humor porque hay cosas que no le puedes decir a una máquina. Nosotros no tenemos sucursales y apostamos por una buena atención telefónica. Uno de nuestros objetivos es que el teléfono no puede sonar más de tres llamadas. Eso nos proporciona una diferenciación”.

Sin embargo el representante de Generali no es de la misma opinión: “Lo realmente importante es que al final se preste el servicio, aun reconociendo que en ocasiones las respuestas por medio de telefonía informatizada son poco afortunadas e incluso a veces pueden ser enervantes para el cliente que busca una respuesta totalmente adaptada a su necesidad puntual. No obstante, la parametrización aporta rapidez en la respuesta y permite altos niveles de eficiencia. hay que buscar un equilibrio entre los diferentes modelos”. La socia directora de la co-

“La gente al final quiere ser fiel. Nosotros le podemos dar un precio tan bueno o mejor que un tarifador, pero lo que es necesario es que él lo perciba”. Mariano Peris



reducía Ponce y Mugar cree que “ahí se podría innovar. No me importa pulsar el 4 para siniestros, pero quiero que me atiendan y no me digan que están todos ocupados y que llame mas tarde”. José Antonio García Pantoja apunta que “estamos estudiando alternativas para mejorarlo. Por ejemplo, con un ‘call me back’, que facilita al cliente que te pueda dejar su teléfono y nosotros le llamamos. También tenemos la líneas por Internet donde el cliente puede mandar una consulta y personal de la compañía se pone en contacto con él después”.

Mas vías de contacto

Las nuevas tecnologías presentan un escenario completamente diferente porque existen mas vías de comunicación con el cliente. José Antonio García Pantoja afirma que “puede contactar contigo a través de smart phones, mails, redes sociales... Eso te permite un mejor servicio. Pero es conveniente realizar encuestas de calidad para ver cómo percibe lo que estás haciendo”.

Ana Muñoz dice que “estamos en la era de la tecnología y de la inmediatez. A mi me da igual si contacta conmigo a través de Facebook, correo electrónico, móvil, whatsApp... Mi responsabilidad radica en que yo debo darle la respuesta con la máxima celeridad posible. Todo esto nos mete en el mundo del estrés del servicio”.

Schiavelli indica que “en alguna ocasión me ha ocurrido que se manda un mail dando una respuesta pero luego no se si-

que esa resolución. No se busca el retorno de información con el mail y eso a veces desespera a la gente. Está claro que Facebook u otras redes sociales son una buena herramienta para comunicar determinados temas con los clientes, para escucharle y para ser escuchado. El papel de las redes sociales no es substituir el contacto personal, sino complementarlo”.

En Facebook es posible que la empresa esté mas expuesta porque cuando existe una crítica, la ve todo el mundo. Muñoz explica que “cuando una queja sale en Facebook por mucho que tengas la habilidad de solventarla no todo el mundo que lee la queja, lee la resolución y eso es un peligro. Por eso, yo prefiero el bis a bis para solucionar un problema”.

Internet permite al asegurado poder contactar con su corredor a cualquier hora y se espera que, como máximo, se conteste en el día. Da la sensación de que cada vez se exige mas y mas. García Pantoja explica que “la clave está en la proporcionalidad, pero ¿quién la marca? Está claro que si es algo urgente hay que dar una solución inmediata al cliente. Pero hay quien escribe un mail con una consulta ordinaria y quieren una respuesta inmediata”. Peris piensa que “no hay que ponerle límites, pero hay que ser racional porque el 99% de los clientes son razonables”. Ana Muñoz también está convencida de que “hay que racionalizar el servicio y contestar al cliente por la vía que mejor permita la explicación. Porque a través de un SMS no puedes explicar ni un producto, ni la gestión de un siniestro”.

CARMEN PEÑA
FOTOS: IRENE MEDINA

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



FOTOGRAFÍA PROFESIONAL

Comunicación
Prensa
Foto corporativa
Reportaje.....



Irene Medina
677 552 881

irene@irenemedina.com
www.irenemedina.com

Las cooperativas de crédito, solventes y dispuestas a prestar **DINERO**



16

Pocas empresas se plantean solicitar dinero a las cooperativas de crédito. Sin embargo están desarrollando una importante labor en este periodo de crisis con su apoyo a las pymes y autónomos. En 2011, concedieron 96.690,7 millones de euros, frente a los 91.300 millones de euros de 2007. Por eso, desde la [Unión Nacional de Cooperativas de Crédito \(UNACC\)](#) —donde están asociadas la totalidad de cooperativas de crédito que existen en España— reivindican “nuestro modelo de banca y el papel que está jugando en esta crisis en el apoyo a las pymes”. Desde UNACC confirman que “no existe una cuantía exacta para conceder el crédito. La cantidad depende de las necesidades y proyectos que surjan, siempre teniendo en cuenta el perfil de riesgo del cliente”.

Las cooperativas de crédito han mantenido prácticamente constante la política de financiación en los últimos años. Son entidades que cuentan con unos ratios de capitalización potentes, con gran liquidez, una importante base societaria y con una mínima dependencia de los mercados.

La banca cooperativa está presente en toda la península ibérica con las 74 entidades que existen en este momento. De ellas, 30 se encuentran englobadas en los 4 grupos cooperativos del sector: Cajamar, CRM, Ibérico y Solventia. A pesar de la inestabilidad tanto económica como normativa, explican desde UNACC, “somos de las pocas entidades de crédito que han mantenido prácticamente constante la política de financiación en los últimos años sin olvidar la filosofía de negocio. Eso nos permite tener una cartera de crédito que ha crecido un 6% desde el inicio de la crisis”.

“En un momento, señalan desde UNACC, en el que algunas entidades están abandonando con sus oficinas algunas regiones, las cooperativas de crédito están llamadas a evitar esa

¿Qué es una cooperativa de crédito?

Una cooperativa de crédito es una entidad de crédito autorizada para captar fondos reembolsables del público, por ejemplo, en forma de depósitos. Esto significa que puede recibir dinero de socios y clientes en general, con la obligación de devolverlo en la forma pactada, y utilizarlo para conceder préstamos o créditos. Su característica principal es su proximidad al socio y al cliente, el conocimiento

del medio socioeconómico en el que desarrollan su actividad y la vinculación territorial y sectorial.

Los depósitos de socios y clientes en una cooperativa de crédito están garantizados por el Fondo de Garantía de Depósitos como pasa con los que se efectúan en los bancos y las cajas de ahorro. El importe garantizado máximo de los depósitos es de 100.000 euros por

cada titular, con independencia del número y clase de depósitos que tenga en la cooperativa de crédito.

Para buscar las oficinas de las cooperativas de crédito solo tiene que utilizar la [nueva herramienta web de UNACC](#) que pone al alcance del usuario más de 4.900 oficinas de las cooperativas de crédito, con más de 20.000 empleados.

La banca cooperativa tiene cuotas de mercado en crédito superiores al 25% en un gran número de provincias

exclusión financiera. Este apoyo prestado repercute en la confianza que nuestros socios -similares a los accionistas de un banco-

tienen en cada una de nuestras entidades. Su número no ha hecho más que crecer durante el último lustro, pasando de los 2 millones de 2007 a los casi 2,5 millones de 2011, lo que supone un incremento de más del 20% en tan sólo cinco años”.

Un buen comportamiento

En la última Asamblea General anual de UNACC, celebrada el 6 de junio de 2012, el presidente de la patronal, Carlos Martínez, dijo que “a pesar de que el desgaste de los cinco años que llevamos de crisis se ha dejado sentir en las cuentas de resultados, nuestras entidades cuentan con unos ratios de capitalización potentes, con gran liquidez, una importante base so-

ciitaria y con una mínima dependencia de los mercados”.

Este sector se encuentra en una mejor posición que el resto del

sistema bancario porque cumple sobradamente las exigencias de solvencia del Ministerio de Economía y el Banco de España y ninguna de sus entidades está requiriendo dinero público.

La prudente política de financiación de las cooperativas de crédito las ha llevado a ser las entidades financieras españolas con menor tasa de morosidad durante la crisis. Desde UNACC se dice que “dentro de nuestro sector existe un férreo control de la morosidad”. Los datos demuestran que en el ámbito local las cooperativas son, en muchos casos, las entidades preferidas por las empresas y autónomos. Eso las permite exhibir cuotas de mercado en crédito superiores al 25% en un gran número de provincias.

No existe una cuantía exacta para conceder el crédito. Depende de las necesidades y el perfil de riesgo del cliente

“Seguros y fondos de pensiones. Informe 2011”

Los corredores **PIERDEN** **NEGOCIO** en la nueva producción de algunos ramos

La distribución de los corredores sigue estando sobre todo en el negocio de No Vida. Pero el “Informe Seguros y fondos de pensiones” elaborado por la DGSFP advierte que en nueva producción se está produciendo una ligera remontada del canal bancaseguros. Sobre todo en Enfermedad y Pérdidas Pecuniarias Diversas, que ya es el canal mas elegido, y en Multirriesgos Hogar donde es el segundo canal de la nueva producción, después de los agentes. No obstante, cabe reseñar que la mediación está adquiriendo mas negocio en Vida.

Autos supone el 36,75% de las primas comercializadas por los corredores

El informe “Seguros y fondos de pensiones. 2011” elaborado por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), solo tiene en cuenta la información de los corredores y corredurías que están registrados en la DGSFP. En este ámbito, según indica el informe “a 31 de diciembre de 2011, siguiendo la tendencia de años anteriores, se había producido un descenso de 10 corredores de seguros, personas físicas, respecto a 2010 (año en el que estaban inscritos 910) para ejercer la actividad con ámbito nacional. Sin embargo, las corredurías experimentaron un crecimiento, pasando de los 2.096 a los 2.125 el año pasado. En total, los corredores y corredurías inscritos en la DGSFP en 2011 son 3.025, 19 mas que el año anterior.



También durante el ejercicio de 2011 continuó la constitución de uniones temporales de empresas de correduría de seguros, fundamentalmente con el objetivo de concurrir como licitadoras en los contratos de las Administraciones Públicas. En este sentido, se inscribieron 4 nuevas uniones temporales de empresas, y se canceló la inscripción de 2, resultando un número total de 34 uniones temporales inscritas al final de dicho ejercicio. Por otra parte, durante 2011 se inscribieron 3 nuevas agrupaciones de interés económico, por lo que figuraban inscritas a finales del ejercicio de referencia un total de 10 agrupaciones de empresas de correduría de seguros.

Los mediadores pierden negocio en la nueva producción

Los mediadores tradicionales de seguros (agentes más corredores) con un 41,78% y los operadores bancaseguros con un 38,15%, son los canales que mayoritariamente distribuyen el total del negocio asegurador. Sin embargo, su comportamiento sigue siendo diferente en función de que se analice por separa-

	VIDA				NO VIDA			
	CARTERA %		NUEVA PRODUCCIÓN %		CARTERA %		NUEVA PRODUCCIÓN %	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Agentes exclusivos	12,51	12,52	9,90	9,98	35,71	34,38	30,38	25,21
Agentes vinculados	0,19	0,53	0,21	0,73	0,62	1,12	0,89	2,79
OBS-exclusivos	28,88	32,53	31,46	38,81	1,91	2,37	3,17	3,47
OBS-vinculados	37,33	36,48	40,34	40,75	6,91	7,28	9,98	10,29
Corredores	8,11	8,44	6,80	4,54	26,73	25,02	36,59	36,38
Oficinas de la Entidad	10,39	6,72	8,81	4,00	21,28	21,65	11,19	14,68
Portal de Internet	0,01	0,04	0,01	0,03	0,89	1,10	1,39	1,40
Otros Canales	2,56	2,75	2,48	1,16	5,94	7,08	6,42	5,79
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
AGENTES DE SEGUROS+ CORREDORES	20,82	21,49	16,91	15,25	63,06	60,52	67,86	64,38
OBS (exclusivos vinculados)	66,22	69,00	71,80	79,56	8,82	9,65	13,14	13,76

do el negocio de Vida y el de No Vida (ver el cuadro de arriba). En Vida el canal bancaseguros mantiene su hegemonía con un 69%, pero en No vida, su cuota es de 9,65%. Por su parte, los mediadores (agentes más corredores) distribuyen un 60,52% (de este porcentaje, el 25,02% corresponde a los corredores) en No Vida y solo un 21,49% en Vida (un 8,44%, los corredores).

La nueva producción de No Vida está distribuida principalmente por los canales tradicionales, los agentes con un 28% y los corredores con un 36,38%. Ambos están experimentando una ligera bajada, negocio que se están llevando los operadores de bancaseguros.

Si hablamos de los otros canales de distribución, las oficinas están teniendo un estancamiento de su expansión (o incluso un retroceso) ya iniciado en ejercicios anteriores, distribuyendo el 14,48% del total de primas comercializadas (frente al 16,03% del año anterior) y el 6,69% de la nueva producción. Mientras que la utilización de Internet para la promoción y la contratación en línea continúa su implantación. No obstante, los resultados no están en consonancia con las expectativas previstas, ya que únicamente el 0,59% del total de primas de cartera han sido conseguidas por este medio. En cuanto a la nueva producción, tiene una cuota del 0,37%, por lo tanto no acaba de implantarse como alternativa a la contratación tradicional.

En 2011, se produjeron 10 bajas en el número de corredores y subieron las corredurías con 29 incorporaciones

Distribución del negocio de No Vida

Los corredores están en primera posición en la distribución de los seguros de Transportes, tanto en cartera como en nueva producción, con el 59,43% y el 65,2%, respectivamente; en Incendios y elementos naturales, con un 74,11% en volumen de cartera y un 93,3% en nueva producción; en combinado Robo u otros, con un volumen de negocio de 55,08% y un 59,05% en nueva producción; en Responsabilidad Civil general, con un 50,68% en cartera y un 66,86% en nueva producción; en Caución, con un 62,3%, de la cartera y un 67% en nueva producción; en Pérdidas Pecuniarias Diversas con un 26,47% pero en nueva producción se ha dejado ganar la partida por bancaseguros; en Defensa Jurídica con un volumen de cartera de 62,62% y un 62,23% en nueva producción; en Multirriesgos Industriales y Otros Multirriesgos, con un 58,54% y 44,81%, respectivamente, en volumen de cartera y con un 66,78% y 54,76%, respectivamente, en nueva producción; y en la nueva produc-



ción de Responsabilidad Civil Riesgos Nucleares, que es prácticamente captada por corredores con un 99,6%, aunque en el volumen de cartera esté en segunda posición con el 19,2%. También están en segunda posición en la distribución de Enfermedad, con un 23,8%; en Au-

Los corredores intermediaron seguros por un valor de más de 10.000 millones de euros en 2011

tos, con un 25,91% (en nueva producción, aunque por detrás de los agentes, están a muy poca distancia, con un 34,95%).

Los agentes dominan los negocios de Accidentes (con el 36,99% de la cartera y el 27,75% en nueva producción); Enfermedad (con un 42,1% en el negocio total); en Autos, tanto en nueva producción como en cartera, comercializan el 38,04% y 35,02%, respectivamente; en Crédito, con una cuota de mercado del 52,93% del volumen total de cartera y un 45,62% de nueva producción; en Asistencia, tienen el 39,31% del volumen de negocio y el 31,7% en nueva producción; en Decesos acaparan el 74,23% del volumen total y en nueva producción, es el canal principal y casi único con una cuota del 78,41%; en Multirriesgos Hogar, Comercio y Comunidades, distribuye el 40,09%, el 50,84% y 50,84%, respectivamente, y en nueva producción también lo dominan con el 37,67%, el 50,76% y el 57,92%, respectivamente. Los agentes se encuentran en segunda posición en la distribución de Responsabilidad Civil general, tanto en cartera como nueva producción, con un 23,67% y 13,62%, respectivamente; y en Otros Multirriesgos, que tienen el 29,65% de la cartera, y un 24,86% en nueva producción.

Por su parte, bancaseguros, tiene un papel predominante en la nueva producción de Enfermedad, con un 45,30%, y de Pérdidas Pecuniarias Diversas con un 30,8%. Y están en segunda posición en la venta de seguros agrarios, con el 19,28% del negocio; en la cartera de Pérdidas Pecuniarias Diversas con un 22,58%; y en nueva producción de Multirriesgos Hogar tienen la segunda posición, después de los agentes, con el 29,04%.

Mientras que las oficinas de la entidad son el canal predominante en Asistencia Sanitaria, con un 60,15% y con un 49,98% en nueva producción; en seguros Agrarios, con un 40,97% en volumen de negocio; en Responsabilidad Civil Riesgos Nucleares, que tiene un 67,79%, sin embargo la nueva producción está masivamente captada por los corredores; y en Dependencia, que disponen del 71,73% de la cartera y un 78,98% de la nueva producción. Este canal se encuentra en segunda posición en la distribución de Transportes, tanto en cartera como en nueva producción, con el 22,61% y el 24,78%, respectivamente; y en Caución, con un 21,3% de cartera y el 23,25% de la nueva producción.

La actividad de los corredores

La actividad de los corredores se centra en los ramos No Vida. Sobre todo, en Autos que acumula el 46,08% de las pólizas que se distribuyen por este canal lo que supone el 36,75% de las primas comercializadas por los corredores. En nueva producción, el ramo de Automóviles también es el más importante para ellos. Aunque son el segundo canal de distribución de este seguro, por detrás de los agentes.

En el ramo de Vida, su actividad se centra en la distribución de seguros de Vida individuales (64,53% de las pólizas, que representan el 69,1% de las primas de vida que distribuye este canal), aunque su papel también es importante en la distribu-

ción de pólizas colectivas de Vida teniendo como resultado que el 30,9% de las primas de Vida distribuidas por corredores correspondan a este negocio (mayoritariamente correspondientes a primas de riesgo).

De acuerdo con la documentación estadístico contable remitida por las aseguradoras, los corredores y corredurías de seguros han intermediado un volumen total de cartera de 10.022.080.380 euros, rompiéndose la tradicional diferencia respecto al mismo dato remitido por los propios mediadores (10.032.185.675 euros). Eso hace pensar en una mayor consistencia entre los datos remitidos por las entidades y los propios corredores.

El volumen de negocio de cartera media por corredor de seguros, persona física, fue de 82.555 euros en Vida y 556.731 euros en No Vida. En el caso de las corredurías, la cartera media fue de 677.860 euros en Vida y de 3.614.662 euros en No Vida. Mientras que en las corredurías de reaseguros, la cartera media fue de 2.475.388 euros en Vida y de 22.140.585 euros en No Vida.

Los colaboradores han distribuido el 8,94% del volumen total de cartera de los corredores de seguros, personas físicas, el 20,91% de las corredurías y el 1,55% en las corredurías de reaseguro (ver el cuadro superior de la derecha).

En cuanto a la nueva producción, la cartera media por corredor de seguros, persona física, fue de 27.012 euros en Vida y de 111.641 euros en No Vida. En el caso de las corredurías, la cartera media de nueva producción ascendió a 253.336 euros en Vida y 951.282 euros en No Vida. Los colaboradores han distribuido el 10,3% de la nueva producción de los corre-

La nueva producción de Responsabilidad Civil Riesgos Nucleares está prácticamente captada por corredores, con un 99,6%

dores y el 25,45% de la nueva producción de las corredurías.

De estos datos se desprende que los corredores de seguro personas físicas se han especializado en el negocio de No Vida y continúan en esa línea, aunque la mediación en el ramo de Vida se ha incrementado ligeramente respecto al ejercicio anterior. Por otro lado, las corredurías actúan también mayoritariamente en el negocio de No Vida, aunque en el ramo de Vida adquieren notable importancia ya que canalizan prácticamente el 89% del total de primas de vida intermediadas por los corredores de seguros.

	PRIMAS INTERMEDIADAS	%		RED PROPIA	RED DE COLABORADORES		COMISIONES
		Vida	No vida		AUXILIARES	OTROS CORREDORES	
CORREDORES SG.	574.718.403	12,91	87,09	523.338.795	49.798.117	1.581.491	75.285.104
CORREDURÍAS SG.	8.645.140.176	15,79	84,21	6.837.065.529	1.654.951.354	153.123.294	1.046.077.226
C. DE REASEGURO	812.327.096			799.735.632	11.027.077	1.564.387	34.786.980
TOTAL	10.032.185.675			8.160.139.955	1.715.776.548	156.269.172	1.156.149.310

Asimismo, si nos fijamos en la cartera media de los corredores personas físicas y jurídica se aprecia una caída, tanto en el volumen total como en la nueva producción, respecto del año pasado, tendencia continuista en relación a ejercicios anteriores. Si hablamos en términos relativos, el por-



centaje de caída se agudiza en los corredores, tanto en Vida y No Vida, y especialmente importante en la nueva producción que supone un descenso del 20,31% y 18,54%, en Vida y No Vida, de la nueva producción.

Los mediadores de seguros distribuyen un 60,52% (de este porcentaje, el 25,02% corresponde a los corredores) en No Vida y solo un 21,49% en Vida (un 8,44% los corredores)

Como dato significativo debe destacarse el continuado descenso del volumen de primas intermediadas a través de la red de colaboradores en las sociedades de correduría de seguros y reaseguros, que en términos absolutos ha pasado de 2.376.922.308 euros en el ejercicio 2009 a 1.872.045.720 euros en el 2010, aunque sigue siendo un importante elemento dentro de la red de distribución externa de las mismas como queda patente

si lo analizamos en términos relativos respecto a la producción del ejercicio. Asimismo, destaca el volumen de primas llegadas a través de los auxiliares externos frente a las aportadas por la participación de otros corredores.

La mayoría trabaja con más de 7 aseguradoras

En el volumen total del negocio, el 82,59% de los corredores y corredurías de seguros tienen colocado su negocio total en más de 7 aseguradoras, un 12,24% entre 4 y 6 aseguradoras, y un 5,17% solo trabaja en tres o menos aseguradoras (ver cuadro de arriba a la derecha).

Respecto a la nueva producción, el 74,91% de los corredores y sociedades de correduría de seguros la tienen colocada en más de 7 aseguradoras; un 15,57%, entre 4 y 6 aseguradoras; y un 9,52%, en tres o menos aseguradoras.

Los corredores y corredurías que tienen su negocio con 3 o menos aseguradoras, son mediadores con bajo volumen medio de cartera, concentrados fuertemente en riesgos masa, fun-

VOLUMEN TOTAL DE NEGOCIO		
Nº ASEGURADORAS	Nº CORREDORES/SOCIEDADES	
	2009	2010
Tres aseguradoras o menos	237	149
Entre 4 y 6 aseguradoras	387	353
Entre 7 y 15 aseguradoras	1.217	1.315
Más de 15 aseguradoras	1.028	1.066
Nº Total de corredores/rías con actividad de cartera	2.869	2.883
Nº corredores sin actividad	28	30

damentalmente Autos. Asimismo, se observa que se ha producido un importante descenso del volumen de primas intermediadas por las corredurías de este tramo, lo que es indicativo de la caída de su peso específico dentro del sector.

Por lo que respecta a las comisiones devengadas por la intermediación de los mediadores de seguros y reaseguro, el porcentaje de comisionamiento medio declarado por los corredores/corredurías se puede apreciar en el cuadro de abajo.

Por último, recordar que la DGSFP ha establecido un Punto único de información en su Web oficial (www.dgsfp.meh.es/Mediadores/Punto_Unico_Mediadores.asp) en el que se incluye la que procede de su Registro administrativo especial de mediadores, corredores y de sus altos cargos, y la relativa a los mediadores de seguros y de reaseguros inscritos en los Registros que llevan las Comunidades Autónomas con competencias administrativas en control y supervisión de mediación de seguros y de reaseguros.

COMISIONES MEDIAS		% Vida	% No vida
CORREDORES SG.	Volumen total de negocio	4,74	14,34
	Nueva producción	2,75	13,28
CORREDURÍAS SG.	Volumen total de negocio	8,57	12,76
	Nueva producción	11,27	12,84
C. DE REASEGURO	Volumen total de negocio	2,54	4,48
	Nueva producción	3,72	6,18

En el mundo hay
muchas cosas que merece
la pena proteger.



muchomejor®

Un proyecto proyecto real que protege lo que más importa.

Entra en www.proyectomuchomejor.com y conoce toda la iniciativa.

Reale

SEGUROS PARA LA VIDA REAL

 facebook.com/RealeSeguros

I Foro Adecose 'Gestión de corredurías VII'

La futura **DIRECTIVA,** de **MEDIACIÓN** modificará la remuneración de los corredores



En el Foro [Adecose](#) "Gestión de corredurías VII" se dio a conocer que hay poco que hacer para cambiar lo que ya está registrado en la nueva Directiva de Mediación de Seguros (IMD II). Entre las medidas más controvertidas está la remuneración de los corredores. Una vez que entre en vigor la IMD II, el corredor solo podrá cobrar honorarios en los productos de Vida y deberá informar siempre de la comisión que reciben en No Vida.

Jaime Gómez-Ferrer, coordinador del área de Mediadores de Seguros de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), fue el encargado de abrir el Foro Adecose hablando de la "Situación y perspectivas a nivel regulatorio y de mercado en la mediación. Especial incidencia de la futura Directiva de Mediación de Seguros (IMD II)".

Gomez-Ferrer comenzó su intervención haciendo un repaso a los problemas con los que se está encontrando la DGSFP con

los corredores, entre los que destacó "la doble facturación sin transparencia y la falta de Documentación Estadístico Contable (DEC)". Sobre la DEC semestral dijo que aunque sigue vigente, "el control por parte de la DGSFP va a ser muy flexible. Mas claro no puedo ser".

La IMD II regulará a todos los distribuidores de seguros, como empleados de las aseguradoras, agencias de viajes, concesionarios de automóviles, reaseguradoras y comparadores. Pre-

cisamente de estos últimos, Gómez-Ferrer dijo que “necesitan un marco regulatorio, que será promulgado pronto, que incluirá su registro en la DGSFP”. Si es necesario, éste se cambiará cuando se apruebe la IMD II.

Remuneración de los corredores

El tema mas polémico de su intervención fue el de las remuneraciones de los corredores. El representante de la DGSFP dijo que una vez que entre en vigor la IMD II, el corredor que venda seguros de Vida no podrá percibir comisiones. Solo podrá cobrar honorarios a sus clientes. Además, se deberá informar siempre de la comisión que reciben en No Vida, según explicó Jaime Gómez-Ferrer. Ambas medidas se aplicarán tras un periodo transitorio tras la aprobación de la Directiva. Pero la transparencia absoluta de los productos de Vida que tengan algún componente de inversión tendrá efecto inmediato tras su entrada en vigor. Los responsables de Adeco, que consideran desacertadas estas medidas, confían en que puedan variar en su tramitación. Martín Navaz, presidente de esta asociación, dice que “hay que intentar acotar esta medida y hacer entender a la Unión Europea que no es lo mismo la remuneración del mediador en un seguro de Vida Ahorro, donde sus costes influyen en la prestación final que se ofrece al consumidor, que en un seguro de Autos, donde lo que cobra el mediador no influye en la cobertura que contrata”.

Pero Gómez-Ferrer, que estuvo presente en la reunión celebrada la semana anterior en la Unión Europea para dar los últimos ajustes al texto de la IMD II, afirmó que “es mas fácil introducir aspectos nuevos, que modificar los que ya existen. El punto de partida está ahí y es difícil darle la vuelta”. El borrador se encuentra ahora en proceso de traducción y llegará a nues-

tro país a principios del mes de julio. Pero no estará aprobada la norma hasta 2014 o 2015.

Camino hacia la transparencia absoluta

Gómez-Ferrer señaló que la IMD II viene a regular “los conflictos de interés” y a establecer un nuevo marco para la mediación, nuevos procedimientos de declaración y registro, desarrollo de requerimientos de información y normas de conducta, requerimientos adicionales para la comercialización de seguros con un elemento de inversión, novedades en el régimen sancionador y posible impacto en la comercialización de planes de pensiones en el medio plazo.

El representante de la DGSFP dijo que era necesario que los mediadores vuelvan a ganarse la confianza de consumidor, para lo que es importante que se le facilite toda la información y que él decida. En este sentido, comentó que se va hacia la transparencia absoluta, aunque los plazos para su adaptación serán diferentes, dependiendo de los productos. Pero aclaró que dar a conocer la comisión del mediador no tiene que ser únicamente mediante la inclusión de la cantidad concreta, otra opción es que aparezca el porcentaje.

EIAC, un mismo lenguaje en todo el sector

En la segunda parte del foro se presentó el Proyecto EIAC (Estándar de Intercambio de información entre Entidades Aseguradoras y Mediadores). Para ello se contó con la participación de Juan Gayá, vocal y responsable del área de Socios de Adeco; Luis López, director del Canal Corredores de Pelayo; Xavier Gual, responsable de informática de Medicorasse; Isidre Mensa, direc-



El órgano de control ha detectado una doble facturación sin transparencia por parte de algunos corredores

tor de **MPM Software**; Raúl Rodríguez, director de la División de Desarrollo de Sistemas de Información Web de **Groupama Seguros**; y Jorge Paricio, director del Canal Corredores de **AXA**.

Tras la explicación de qué es EIAC por parte de Juan Gayá (puede acceder a la [mesa redonda organizada por PymeSeguros](#) con el equipo de trabajo de EIAC para obtener más información), tomó la palabra Luis López para explicar lo que se ha hecho hasta ahora. “Una vez elaborado un sistema común y universal para que toda la información del negocio hable el mismo lenguaje, **Tirea** se está encargando de controlar las versiones que se van produciendo”. Sobre la relevancia del proyecto entre las aseguradoras, el representante de Pelayo indicó que “además de las diez entidades iniciales, ya hay 21 compañías que están interesadas. En Pelayo ya se hace todo el desarrollo y funcionalidad bajo esta norma”.



El modelo EIAC es viable y fácil de gestionar para el corredor

Xavier Gual, explicó que “el modelo es viable y fácil de gestionar para el corredor. Entre sus beneficios figura: la reducción del proceso de carga de datos (solo hay un único proceso para todas las compañías), esto implica una reducción de costes y tiempo; la información que te llega en el fichero siempre utiliza el mismo modelo; se aportan más datos; y las incidencias también se unifican”.

Isidre Mensa dijo que existen tres modelos y cada correduría elegirá el nivel que quiera. El primero es básico y lo hace MPM. El 90% de la información está asignada y solo el 10% parametrizada. En el segundo nivel es necesario establecer los criterios de negocio del corredor. El 75% de la información es automatizada y el 25%, parametrizada. En el tercer nivel, se trabaja directamente con la correduría. El 60% de la información es automatizada; un 20%, parametrizada; y un 20%, personalizada.

Isidre Mensa dijo que existen tres modelos y cada correduría elegirá el nivel que quiera. El primero es básico y lo hace MPM. El 90% de la información está asignada y solo el 10% parametrizada. En el segundo nivel es necesario establecer los criterios de negocio del corredor. El 75% de la información es automatizada y el 25%, parametrizada. En el tercer nivel, se trabaja directamente con la correduría. El 60% de la información es automatizada; un 20%, parametrizada; y un 20%, personalizada.

Adecose premia a Aldeas Infantiles

Una vez finalizado el foro se celebró la cena anual de la asociación, en la que se dio la noticia del fallecimiento de Juan López Sanz, que fue miembro de la Junta Directiva de Adecose como representante de la correduría **Ferrer & Ojeda**.

Posteriormente se entregó el Premio Adecose a ‘La iniciativa del año’, que en su quinta edición ha recaído en **Aldeas Infantiles**, por la defensa y protección de un colectivo tan importante como el de la infancia. Según dijo Martín Navaz, presidente de Adecose, “deseamos que el dinero que reciben ayude a cuidar de algún niño hasta que se convierta en una persona integrada”. El premio lo recogió Pedro Puig, director general en Aldeas Infantiles SOS España, quien agradeció este apoyo en un momento en el que “cada día hay más familias vulnerables, muchas que jamás habrían imaginado encontrarse así”.

Raúl Rodríguez indicó que Groupama está haciendo pruebas con tres plataformas, tres asociaciones y diversas corredurías. Eso está permitiendo detectar los errores y corregirlos. Por último, Jorge Paricio, comentó los siguientes pasos que se van a seguir. Aún queda por hacer la estandarización del proceso de envío, garantizar que éstos sean bidireccionales y ampliar el proceso a los recibos, siniestros, etc. Además, se está estudiando la posibilidad de utilizar una plataforma de validación.

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@pymese seguros.com

Reale Vida Global da una amplia gama de coberturas

Para complementar la actual oferta de productos de Reale Vida, la aseguradora ha lanzado un nuevo producto de Vida Riesgo Temporal Anual Renovable: 'Reale Vida Global'.



Desde la entidad se indica que “es un seguro de protección, con una ampliación de las coberturas de riesgo y de las complementarias, que cubren necesidades actuales como la dependencia, enfermedades graves o terminales, la incapacidad permanente total o el fallecimiento simultáneo por accidente. Además, se trata de un producto escalable, ya que se pueden incrementar tanto el capital como las garantías complementarias a lo largo del tiempo”. Asimismo, el cliente tendrá a su disposición un servicio de segunda opinión médica.

AXA introduce el copago en su seguro de moto

“Pagar sólo por lo que necesitas”. Bajo ese concepto, AXA ha decidido ofrecer a los motoristas un seguro en el que el cliente decide el precio de su seguro de moto a través de la selección de las coberturas y servicios que necesita.

Además, la aseguradora incorpora en motos coberturas tradicionalmente exclusivas del seguro de Salud, como el copago, que reducen el precio del seguro.

Jaume Miquel, responsable de Auto y Particulares de AXA España, dice que “este producto revaloriza la figura del mediador de seguros, ya que su labor de asesoramiento se hace más evidente a la hora de ayudar a sus clientes en el diseño del producto que mejor se adapte a sus necesidades reales”.

Entre las novedades que incluye MotoFlexible se encuentran la cobertura por daños en el casco (hasta 500 euros) y en la vestimenta (hasta 1.000 euros), o la cobertura al tomador del seguro en caso de accidente en cualquier moto como conductor u ocupante. Como garantías opcionales, MotoFlexible puede asegurarle la indemnización por hospitalización, la adecuación de su vivienda para favorecer su movilidad de caso



de accidente, una segunda opinión médica, una indemnización por inmovilización de la moto por accidente o los comunes pinchazos y reventones.



Seguros Bilbao renueva su seguro de Autos

Seguros Bilbao, del Grupo Catalana Occidente, ha renovado su producto de Automóviles con el nuevo seguro de Autos Drive, que amplía las prestaciones con nuevas coberturas y sin sobreprima.

La aseguradora dice que “la nueva póliza está ideada para adaptarse a las necesidades del asegurado y se caracteriza por su flexibilidad, lo que permite seleccionar las garantías que el cliente considere necesarias, atendiendo a sus circunstancias en cada momento”.

Además, los asegurados que decidan reparar los daños de sus vehículos en alguno de los Talleres Preferentes de Seguros Bilbao, se beneficiarán de algunas ventajas: recibirán una atención rápida y exclusiva, mantendrán íntegramente su bonificación por buen conductor, tendrán acceso a vehículo de sustitución, tres años de garantía en la reparación, entre otras cosas.

Las motos son para el verano

Mapfre está comercializando una nueva línea de Seguros para Motos y Ciclomotores ‘Chesté’ que permite su contratación solo para la temporada estival.



Desde la aseguradora se afirma que “esta nueva línea de seguros es para los que demandaban una póliza sólo para determinados meses del año, que es cuando la utilizan”. La línea de seguros ‘Chesté’ ofrece a los conductores de motos y ciclomotores las principales coberturas y se paga sólo por los meses contratados. La modalidad de ‘Chesté’ se extiende a toda la gama de seguros de moto de Mapfre.

Destacan la póliza ‘Moto Diez’, un seguro a Terceros que incluye cobertura por robo, incendio, defensa en multas y préstamos para reparación. Y la póliza ‘Moto Líder’, un seguro a todo riesgo con cobertura de daños y compensación por casco y vestimenta, además de préstamo para reparación de moto por el importe de la franquicia. Además de estas dos modalidades y, pensando en los moteros más interesados en reducir gastos, se ofrece las pólizas ‘Moto Básica’, que es un 20% más barata que un seguro a Terceros, y la póliza ‘Ciclomotores Básica’, con las coberturas mínimas necesarias al mejor precio.

La contratación de cualquier póliza de la aseguradora contará, hasta el próximo 30 de septiembre, con un descuento especial de hasta el 40% para motos y de hasta el 30% para ciclomotores. A esta oferta, se añade el alta gratis para el Club Moto 1.

Seguros Pelayo lanza la 'Póliza Tres', un producto asociado al seguro de Automóviles de la compañía. Este producto quiere premiar el compromiso y fidelidad de sus clientes con un sistema PlayStation®3 (PS3™) de regalo a todo el que contrate una póliza de Automóviles. Además personifica la imagen del juego con los colores de la selección española.

Autos vinculado a PlayStation®3 y la Selección Española



Para ser beneficiario de este regalo, el cliente podrá contratar tanto la modalidad de Todo Riesgo con franquicia o combinado. También se acogerán a esta oferta todos aquellos que adquieran productos de Vida Riesgo.



Génesis ha puesto en marcha la nueva póliza de Hogar "a tu medida" que ofrece al cliente un paquete básico que puede completar y personalizar con coberturas opcionales en función de sus necesidades.

Génesis tiene un nuevo seguro de hogar "a tu medida"

El nuevo producto permite disponer de las coberturas imprescindibles contra incendio, daños por agua, roturas de cristales, vandalismo y asistencia a bomberos. Pero también puede incluir servicios de bricolaje (para pequeños trabajos domésticos como el montaje de muebles, colocación de accesorios del baño, el sellado de juntas en bañeras o fregaderos o la sustitución de enchufes...). Además, dispone de defensa jurídica del arrendador o la cobertura de mobiliario de jardín, joyas y otros objetos de valor.

Un producto con las ventajas de Vida y de Accidentes

'Multirriesgo Personal' de MGS, es un seguro de Vida que incorpora, además del abono de un capital en caso de fallecimiento, garantías opcionales que tradicionalmente se ofrecen en seguros de Accidentes.



Este producto está pensado tanto para cualquier situación familiar, como para los riesgos derivados de la actividad profesional, incluso como trabajador por cuenta propia, ya que incluye coberturas específicas para este colectivo. Asimismo, para simplificar la acción comercial, se ofrece en diferentes módulos de contratación, aunque existe también la posibilidad de combinar libremente las garantías e importes asegurados.



Generali da una rentabilidad de hasta el 3,85%

Generali Seguros ha lanzado un nuevo producto de ahorro-inversión, de un año de duración, con una rentabilidad garantizada de hasta el 3,85% TAE. Para contratarlo se necesita una cantidad mínima de 2.000 euros.

La inversión, que se encuentra totalmente garantizada por Generali, se materializa en activos de máxima calidad crediticia española. Generali Inversión ofrece, además, opciones de garantía de fallecimiento con la devolución de lo invertido, la prima pagada capitalizada o el 104% de la prima pagada.

En opinión de Santiago Villa, director general Comercial de Generali Seguros, "nuestro producto ofrece una elevada rentabilidad totalmente garantizada. La distribución de este seguro se realiza por medio de nuestra amplia red de más de 1.500 oficinas y 6.000 mediadores, lo que nos permitirá acceder a más de 30.000 clientes".

Mapfre saca la póliza ecológica en Autos

Mapfre ha presentado un seguro de pago por uso para vehículos ecológicos, híbridos y eléctricos, que premia la conducción eficiente.

El cliente que realice una conducción eficiente, responsable y menos contaminante pueda ahorrar hasta un 42% en la renovación. Esta valoración se realizará a través del dispositivo GPS incorporado en el vehículo (sin coste para el asegurado), que registrará una estimación de la emisión de CO2 en función de los kilómetros recorridos, velocidades medias por tipo de vía, etc.

Este descuento se acumula a otros de tal manera que, según Javier Oliveros, director comercial de Particulares de Mapfre en España, "una persona de más de 40 años, sin ningún tipo de siniestro en los últimos 5 años, que además acredite un estilo de conducción ecológica podría pagar solo el 20% del seguro de Autos".



Gracias al dispositivo GPS, dispondrán de asistencia automática en caso de impacto y de un servicio de localización del vehículo en caso de robo. Este seguro se puede contratar tanto a Terceros como a Todo Riesgo.

'Zurich Hogar' incluye el impago de alquiler

Zurich ha presentado una serie de innovaciones en su producto 'Zurich Hogar'. Entre otras cosas, incorpora una garantía opcional que cubre el impago del alquiler del inquilino y una mejora en las tarifas para poblaciones rurales.

La compañía indemniza al arrendador por pérdida de alquiler hasta el límite de 12 meses de renta a partir de la finalización del periodo de carencia de 3 meses y con un máximo de 15.000 euros.

Asimismo, Zurich garantiza la defensa jurídica del asegurado cubriendo los conflictos derivados del contrato del alquiler y los costes judiciales por los juicios de desahucio por falta de pago del arrendatario dentro de un límite de 6.000 euros. Del mismo modo, las mejoras de este seguro incluyen protección frente a actos vandálicos. Los deterioros inmobiliarios y el robo del continente de la vivienda causados por el inquilino, como consecuencia de actos malintencionados, quedan cubiertos hasta un máximo de 5.000 euros una vez constatados pericialmente tras su desalojo.

Además, 'Zurich Hogar' disminuye las tarifas hasta en un 10% en poblaciones con menos de 3.000 habitantes. También se incorpora como novedad el cálculo automático del capital de continente sugerido en función del tipo de vivienda, los metros cuadrados de ésta y la provincia.



Hoteles, pensiones y hostales disponen ya de una oferta aseguradora específica en AXA con coberturas que van desde la protección ante un posible incumplimiento de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD), errores en las reservas, accidentes de clientes en las instalaciones e incluso robo en las habitaciones.

Nuevo seguro de AXA para hoteles, pensiones y hostales

Este seguro ofrece dos modalidades (basic y complet) en función de las necesidades o características de los establecimientos a partir de las cuales se configura la póliza. Entre las novedades, la oferta para hoteles, pensiones y hostales incluye una cobertura de responsabilidad civil en el error en reservas, daños materiales a empleados o en la organización de espectáculos, entre otros. La oferta puede ser complementada con garantías especiales sobre la loza sanitaria, bienes refrigerados o daños en plantas y jardines.



La aseguradora **Regal** ha creado un nuevo seguro 'Regal Hogar a Medida' que ofrece las coberturas imprescindibles del producto, además de permitir a los clientes añadir aquellas concretas que ellos decidan en función de sus necesidades.

Regal comercializa un seguro de Hogar flexible

Este seguro garantiza las coberturas básicas (daños por agua, rotura de cristales, asistencia de bomberos, cobertura contra incendios y asistencia en el hogar y emergencias). Pero también cuenta con servicios como el bricolaje (mediante el cual el cliente puede solicitar la ayuda de un especialista para realizar tareas del hogar como colgar un cuadro o montar un mueble), la asistencia informática y el asesoramiento jurídico, para resolver dudas legales de carácter fiscal, administrativo y laboral.

El valor añadido del producto es la cobertura personalizada que se ofrece y que permite al cliente disponer de servicios como

la defensa jurídica del arrendador y la protección contra el robo dentro y fuera del hogar, de joyas y objetos de valor, o la cobertura del mobiliario del jardín, además de muchos otros. Los consumidores solo pagarán por los servicios que necesiten.

Además, Regal premia la confianza en el nuevo producto y ofrece, a través de la contratación del seguro, 40 euros de regalo y un 10% de descuento por ser cliente de la compañía.



Prebal presenta su nuevo seguro Vida Esencial

Prebal Vida Esencial es un seguro que ofrece las coberturas de capital por fallecimiento y, adicionalmente, la cobertura de capital por incapacidad permanente absoluta.



Todo ello con el único trámite de rellenar la solicitud de seguro de Vida Ticket, disponible en su portal en el apartado de colaboradores. El importe que se puede contratar es de hasta 50.000 euros.

Este seguro incluye las garantías exclusivas de **Prebal**: garantía de dependencia por gran invalidez, segundo diagnóstico médico por enfermedad grave, servicio de ayuda psico-emocional, servicio de gestión del proceso sucesorio, servicio de gestión de trámites en caso de fallecimiento y anticipo de capital por gastos de sepelio y gastos de gestoría y liquidación de impuestos.

Mapfre garantiza en un fondo de inversión un 4% de rentabilidad mínima



Mapfre está comercializando 'Mapfre Punte Garantía 3', un nuevo fondo de inversión garantizado a cuatro años. Se trata de un producto da el 100% del capital invertido y una rentabilidad mínima acumulada del 4% en la fecha de vencimiento (el 15 de junio de 2016).

Además, el partícipe podrá recibir el 100% de la revalorización que experimente el dólar estadounidense frente al euro en el periodo comprendido entre el 28 de junio de 2012 y el 1 de junio de 2016.

Las personas que lo contraten deben saber que este fondo ofrece ventanas de liquidez semestrales a partir de julio de 2014. De esta manera el cliente podrá recuperar su inversión a precio de mercado y sin que se aplique ninguna comisión de reembolso.

Subsidio para autónomos con nuevas garantías

Prebal, Previsión Balear M.P.S., ofrece dos nuevos productos 'Subsidio Autónomos Clásico' y 'Subsidio Autónomos Directo', con algunas novedades.



'Subsidio Autónomos Clásico' es un seguro de subsidio diario por enfermedad y accidente o sólo por enfermedad en los que la prestación depende de los días que dura el proceso de baja. Incluye varias opciones a elegir para diseñar las coberturas en función de las necesidades de cada cliente como: la duración máxima de la prestación, que puede ser entre 12 y 18 meses, un amplio abanico de opciones de franquicia o la posibilidad de añadir la prestación de subsidio complementario por hospitalización. Por su parte, 'Subsidio Autónomos Directo' es un seguro de subsidio diario por enfermedad y accidente en los que la prestación depende de un baremo de días de baja por diagnóstico.

Desde la entidad se afirma que "se dirige a las personas que cotizan en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos. En ambos productos se incluye el servicio AIA (Asesoramiento Integral Autónomo) con, entre otras prestaciones: asistencia informática remota y a domicilio, bloqueo del teléfono móvil, cancelación de tarjetas, asesoramiento laboral, asesoramiento fiscal, asesoramiento contable... Los dos productos incorporan la teleselección de riesgo y se pueden cotizar online".

digytalia + **bit·bot·box** =
contenidos digitales producciones multimedia

publicaciones digitales



info: digytalia@bitbotbox.com 

La Comisión Europea presentará en septiembre un plan de acción que facilite y agilice la creación de empresas, e impulse nuevas iniciativas emprendedoras para generar creación de empleo.



La UE presentará en septiembre su plan para agilizar la creación de empresas

Así lo ha manifestado su director general de Empresa e Industria, Daniel Calleja, durante la presentación del salón dedicado a la emprendeduría. El plan contendrá medidas a nivel de los estados miembros para reducir los plazos de obtención de licencias, facilitar la transferencia de negocios y apoyar la segunda oportunidad de empresarios que hayan fracasado con su empresa. Además, se prevé impulsar un programa Erasmus para jóvenes emprendedores.

“Europa necesita preparar la nueva generación de emprendedores. Corremos el riesgo de que haya una generación perdida si no ponemos todos los esfuerzos”, ha detallado Calleja para justificar el plan. Éste irá acompañado de medidas de seguimiento para garantizar su aplicación, ya que se considera fundamental para que el continente europeo recupere el espíritu emprendedor apostando por los autónomos y empresarios.

ICO y Cesce impulsan la Línea ICO-Exportadores

Román Escolano, presidente del Instituto de Crédito Oficial (ICO), y Álvaro Bustamante de la Mora, presidente de la aseguradora Cesce, han suscrito un convenio de colaboración para impulsar la comercialización de la Línea ICO-Exportadores.

El acuerdo permite cumplir un doble objetivo: mejorar las garantías de las empresas exportadoras y que puedan obtener liquidez mediante el acceso a la Línea ICO-Exportadores. Para ello, la aseguradora ha desarrollado un nuevo producto de emisión de Títulos de Liquidez para las empresas que dispongan de una póliza de seguro Master Oro para la cobertura del riesgo de impago. Esta Línea permitirá a las empresas exportadoras obtener liquidez, mediante el anticipo de las facturas, por la venta de bienes y servicios realizados en el exterior.

La Línea ICO-Exportadores 201 va dirigida a autónomos y empresas españolas que emitan facturas derivadas de la venta de bienes y servicios realizados a clientes fuera del territorio nacional. A través de esta Línea se podrán anticipar las facturas que procedan de la actividad exportadora de los clientes y que tengan una fecha de vencimiento no superior a 180 días, desde la fecha del anticipo. El importe máximo de financiación será el 100% del importe de la factura, si bien el crédito máximo por cliente y año no podrá ser superior a cinco millones de euros, en una o varias operaciones.





La lucha entre el dólar y el euro, clave de la crisis

“En Estados Unidos se ve mal el euro porque es una moneda de referencia que menoscaba la posición del dólar en los mercados internacionales. Hay una campaña para evitar que el euro tenga éxito”. Esta es la opinión de Juan Antonio Maroto, catedrático de Economía Financiera y vicerrector de la [Universidad Complutense de Madrid](#).

Maroto, que ha participado en el programa “En días como hoy” de Radio Nacional de España (para oír su intervención vaya a [rtve](#)), cree que la prima de riesgo española está sobrevalorada por estar la

alemana infravalorada. “Alemania tiene una prima de riesgo que no es acorde con sus fundamentos económicos”, explica. “Estamos sobrevalorando lo financiero frente a lo empresarial. Deberíamos mirar mas

hacia las empresas españolas que están dando noticias optimistas, de licitaciones internacionales, de buenos resultados de empresas que están internacionalizadas en mas de 200 países”.

La OCDE recomienda retrasar la jubilación más allá de los 67 años

La OCDE ha recomendado que se retrase la edad de jubilación por encima de los 67 años y que se incentiven las pensiones privadas, incluso con carácter obligatorio, porque prevé que en el futuro se reducirán los beneficios de los sistemas públicos.

La organización ha constatado que la crisis financiera ha tenido “un impacto profundo” en las cuentas públicas de la mayor parte de los países, lo que ha obligado entre otras cosas a llevar a cabo reformas de los sistemas de pensiones. “Los trabajadores actuales y los del futuro tendrán que trabajar más tiempo antes de retirarse y tendrán pensiones públicas inferiores”, señaló la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en un estudio dedicado a analizar las reformas que se han llevado a cabo en los últimos años.

Si se suman los beneficios de las pensiones privadas (obli-

gatorias en 13 países de la organización) un pensionista medio recibe un 69% de lo que cobraba mientras trabajaba. Ese porcentaje se queda por debajo del 60% en una docena de miembros, sobre todo donde la cotización a fondos privados es voluntaria. Por eso los autores del informe estimaron que “la solución ideal” sería hacer obligatorio cotizar a fondos privados e integrar a los trabajadores automáticamente en ese tipo de dispositivos, como ya ocurre en Nueva Zelanda.





Patronal y autónomos ven positivo el rescate

El presidente de la **CEOE**, Juan Rosell, ha asegurado que España está ahora “ligeramente mejor” debido al rescate a la banca acordado por el Eurogrupo, aunque ha insistido en que el país debe seguir con las reformas “en profundidad y en cantidad y en calidad”.

De la misma opinión es Lorenzo Amor, presidente de **ATA**, quien considera que la línea de crédito concedida para reestructurar nuestro sistema financiero “es beneficiosa para el país y para Europa”.

Rosell, en declaraciones a la **SER** ha advertido de que el rescate europeo a la banca española no va a provocar un “milagro de un día para otro” en el acceso al crédito y ha dicho que esta medida ayudará a que el crédito en España experimente una “ligerísima mejoría”. “Que mañana vaya a haber crédito para todo el mundo en las mismas condiciones que en 2005 y 2006 es mentira y, además, es imposible”, ha admitido.

Acuerdo para impulsar el acceso a la financiación de autónomos y empresas

El Instituto de Crédito Oficial (**ICO**), la Compañía Española de Reafianzamiento (**Cersa**) y la Confederación Española de Sociedades de Garantía Recíproca (**Cesgar**) han suscrito un acuerdo de colaboración destinado a impulsar y mejorar el acceso a la financiación de autónomos y empresas.

Para ello se servirán de la Línea ICO Garantía SGR. En el marco de este acuerdo, Cersa podrá reavaluar las operaciones que hayan sido garantizadas por las SGR, con el objetivo de reforzar su capacidad financiera, priorizando la innovación y la actividad emprendedora. Esta actuación se materializa con la colaboración del Fondo Europeo de Inversiones, en el marco del programa comunitario CIP 2007-2013.

Por su parte, Cesgar fomentará la utilización de la Línea ICO Garantía SGR entre sus asociados y canalizará las necesidades y requerimientos de financiación que le sean trasladados por sus asociados. Las



Sociedades de Garantía Recíproca (SGR) avalarán el 100% de la operación para los préstamos de emprendedores, inversión e internacionalización. En el caso de las solicitudes para liquidez el aval podrá cubrir el 100% o el 50% de la operación. El importe máximo para las operaciones avaladas al 100% por la SGR será de hasta un millón de euros y para las avaladas al 50%, será de 60.000 euros.



Las empresas usan las redes sociales para impulsar su crecimiento

Un estudio de **Google** a nivel europeo muestra que el 81% de las empresas asegura que las redes sociales les han ayudado a crecer y expandir su negocio.

En contra de la creencia popular, el uso de las herramientas sociales en el trabajo está siendo impulsado por una generación de empleados de mas edad. De hecho, el 71% de los altos ejecutivos entrevistados, utiliza las redes sociales en el entorno laboral al menos una vez a la semana frente al 49% de los trabajadores con un perfil más junior.

Con respecto a qué clase de empresas son las que más uso hacen de las Redes Sociales, no existen grandes diferencias. “Lo bueno de las redes sociales es que hoy día, tanto una pyme, con 50 empleados, como una multinacional, con 120.000 empleados, tienen acceso a estas tecnologías con las mismas condiciones y el mismo precio”, ha precisado el director de Google Enterprise España y Portugal, Niels-Christian Krüger.

En cuanto a España, el análisis muestra que nuestro país se sitúa a la vanguardia en la aceptación de las Redes Sociales en el entorno del trabajo. Así, junto con Italia cuenta con el porcentaje más alto de los encuestados (un 74%) que afirma que las redes sociales van a mejorar su forma de trabajar.



Los autónomos no perderán su casa si quiebra su negocio

La nueva Ley de Emprendedores que está preparando el Gobierno depara una buena noticia para los autónomos: en caso de que su negocio fracase, no responderán con todo su patrimonio, tal y como venía ocurriendo hasta ahora.



La nueva normativa indica un límite inembargable, que protege el hogar familiar del trabajador por cuenta propia. De este modo, aquellos que quieran lanzarse al mundo del autoempleo podrán hacerlo sin el temor a perder su casa en caso de que las cosas vayan mucho peor de lo previsto. Así lo ha señalado Lorenzo Amor, presidente de **ATA**, para quien “no es lógico que no esté protegido el hogar familiar del autónomo si las cosas no van bien”.

Amor, que ha adelantado que la ley “está prácticamente acabada”, ha precisado que el borrador está ahora en el Ministerio de Hacienda, que debe estudiarlo. De hecho, el director general de Industria y Pyme del Ministerio de Industria, Manuel Valle, ha dicho que la normativa estará lista este verano, “antes de septiembre”.

Además, el presidente de ATA ha dicho que la ley debe poner fáciles las cosas a quien pone un negocio por cuenta propia porque fortalece el tejido empresarial español. Lorenzo Amor ha recordado que el 80% de las empreses españolas tienen entre cero y dos trabajadores y generan casi el 40% del empleo.

La correduría de seguros **Howden Iberia**, del Howden Broking Group y que forma parte de Hyperion Insurance Group (con sede en Londres), se ha incorporado a la Asociación Profesional de Mediadores de Seguros (**Apromes**).



Howden Iberia se incorpora a Apromes

José Manuel González, consejero delegado de Howden Iberia, destaca la importancia de pertenecer a esta asociación, apoyando a la misma en el desarrollo de sus actividades profesionales y corporativas.

Por otra parte, **Nationale Suisse** y **Previsora General** han presentado a los asociados de Apromes los productos de ambas. Nationale Suisse dio a conocer con mayor profundidad los seguros de Transportes, Arte y Patrimoniales, Ingeniería, RCD empresas y Accidentes. Mientras que Previsora General hizo lo propio con sus seguros de convenio colectivo de Accidente y Vida.

Asimismo, Apromes ha firmado un protocolo de colaboración con la aseguradora **Grupo Preventiva** para la distribución de productos de Decesos y Multirriesgos. Este es el primer acuerdo que realiza la asociación con una aseguradora para vender seguros de Decesos.

España debe cambiar su cultura del ahorro

En el primer 'Encuentro Universidad – Seguro', organizado por la **Fundación Inade**, se resaltó la función social del seguro. Sin embargo, no está bien valorado en el entorno universitario. Uno de los grandes retos del sector está en el crecimiento basado en los productos de ahorro que complementen la pensión.

Por parte del sector asegurador participaron Pilar González de Frutos (presidenta de Unespa), Santiago Villa (director general comercial de Generali España), Martín Navaz (presidente de la Asociación Española de Corredurías de Seguros, Adecese), José María Galilea (consejero delegado del Grupo Galilea Puig Correduría de Seguros), y José Antonio Badillo (coordinador de la obra "El contrato de seguro. Jurisprudencia comentada"), todos ellos galardonados con los Premios Galicia Segura 2012. Representando a la Universidad de Santiago de Compostela, intervinieron alumnos de Derecho, de Ciencias de la Comunicación, de Medicina y Odontología, de Ciencias Económicas y Empresariales y de Relaciones Laborales.

La jornada tuvo un primer turno de intervenciones a cargo de los representantes del sector asegurador. Sus reflexiones estuvieron centradas en la labor del seguro como



pieza clave en el estado de bienestar. González de Frutos resaltó la solidez financiera y solvencia del sector asegurador. Cuando la crisis desaparezca, se creará una mayor conciencia para la adopción de medidas de carácter financiero: sistemas basados en el ahorro y no en la inversión. González de Frutos afirma que es ahí donde el seguro puede jugar un papel decisivo al poner a disposición del mercado la cobertura para abordar esos cambios, “se crearán productos entendibles, asequibles y transparentes, a los que toda la sociedad pueda llegar”.

Martín Navaz centró sus reflexiones en la imagen del seguro: reconoce que el seguro tiene un “problema de comunicación” y que pese a que los recursos del sector tienen formación superior, se trata de un sector poco valorado en el seno universitario como posible salida profesional. El seguro ayuda a realizar una importante labor social, y supone una oportunidad en el mundo laboral. La mala imagen del sector asegurador también fue el centro de las reflexiones de José María Galilea. Considera que ésta puede cambiar si se consigue hacer percibir al sector como garante del Estado de Bienestar en la

medida en que protege la salud, la dependencia, el desempleo y las rentas vitalicias. Propone cambios en el sistema público de sanidad, combinándolos con el sistema privado o dejando al sector privado la gestión de los recursos.

Por su parte, José Antonio Badillo, delegado en Madrid del Consorcio de Compensación de Seguros, se centró en el análisis del principio de mutualidad del seguro, para el que puso como ejemplo la labor del Consorcio y resaltó su función social, principalmente, en el seguro del automóvil.

Posteriormente, se dio paso a los alumnos representantes de la Universidad compostelana. Sus preguntas estuvieron encaminadas a la labor del mediador en la medida en que la retribución del corredor pudiera presentar de cara al consumidor un conflicto de intereses, y la diferencia de criterio en la aplicación del Baremo de accidentes de circulación en diferentes tribunales de justicia. También se planteó si desde el sector se analiza la deficiencia en la comunicación del valor social del seguro de cara al consumidor. Otra de las preguntas fue sobre la cobertura de la negligencia médica de las prácticas de los alumnos universitarios, y sobre la cobertura de los casos crónicos en caso de que el sistema de sanidad tienda a un modelo privatizado.

La normativa fue el punto en el que centró otras cuestiones. Se preguntó si se considera necesaria una regulación similar a la del sistema financiero. La Previsión Social Complementaria centró el interés. A este respecto se solicitó una valoración sobre la repercusión de la reciente reforma laboral sobre el negocio del sector asegurador y sobre el debate abierto en torno a la posible deducción fiscal sobre la contratación de seguros privados.

Cesce eleva la aceptación de riesgos para proteger a las empresas de la morosidad



Cesce ha decidido combatir la morosidad. Ante la previsión de que el nivel de impagos aumente en los próximos meses, esta aseguradora ha decidido aumentar la tasa de aceptación de riesgos.

Eso significa que ofrecerá a sus clientes una mayor cobertura para sus operaciones comerciales. El incremento del nivel de aceptación se llevará a cabo mediante la creación de una nueva categoría de deudores, con un precio diferenciado del resto de acuerdo al riesgo asumido. Además, la compañía ha decidido mantener las coberturas actuales sobre Grecia, adaptando únicamente las condiciones económicas para futuras operaciones.

Por otro lado, Cesce, aseguradora especializada en la gestión integral del riesgo comercial, participa con el [Banco Sabadell](#) en el desarrollo del programa "Exportar para Crecer". Este proyecto, presentado en febrero en Madrid, se está dando a conocer en distintas capitales de provincia españolas. Su objetivo es fomentar la internacionalización de la empresa española y facilita el proceso de su salida al exterior.

La aseguradora ofrece datos acerca de potenciales clientes, así como información económica y social de los distintos países del mundo a través de sus fichas de Riesgo País.

Queda instituido el nuevo Consejo Rector de E2000

Posteriormente a la VIII Edición del Espacio [E2000 BCN12](#), se ha celebrado en Madrid la primera reunión del nuevo Consejo Rector en la que se eligieron por unanimidad los cargos de secretario y tesorero.

Finalmente, el Consejo Rector ha quedado integrado por: Mónica Pons, presidente; Jordi Herms, vicepresidente; Pedro Pirís, secretario; José Ángel de la Sierra, tesorero; y los vocales Dámaso Carrera, Joan Llull, Javier Flor, Cristina Llorens, Francisco Mayo, Rosa Mir, Gustavo Molina, Eduardo Pardo y Ernesto Fernández. En

esta primera reunión se aprobó además por unanimidad la celebración de la próxima edición del Espacio E2000 en Santander.

Durante la Asamblea celebrada en Barcelona se aprobó la gestión y las cuentas de 2011. Juan José García que ha presidido E2000 los últimos 4 años recibió el reconocimiento del resto de los miembros.





El seguro invierte un 20% del PIB

Pilar Gonzalez de Frutos, presidenta de Unespa, ha presentado la Memoria Social del Seguro 2011 que se puede descargar en www.unespa.es.

En ella se hace un balance de la labor social del seguro en los diferentes ramos y desde varias perspectivas. Entre los estudios que se han incorporado en la edición de este año, destaca una visión del Seguro como agente financiero ya que tiene inversiones por un valor de 214.000 millones de euros, el 20% del PIB. Es importante señalar que un tercio de las mismas está invertido en deuda pública española, y además con vocación de permanencia, ya que uno de cada dos euros está invertido a diez o más años.

En relación con el Seguro de Salud, la Memoria analiza las prestaciones que este producto ofrece a sus clientes, más de 10 millones en el conjunto de España. Adicionalmente, también recoge la realidad de que ya hay 939.389 ciudadanos que, mediante fórmulas concesionales o de colaboración, están recibiendo su cobertura pública de salud por parte de aseguradoras privadas.

En España, el seguro desempeña un importante papel como gestor de la salud, ya que no solo ofrece el servicio sino que, además, indirectamente, contribuye a la sostenibilidad del modelo público mediante un menor consumo. Cada día, 160.000 personas acuden al médico con su cobertura privada de salud. La memoria también ofrece datos acerca de hospitalizaciones, pruebas y tratamientos realizados al día, así como información adicional con datos regionalizados sobre consultas y especialidades más demandadas. Aporta la información de que cada día



se producen 354 hospitalizaciones por parto, lo que equivale a que uno de cada cuatro bebés que nacen en España lo hacen en centros de gestión aseguradora.

La Memoria analiza el conjunto de los ramos y actividades del sector, incluye estudios específicos como el efecto generador de 27.000 puestos de trabajo por cuestiones como la reparación de los daños agua (más de dos millones de siniestros al año) o el papel multiplicador de la actividad producido por el Seguro en otros sectores económicos.

La Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV) y la aseguradora Generali tienen una campaña para premiar a los clientes que contraten un seguro con Generali a través de las corredurías de ACS-CV. El obsequio es un cheque regalo Viaje valorado en 1.000 euros canjeable en el Corte Inglés.



ACS-CV y Generali premian la fidelidad de los asegurados

La primera fase de esta campaña se inició el 11 de junio y finalizará el 22 de julio. Está dirigida a los clientes que contraten una nueva póliza durante dicho periodo. La prima mínima para participar en el sorteo es de 100 euros, sin mínimo de emisiones y están excluidas las pólizas de Autos.

Por otro lado, ACS-CV ha firmado un acuerdo de colaboración con Pelayo Seguros. La aseguradora colaborará en las acciones que promueva la asociación y creará campañas especiales para sus asociados. La primera acción será el obsequio de una camiseta de la Selección Española de Fútbol a todos los que suscriban un seguro de Autos u Hogar a través de un asociado de ACS-CV.

Asimismo, la aseguradora Chubb ha presentado su seguro de D&O a los miembros de ACS-CV. La aseguradora les dio a conocer las características del producto, segmentos en los que resulta interesante introducirse y la simplicidad de la información que se aporta al emitir la póliza.

Los corredores evolucionan hacia una mayor autonomía

Norbrok21 ha celebrado en Santiago de Compostela su 'X Convención Anual'. En el acto, se celebró una mesa redonda bajo el título 'Canal de Corredores, una oferta diferenciada' en la que se expuso la oferta de valor que tienen disponible las aseguradoras para el canal de corredores.

Esta oferta evoluciona hacia una independencia cada vez mayor de la correduría, propiciada por la segmentación de corredores y por la evolución e integración tecnológica de los programas informáticos de las compañías con los programas de gestión de las corredurías.

El acto fue presidido por María Ameijeiras, presidenta de la correduría, que señaló que "formar Norbrok21 nos han permitido lograr un volumen y una dimensión que ha permitido incrementar la capacidad de negociación frente a las compañías y cubrir los costes que suponen las inversiones tecnológicas, que han sido básicas para aumentar la productividad".





Las reclamaciones de responsabilidad civil a los médicos se han duplicado

El estudio, que se ha llevado cabo entre 26.000 profesionales médicos, confirma que, mientras que en 2007 se abrieron un total de 352 siniestros, en 2011 se alcanzó la cifra de 660. La tendencia para 2012 es creciente y podría superar los 730 siniestros. Además, el estudio corrobora que el 45% de ellos se judicializan y, de éstos, el 75% tienen una resolución totalmente favorable para los médicos y odontólogos. Un 20% una estimación parcial y solo un 5% una resolución desfavorable, gracias a la profesionalidad de las empresas implicadas en los siniestros.

Otras estadísticas extraídas del estudio ratifican que, desde 2007, las reclamaciones superiores al millón de euros se han incrementado en un 150%, en el año 2011. De todas las especialidades médicas, la más demanda en porcentaje de reclamaciones es neurocirugía, donde uno de cada cuatro médicos recibe una reclamación al año, principalmente por operaciones de columna. Odontología, obstetricia y traumatología son las siguientes en la lista, junto con radiodiagnóstico y medicina intensiva.

Según un estudio realizado por la correduría de seguros **Uniteco Profesional** y el despacho de abogados **DS Legal Group**, las reclamaciones de Responsabilidad Civil Profesional al colectivo de médicos y dentistas se han duplicado en los últimos cuatro años en España.

Por otro lado, las reclamaciones que un médico puede recibir a lo largo de su vida laboral, han aumentado desde el 1,45% en 2007 al 2,61% en 2011.

En palabras de Gabriel Jesús Núñez, responsable del departamento de Siniestros de Responsabilidad Civil Profesional de Uniteco Profesional, “recomendamos que suscriban pólizas Todo Riesgo para cubrir de manera completa las posibles necesidades, reclamaciones y asistencias que el médico pueda necesitar a lo largo de su vida laboral, además de contar con un corredor de seguros totalmente especializado para que le ayude en esos momentos tan complicados”.

Asimismo, la correduría patrocinó el XII Congreso Nacional de Gerodontología

organizado por la **Sociedad Española de Gerodontología (Seger)**, bajo el lema: “Hacia el futuro de la Gerodontología”. Según Juan Pablo Núñez, director de Desarrollo de Uniteco Profesional, “estar al lado de los odontólogos en el ámbito asegurador también se traduce en estas colaboraciones que ayudan a que hagan mejor su trabajo y se extiendan sus amplios conocimientos”. El encuentro sirvió para poner al día los conocimientos más novedosos en relación a la salud oral y el tratamiento odontológico de los adultos mayores.

Por otra parte, Uniteco Profesional ha inaugurado una nueva oficina comercial en Jerez de la Frontera. Desde aquí se dará cobertura a los médicos y odontólogos de la provincia de Cádiz.



Willis Network supera los 100 millones de euros en primas No Vida



Willis Network, alianza entre la correduría Willis y un grupo de corredores regionales e independientes, ha superado los 100 millones de euros en intermediación de primas No Vida tras integrar al broker **Rodríguez & Asociados Corredores** en la alianza.

Con la incorporación de este corredor, Willis Network cuenta ya con 40 asociados repartidos en 22 provincias. En el primer cuatrimestre de 2012, Willis Network ha incrementado un 73% la cartera co-intermediada respecto a 2011 y ha duplicado la cifra de nuevo negocio aportada por la alianza.

Ahora tiene como reto la consolidación de la línea ascendente de productividad y la incorporación de 10 nuevos corredores para seguir fortaleciendo la presencia de esta alianza en el mercado de la mediación aseguradora.

Por otra parte, la correduría Willis Iberia, filial de Willis Group Holdings, ha organizado una jornada sobre responsabilidad sanitaria. En ella se abordaron los temas más actuales de la

responsabilidad patrimonial; organización competencial, metodología de instrucción de los expedientes, casos prácticos de prevención de riesgos, formación a los profesionales, estudios de siniestralidad, consejos consultivos, así como la situación actual del sector asegurador, entre otros temas.

Asimismo, Willis Iberia ha organizado una jornada sobre la responsabilidad y las consecuencias derivadas de la gestión pública. En ella se analizó la situación a la que están expuestas de forma individual las autoridades y el personal al servicio de la Administración por su gestión. Conforme a Derecho, se encuentran obligadas a responder personalmente ante cualquier reclamación por su labor en el ente público.

46

Ruiz Re se incorpora a Adecose

En la última junta ordinaria de la Asociación Española de Corredurías de Seguros (Adecose) se acordó la incorporación de **Ruiz Re Correduría de Seguros** de Murcia.



En la reunión se valoró la representatividad de la asociación según los datos publicados por la DGSFP en su Informe 2011 de Seguros y Fondos de Pensiones, alcanzando en 2010 el 53,2% de las primas intermediadas por las corredurías de seguros.

En el plano internacional, se analizó la última reunión del Comité de Directores de Bipar, una reunión importante por la próxima publicación de la propuesta de Directiva de distribu-

ción (IMD II). Asimismo, se valoraron positivamente los contactos realizados en el Parlamento Europeo. Además, se hizo un homenaje a Juan López Sans, fallecido recientemente.

Por otra parte, Adecose y la aseguradora **WR Berkley España** han acordado un modelo de carta de condiciones que regulará las relaciones jurídicas entre la entidad y las corredurías de la asociación que de forma voluntaria lo suscriban.



David Sanza, reelegido hace un mes en su cargo de presidente por unanimidad de las trece asociaciones de Corredores de Seguros que integran Fecor, ha dicho que la federación tiene como prioridades: el fomento de la figura del corredor en la sociedad.

Fecor promociona la figura del corredor en el periódico Expansión

En este sentido, ha participado en el observatorio que ha realizado en el diario Expansión (en colaboración con el Grupo Aseguración), bajo el título “El Corredor de Seguros, un profesional que aporta un gran valor a los asegurados”.

En el Observatorio han participado diferentes miembros de Fecor, los responsables del canal de corredores de las aseguradoras Reale y Zurich (Rafael Calderón y Francisco Javier González, respectivamente) y dos clientes, uno representando a particulares y el otro a las pymes. Desde Fecor se afirma que “han sido nuestros propios clientes quienes han explicado en primera persona las ventajas que les supone tener sus seguros a través de un corredor”. Asimismo, David Sanza ha mantenido un encuentro con los

alumnos de la UNED que están cursando a distancia el Título de Experto Universitario en Seguros y que homologa además para la obtención del título de Mediador de Seguros-Grupo A. Los alumnos aspirantes a corredores, que también siguieron el coloquio desde todas las partes de España a través de Internet, preguntaron a Sanza sobre la profesión de corredor. Les interesó sobre todo conocer su opinión sobre si es conveniente iniciar esta profesión en estos momentos, sobre el análisis objetivo y los requisitos para ser corredor, sobre las comisiones y honorarios, sobre la modalidad de la franquicia o sobre el asociacionismo en el colectivo de corredores.

Por otra parte, Fecor tiene previsto sacar en el último trimestre del año una cam-

paña de publicidad sobre la figura del Corredor de Seguros en TV, radio y prensa. Para ello, Jorge Campos, director gerente de Fecor, está presentando la campaña a todas las asociaciones de corredores que la integran. El objetivo es que todos los miembros puedan conocerla de primera mano antes de hacerlo a las aseguradoras que han mostrado interés en participar. Ya cuenta con el apoyo de Aprocose y Grupo Intercor.

La campaña tiene por título “somos corredores de seguros y estamos de tu parte” y se estructura en cuñas de radio en el programa de Onda Cero de Carlos Herrera, anuncios en el diario El Mundo, Expansión y Marca, prensa nacional y promoción en el espacio del tiempo del Telediario de Antena 3 en la franja de máxima audiencia.

La correduría de seguros **Llerandi** y la aseguradora **Chartis Europe** han participado en la Jornada Jurídica: “La Responsabilidad de los Administradores en la empresa logística y de transporte y la contratación del seguro”, promovida por la organización UNO, en colaboración con CIALT y asesores legales y tributarios.



Llerandi y Chartis, juntas en una jornada D&O de empresas de logística y transporte

En la jornada se informó sobre la responsabilidad personal que asumen los administradores y el personal directivo de la empresa logística y de transporte en sus actuaciones diarias en la gestión de la empresa. Asimismo, se debatió sobre las cláusulas aseguradoras más comunes y las soluciones que ofrecen los seguros ante esta responsabilidad.

Por otro lado, Chartis Europe ha participado en la jornada “Responsabilidad Individual y Contable de las Autoridades y Personal al servicio de la Administración Pública”, promovida por la Diputación de Badajoz y organizada conjuntamente por las corredurías **Marsh** y **Disbrok**. La jornada pretendió dar respuesta a cuestiones como: ¿cuáles son las principales vías para instar una acción de responsabilidad a las autoridades y personal de la Administración? ¿Cuáles son las responsabilidades frente al Tribunal de Cuentas? ¿En qué consisten las reclamaciones por prácticas de empleo indebidas tales como el mobbing, el acoso sexual, o la discriminación, entre otras?

Liberty renueva su colaboración con los Colegios de Vizcaya y Álava

El Grupo **Liberty Seguros** ha renovado el acuerdo de colaboración y patrocinio con los **Colegios de Mediadores de Seguros de Vizcaya y Álava** para el año 2012.

De esta forma, la aseguradora se compromete a patrocinar y financiar las actividades que favorezcan el desarrollo de los colegiados. La entidad velará por el desarrollo formativo a nivel profesional y empresarial de los mediadores.

En este sentido, ambos colegios y la aseguradora ya tienen programada una acción formativa **Cecas** (Centro de Estudios del Consejo General de los Colegios de Mediadores) “El futuro de mi agencia / correduría”, para octubre de este año.

Además, será patrocinadora y colaborará en todo tipo de actividades sociales y culturales.





El Colegio de Mediadores de Barcelona ha aprobado las Cuentas Anuales de 2011, la Memoria anual de actividades de la organización, Presupuestos de Ingresos y Gastos y Plan de Actuación para 2012 en su última Asamblea General Ordinaria.

El Colegio de Barcelona presenta el plan de actuación para este año

En la reunión hubo un momento de recuerdo para Juan López Sanz, miembro de la Junta de Gobierno, fallecido recientemente. Asimismo, a la finalización de la asamblea se hizo un pequeño homenaje a todos aquellos miembros que hace 25 años o más que están colegiados.

Por otro lado, ya ha comunicado que está abierto, hasta el próximo mes de octubre, el periodo de inscripciones para la quinta edición del Máster en Gestión de Empresas de Mediación de Seguros que la Fundación Auditorium y el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona organizan conjuntamente con la FEPSI-Universitat Autònoma de Barcelona y CECAS.



Juan Ramón Plá, reelegido secretario general de la FMBA



Juan Ramón Plá, vicepresidente 2º de la Asociación Española de Corredurías de Seguros (Adecose), ha sido reelegido secretario general de la Federación Mediterránea de Corredores de Seguros (FMBA) en la última asamblea general que se ha celebrado en Mónaco.

Esta asamblea contó con la participación de 10 asociaciones procedentes de 9 países miembros, invitados por la asociación de mediadores monegasca (CMA). Adecose estuvo representada por Blanca Garduño, adjunta a la dirección y por el mismo Juan Ramón Plá.

Desde esta asociación se destaca la presentación de los trabajos desarrollados por las distintas comisiones. Sobre todo, la realizada por Yves Mann de la CMA (Mónaco), en relación al programa EDIcourtage, sistema de intercambio digital (en la línea del Proyecto EIAC). Así como, la efectuada por Juan

Ramón Plá analizando las condiciones para el ejercicio de la profesión en el arco mediterráneo y exponiendo las líneas generales del código de buenas prácticas en siniestros que la asociación está promoviendo en España entre sus socios y las principales aseguradoras del mercado.

Asimismo, se procedió a la votación y aprobación de la solicitud de reincorporación efectuada por Fecor, que se integrará como miembro de la FMBA a partir de la próxima asamblea, que tendrá lugar en noviembre.

Quality Brokers protege piezas bibliográficas en la Feria del Libro



Quality Brokers ha suscrito una póliza de Daños al stand en el que se van a exhibir la “Biblia Moralizada de los Limbourg” de Ediciones Patrimonio.

El seguro cubre los daños que puedan sufrir las obras durante la estancia en la feria así como la RC durante este certamen. Quality Brokers y Patrimonio formalizaron un convenio renovado para el aseguramiento de su colección privada de obras de arte. Se trata de la única empresa que emplea oro de ley en sus realizaciones facsimilares y que estuvo presente en la Feria del Libro de Madrid.

La Asociación Andaluza de Corredores (ACSA) cuenta desde este mes de junio con dos nuevos socios: la correduría Tersibrokers y el corredor Francisco Oviedo Pérez, de Sevilla y Jerez de la Frontera, respectivamente.



ACSA incorpora dos nuevas corredurías

Desde la asociación se indica que “con estas nuevas incorporaciones, se amplía su presencia en las provincias de Sevilla y Cádiz y continúa con su política de extensión en el territorio andaluz.

50

Pelayo cierra un acuerdo de colaboración con Asocex

Pelayo y la Asociación de Corredores Asocex ha puesto en marcha un convenio de colaboración en el que habrá un calendario de actuaciones y palancas comerciales para favorecer las relaciones comerciales entre ambos.



Desde Pelayo se afirma que “queremos ser opción preferente de los asociados”. Por parte de Asocex se ha valorado muy positivamente el acuerdo, por la actitud comprometida de Pelayo con la mediación y especialmente por los corredores.

La firma del protocolo se realizó por Francisco Alcántara, de Asocex, (a la derecha) y por Luis López, director del Canal de Corredores de Pelayo.



Sanitas tiene un programa gratuito de control remoto de la diabetes

Se trata de un plan piloto de apoyo, atención y cuidado personalizado en el que un equipo multidisciplinar compuesto por médicos, enfermeras, nutricionistas y psicólogos, ayuda a los diabéticos a controlar sus niveles de glucosa en sangre, mejorar su estado de salud, detectar y evitar posibles complicaciones, o saber cómo resolverlas en caso de que se produzcan.

La atención de estos profesionales se presta tanto de forma presencial como telefónica y online, y se dirige a clientes diabéticos mayores de edad, ya sean de Tipo I (que precisan insulina inyectada) o de Tipo II (que reciben tratamiento oral o insulina).

Por otro lado, la aseguradora ha firmado acuerdos de colaboración con los Colegios de Mediadores de Seguros de Álava, Guipúzcoa y Zaragoza y Teruel. En el primero de ellos, es una renovación del acuerdo de colaboración que mantienen. Mientras

La aseguradora de Salud **Sanitas** ha puesto en marcha un programa gratuito de atención integral para los pacientes con diabetes para mejorar su calidad de vida.



que en los otros casos, se trata de la firma del acuerdo por primera vez. En él se incluye, entre otros aspectos, la difusión de información relacionada con la compañía de asistencia sanitaria en los distintos canales de la organización colegial, así como la organización de encuentros. Su objetivo es facilitar la labor comercial de los profesionales de la red mediada.

La Junta Consultiva de seguros adopta reducir los efectos automáticos de los movimientos en los ratings



La última Junta Consultiva de la **Dirección General de Seguros**, a la que asistió **Aemes** (patronal del sector de la mediación), ha decidido, por unanimidad de las vocalías, apoyar la iniciativa propuesta por la Administración.

Es decir, la modificación de la Orden Ministerial EHA/339/2007 para reducir los efectos automáticos de los movimientos en los "ratings" y adaptar el régimen de inversiones de las entidades aseguradoras a la realidad de los mercados financieros.

Los colegios profesionales y Aemes potencian la figura del empresario mediador

El XIX Encuentro de Vocales Representantes de **Aemes** (patronal de la mediación aseguradora) en los Colegios de Mediadores de Seguros ha ayudado a estrechar y mejorar la relaciones con los Colegios Profesionales, así como a potenciar la figura del empresario mediador entre el colectivo.



En el encuentro se celebró la jornada: “Empresa Familiar: Retos para salir de la crisis”. En donde se introdujo el tema de la sucesión en la empresa familiar, de gran interés para este sector ya que cuenta con un gran número de empresas familiares.

Según Eduardo Estévez, gerente de la **Asociación de la Empresa Familiar de Castilla y León**, “el tejido empresarial familiar en España es muy relevante si nos comparamos con el resto de países europeos, tanto a nivel cualitativo como cuantitativo”. También resaltó la necesidad de que en la empresa familiar se implante un protocolo de actuación, acordado y firmado por todos los miembros de la familia –incluso por los que no estén integrados en la empresa–, en el que se recoja el procedimiento a seguir cuando llegue el momento de la sucesión del propietario, o estableciendo las normas y criterios para la incorporación a la empresa de los hijos u otros familiares.



Los españoles prefieren los seguros de Vida Riesgo

ICEA, en el informe “El comprador del Seguro de Vida. Estadística año 2011”, señala que los seguros de riesgo siguen siendo los más contratados, con el 54% de las pólizas de nueva producción.

Por su parte, los PPA suponen el 10% de las nuevas contrataciones a nivel total y el 22% de los productos de ahorro. Mientras que los PIAS representan el 9% y 19%, respectivamente. Por lo que se refiere a las primas, estos productos representan a nivel conjunto en ambos casos porcentajes en torno al 21%-23%.

Si analizamos las características de las pólizas de seguros de Vida, según el capital asegurado, podemos observar que el 52% de las pólizas de nueva producción en 2011 tienen un capital asegurado inferior a 18.000 euros y tan sólo el 20% lo tienen superior a 60.000 euros. Respecto al capital medio, el total para el conjunto de la muestra es de 36.200 euros oscilando entre 2.200 para las pólizas con menor capital asegurado y 114.000 para las de mayor.

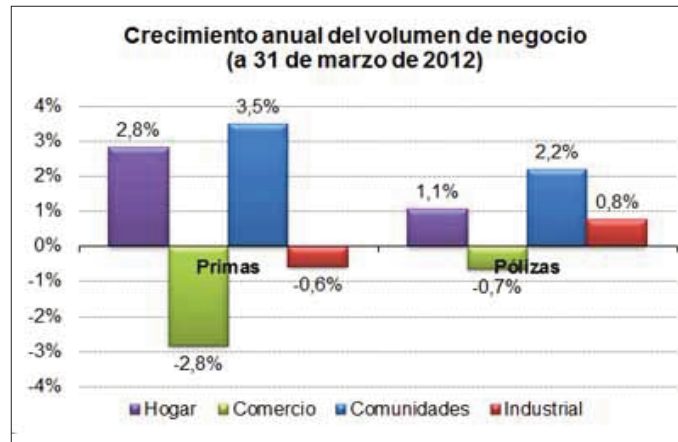
Las primas de Multirriesgos crece un 1,5%

El informe “Los Seguros Multirriesgo. Estadística a marzo. Año 2012” publicado por ICEA, señala que el crecimiento de primas y pólizas de cartera del total de este ramo continúa en línea con periodos anteriores, subiendo a marzo de 2012 un 1,5% y 1%, respectivamente.

Los seguros Multirriesgo se sitúan una vez más en tercera posición en volumen de primas tras Autos y Salud, dentro de los seguros No Vida. Multirriesgos tiene una cuota de mercado del 21,1% del total y un volumen de primas cercano a los 1.797 millones de euros a marzo de 2012.

De todas las modalidades, el mejor comportamiento lo han tenido Hogar y Comunidades. En los primeros tres meses, Comunidades se ha posicionado con la tasa de crecimiento más elevada de primas con un valor próximo al 3,5%. Mientras que en pólizas de cartera de volumen de negocio crece con un tasa del 2,2%. Respecto a la siniestralidad, en líneas generales, se sitúa en ratios alineados con periodos sin incidencia de fenómenos atmosféricos destacables. En función del canal, es “Otros canales” el que presenta ratios superiores, en términos de siniestralidad técnica y coste medio por siniestros, mientras que el canal de agentes y corredores es el que presenta una frecuencia siniestral y coste medio por póliza más elevado.

Finalmente, señalar que, en términos generales las anulaciones no sufren grandes variaciones, situándose en torno al 20% de las pólizas expuestas para Comercio, Industrial y otros Multirriesgos, y del 10% para Hogar y Comunidades.



La aseguradora de Protección Jurídica DAS Internacional ha presentado el “Programa Partners”, que tiene como objetivo apoyar a los mediadores más comprometidos con la compañía.



DAS se compromete con la mediación

Se trata de un programa que ofrece herramientas útiles para incrementar su productividad. Además, la compañía facilita al corredor la posibilidad de acceder de forma directa a los miembros del equipo directivo de DAS. Una vía de contacto que permitirá canalizar las aportaciones de los mediadores, quienes con su experiencia y conocimiento permite la mejora continua en productos y servicios.

El lanzamiento de la acción cuenta ya con la participación de 77 mediadores.

Ribé Salat regala el seguro a los que compran un scooter de "rueda alta"

La empresa [Servicover](#), perteneciente a [Ribé Salat Broker](#) ha firmado un acuerdo con [Peugeot Scooters](#) para ofrecer el seguro de 2012 de regalo a las personas que compran un scooter de la gama "Rueda Alta".



En concreto, podrán beneficiarse de esta campaña las personas, mayores de 25 años, que adquieran los modelos Tweet125, LXR125 y Geopolis 300, en todas sus versiones. Los seguros que regalan los concesionarios son de la compañía [Allianz](#) e incluyen asistencia en viaje. [Servicover](#) prevé firmar en 2012 más acuerdos de este tipo con otras compañías del sector del motor.

Por otro lado, el broker [Ribé Salat](#) está colaborando un año más con la [Fundación Recover](#)

[Hospitales para África](#). La correduría ofrece un seguro gratuito a los médicos y voluntarios que viajan al continente africano a realizar proyectos para fomentar la profesionalización del sector sanitario y facilitar el acceso a la salud en las zonas más desfavorecidas. Asimismo, asegura gratuitamente el transporte hacia África de material y equipos médicos.

[Ribé Salat](#) también cubre el seguro de transporte y sanitario de los pacientes de los hospitales africanos que tengan que desplazarse a España para seguir algún tipo de tratamiento médico en centros hospitalarios españoles. Este traslado incluye a los familiares que viajen con ellos.

54

Grupo Mayo crece un 4,13% en el primer cuatrimestre del año

[Grupo Mayo](#) ha celebrado su segunda reunión técnica de gestión de 2012 en la que se mostraron los resultados a cierre del primer cuatrimestre. En ellos se destaca el crecimiento interanual del 4,13%.

En la apertura [Jaime Carvajal](#) presentó a las nuevas incorporaciones. Mientras que en las mesas de trabajo con los representantes de [Generali](#), [Reale](#) y [Axa](#) se analizó la evolución del negocio, novedades de productos y las campañas para el próximo semestre. Además se habló de la evolución de la actual campaña comercial que mantiene el Grupo con la compañía [Arag](#).

La jornada finalizó con un comité de dirección con los directores de las oficinas en la que se establecieron varias líneas de negocio nuevas.





Se crea una herramienta online para evidenciar las 'malas prácticas' en el sector asegurador

El grupo de 'Profesionales Españoles del Seguro' (PES) está trabajando en la creación de una herramienta 'online' que ponga en evidencia las 'malas prácticas' en el sector asegurador.



Asefa presenta su oferta de Salud a los corredores de Lleida

Asefa Seguros ha presentado su oferta de seguros de Salud a los representantes de 25 corredurías de la provincia de Lleida.

En el mismo acto, la aseguradora hizo un breve repaso de la situación de la sanidad privada en España y dio su visión de la evolución que tendrá el sector a corto plazo. José María Teixeira, director de Salud, Vida y Decesos de la aseguradora, durante su presentación, hizo hincapié en la creciente importancia de la medicina preventiva.

Se tratará de una herramienta que se denunciará la 'mala praxis' con independencia de quién sea el culpable. "No se trata de defender los intereses de la mediación, no es una herramienta contra nadie (salvo con quienes hagan malas prácticas) y sí a favor de alguien (del cliente, del asegurado). Se quiere obtener un conocimiento preciso del mercado, para aportar claridad, evitar la 'impunidad' y dar valor a la capacidad de elección del cliente", según se recogen en las conclusiones del encuentro.

Las premisas de funcionamiento de esta herramienta online serían la utilización de medios electrónicos y la automatización de procesos de reclamación (incluso con la creación de plantillas de reclamaciones para su fácil cumplimentación). El servicio se sufragaría de forma voluntaria, y con un coste fijo, por los profesionales interesados en prestar este servicio de valor añadido a sus clientes.

Otro de los debates de la jornada del 21 de mayo, se centró en los 'Riesgos en procesos de concentración, con especial atención a LOPD'. Juan Zabía, abogado del Estado y experto en LOPD, constató que "el uso de la información de recibos bancarios obtenida mediante investigación por las entidades bancarias para ofertar productos aseguradores de su operador de bancaseguros es sancionable".

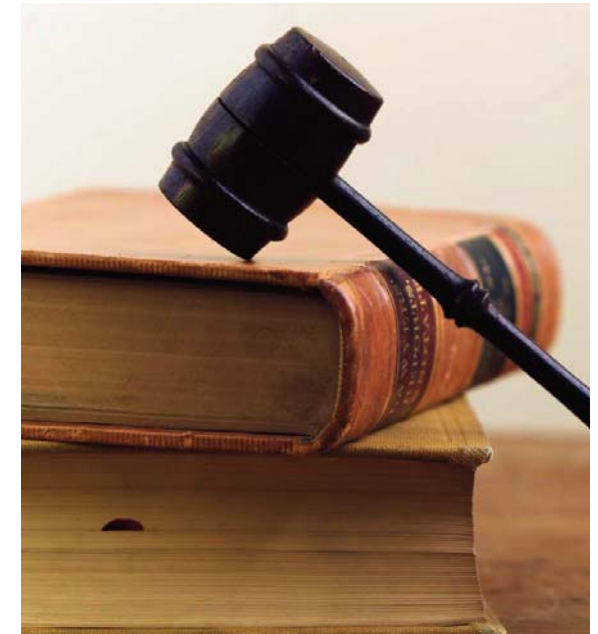
Por último, en las conclusiones, que se ha previsto entregarlas a las diferentes organizaciones e instituciones del sector, también se defendió la inclusión de la figura del 'mediador' en la LCS.

En la web redesyseguros.es, creada para dar soporte al grupo y al 'EncuentroPES', se puede acceder a las diferentes ponencias (tanto a los textos PDF, como a los archivos de sonido).

Depsa presenta en el Colegio de Navarra las novedades en protección jurídica para arrendadores y empresas

Depsa, aseguradora de protección jurídica del Grupo Catalana Occidente, ha celebrado una jornada sobre protección jurídica en el Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra. En ella, el abogado Ignacio Mas ha hablado de las novedosas coberturas que se ofrecen en los productos de arrendador y de empresa.

Asimismo, se ha constatado las ventajas de contratar un seguro de Protección Jurídica en una entidad especializada. La más relevante, según los participantes, sería que al facilitar el acceso a la justicia, el cliente podrá defender mejor sus derechos hasta el final.



56



Doce corredurías de seguros de Asturias se asocian para ser más competitivas

La Asociación de Corredores de Seguros de Avilés y Comarca, que integra a doce empresas de la zona con el 80% del negocio de la comarca, "se ha creado para poder competir con las grandes empresas", según afirma su presidente, Víctor Manuel González.

Las doce empresas que integran esta asociación tienen confianza en poder competir con las grandes compañías, "que están realizando una oferta basada únicamente en el precio. Pero luego, cuando hay un problema, te encuentras con pólizas mal contratadas y problemas de falta de coberturas", dice González.



Esperanza Aguirre destaca la importancia de los seguros

Esperanza Aguirre, presidenta de la Comunidad de Madrid, ha destacado la importancia del sector seguros en la economía.

Estas declaraciones las ha realizado durante el acto que el **Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid** ha organizado para entregar la medalla de oro a la colegiación a José Antonio Segurado. Una distinción, que reconoce sus 50 años de trayectoria profesional.

José Luis Nieto, presidente de esta institución, dijo que “Segurado es un ejemplo de lealtad y compromiso con nuestra institución, que, sin duda, debe ser una motivación extra para los mediadores que todavía estamos en activo”.

José Antonio Segurado repasó su extensa trayectoria profesional a nivel asegurador y político marcada por “la transparencia, la ética empresarial y la solidaridad”. Segurado se definió ante todo como “vendedor de seguros”, profesión a la que ha dedicado su vida, por lo que declaró sentirse muy orgulloso.



Por último, Esperanza Aguirre cerró el acto destacando la valía de Segurado a nivel político y, como no, asegurador. Aguirre, tras recordar sus antecedentes familiares en la mediación (su abuelo fue el fundador de la que fue primera correduría española, Gil y Carvajal), no dudó en destacar la importancia del sector Seguros para la Economía de España.

Por otra parte, el Colegio de Madrid ha contado con la aseguradora **Reale** para organizar una jornada sobre ‘IRPF y Tributos en las empresas de mediación en seguros’. La conferencia pretende que los profesionales de la mediación conozcan qué futuro les espera después de la reforma laboral puesta en marcha.

Por tercer año consecutivo, **DKV seguros** ha renovado el Protocolo de Colaboración con el **Colegio de Mediadores de Seguros de Cáceres**.

DKV renueva como “Compañía Amiga” del Colegio de Cáceres

Esta entidad tiene firmado un acuerdo con los colegiados para ofrecerles un seguro de Salud exclusivo y con una tarifa muy competitiva, a la cual se están adhiriendo cada año nuevos miembros. La renovación del acuerdo fue firmada por el director Territorial de DKV, Antonio Macías y el presidente del Colegio, Francisco José García.





La compra de **Groupama** España supondrá para **Catalana Occidente** pasar del puesto 10 del ranking al número 6. Además, permitirá consolidar la distribución a través de mediadores. Tras la compra, el 23,8% del negocio vendrá por corredores.

Catalana Occidente **refuerza el canal de corredores** con la compra de **Groupama España**

Francisco José Arregui, director general de Catalana Occidente, se ha mostrado "muy satisfecho" por esta operación, que mejorará la posición competitiva de la entidad en el mercado español y aumentará su potencial de crecimiento y rentabilidad en todos los ramos. En Automóviles pasa del puesto 11 del ranking al 5; en Multirriesgos, del 4 al 2; en el conjunto de No Via del 5 al 4; y en Vida, del 13 al 12. "Estamos convencidos de que estamos aprovechando una oportunidad de mercado excelente para dar un salto cualitativo y cuan-

titativo", ha asegurado Arregui, puesto que se trata de una entidad "rentable y solvente, que tiene una cartera equilibrada".

Catalana Occidente cerró el 19 de junio la compra por 404,5 millones de euros. La operación se ha estructurado de forma que Catalana Occidente adquiere el 49% de Groupama Seguros, mientras que Inocsa -accionista mayoritario de Catalana Occidente, se hace con el 51%, que podrá ceder a Catalana Occidente transcurridos tres años. Para que se culmine la operación solo queda el visto bueno de la DGSFP y la autorización de la Comisión Nacional de la Competencia. Por eso, Arregui cree que "será efectiva en el cuarto trimestre de 2012".

58

Pelayo y Espabrok fortalecen su relación comercial

Pelayo Seguros y la Asociación de Corredurías **Espabrok** han firmado un convenio de colaboración.

De esta forma, según Fernando Castellano, director gerente de Espabrok, "se refuerza el modelo relacional que ambas entidades mantenemos desde hace tiempo. Pelayo nos aporta su especialización en Autos y otros riesgos en particulares".

Por su parte, Luis López, director nacional del Canal de Corredores de Pelayo, dice que "somos una compañía con buena imagen de marca y reconocida por nuestra calidad de servicio al cliente. Queremos ser la primera opción en Espabrok y establecer una acción comercial estable con todos sus asociados".





Gestión del riesgo en la empresa familiar

Las políticas de precio de la competencia y los recortes de las Administraciones Públicas son los riesgos que más preocupan a las empresas familiares de Cantabria, según el estudio presentado en la jornada organizada en Santander por Marsh y la Asociación Cántabra de la Empresa Familiar (Acefam) en colaboración con el Ayuntamiento de Santander.

de los entrevistados), respecto a las que existe una importante dependencia por parte de las empresas familiares de Cantabria. En tercer lugar se sitúa el marco regulatorio, especialmente el fiscal y el laboral, que representa una amenaza para el 30% de las empresas encuestadas. Por el contrario, las principales fortalezas de su empresa son su imagen y reputación, sus productos, la capacidad de sus recursos humanos y la diversificación.

Sorprende que no se tiende a cuantificar el impacto que los riesgos que podrían tener en la cuenta de resultados ni se adoptan medidas para gerenciarlos. El seguro de Responsabilidad Civil general y el de Daños son los más contratados por las empresas (ambos, en 94% de los casos) junto con el seguro de Transportes (contratado por el 61%). A estos le siguen el de Accidentes y Vida para directivos y empleados.

Según el I Estudio sobre la Gestión del riesgo en la Empresa Familiar de Cantabria, elaborado por Marsh, 8 de cada 10 empresas familiares de la Comunidad ven en la competencia su principal amenaza para crecer, seguida de la falta de crédito de sus clientes y de la situación financiera de las Administraciones Públicas (45%

Antoni Godoy, elegido presidente del Consejo de Colegios catalanes

El Consejo de Colegios de Mediadores de Seguros de Catalunya ha elegido a Antoni Godoy como nuevo presidente de este organismo autonómico que agrupa a los cuatro colegios catalanes.

Entre sus haberes está que, durante su anterior etapa como presidente de dicho organismo ente (2004-2006), se creó la web corporativa del Consell y se acordó la realización, con carácter bienal, de las Jornadas del Consell.



Puntoseguro.com correduría especializada en seguros de Vida por Internet, ha revelado que el capital medio cubierto en 2011 en las pólizas distribuidas a través de su comparador fue de 115.000, más de tres veces superior al capital medio de 36.200 euros que informa ICEA para el mercado total.

El capital medio de Vida Riesgo contratado en Internet triplican a los contratados offline

En realidad, la estructura de las pólizas en Internet es opuesta a las vendidas por otros canales ya que casi un 80% de las pólizas cubren capitales superiores a 60.000 euros. En palabras de Juan Betés, subdirector de la correduría, “nuestro target, o cliente tipo es un hombre o mujer que vive en núcleos urbanos, con estudios medios o superiores y que cuenta una edad media superior a los 40 años. Este perfil se traduce en un mayor poder adquisitivo que la media. Más del 10% de las pólizas contratadas tienen una prima anual superior a 600 euros”.



La alianza Ars Insurance agrupa a siete corredurías valencianas para ser mas fuertes



Siete corredurías de seguros de la Comunitat Valenciana han constituido la firma **Ars Insurance** para ser mas fuertes. Sus socios mantendrán su independencia mercantil, pero

tendrán los servicios administrativos y de gestión bajo esta alianza. Maciste Argente es el máximo responsable de ella.

La nueva entidad está constituida por Argente Gestión de Riesgos, Ferrándiz & Mocholí, Grupo Quílez, Juan José Gómez, Mássera Consulting, Ruiz Domínguez y Segurcruanyes y se plantea liderar el negocio de las corredurías de seguros en la Comunitat Valenciana, altamente atomizado. De esta forma, se establecerá conjuntamente unas pautas de trabajo con las que negociar con las compañías de seguros para conseguir unos mejores criterios profesionales y económicos.

PymeSeguros.com

PORTADA

NOTICIAS

EN PROFUNDIDAD

FINANCIACIÓN

CORREDORES DE SEGUROS

CONÓCEMOS

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



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

Noticias del sector

Revista

A fondo

Consultoría Legal

twitter

facebook

Linked in

Aon alerta sobre los riesgos derivados de la protección de datos



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



Suscribirse gratis a la revista
Descargar N° 10 en PDF

[Leer más...](#)



INFORMACIÓN RELEVANTE PARA
PYMES Y AUTÓNOMOS

A DIARIO

Accede a las noticias que te
interesan en:

WWW.PYMESEGUROS.COM





La finalidad última de la

Uso del vehículo para cometer delitos dolosos

Aunque parece obvio que el seguro no cubre actos dolosos, la sala 2ª del Tribunal Supremo mantiene una jurisprudencia vacilante en este sentido. Se justifica diciendo que la finalidad última de los seguros de Responsabilidad Civil es la protección de las víctimas.

RC es la protección de las VÍCTIMAS



62

No parece razonable que tenga cabida en el seguro la cobertura de los actos dolosos de los asegurados ni de las personas por las que éstos deban responder. Amparar hechos intencionados de los asegurados va en contra de la licitud de los contratos, de los principios del seguro —no existe el alea que es consustancial al contrato de seguro— y, además, se excluyen

expresamente en las pólizas. Sin embargo, la jurisprudencia de la Sala 2ª del Tribunal Supremo que, por razones obvias al tratarse de delitos, es la Sala que más se ha pronunciado sobre esta materia, ha mantenido una jurisprudencia vacilante durante muchos años. En líneas generales, ha dado cobertura a estos supuestos, basándose, fundamentalmente, en que la finalidad úl-

tima de los seguros de responsabilidad civil es la protección de las víctimas. Así lo puso de manifiesto en el Pleno de 6 de marzo de 1997, al señalar que: “las sentencias condenatorias por delitos dolosos o culposos cometidos con vehículo de motor que determinen responsabilidad civil para las víctimas, deben incluir la condena a la entidad aseguradora dentro de los límites del seguro obligatorio, siempre que el daño se haya ocasionado con motivo de la circulación”.

Esta posición la ha mantenido, incluso, después de la modificación en el año 2000, del artículo 1 de la Ley de Responsabilidad Civil y Seguro en la Circulación de Vehículos a Motor (LRCSCVM), cuyo apartado 4º se redactó del siguiente modo: “(...) En todo caso, no se considerarán hechos de la circulación los derivados de la utilización del vehículo a motor como instrumento de la comisión de delitos dolosos contra las personas y los bienes”.

La aseguradora debe asumir los daños producidos por dolo eventual de su asegurado

Pese a esta modificación legislativa, no fue hasta el Acuerdo nº 1/2007 de la Sala General de la Sala 2ª del Tribunal Supremo, de 24 de abril de 2007, cuando se puso fin a esta jurisprudencia vacilante y que, en buena medida, interpretaba de una forma muy particular el citado artículo 1.4 de la LRCSCVM. Este acuerdo establecía lo siguiente: “No responderá la aseguradora, con quien se tenga concertado el seguro obligatorio de responsabilidad civil, cuando el vehículo de motor sea el instrumento directamente buscado para causar daño personal o material derivado del delito. Responderá la aseguradora por los daños diferentes de los propuestos directamente por el autor”.

Aunque de este acuerdo falta por despejar algunas dudas (pues parece que sólo quedan fuera los daños directos inten-

cionados -dolo directo de primer grado- pero no aquellos daños superiores a los deseados), al menos, ha servido para clarificar y poner algo más de sensatez a esta cuestión. A raíz de este acuerdo, se han dictado sobre esta cuestión varias sentencias de la Sala 2ª que consideran, en general, que no responde el seguro concertado cuando el vehículo es el instrumento directamente buscado para causar el daño personal o material.

El juez civil también puede valorar hechos delictivos

Curiosamente, la última sentencia del alto tribunal sobre esta cuestión la ha pronunciado la Sala 1ª que, como ya hemos indicado, por razones obvias, no es normal que se pronuncie sobre delitos dolosos. En la [Sentencia de la Sala 1ª del Tribunal Supremo de 9 de marzo de 2012](#), trata sobre un atropello intencionado por parte del conductor de un vehículo que se da a la fuga.

Por tratarse de un conductor desconocido, tras el sobreseimiento de la causa penal, se interpone una demanda contra el Consorcio de Compensación de Seguros, en virtud del artículo 11 de la LRCSCVM, que establece la responsabilidad de esta entidad pública en estos supuestos. En él se indica que corresponde al Consorcio de Compensación de Seguros, dentro del ámbito territorial y hasta el límite cuantitativo del aseguramiento obligatorio, indemnizar a quienes hubieran sufrido daños en sus per-

La aseguradora no responderá por los daños directos intencionados de su asegurado, pero sí por aquellos daños superiores a los deseados



La Ley dice que no se considerarán hechos de la circulación los derivados de la utilización del vehículo a motor como instrumento de la comisión de delitos dolosos contra las personas y los bienes

sonas, por siniestros ocurridos en España, en aquellos casos en que el vehículo causante sea desconocido.

Tanto la sentencia de primera instancia como la de la Audiencia Provincial de Valencia, desestimaron las pretensiones del actor, alegando, en síntesis, que se trata de un hecho doloso. Por tanto, está fuera de cobertura del ámbito circulatorio, pues se utilizó el vehículo a motor como instrumento para la comisión de un hecho delictivo.

Sin sentencia, no hay exclusiones

La parte recurrente, en su recurso de casación, alega que las exclusiones contenidas en los artículos citados 1.4 de la LRCSCVM y 3.3 del RD 7/2001 -en cuya virtud, no son hechos determinantes de responsabilidad civil de la que deba hacerse cargo la aseguradora aquellos en que se utilizó el vehículo a motor como instrumento para la comisión de un delito doloso-, no resultan de aplicación a supuestos como el aquí enjuiciado. En él tan solo se acordó el sobreseimiento provisional de la causa criminal y no se llegó a dictar sentencia firme de condena penal. A su juicio esta condena constituye un requisito imprescindible para que puedan operar en vía civil las referidas exclusiones. Sin ella, el juez civil no puede entrar a valorar aspectos



que exceden de su competencia como la existencia o no de delito doloso y su tipificación. Solo está autorizado a apreciar la existencia de dolo civil en los términos del artículo 19 de la Ley del Contrato de Seguro. Con carácter subsidiario y con apoyo en la jurisprudencia de la Sala Segunda, argumenta que, incluso de no considerarse imprescindible tal condena firme penal, las citadas ex-

clusiones tampoco serían de aplicación a un supuesto como el enjuiciado en el que los daños personales se produjeron con ocasión de la circulación de un vehículo a motor.

La Sala 1ª, en este tema, suponemos que debido a la especialidad, es escrupulosa con el acuerdo adoptado en el pleno no jurisdiccional de 24 de abril de 2007 de la Sala 2ª, remitiéndose al mismo para desestimar las pretensiones del recurrente.

Debo destacar esta postura de la Sala 1ª, de aplicar, aunque no sea vinculante para ella, el acuerdo de la Sala 2ª, porque pone de manifiesto con esta decisión la voluntad de la misma de mantener una posición unificadora por parte de todas las Salas del Tribunal Supremo, cuestión que en más de una ocasión ha mantenido la propia Sala 1ª, en temas propios, como asuntos relacionados con la responsabilidad civil.

*JOSÉ ANTONIO BADILLO ARIAS
Delegado Regional de Madrid del
Consortio de Compensación de Seguros*

fisioestudio

Centro de Terapia Manual Avanzada

FISIOTERAPIA Y OSTEOPATÍA
TERAPIA MIOFASCIAL
FISIOTERAPIA DEPORTIVA
TRAUMATOLOGÍA Y REUMATOLOGÍA
FISIOTERAPIA PRE Y POST PARTO
FISIOTERAPIA INFANTIL
FISIOESTÉTICA
DEPILACIÓN LASER

Los Nogales, 7 (entrada Doctor Vallejo Nágera)
28005 Madrid

Cita previa: **91 576 70 04**

www.fisioestudio.com





La Responsabilidad Social Corporativa forma parte de la estrategia de negocio y visión de Eos Risq desde el inicio de su actividad. Su consejero delegado, Enrique Schoch, dice que “tenemos el compromiso activo de hacer que nuestra actividad como empresa genere beneficios económicos, sociales y ambientales, a través de la eficacia y la calidad, siendo éticamente responsables”.

Su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), según Enrique Schoch, “está basada en los valores de nuestra compañía: la rentabilidad mediante la creación de valor a nuestros accionistas; un decidido compromiso con la calidad y profesionalidad de todo lo que realizamos; la satisfacción de nuestros clientes, empleados y colaboradores; y la responsabilidad en sus dimensiones humana, social y medioambiental. Las corredurías de seguros son un componente más del empresariado español y, como tal, su participación en RSC es similar al resto de las empresas. Siempre se puede y se debe estar más concienciado”.

Schoch está convencido de que los corredores tienen que participar en estas acciones. “Todas las empresas, del tipo que sean, venden sus productos o servicios a sus clientes y obtienen un beneficio. Por eso, es justo que se devuelva una parte de ese beneficio a la sociedad, a través de organizaciones que se involucran en el cuidado de los sectores más desfavorecidos. En este momento, estas necesidades han aumentado claramente debido a la crisis que padecemos”.

La RSC forma parte de la estrategia de negocio



Las iniciativas de acción social en las que colaboramos no solo surgen desde la empresa como tal, sino también desde nuestro equipo de personas

Ayudar a los mas desfavorecidos

A la hora de buscar proyectos siempre eligen aquellos que de verdad ayuden a los colectivos mas desfavorecidos de nuestra sociedad. La estrategia de Eos Risq España se materializa en diversos ámbitos de actuación y ayudan a distintos grupos de interés. Está la protección de la infancia, a la tercera edad, aten-

ción y ayuda a los desfavorecidos y protección del medioambiente. Enrique Schoch explica que “quizás la acción

más notable y de mayor repercusión sea la organización anual de un Torneo de Padel benéfico con el objetivo de recaudar fondos a favor de Aldeas Infantiles SOS. Desde el año 2005, gracias a la colaboración de las numerosas aseguradoras, hemos podido contribuir en el desarrollo de los proyectos que **Aldeas Infantiles** tiene en Granada (2005), Guatemala (2006), Pachamac (Perú, en 2007), San Lorenzo del Escorial (2008), Cuenca (2009), Juigalpa (Nicaragua, en 2010) y Jocotán (Guatemala, en 2011). Ya estamos empezando a organizar el VIII Torneo de Padel, que tendrá lugar en el mes de octubre”.



Las corredurías de seguros son un componente más del empresariado español y, como tal, su participación en RSC es similar al resto de las empresas

Por otro lado, colaboran anualmente con el **Banco de Alimentos de Madrid** a través de la colecta en sus oficinas de alimentos con destino a distintas entidades benéficas, residencias, comedores sociales, albergues... que ayudan de forma desinteresada a los más desfavorecidos. En lo que se refiere a la Tercera Edad, también contribuyen con la **Sociedad Municipal de Asistencia Sociedad de Mayores de Sevilla** en la realización de eventos para la tercera edad.

En cuanto al medio ambiente, la gran inversión en tecnología les permite ahorrar energía y evitar o disminuir en un porcentaje importante su consumo de papel.

Implicación total de la plantilla

El consejero delegado de Eos Risq España comenta que “las iniciativas de acción social en las que colaboramos no solo surgen desde la empresa como tal, sino también desde nuestro equipo de personas. Por ejemplo, recientemente hemos apoyado a dos empleadas nuestras que, como iniciativa personal, organi-

zaron el 7 de junio una cena benéfica en un hotel de Barcelona para recaudar fondos para luchar contra la leucemia a favor de la **Fundación José Carreras**. Y ya es el segundo año consecutivo que tiene lugar este evento”.

Gracias a la puesta en marcha de estas iniciativas, Enrique Schoch dice que “podemos sumar los fondos que recaudamos a nuestra contribución monetaria que, aunque para nosotros sea importante, es lamentablemente siempre inferior a lo que se necesitaría para sacar adelante los proyectos en los que nos gustaría involucrarnos. Sin embargo, teniendo en cuenta que aquí en España somos una empresa con un número reducido de empleados, es mucho, muchísimo, el esfuerzo personal que todo el equipo dedica en tiempo e ilusión en la organización y desarrollo de todos estos eventos”.

A cambio obtienen muchos beneficios. “Sobre todo, la satisfacción de poder contribuir, aunque sea en una pequeña parte, a una buena causa en la que creemos. Esa es la mayor recompensa de todas”.

Segurauto

AVANZANDO con el cliente



El corredor de seguros no puede vivir de espaldas a la realidad del mercado, donde las costumbres del cliente están cambiando muy deprisa. Por eso, una serie de profesionales del sector han decidido crear una correduría especializada en la venta de seguros de Automóviles por Internet. La innovación que ofrecen es que, además del servicio online, se pone en valor la aportación profesional de los corredores, traducida en calidad y vocación de servicio.



68

Segurauto es una correduría especializada en la distribución de seguros de Automóviles, que estará plenamente operativa en el cuarto trimestre del 2012. Un proyecto que surge, según cuenta Begoña Pasamontes, responsable de Comunicación, “como consecuencia del proceso de reflexión de un colectivo de corredores de seguros sobre el papel que la mediación profesional debía de jugar en la nueva economía digital. A esta idea se sumaron profesionales y emprendedores de distintos ámbitos, contribuyendo al diseño de su estrategia y plan de negocio”.

En Segurauto se pone a disposición de los internautas una plataforma tecnológica que combinará la inmediatez de la contratación online con un servicio postventa que garantizará una atención personalizada articulada a través de un modelo de inter-

acción multinivel en el que el cliente decide cómo y cuándo accede al servicio.

Una buena acogida en el sector

Aunque aún no está en el mercado, ya goza de “una acogida positiva a nivel sectorial. Para el corredor es muy bueno que uno de los suyos, se abra hueco en un espacio de oferta multimarca dominada al día de hoy por el concepto ‘sólo precio’ y ponga en valor la aportación profesional traducida en calidad y vocación de servicio. Para las aseguradoras, es bueno que el canal de corredores llegue al mercado de Internet pensando en el cliente con ideales de fidelización, de estabilidad en el negocio, de aportación de valor. Para el sector son imprescindi-

¿Quiénes están detrás de Segurauto?

Segurauto es la iniciativa de un grupo de empresarios corredores de seguros españoles.

El corazón de esta iniciativa estratégica lo representa E2000, como sociedad de servicios propiedad de corredores, y Cicomed, como sociedad de inversión colectiva creada para impulsar el proyecto y en la que se integran más de un centenar de corredores individualmente.

Su responsable de Comunicación, Begoña Pasamontes, dice que “el plan de negocio diseñado para Segurauto dibuja un modelo de empresa en la que la innovación, creación de empleo y radicación le han puesto en el foco de atención de la sociedad de capital riesgo pública del Principado de Asturias (SRP) que ha apostado por invertir en Segurauto de forma estratégica desde la óptica socio-económica. Por otro lado, está Axa Seguros, inversor, respaldo financiero a un proyecto estratégico de canal desde el mas absoluto respeto a la independencia y objetividad operacional de los promotores. Por último, TQM Inventa es una empresa del sector de la publicidad, de la multimedia, del branding digital, que aporta experiencia y conocimiento en un ámbito determinante para el comercio electrónico y el desarrollo de la marca Segurauto en Internet”.

Como en cualquier empresa, existe un ámbito propio societario de retorno de la inversión en el capital, siempre sujeto al resultado del desarrollo y éxito del plan de negocio. Adicionalmente y dadas las especiales características de Segurauto como proyecto están previstos beneficios adicionales por la participación profesional del corredor en el modelo de interacción multinivel y también a través de otras actuaciones que producen importantes niveles de sinergia.



Se pone a disposición de los internautas una plataforma tecnológica que combinará la inmediatez de la contratación online, con un servicio postventa de atención personalizada

bles iniciativas en la Red que se desmarquen de la dinámica de someter el interés del consumidor a una permanente subasta por el precio. Segurauto representa una alternativa a estos modelos de negocio”, señala Pasamontes.

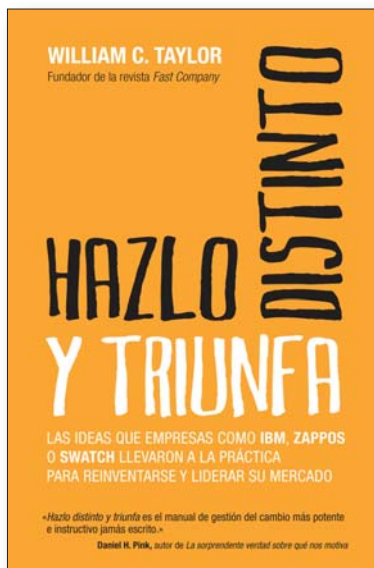
Su principal objetivo es presentar una opción distinta para el consumidor de Internet. “El mercado asegurador está dejando de estar dominado por el vendedor y pasará, muy rápido, a estarlo por el consumidor”, explica la responsable de Comunicación de Segurauto.

Se llega a Internet pensando en el cliente, con ideales de fidelización, de estabilidad en el negocio, de aportación de valor

Internet será clave en el futuro

Begoña Pasamontes afirma que “Internet será clave en el futuro. El corredor de seguros no puede vivir de espaldas a la realidad de un cliente cuyas costumbres están cambiando muy deprisa. Es necesario prepararse para estar mental y operativamente en este nuevo escenario de negocios”.

“Un comprador no pasa a ser cliente hasta que no le conocen por su nombre. En Segurauto queremos ser diferentes, queremos tener clientes”, explica Pasamontes.



Hazlo distinto y triunfa

Las ideas que empresas como IBM o Swatch llevaron a la práctica

Charles Taylor

Ediciones Gestión 2000
Libro impreso (rústica con solapas): 19,95 €

A menudo, una idea puede parecer excesivamente radical o incluso descabellada pero, con frecuencia, es justo lo que su empresa necesita. En una época de competencia feroz y profundas recesiones, las empresas no pueden permitirse seguir haciendo las cosas como han hecho hasta ahora. Pero ¿cómo considerar nuevas propuestas cuando existe tanta presión por conseguir resultados inmediatos? Este libro explica cuáles son los mejores métodos para llevar a cabo un proceso de cambio que garantice un retorno inmediato. Si usted o su empresa necesitan cambiar para seguir siendo competitivos, éste es su manual de referencia.



Una mochila para el universo

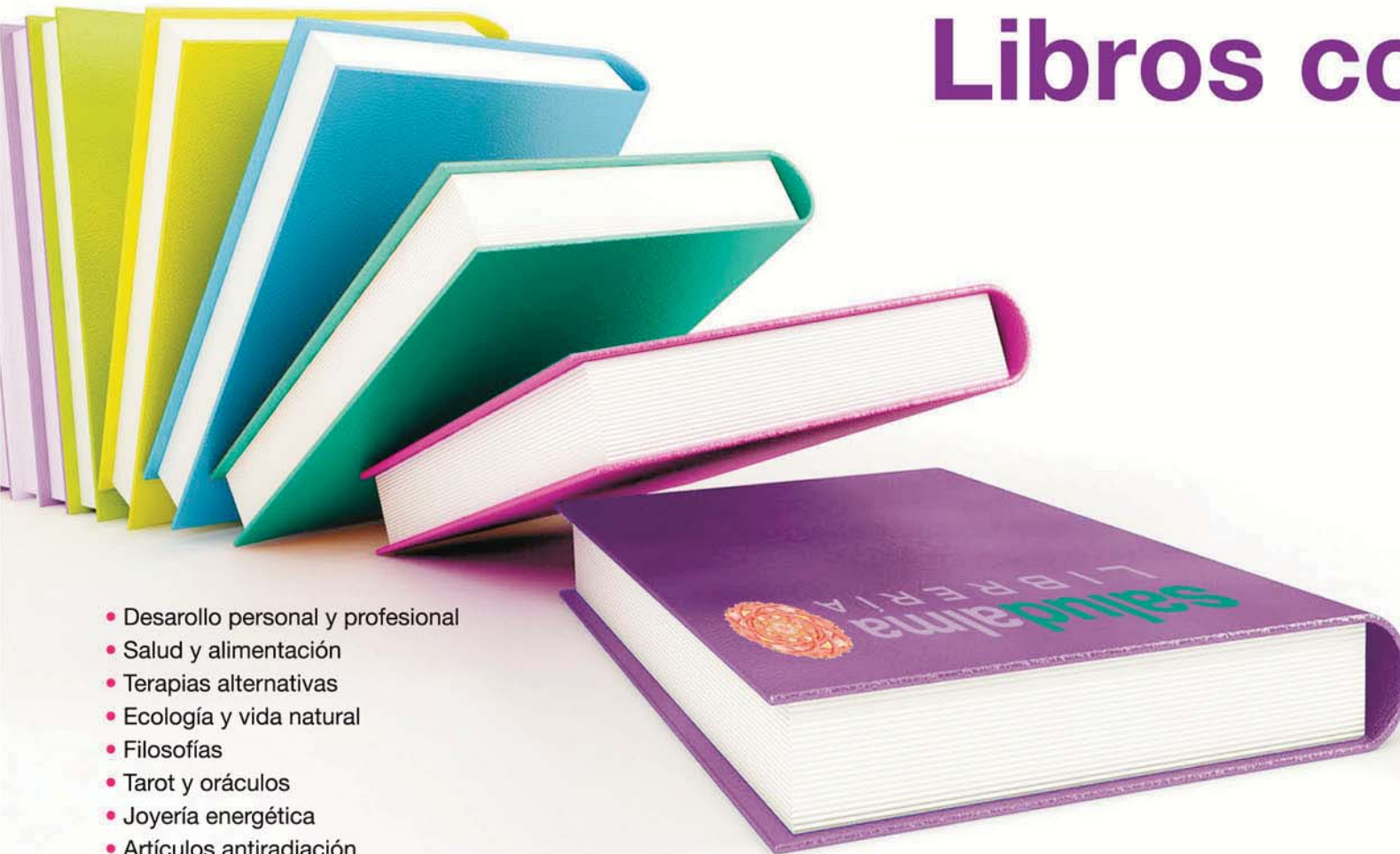
21 Rutas para convivir con nuestras emociones

Elsa Punset

Editorial: Destino
Libro impreso
(rústica con solapas): 18,90 €
Libro electrónico (Epub):
13,99 €

Elsa Punset ha concebido este libro como una «pequeña guía de rutas variadas» que transitan por la geografía de las emociones humanas con el propósito de comprender más fácilmente lo que nos rodea, reconocer la importancia de nuestras relaciones con los demás, descubrir que es mucho más lo que nos une que lo que nos separa, encontrar formas eficaces de comunicarnos, gestionar la relación entre el cuerpo y la mente, potenciar el caudal de alegría que encerramos, organizarnos para lograr fijar y cumplir nuestras metas y ayudar al cerebro humano a contrarrestar su tendencia innata «a la supervivencia miedosa y desconfiada».

Libros con Alma



- Desarrollo personal y profesional
- Salud y alimentación
- Terapias alternativas
- Ecología y vida natural
- Filosofías
- Tarot y oráculos
- Joyería energética
- Artículos antirradiación
- 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

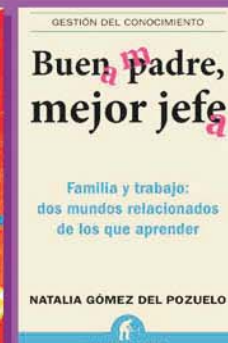
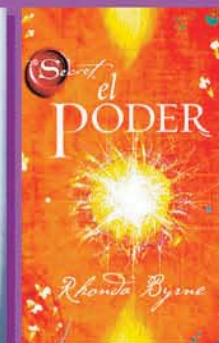
ENVÍOS A TODA ESPAÑA
(Correos o Mensajería)

PAGO

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

Síguenos en

facebook.



PymeSeguros

Revista online para corredores y correduñas



Información especializada

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

Dirigida a corredores

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

Buscamos la participación

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

SUSCRIPCIÓN **GRATUITA**
A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA WEB
WWW.PYMESEGUROS.COM