

PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

NÚMERO 18 OCTUBRE 2012

www.pymeseguros.com

Punto de encuentro

La internacionalización es una oportunidad de negocio para los corredores

Mas a fondo

Las pymes impulsan el negocio de D&O

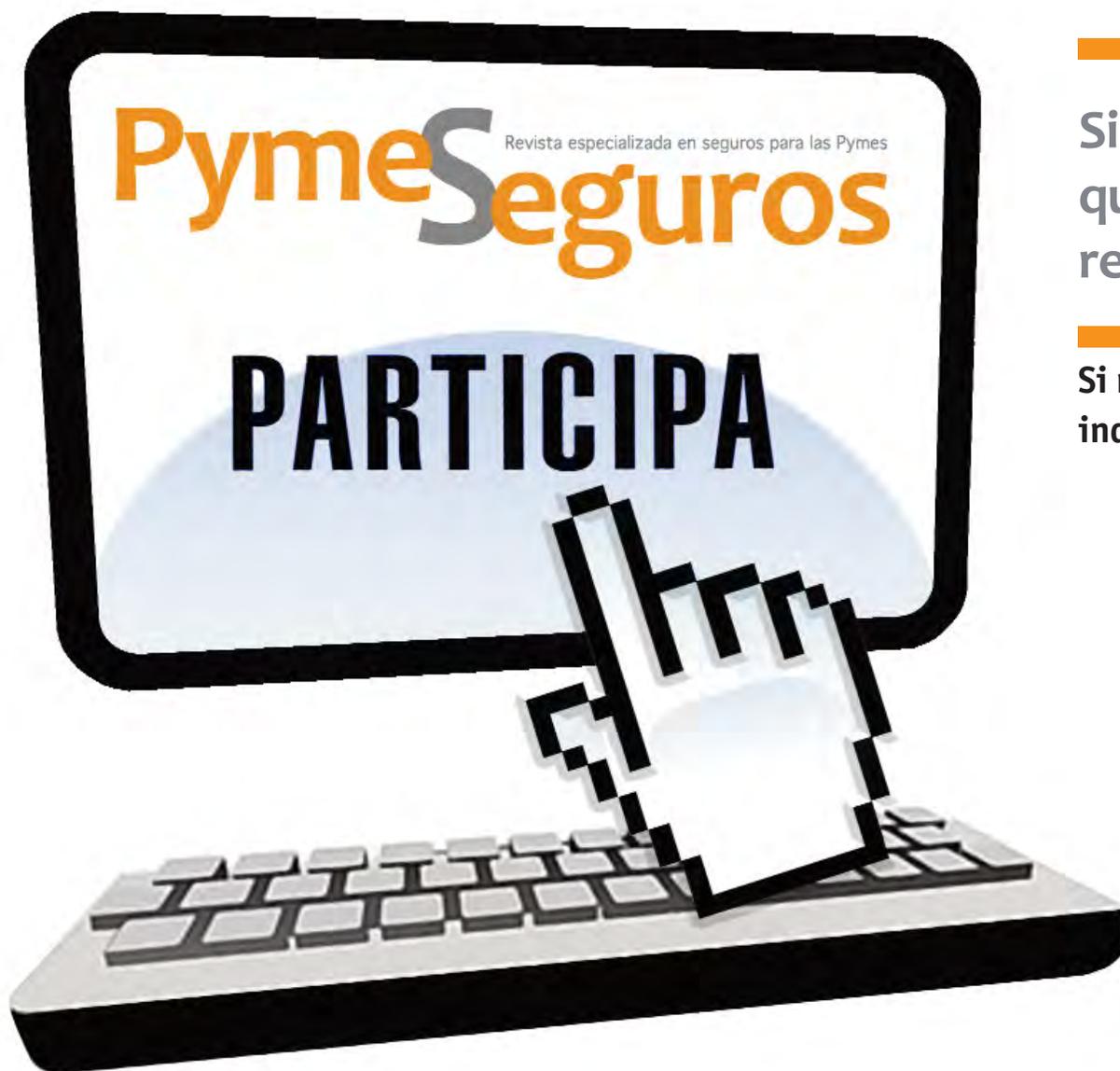
In situ

La especialización del corredor en el exterior



José María Cadenas,
director general de
Euler Hermes Crédito

En 2013, **CRÉDITO**
pasará a estar liderado solo
por tres aseguradoras



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 noviembre es Vida).
- 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

La oportunidad de... salir al exterior

En este túnel oscuro en el que parece que está entrando el sector asegurador y más concretamente los corredores de seguros, existen algunas luces más o menos potentes como el seguro de Vida, el Multirisgos o el de Salud. Pero desde hace unos años está apareciendo con fuerza la importancia de la internacionalización para luchar contra la reducida demanda interna.

Convencidos de la oportunidad de negocio que supone para los corredores de seguros el comercio exterior, PymeSeguros ha reunido en este número a diferentes expertos en este negocio. Tanto es así, que la revista se ha convertido casi en un especial sobre la internacionalización. Pero la actualidad manda.

Como los representantes de los corredores explicaron en la mesa redonda sobre el tema (ver la sección [Punto de encuentro](#)), 2013 será el año en el que los brokers se

den cuenta del negocio que se les abre fuera de nuestras fronteras. Bien acompañando a la empresa española que busca negocio en el exterior, bien a través de la internacionalización del propio pequeño y mediano corredor.

Para ello solo es necesario dos cosas: tener voluntad de hacerlo y formarse para estar preparado para asumir ese riesgo. El valor del corredor está en el asesoramiento y ahora más que nunca lo tiene que demostrar formándose para saber aconsejar adecuadamente a ese cliente que busca negocio en el exterior y que no sabe qué seguros necesita.

En los momentos de crisis es cuando se producen las mejores oportunidades. Pero hay que saber verlas y, sobre todo, estar dispuestos a formarse para poder afrontarlas con éxito.



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
DIGYTALIA

MAQUETACIÓN Y DISEÑO
ESTUDIO 9C

FOTÓGRAFA
IRENE MEDINA

BANCO DE IMÁGENES
FOTOLIA

04

PymeSeguros
Revista online para corredores y corredoras

Número 18 • Octubre 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

José María Cadenas, director general de Euler Hermes Crédito: En 2013, Crédito pasará a estar liderado solo por tres aseguradoras



10 Punto de encuentro

La internacionalización es una oportunidad de negocio para los corredores



18 Más a fondo

Las pymes impulsan el negocio de D&O



22 **In situ**

La especialización del corredor en el exterior



62 **Innovando**

Asegurp, una aseguradora por y para corredores



56 **Bajo el peso de la Ley**

RC de los hospitales por mala organización de las guardias

03 **Editorial**

La oportunidad de... salir al exterior

26 **Productos**

Los últimos seguros del mercado

28 **Al día**

Noticias de economía y de seguros

64 **Rincón de lectura**

Libros útiles para la empresa



60 **Algo más que negocio**

Gar Correduría de Seguros: Mediador socialmente responsable

José María Cadenas,
director general de Euler Hermes Crédito

En 2013, **CRÉDITO** pasará a estar liderado solo por tres aseguradoras

En su opinión ¿qué evolución está teniendo el ramo de Crédito en España este año?

En general el seguro de Crédito se ha visto afectado en los últimos años por el aumento de la siniestralidad empresarial. Las compañías han ido adaptando las políticas de vigilancia y suscripción de riesgos y también los productos y servicios para ofrecer respuestas cada vez más ágiles y eficaces a sus clientes. En este contexto, algunos jugadores importantes en nuestro ramo han encontrado dificultades para mantener su línea de crecimiento y en general hay que decir que el mercado ha encogido en España tanto en volumen de facturación como en número de clientes. Ahora bien, a pesar de esto, debo decir que la experiencia particular de Euler Hermes en los últimos

El seguro de Crédito no pasa por un buen momento puesto que está viendo reducir su volumen de facturación y el número de clientes. Además, para 2013 se producirán cambios importantes. Por un lado, está la alianza entre Euler Hermes y Mapfre y, por el otro, la privatización de Cesce. Todo ello reducirá de seis a tres los grupos aseguradores que dominarán este mercado.



dos años en España ha sido muy positiva, con crecimientos en torno al 25% cada año.

¿Es verdad que las empresas se conciencian más de la necesidad del seguro de Crédito cuando salen al exterior? ¿En qué medida está influyendo la creciente internacionalización de las empresas en el seguro de Crédito?

Sí, eso es totalmente cierto. En momentos como los que vivimos, de grandes dificultades económicas en el mercado doméstico, las empresas españolas se han visto obligadas a potenciar su actividad exterior. Por cierto con mucho éxito, lo que sin duda dejará frutos muy positivos después de la crisis. Cuando las empresas salen al exterior la visibilidad sobre los contextos legales y elementos económicos de riesgo es mucho menor que la que tenemos en el mercado doméstico. Esto hace que empresas que hasta ahora no habían pensado en el seguro de Crédito como herramienta de gestión, hayan decidido utilizar este servicio. Evidentemente a la hora de elegir un socio que nos acompañe en nuestra actividad exportadora, una compañía con experiencia y red internacional se convierte en una opción privilegiada.

Hacemos mucho hincapié en los aspectos de prevención y asesoramiento, priorizando incluso por encima de la indemnización, que sería la forma tradicional de entender el seguro de Crédito

¿Qué está haciendo Euler Hermes para concienciar a las empresas de la importancia del seguro de Crédito?

A través de diversos medios informamos continuamente a las empresas, clientes y no clientes, sobre la evolución de las insolvencias. En Euler Hermes estamos en continuo contacto con el mercado, y a través de las publicaciones de nuestro servicio de estudios económicos hacemos llegar a las empresas mensajes claros que orientan



Los corredores, un canal privilegiado

José María Cadenas, director general de Euler Hermes Crédito, afirma que “a diferencia de la mayor parte de nuestros competidores, Euler Hermes utiliza a los corredores como canal de distribución privilegiado. Por lo tanto, la visión que nosotros tenemos sobre el papel del corredor no puede ser más positiva. Aportan un gran valor a las empresas en el proceso de negociación, mantenimiento y renovación de los contratos, dando a la relación asegurado y asegurador un carácter muy profesional y garantizando que las empresas tengan siempre a su alcance la mejor opción”.

En esta aseguradora, prefieren que el cliente nombre un mediador, si es posible especializado en seguro de Crédito. “Nuestra política de distribución comercial es tan favorable al corredor que en realidad no hemos visto hasta ahora la necesidad de desarrollar una red fuerte de venta directa. Estamos muy seguros de la calidad de nuestros productos y de nuestro valor añadido. Por lo tanto nos hemos sentido siempre muy bien apreciados y apoyados por los corredores especializados”, comenta Cadenas. Esto lo confirma el hecho de que el 90% de la contratación de Euler Hermes en España se realiza a través de corredores.

hacia la conveniencia de asegurar la cartera de clientes. Y ahora, en un periodo tan delicado, con más razón que nunca. En este sentido, siempre que tenemos oportunidad de explicar a nuestros clientes potenciales el valor añadido de un contrato de seguro de Crédito con Euler Hermes, hacemos mucho hincapié en los aspectos de prevención y asesoramiento, priorizando esta parte del servicio incluso por encima de la indemnización, que sería la forma tradicional de entender el seguro de Crédito.

Al menos en Euler Hermes queremos ser un consultor y un buen consejero que aporte además la gran ventaja de que cuando

En los últimos años, a pesar de los momentos difíciles por los que atraviesa el ramo, Euler Hermes ha obtenido crecimientos de en torno al 25%

nos equivocamos tenemos la capacidad y solvencia para indemnizar a nuestros clientes. Este factor de solvencia, durante un periodo de incertidumbre generalizada en el que todo es cuestionable (hasta la solvencia de los Es-

tados y de la banca), se convierte claramente en un gran factor de éxito para el grupo Euler Hermes, que ha podido mantener durante la crisis el rating AA- de Standard & Poors y cuenta con la imagen de prestigio y solidez que aporta el grupo Allianz.

¿En qué países a los que se dirigen las empresas españolas se demanda más la cobertura de un seguro de Crédito?

Evidentemente, la mayor actividad aseguradora exterior se concentra en los principales destinos de exportación que, por razones de cercanía y volumen del tráfico, son las potencias europeas. En estos países (Francia, Italia, Portugal, Reino Unido, Alemania, Holanda, etc.) nuestra compañía es muy fuerte. Allí nos sentimos confortables y la calidad del servicio está siempre garantizada.

Hay otros países con economías de menor tamaño pero también atractivas para el exportador español, que constituyen el verdadero reto y gran valor añadido de un grupo como Euler Hermes, con presencia internacional en más de 50 países en los cinco continentes.

El Índice Global de Insolvencias de Euler Hermes dice que la evolución de las insolvencias empresariales en todo el mundo podría experimentar un repunte del 4%. ¿Qué está ocurriendo en España y cómo está actuando el seguro de Crédito?

Desafortunadamente la evolución de las insolvencias en 2012 es de nuevo muy desfavorable. El número de insolvencias registrado en España, que experimentó en 2011 un incremento cercano al 20%, viniendo además de crecimientos muy acelerados en años anteriores, aumenta de nuevo de forma muy importante este año. A decir verdad muy por encima de las previsiones de muchos expertos.

Está claro que esto tiene un reflejo en la evolución de la siniestralidad que registran las compañías de seguro de Crédito. Aunque con algunas diferencias entre la situación de unas y otras, en general el mercado del seguro de Crédito sufre esta situación de siniestralidad y esto deriva en que también los clientes, que normalmente viven en un contexto de márgenes muy ajustados y en muchos casos registrando pérdidas, tienen que soportar el coste creciente del seguro de Crédito. Por otro lado, también ocurre que los aseguradores tratan de equilibrar sus resultados aplicando criterios de prudencia adaptados al momento. En Euler Hermes aprendimos del pasado y todo nuestro empeño está dirigido hacia el mantenimiento de un alto nivel de satisfacción de nuestros clientes en materia de cobertura de riesgos.

¿Cómo se presenta el futuro en el mercado de seguro de Crédito en España?

Esa pregunta es ahora mismo muy interesante. Puedo anticipar que el mercado español experimentará cambios importantes en el



En Euler Hermes queremos ser un consultor y un buen consejero que aporte además la gran ventaja de que, cuando nos equivocamos, tenemos la capacidad y solvencia para indemnizar a nuestros clientes

corto o medio plazo. La alianza entre Euler Hermes y Mapfre a través de nuestro proyecto de joint venture se convertirá en una realidad a principios de 2013. De esta forma, el número de jugadores en el mercado de seguro de Crédito se reduce a cuatro.

Por otra parte, la decisión de privatización de Cesce anunciada por el Gobierno de España abre la posibilidad de que el proceso de concentración del mercado de seguro de Crédito continúe. Si esto llegase a ocurrir, España habría pasado de ser un mercado con seis jugadores hace unos años a estar liderado por tres grupos aseguradores con presencia internacional. Una situación que, por otra parte, es habitual en las principales economías del mundo.

CARMEN PEÑA

FOTOS: IRENE MEDINA

El papel de los corredores en el exterior

La internacionalización es una **OPORTUNIDAD** de negocio para los corredores

La internacionalización se plantea como una solución para las empresas que están viendo cómo disminuye su demanda interna. En este contexto, la figura del corredor tiene una doble oportunidad de negocio. Por un lado, apoyar en el asesoramiento y en la búsqueda de los seguros más adecuados para esas empresas que quieren salir al exterior. Y por otro lado, que las pequeñas y medianas corredurías se planteen ir fuera de España para mejorar su negocio. Vicente Camacho, responsable del área de Relaciones Corredores y Brokers de **Crédito y Caución**, explica que “nosotros somos conscientes de estas necesidades de exportar. Por eso, damos información a las empresas sobre cómo se comportan en los pagos las compañías en el exterior y las apoyamos en su salida fuera del país”.

Julio Henche, secretario general del **Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros**, indica que “a nivel de grandes empresas, este proceso de internacionalización se realizó hace 20 ó 25 años. Sobre todo a Latinoamérica, donde están todas las grandes multinacionales españolas. Ahora le toca el turno a las medianas

En estos tiempos de reducción de negocio es bueno dar con una oportunidad. La crisis está haciendo que las empresas salgan al exterior y la mejor opción es que vayan de la mano de sus corredores de seguros. Además, también existe la posibilidad de que los propios mediadores se internacionalicen. Para eso, es necesario que accedan a la formación necesaria que les lleve a conocer los pormenores de esta salida al exterior.



Julio Henche



Cristina Llorens



Jaime Puig



Vicente Camacho

empresas. Y creo que Latinoamérica es nuestro mercado natural. Para animar a las pymes, ha habido buenas campañas de las Cámaras de Comercio, desde organismos del Estado como ICEX (que tiene entre el 70% o el 80% de sus oficinas en Latinoamérica), y una importante estructura de apoyo comercial. Hablando en concreto del seguro, creo que existe apoyo institucional, pero no ha habido el paso de atreverse a explorar otros mercados”.

Por su parte, Jaime Puig, director de Clientes, Distribución y Marketing de Zurich, observa “mucha voluntad en la pyme, fruto de la necesidad. En los dos o tres últimos años, en los foros y ferias de internacionalización, estoy viendo como las pequeñas y medianas empresas se interesan por salir fuera. Otra cosa es que haya apoyo financiero para ellas. Desde el punto de vista de las corredurías, se echa en falta, fuera de las grandes redes, ese conocimiento y la salida de los corredores a otros países”.

Cristina Llorens, socio corredor de Ad-Dares Correduría de Seguros, está convencida de que “los corredores ven la posibilidad de negocio que hay en la internacionalización. Pero creo que, hasta ahora, no han sido conscientes de ella. Hay una oportunidad para que los corredores empiecen a abrir fronteras. Sin embargo, aún queda mucho por hacer porque, por ejemplo, hasta ahora las embajadas no tenían ningún tipo de apoyo comercial. Y es importante que las embajadas ayuden a las empresas que quieren salir. Aunque veo oportunidad de negocio, hasta ahora, como corredora echaba de menos a las

aseguradoras, porque (salvo Cesce o Crédito y Caución para un tipo de perfil muy concreto) hay otras necesidades de las empresas a la hora de salir fuera que no se cubrían. Mapfre efectivamente ya lo puso en marcha y ahora AXA, con la que estamos trabajando para ayudar a las empresas a salir fuera con todos los seguros que hay”.

Falta de osadía

Julio Henche piensa que “quizás entre los corredores falta un poco de osadía porque al mercado de Latinoamérica le vendría muy bien el apoyo de nuestra cultura empresarial. Además, normalmente somos muy bien recibidos. A nivel asegurador puede encontrar apoyos en el Consejo General, y a nivel de instituciones con muchas Cámaras de Comercio, con el ICEX... El corredor debe empezar a husmear fuera de nuestro entorno porque nuestro mercado, además de que se ha quedado pequeño, no presenta un futuro de crecimiento, por lo menos en unos cuantos años”.

Jaime Puig, cree que “cuando hablamos de la internacionalización de las pymes y sus necesidades de seguros hay que tener en cuenta varias cosas. Por un lado, están las pymes que exportan de una forma recurrente o puntual, que desde el punto de vista asegurador, requieren básicamente un seguro de Crédito. En este caso, el corredor tiene que conocer ese seguro, para poder asesorar a su cliente (la pyme que exportar) sobre los distintos países, los distintos tipos de coberturas que hay en el seguro de Crédito, la impor-



tancia de los mismos y conocer la diferencia que hay en cada uno de los países. Por otro lado, está la pyme que tiene un contrato local con una Administración pública o uno privado para el suministro de un servicio. Éstas incluso se pueden plantear tener un establecimiento permanente o abrir una oficina comercial en otro país o incluso tener una pequeña inversión y tener una sociedad

“El corredor debe empezar a husmear fuera de nuestro entorno porque nuestro mercado, además de que se ha quedado pequeño, no presenta un futuro de crecimiento”.

Julio Henche



localmente. Ahí las necesidades varían mucho porque se amplía prácticamente a todos los tipos de seguros que existen en España”. Desde el punto de vista de las aseguradoras, el representante de Zurich dice que “echo en falta a la mediación. Su conocimiento del mercado y saber qué seguros se necesitan y cuáles no se pueden suscribir desde España porque son de contratación local. Es necesario conocer para qué seguro se requiere un corredor local y hasta qué punto se está dispuesto a acompañar esa necesidad del cliente como para llegar a un acuerdo con un corredor en ese país. Entiendo que para un pequeño corredor es difícil asociarse a uno de otro país. Pero por ejemplo en Estados Unidos hay una serie de seguros (yo creo que los más importantes) que son de obligatoria suscripción local”. No obstante, también confiesa que “las compañías de seguros grandes no estamos

preparadas para atender esas necesidades de pequeños y medianos empresarios fuera de España”.

La formación es clave

Para Cristina Llorens, “es clave la formación. Es imprescindible que el corredor español conozca cuáles son las necesidades de una empresa que se quiere internacionalizar. En todo ello hay una oportunidad de negocio clarísima”.

Julio Henche se centra más en las posibilidades de los corredores en Latinoamérica debido a su experiencia en esos mercados ya que el Consejo General pertenece a Copaproseg (Confederación Panamericana de Productores de Seguros). “Eso nos ha permitido, señala Henche, fomentar las relaciones con las asociaciones y los mediadores de otros países y conocer buenos profesionales de la mediación allí. Creo que es un poco temerario ir a ciegas. Si la pyme, aunque tenga pequeños capitales, va en asociación con otros empresarios (ya sean de aquí o de allí), tiene posibilidades. El Consejo General, como miembro de Copaproseg, ofrece esa orientación, ese asesoramiento, esos contactos...”.

Para Vicente Camacho también es fundamental la formación de los corredores “para que tengan un buen conocimiento del producto y realicen un asesoramiento profesional. Para ayudar a las empresas a salir fuera es conveniente contar con las distintas instituciones, administraciones públicas, compañías de seguros, corredores bien formados.... Todo ayuda. Pero es fundamental que se conozca perfectamente el producto y que se asesore sobre las necesidades reales”.

Falta presencia aseguradora en la internacionalización

Últimamente, desde el Gobierno y las Comunidades Autónomas están creando servicios para promover la internacionalización de las empresas. Por ejemplo, para el primer trimestre de 2013 el Gobierno

tiene previsto crear la Agencia de la Internacionalización (Secex). Sin embargo, el seguro, que es una pieza clave en esa internacionalización, no está tan presente como debería. Jaime Puig no tiene claro si “las Cámaras de Comercio y las agencia del ICEX y las embajadas, realmente se acuerdan del seguro o es la Cenicienta. En ocasiones ocurre que la empresa ha conseguido el contrato y no sabe que necesita un certificado de Responsabilidad Civil. De ello se entera 24 horas antes de abrir su negocio. Pasa lo mismo con las cautivas y el aval que necesitan. Nadie le asesora sobre el hecho de que un mes antes tiene que contratar una línea de aval o un seguro de Caución. ¿Hasta qué punto todas estas instituciones son conscientes de la importancia de los seguros?”.

Pero el representante del Consejo General pone el dedo en la llaga. “Yo no creo que sean estas organizaciones estatales o las Cámaras de Comercio las que tengan que llevar la iniciativa. Deberíamos ser nosotros. Pero ¿por qué no se está haciendo? Yo creo que ha habido unos años muy buenos de crecimiento en el mercado de seguros y nadie había pensado en mirar fuera. Pero la perspectiva ha cambiado ahora y las circunstancias nos van a obligar. El problema es que no se cuenta con apoyos económicos y el que quiera ser emprendedor debe pensar que cuando salga fuera, no le van a dar ningún tipo de subvención o dinero. Tendrá que asumir el riesgo porque solo podrá contar con apoyo técnico, logístico o formativo. La asociación con otros colegas puede ser una solución”.

Cristina Llorens cree que existe desconocimiento. “Con la mayoría de los corredores con los que hablo consideran que un cliente, cuando sale fuera, necesita solo el seguro de Crédito. Además el seguro de Crédito y el de Caución no son seguros que los corredores conozcan demasiado (solo hay algunos especialistas en estos ramos). Sin embargo, yo creo que el empresario, sea grande o pequeño, tiene que resolver una serie de situaciones y además necesitan el seguro para poder empezar a trabajar. Nuestra labor como corredores es ayu-

dar a nuestros clientes a cubrir todos los riesgos cuando llegan al país elegido. Yo creo que es una oportunidad. Pero hay muchos corredores que no la han visto”.

Julio Henche señala que “la crisis en los seguros ha entrado tarde, pero a partir de ahora vamos a notar que los negocios decrecen y bajan los resultados. Por eso espero que haya empresarios que



“Aunque todavía no se habla de la internacionalización entre los corredores, en 2013 se lo van a empezar a plantear como una oportunidad”.

Cristina Llorens

se atrevan a internacionalizarse en los próximos años”.

A nivel institucional, Cristina Llorens, como secretario de la Asociación de Empresarios Mediadores de Seguros E2000, indica que “estamos trabajando con Cepyme y está habiendo un apoyo importante en cuanto a formación para la internacionalización de las pequeñas empresas. Se está intentando que conozcan y entiendan qué se necesita a la hora de salir fuera”.

Necesidad de trabajar con un corredor local

Jaime Puig plantea hasta qué punto existe “la posibilidad de que los corredores se asocien a una cadena internacional que les permita dar servicio a sus clientes en toda Sudamérica. De esta forma se evitaría tener que ir acuerdo por acuerdo e incluso país a país. No hay que olvidar que incluso las grandes corredurías inter-



nacionales tienen bastantes problemas con el manejo de su propia red que no sabe qué comisión se lleva (el primer año el corredor local se queda con la totalidad de comisión). En seguros, donde a veces las primas son mínimas (por ejemplo una RC en Perú de 500 ó 1.000 euros anuales), si toda la comisión se la lleva el corredor local, no se sabe qué aliciente puede tener el corredor español”.

La representante de Ad-Dares Correduría de Seguros no lo ve de la misma manera. “El corredor tiene que dar un solución integral a todas las necesidades de las empresas porque las compañías que salen siguen teniendo estructuras en España. Posiblemente esa parte que comenta Jaime no sea la más rentable, pero tenemos que dar nuestro apoyo a nivel global. A partir de ahí lógicamente tiene que tener un socio estratégico (una aseguradora o alguien a nivel internacional que realmente te dé un apoyo profesional)”.

Vicente Camacho piensa que “una herramienta para salir fuera es ir acompañado o bajo el paraguas de otras empresas. Pero también es muy útil el seguro de Crédito. Que te protege de tu cuenta de resultados, de una cobertura de impagos, pero que además cuando sales fuera y desconoces el mercado, te da prevención, información sobre a quién debes vender y cuánto debes vender o si no le debes vender, te da seguimiento de ese cliente. Después te da un servicio de recobros que permite a la empresa despreocuparse en el caso de que haya deudas. Además está la indemnización, que cubre las pérdidas por impago. El corredor tiene que saber que este seguro es una póliza de contacto porque requiere la participación activa del cliente, de pedir riesgo, de pedir clasificación, de vigilar que esa clasificación sea suficiente, de estar al día en las comunicaciones e incidencias...”.



No es necesario que el corredor se traslade

Pero surge una duda más, ¿el corredor tiene que acompañar al cliente al país en el que está o no es necesario? Cristina Llorens piensa que “el corredor no siempre es necesario que vaya al país donde va su cliente. Nosotros trabajamos en libre prestación de servicios y todos los riesgos se aseguran desde España con una póliza integral abierta. En los países donde se exige una póliza local, la aseguradora con la que trabajamos nos aconseja o nos pone en contacto con corredores en ese país. Aunque también podrías utili-

“Es necesario conocer para qué seguro se requiere un corredor local y hasta qué punto se está dispuesto a acompañar esa necesidad del cliente como para llegar a un acuerdo con un corredor de otro país”.

Jaime Puig

zar otro tipo de asociaciones. Por eso, el corredor no tiene que tener tanto miedo a dar ese servicio porque no es necesario mo-

verse de aquí. No es tan complicado”.

Por el contrario, el director de Clientes, Distribución y Marketing de Zurich no cree que sea tan fácil. “En ocasiones ha ocurrido que se ha cubierto una pequeña instalación en Argentina y al tener el siniestro se han dado cuenta de que no se podía pagar desde aquí, ni se podía enviar un perito, o por lo menos oficialmente, de fuera del país. Y si envías un perito local te dicen que a cargo de qué seguro porque no hay póliza allí. Hasta que no llega el siniestro, no hay problemas. Por ejemplo Brasil es el país de las oportunidades y tiene

La mejor manera de cerrar el año...

Asegura la Navidad con 'la Bandeja del Corredor'



una propuesta de Confituras Goya
desde Pamplona: calle Tafalla, 28
Tel. 948 105725
www.goyapamplona.com

más información en el próximo número de PymeSeguros



una de las legislaciones de seguros más cerradas de Latinoamérica, se impide que compañías establecidas fuera puedan asegurar. Es un mercado complicado y requiere de acuerdos con socios locales, con aseguradoras locales. A veces, la póliza abierta no cubre todo”.

En este sentido, Julio Henche piensa que “esas dificultades se resuelven con flexibilidad y con espíritu de cooperación y teniendo una perspectiva amplia y flexible. La cooperación internacional de empresarios se basa en fórmulas flexibles. Creo que hay herramientas de sobra para trabajar ese negocio, para buscar formas de pago,

“Para ayudar a las empresas a salir fuera es fundamental que se conozca perfectamente el producto y que se asesore sobre las necesidades reales”.

Vicente Camacho



de retribución e incluso de estar presentes. El corredor, además de poder dar una mayor oferta al cliente, da una imagen de empresa internacional”.

Vicente Camacho no cree que “sea necesaria la presencia física del corredor en el país de destino, salvo que legalmente se exija la presencia o que la póliza se suscriba a través de una correduría local”.

Promover la internacionalización de los corredores

La necesidad de que los corredores salgan fuera de nuestro país ha hecho que el Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros e ICEX lleguen a un acuerdo para intentar promover esta internacionalización. Julio Henche explica que “la reunión que tu-

vimos con ellos fue muy positiva porque estuvieron muy receptivos. Ellos nos hablaron de que tenían a nuestra disposición las embajadas y las oficinas comerciales del ICEX para apoyarnos en cualquier acto que hagamos los españoles fuera. Ya está previsto que en abril de 2013 se celebre un congreso iberoamericano de seguros en Uruguay. Todos los empresarios españoles de seguros que quieran presentarse podrán hacerlo y allí conocerán a los empresarios latinoamericanos que quieran ofrecerse a los españoles. La idea de este congreso es facilitar el encuentro, las entrevistas y los contactos...

Aún está por ver si va a existir algún tipo de apoyo económico. Los corredores que quieran participar no tienen que estar colegiados, es para todos los mediadores de España”.

Cristina Llorens piensa que “aunque todavía no se habla de la internacionalización entre los corredores, en 2013 se lo van a empezar a plantear como una oportunidad. Yo creo que las aseguradoras importantes tienen que hacer un programa específico para eso y tienen que formar a los corredores. Que yo conozca, solo hay dos aseguradoras que dan un apoyo global al corredor”.

Jaime Puig también quiere incidir en “la necesidad de la formación de los corredores y saber a qué se arriesgan porque más importante que tener un contrato es cobrar y eso no muchos lo tienen en cuenta”.

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

El seguro de consejeros, directivos y altos cargos (D&O) sigue siendo la modalidad que mas crece en el ramo de Responsabilidad Civil. El año pasado incrementó sus pólizas un 30% debido, sobre todo, a la mayor concienciación de las pymes hacia este tipo de seguro. Aunque los corredores siguen siendo los principales distribuidores de este seguro, con el 56% de la cuota, la bancaseguros ya comercializa el 36%, habiendo experimentado un crecimiento del 11%. Esto se debe, en parte, a los acuerdos que han llegado con las aseguradoras para difundir este seguro entre pymes y micropymes.

Las **PYMES** impulsan el negocio de **D&O**

V Estudio **Marsh** sobre el Seguros de Responsabilidad Civil de Consejeros, Directivos y Altos Cargos

La crisis económica continúa incrementado el riesgo para los consejeros y altos directivos de las empresas porque penaliza sus conductas al convertir meros ilícitos civiles en delitos. Gonzalo Ulloa, presidente de Gómez-Acebo & Pombo, señala que “mas del 90% de los concursos están acabando en liquidación y cada vez hay mas en los que la administración concursal emite un informe que los califica de culpables con posible responsabilidad patrimonial personal de los consejeros y altos directivos (estos últimos como administradores de hecho) de todas o parte de las deudas sociales, que no pueden ser satisfechas con la masa activa del concurso”.



De izquierda a derecha: Gonzalo Ulloa, José María Elguero y Francisco Peña

Este contexto de litigiosidad ha empujado a las empresas españolas a invertir más de 135 millones de euros (un 13% más) en proteger a sus consejeros y directivos. Así, el seguro de responsabilidad civil de D&O, la herramienta aseguradora que permite a los altos cargos tomar decisiones sin temor a tener que responder con su propio patrimonio ante una reclamación, creció en 2011 un 30,26%, convirtiéndose por quinto año consecutivo en el seguro de



El 28,8% de las pymes ya dispone de un seguro D&O

Responsabilidad Civil que más crece. Así se desprende del “V Estudio sobre el Mercado Español de Seguros de D&O” elaborado por Marsh en colaboración con el bufete Gómez – Acebo & Pombo.

“Los datos de 2011 demuestran que este seguro ha vuelto a registrar cifras records en volumen de primas, número de pólizas y de reclamaciones” afirma José María Elguero, director de Estudios de Marsh.

El negocio comienza a repartirse

Sobre la concentración del mercado en términos de pólizas, la tónica dominante sigue sien-

do la agrupación del negocio. Las cinco primeras aseguradoras copan el 65,3% y las dos primeras el 39,2%. No obstante, tanto unas como otras han reducido su liderazgo como consecuencia del aumento de cuota del resto del mercado, que pasa de 35,5 millones a casi 45 millones. Esto pone de manifiesto la intensa actividad comercial desplegada por la mayor parte de las aseguradoras no especializadas en este nicho, en línea con lo constatado en años anteriores. Con relación a la prima media, ésta se reduce, un año más, de 5.053 euros a 4.382 euros, principalmente por las nuevas pólizas de pymes, con límites reducidos, en muchas ocasiones por debajo del millón de euros de suma asegurada.

Para afrontar las posibles reclamaciones, las 28 aseguradoras que comercializan los seguros de D&O en España ofrecen una capacidad general de 470 millones de euros (sin incluir las capacidades que pueden aportarse para riesgos españoles en mercados exteriores). No obstante, es posible ampliarla hasta 550 millones para aquellos riesgos que los aseguradores consideran estratégicos o cuya suscripción les permite un importante ingreso por primas.

Nuevas coberturas

En el año 2011 se han introducido coberturas nuevas o se han generalizado algunas que sólo daban determinados mercados en las pólizas de D&O, que han contribuido a mejorar aún más el producto y a dar respuesta a algunas demandas de los clientes: defensa penal de la persona jurídica; cobertura transportable; inclusión como asegurado del Community Manager; cobertura a la entidad en prácticas de empleo; infidelidad de empleados; cláusula de interés financiero; gastos de asistencia psicológica; cursos de formación a los administradores; constitución de fianzas penales; y gastos de asesoramiento legal concursal.

Las empresas españolas han invertido más de 135 millones de euros (un 13% más) en proteger a sus consejeros y directivos

La cobertura para la defensa penal de la persona jurídica surgió como necesidad tras la definitiva entrada en vigor de la reforma del Código Penal el 23 de diciembre de 2010, siendo muy heterogénea la respuesta del mercado respecto a su cobertura en póliza, si bien al finalizar el año 2011 la solución en este sentido se había extendido a un buen número de entidades.

Las pymes se conciencian

El seguro de D&O ha dejado de ser un producto contratado casi en exclusiva por el Ibex35 (donde el 100% cuenta con uno de ellos). El 17% de las empresas españolas ya tiene un seguro para sus consejeros, entre ellas, el 73% de las sociedades cotizadas (dentro y fuera del Ibex), el 48,8%

Esta modalidad de Responsabilidad Civil todavía tiene un largo recorrido porque cada vez es mas conocida

de las sociedades sin cotizar, y el 28,8% de las pymes, segmento en el que se ha producido un crecimiento espectacular con respecto al año anterior (20% más).

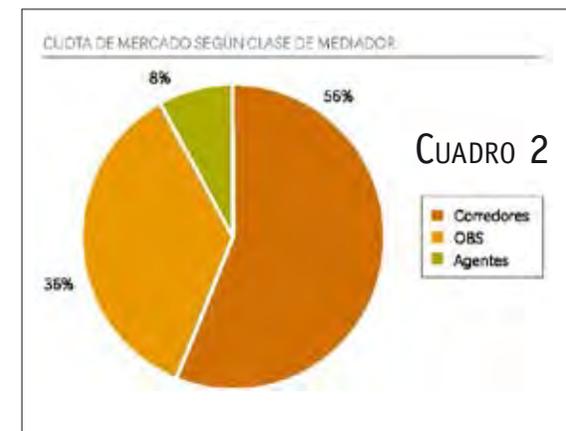


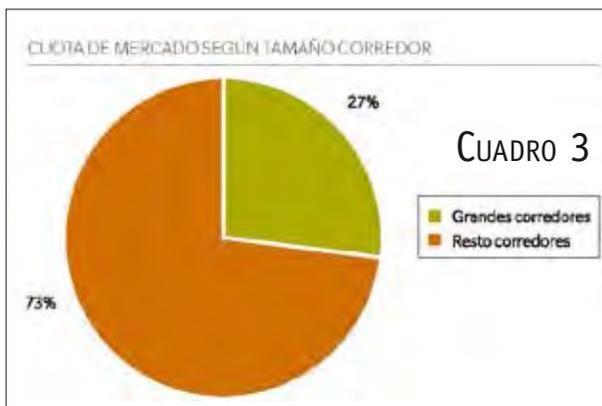
El seguro de D&O ya no es exclusivo de las sociedades que cotizan en Bolsa ni de las grandes corporaciones. En 2011, su contratación se ha extendido a sociedades de dimensiones menores (ver cuadro 1) como pymes, micropymes y empresas de sectores muy diversos. En total, ha aumentado en dos puntos (hasta el 17%) el porcentaje de empresas que tienen contratado un seguro de D&O. Y entre las pymes, se ha producido un crecimiento del 20%.

A pesar de estas cifras, aún existe un número elevado de compañías que no lo tienen. Eso permite augurar todavía un largo recorrido para esta modalidad aseguradora porque cada vez es mas conocida. A diferencia del año anterior, en el que un 71% de las empresas manifestaba no conocer la existencia de este seguro, en 2011 el porcentaje de las que dicen no conocerlo se reduce hasta el 59%. Por otro lado, las empresas que declaran no valorar este riesgo como potencial se reduce del 12% al 10%. Sólo un 5% manifiesta no contratarlo por su coste.

La bancaseguros gana cuota de mercado

En cuanto a la distribución, los corredores detentan el 56% de la cuota, la bancaseguros el 36% (un 11% más) y el 8% los agentes. Este crecimiento del canal bancario ha ido en detrimento de los agentes, que reducen su cuota un 2% y de los corredores que bajaron un 9% (cuadro 2). El crecimiento de los operadores de banca-seguros (OBS) se debe en parte a los acuerdos a los que han llegado con las ase-





guradoras para difundir este seguro entre pymes y micropymes.

Entre los corredores se ha producido un abandono de esta línea de negocio

por parte de pequeños brokers locales que no tenían capacidad de negociación suficiente ni especialización para ser competitivos. Por otro lado, es significativo observar (cuadro 3) como los 3 grandes también reducen su cuota de mercado del 33% al 27% debido al incremento de cuota del resto de corredores del 67% al 73%, en consonancia con el aumento de actividad en esta línea de negocio por parte de los corredores locales que aún se mantienen en el negocio.

Crecen las reclamaciones

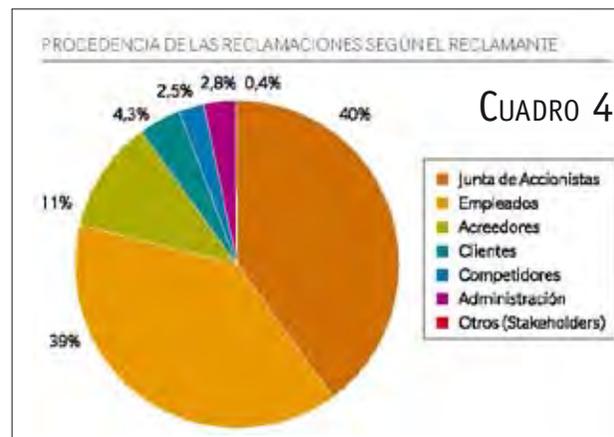
El promedio de siniestralidad del mercado se ha incrementado un 24,5%, frente al incremento del 12% en 2010, hasta alcanzar una siniestralidad media del 36,66%. “En los últimos cuatro años, el incremento acumulado de la siniestralidad se cifra en el 110%, lo que da una idea del impacto que ha tenido la crisis en el seguro de D&O”, apunta Elguero. De hecho, el aumento de la siniestralidad empujó a los aseguradores a subir las primas en las renovaciones al 18,5% de las cuentas, y muy especialmente a las entidades del sector financiero (el 40% de ellas pagaron más por su seguro). Pese a estas penalizaciones, el 24,7% de los clientes de D&O vieron reducidas sus primas como respuesta de los aseguradores a la intensa competencia en el sector.

La tipología de los siniestros en 2011 ha superado ya las clásicas reclamaciones genéricas por negligencias en la gestión social y por el incumplimiento de los deberes mercantiles, para dar paso a reclamaciones muy específicas, siendo las más frecuentes las siguientes: gestión de subvenciones; situación pre-concursal de la empresa; inexactitud de la información dada a los accionistas; obtención de beneficios de la administración habiendo falseado la información; gastos de defensa jurídica en el sector inmobiliario; pago de sobreprecio en compras de empresas; negligencia en la comprobación del valor de los activos adquiridos; reclamaciones a empresas participadas que no son filiales de otra; discriminación por edad en procesos de selección; discriminación de empleados procedentes de empresas adquiridas; y valoración unilateral del valor de las acciones

Los corredores distribuyen el 56% de este producto; la bancaseguros, el 36%; y los agentes, el 8%

en empresas familiares.

Con relación a la procedencia de las reclamaciones según el tipo de reclamante (ver cuadro 4), aunque los accionistas continúan siendo en 2011 el primer grupo en número de reclamaciones, éstas bajan del 41,5% al 40% como consecuencia del aumento que sufre el segundo grupo de reclamantes (los empleados, por prácticas de empleo) que incrementa el



número de reclamaciones del 37,5% al 39%.

Este informe se ha realizado con los datos de entidades que representan el 99% de la cuota de mercado y se puede descargar una copia en: www.marsh.es.

Riesgos y garantías en las operaciones de exportación

La **ESPECIALIZACIÓN** del corredor en el comercio exterior



22

La exportación se ha convertido, en muchos casos, en una forma de sobrevivir a la crisis. Pero para hacerla adecuadamente es necesario conocer los riesgos a los que se enfrentan y los instrumentos que existen para superarlos. En todo este escenario, el mediador de seguros tiene un gran potencial de negocio al que solo podrá llegar con una alta especialización.



El pasado 18 de octubre, el Instituto de Promoción Exterior, (IPEX) de Castilla La Mancha organizó, junto con [Gestiuris](#), [Estudio Jurídico y de Gestión](#), una jornada sobre “Riesgos y garantías en las operaciones de exportación”. En ella, César García, doctor en Derecho y asociado de Gestiuris, aclaró ciertos aspectos que acompañan al comercio internacional y la importancia de conocer los riesgos a los que se enfrentan y los mecanismos que pueden cubrirlos. Entre los asistentes estaban corredores de seguros, entidades financieras y consultoras que apoyan la labor de la exportación a los emprendedores, así como empresas que están pensando en salir al exterior o que ya están exportando.



César García comenzó su ponencia haciendo una introducción a los riesgos de la exportación. El hecho de que se haya producido una caída de la demanda de consumo interno, ha implicado que muchos operadores busquen en el mercado internacional su salida. “Es tal la importancia que ha adquirido el comercio exterior que, de no ser por el déficit energético, nuestra balanza de pagos sería positiva. Se puede afirmar que la exportación no es el camino para superar la crisis, sino para sobrevivir”, indica García.

Sin embargo es consciente de que el hecho de que exista una oportunidad no quiere decir que sea fácil conseguirla. Para ello, los empresarios deberán desarrollar instrumentos de: gestión de clientes (selección/información y seguimiento y

Para evitar el riesgo de cobro, se puede optar por medios de pago condicionados, pólizas de seguro de Crédito o de pérdidas pecuniarias

control) y de estudio de financiación (cuál es nuestro partner ideal y a qué precio).

Además es importante saber que en el comercio internacional existen otros riesgos como: los riesgos políticos (por ejemplo, riesgo soberano, riesgo de transferencia); los riesgos catastróficos y extraordinarios (actos terroristas, revoluciones, primaveras árabes, etc.); los riesgos financieros (tipo de cambio, tipo de interés, financiación de las operaciones); y riesgos comerciales (aunque también existen en España, se aumenta la posibilidad de morosidad y de cancelación anticipada de los contratos al tratarse de operaciones extrafronterizas).

“Ante estos riesgos tenemos diferentes alternativas, explica el asociado de Gesturis: evitar el riesgo y no exportar; asumir el riesgo de morosidad dotándonos de provisiones frente a nuestros resultados (es una medida que adopta aproximadamente el 36% de las operaciones internacionales); gestionar el riesgo mediante cláusulas penales en los contratos (lo hace aproximadamente el 13% de las operaciones); o transferir los riesgos a un tercero a través de productos aseguradores y/o bancarios (opción elegida por el 30% de las operaciones). Aquí se puede ver el potencial de crecimiento que puede encontrar un mediador de seguros especializado en estos riesgos”.

Mecanismos para transferir el riesgo

Tras esta introducción de los riesgos, César García abordó los mecanismos de transferencia de los mismos y la importancia de los seguros. Por ejemplo, para cubrir el riesgo soberano, el seguro de Crédito es un instrumento fundamental. No obstante, es necesario saber que la prima del seguro va en función

Es tal la importancia que ha adquirido el comercio exterior que, de no ser por el déficit energético, nuestra balanza de pagos sería positiva

del “riesgo país” (es decir, de la posibilidad de que el país no haga frente a su deuda).

En el riesgo de transferencia, también el producto adecuado es el seguro de Crédito porque garantiza los impagos ante situaciones como el corralito. En los riesgos catastróficos/extraordinarios, cuando nuestra actividad sea una prestación de servicios, podremos optar por un seguro de contingencias. En caso contrario, el producto clave será el seguro de Caución.

Si detallamos los riesgos comerciales o de contrapartida, tendremos los riesgos contractuales, donde para minimizar nuestro perjuicio económico podremos recoger cláusulas penales, determinación del fuero, normativa aplicable, etc.

Dentro de éstos riesgos existe uno de especial relevancia: el de resolución anticipada del contrato.

Aunque en los tiempos que corren, quizá el de mayor relevancia por el número de veces que se esté dando es el riesgo de cobro. Para evitarlos, se puede optar por medios de pago condicionados, pólizas de seguro de Crédito o de pérdidas pecuniarias.

En cuanto al riesgo de crédito, para garantizar la contraprestación del cliente, se puede exigir garantías reales, crédito documentario o seguros de Crédito.

Respecto de los riesgos financieros, hay dos tipos: De tipo de cambio, donde podremos contratar un seguro de Cambio, que no es más que un seguro de Pérdida Pecuniaria, y donde tendremos que tener en cuenta las cláusulas techo y suelo y ver si nos interesan cláusulas de cambio fijo o variable. Algo en el que el mediador especializado da valor añadido a su labor de asesoramiento.

Por otro lado, están los riesgos financieros del tipo de interés. Los instrumentos de traslación de riesgo en este caso suelen ser los derivados de gran complejidad, tipo swap, que requieren unos conocimientos financieros por parte del cliente/exportador bastante

elevados, amén de estar constantemente atento a las oscilaciones del mercado.

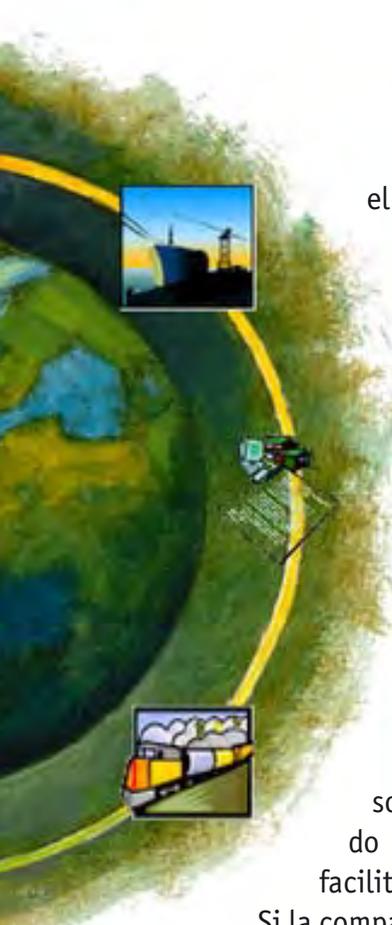
Además de los riesgos descritos, existen otros intrínsecos a la propia operativa, entre los que están: Responsabilidad Civil (en función de nuestro ámbito de actuación -códigos CNAE- tendremos seguros obligatorios y seguros que nuestro cliente nos obligue a tener); Transporte (si bien se exige al transportista, el propietario de la carga puede contratar un seguro directamente para ofrecer más garantías al cliente/importador); Contingencias (en los casos que se exporten prestaciones de servicios, especialmente eventos); Pérdida Pecuniaria (para minimizar las pérdidas ante determinados sucesos).

Seguros típicos del negocio exportador

Los dos seguros más contratados cuando se inicia el negocio en el exterior son el de Crédito y el de Caución. El seguro de Crédito es un instrumento financiero que protege las ventas a crédito de toda clase de bienes y servicios. Cubre el riesgo político y los riesgos comerciales de hecho y de derecho (es decir, no es necesario el concurso de nuestro deudor para ser resarcidos por nuestro asegurador). Mientras que el seguro de Caución es una fianza que presta

En los riesgos financieros el mediador especializado da valor añadido a su labor de asesoramiento





el asegurador al importador para el caso en el que el exportador no cumpla con lo pactado.

García señala “la ventaja de los seguros frente a otros instrumentos de minoración de riesgos, está en que en las pólizas de seguro, en muchas ocasiones, cuando el asegurador va a recobrar frente al deudor el importe de la indemnización que nos ha satisfecho, suele proponernos el reclamar también el importe de nuestra franquicia, con lo que eso supone de minoración del coste de los procesos judiciales o no, para el exportador.

Igualmente ofrecen una gestión local de la reclamación, aportando sus conocimientos sobre el país y sus normativas. También, cuando tenemos una operación asegurada, se nos facilita enormemente la financiación de la misma.

Si la comparativa la hacemos con respecto del principal competidor de las pólizas de seguros, el aval, tenemos que decir que con el aval el dinero está “congelado”, no pudiendo disponer de él para otras operaciones. Además, el avalista se subroga en el lugar del acreedor, por lo que, si no se pacta, la entidad bancaria podrá repetir contra el exportador en las cuantías que abonó por nosotros frente a nuestro acreedor”.

Mecanismos de cobro

Por último, el asociado de Gesturis habló sobre los mecanismos para el cobro judicial de deudas en la Unión Europea (UE). ¿Cómo podemos actuar ante los casos en los que nuestro cliente en la UE no nos paga y no hemos asegurado la operación? ¿Asumimos la pérdida? Si la operación la garantizamos mediante un contrato,

posiblemente tenga unas cláusulas de fuero, legislación, o de sometimiento a mecanismos alternativos de resolución de conflictos. Si no los recogimos en el contrato, estos mecanismos se pueden pactar tras el surgimiento de la situación conflictiva. En el ámbito judicial europeo, para las materias civiles y mercantiles hay tres figuras: Título Ejecutivo europeo (TEE), Proceso Monitorio europeo y Procedimiento europeo de escasa cuantía (PEEQ).

El TEE (no es aplicable en Dinamarca) es una certificación de la existencia de una deuda civil/mercantil emitida por el juez que resolvió la cuestión o pleito principal, con independencia de la cuantía. La ejecución se hace conforme las normas del Estado donde se ejecutará.

El Proceso Monitorio europeo es un procedimiento simple de reclamación por incumplimiento contractual (civil/mercantil) a cualquier contraparte sita en otro país miembro de la UE. No hay límite de cuantía.

El PEEQ es más un procedimiento, que un nuevo sistema de reclamación. Está orientado a materias de consumo, dado que la cuantía máxima a reclamar son 2.000 euros.

Por último reseñar que antes del 16/03/2013 se deberá trasponer una Directiva 2011/7 del Parlamento Europeo y de la Comisión por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales. En ella se establece: la posibilidad de exigir intereses de demora a los 30 días de realizado el servicio o entregada la mercancía; se agilizan los trámites judiciales, donde se emitirá el título ejecutivo en 90 días desde la petición; y se establecerá la “reserva de dominio” del exportador sobre las mercancías hasta el pago.

También existe una propuesta de Reglamento para la creación de una orden europea de bloqueo de cuentas de los deudores en toda la Unión Europea.

Antes del 16/03/2013 se deberá trasponer una Directiva 2011/7 por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales



RC para administradores concursales

Recientemente el Consejo de Ministros ha publicado un Real Decreto para regular el seguro de responsabilidad civil de los administradores concursales que cubre las indemnizaciones de las que pudieran tener que responder frente al deudor o a los acreedores, por los actos u omisiones derivados del desempeño de su función, y que fueran realizados sin la debida diligencia. Se trata de un seguro necesario para poder actuar como administrador concursal en cualquier clase de concursos de acreedores. Eso ha llevado a dos aseguradoras ([AXA](#) y [QBE](#)) a lanzar sendos productos para cubrirlo.

Las sumas aseguradas, establecidas en el nuevo Real Decreto, van desde los 300.000 euros, a los tres millones. Para las personas jurídicas la ley exige una suma asegurada de dos millones de euros, cantidad que se eleva a cuatro millones cuando intervenga en concursos de mayor complejidad.

La vigencia del seguro o la garantía equivalente, en su caso, es obligatoria para el nombramiento y aceptación del cargo, por lo que la cobertura se debe mantener durante la tramitación del proceso concursal y la suma asegurada exigible variará en función tan-

to del número de concursos en los que intervenga el administrador concursal como de la entidad y complejidad de aquéllos.

El producto de QBE está dirigido tanto a personas jurídicas como a profesionales individuales. En él se ofrece la cobertura de responsabilidad civil profesional y los gastos de defensa. Además, se incluyen las garantías propias del seguro para administradores de una empresa, ajustadas a las exigencias de la Ley Concursal 38/2011. La póliza es modular con dos secciones (una de RC Profesional y otra de D&O) que pueden contratarse conjunta o separadamente.

26

[AXA](#) ha remodelado sus pólizas de seguro de caza y pesca para introducir, junto con la defensa del asegurado, la protección jurídica dentro de sus coberturas. Además, ha editado una guía para que los cazadores identifiquen qué garantías son necesarias en función del perfil del asegurado.

Seguros de caza y pesca remodelados



La protección jurídica incluye aspectos como: la defensa penal en caso de delitos medioambientales, reclamación de daños o defensa frente a sanciones, asesoramiento jurídico telefónico o la libre elección de abogado en caso de conflicto de intereses. La inclusión de la cobertura de protección jurídica no conlleva incremento alguno en el coste del seguro. Éste puede suscribirse en el caso de caza por 12,81 euros y en el de pesca por 8,91 euros.



Nuevas coberturas a los centros educativos

AXA ha presentado nuevas pólizas que promueven la reconstrucción 'verde' en caso de siniestro, indemnizaciones por acoso escolar y cobertura para sanciones por incumplimiento de la LOPD.



D&O para directivos de pymes

El nuevo seguro D&O para las pymes de AXA satisface la necesidad del mercado protegiendo el patrimonio personal de los directivos frente a reclamaciones de terceros derivadas de las faltas, errores o negligencias cometidas en su trabajo diario.

AXA ha simplificado el cuestionario necesario para la tarificación; prevé una definición muy amplia de "asegurado", ofrece la posibilidad de contratarlo como garantía adicional (con descuento sobre la tarifa) dentro de la póliza de RC de la empresa; y tiene un ámbito temporal y territorial también amplio.

En cuanto a la cobertura, contempla, entre otras, la RC por errores cometidos en la gestión empresarial, durante el proceso de constitución de la sociedad, por actos en entidades externas, sociedades participadas o filiales; por prácticas de empleo incorrectas, gastos de defensa, fianzas y multas administrativas.

Además de los daños propios causados por incendios, tormentas, robos, etc., cubre los que puedan sufrir los equipos electrónicos portátiles propiedad del centro (ordenadores, tablet...) que los alumnos se lleven a sus casas; así como el reembolso de los costes que tuviera que asumir el centro educativo si, como consecuencia de un siniestro, no se pudieran prestar algunos servicios o actividades extraescolares (comedor, ruta transporte escolar...).

Además, ha creado la Reconstrucción Verde: si a consecuencia de un incendio queda totalmente destruido el edificio asegurado, se abonaría una cantidad adicional si el centro optara por reconstruir el edificio de forma que reduzca el impacto medioambiental y favorezca la eficiencia energética.

Para los casos de Responsabilidad Civil, se han creado unas coberturas específicas, entre las que caben destacar las derivadas de los daños por acoso escolar entre los alumnos (incluido el bullying), los ocasionados a vehículos aparcados en el centro y a los equipos o aparatos electrónicos, los accidentes de empleados, los derivados de la vulneración de la Ley de Protección de Datos (incluyendo las sanciones) o los daños causados por un tercero contratado por el centro (como el servicio de catering del comedor escolar), etc.

En cuanto a la cobertura de accidentes colectivos, además de las habituales, se indemniza al alumno por la rotura de sus gafas en un accidente personal, el pago de un profesor de apoyo si el alumno no puede asistir a clase por un accidente o la ampliación a 30 días de la cobertura del seguro de accidentes en viajes de intercambio u otras actividades del centro educativo.

El Banco de España insta a las empresas a ajustar precios y reducir márgenes

El director del Servicio de Estudios del Banco de España, José Luis Malo de Molina, ha insistido en la necesidad de que las empresas ajusten los precios a costa de recortar los márgenes de beneficios y los costes laborales. El supervisor teme que la actual moderación salarial no se traduzca en un incremento de la competitividad.

Para que España salga de la crisis es preciso que su economía logre una mayor competitividad y, según Malo de Molina, ello solo se puede lograr “mediante la devaluación interna”. Es decir, que las empresas deben “ajustar los niveles de precios” a costa de reducir sus beneficios y los costes laborales. Esto último ya se logró en 2011 y la tendencia es similar para este año.

Sin embargo, el Banco de España teme que el ahorro derivado de la reducción de costes laborales sirva para ampliar los beneficios empresariales y no para ajustar precios. De hecho, en 2011, los márgenes se incrementaron. Malo de Molina destaca que nuestro país durante la crisis ha ganado competitividad, aunque a costa de destruir empleo. En su opinión, ese es el camino equivocado, ya que el beneficio que se logra por un lado —mayor productividad—, se pierde con los incrementos del paro y del gasto por desempleo.



BBVA lanza una plataforma cloud computing para pymes

El Grupo BBVA ha creado Tugestionline, una nueva plataforma en la nube dirigida a pymes, autónomos y emprendedores, que permite gestionar de forma autónoma sus negocios. Los clientes no necesitarán tener ningún conocimiento previo, softwar sofisticado o llevar a cabo una gran inversión y verán cubiertas sus necesidades en las áreas contable, fiscal y laboral.



Según Alvaro Ramis, director general de Tugestionline, el lanzamiento de este proyecto responde a las obligaciones contables y fiscales que todas las empresas tienen, “por pequeñas que sean”, y a los limitados conocimientos en materia de contabilidad o impuestos que suelen tener.

El modelo de Tugestionline es un 50% más económico que la gestoría tradicional y que los softwar contables bajo modelo ‘pago por uso’, dispone de soporte 24 horas y 365 días al año, basta con tener conexión a internet, y aporta independencia y autonomía y todo se realiza en un entorno protegido. La web actualiza su contabilidad al momento, ordena la información, convierte los datos en asientos contables, crea informes, etc. Todo sin la necesidad de saber contabilidad. También permite presentar los impuestos porque genera automáticamente en plazo los modelos tributarios del negocio, calcula nóminas, tramita altas, bajas...



Nueva agencia para promover las exportaciones

Entre otras iniciativas, el Ejecutivo ha iniciado la privatización de la Compañía Española del Seguro de Crédito a la Exportación (Cesce). Además, ha integrado la sociedad *Invest in Spain* en el *Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)* y ha aprobado medidas de fomento del crédito a la exportación.

No se trata de las únicas iniciativas llevadas a cabo desde el Ejecutivo para promover la internacionalización de las compañías nacionales. También ha creado el Alto Comisionado para la Marca España, a fin de “fortalecer el prestigio del país en el exterior y favorecer la proyección de las empresas” españolas.

Por otra parte, uno de los objetivos prioritarios para el ICO el próximo año será la promoción de los programas de apoyo a la internacionalización y a la exportación, ejes del crecimiento de la economía española. Así lo ha adelantado el presidente del *Instituto de Crédito Oficial (ICO)*, Román Escolano, en su comparecencia en la Comisión de Presupuestos del Congreso.

Escolano señaló que, en un contexto de segmentación del mercado de capitales, es necesario impulsar la demanda externa para crecer de forma sostenida, puesto que la promoción exclusiva de la demanda interna se “topa con la barrera de la necesidad de financiación exterior”.

El *Gobierno* tiene previsto crear en el primer trimestre de 2013 la Agencia de la Internacionalización (Secex), para aprovechar las sinergias de los distintos instrumentos públicos que facilitan las exportaciones españolas y la captación de inversión extranjera productiva. Este proyecto se suma a otras medidas ya adoptadas para estimular el crecimiento del comercio exterior.



Con la finalidad de contribuir a la misma, el ICO presentará a final de año un catálogo completo de productos en colaboración con *Cesce*. Entre estos productos, Escolano indicó que habrá nuevos programas para cubrir tanto las necesidades de circulante que presentan las empresas exportadoras como la financiación a más de 180 días.

Asimismo adelantó que el ICO está trabajando con el BEI en el desarrollo de una línea de financiación multidivisa, atendiendo de esta forma a una demanda puesta de manifiesto en numerosas ocasiones por el sector. También se desarrollarán programas de avales y garantías para empresas que acuden a procesos de licitación en otros países. El presidente del ICO recordó que *AXIS*, la gestora de capital riesgo del Instituto, ha abierto un fondo de infraestructuras y préstamos participativos para los programas de inversión de empresas en el exterior.

Las pymes españolas pagan casi el doble que las alemanas por un préstamo



El coste de un préstamo bancario de hasta un millón de euros con un vencimiento de uno a cinco años, el que normalmente suelen pedir las pymes, volvió a aumentar en agosto en España, hasta situarse en el 6,61% (un 6,5% en julio), frente al 4,15% de media en la zona euro. Un porcentaje que casi duplica el que piden los bancos a las empresas alemanas (3,81%).

En nuestro país no se pagaban unos intereses tan altos desde octubre de 2008, tras la quiebra de Lehman Brothers. Se trata del mayor coste de esta financiación bancaria en la zona euro tras Portugal (un 7,79%), Eslovenia (6,9%) y Chipre (6,88%). El primer país ha sido rescatado, el tercero lo ha solicitado y crece la especulación acerca de que Eslovenia podría ser el siguiente. La crisis de la deuda soberana y la resistencia a la baja de la prima de riesgo sigue cebándose sobre las pequeñas y medianas empresas nacionales, tal y como revelan los últimos datos del [Banco Central Europeo \(BCE\)](#).

La desventaja competitiva de las pymes españolas salta a la vista si se tiene en cuenta que, por el mismo préstamo, una empresa alemana tendría que pagar un tipo de interés del 3,81% (un 4,04% de julio), casi la mitad, y en Francia el coste se situó en el 4,02% en agosto (un 4,14% el mes anterior). Incluso Italia, donde subió hasta el 6,24% en julio, se relajó hasta el 5,83% en agosto. La media de la zona euro fue del 4,15%.

UPTA ha puesto la voz de alarma sobre la fiscalidad recogida en los Presupuestos Generales del Estado para 2013 porque discrimina a los autónomos frente a las empresas. Denuncia que las políticas que se quieren aplicar “no tratan por igual los diferentes tipos de impuestos”.



UPTA critica que los presupuestos de 2013 amplíen la brecha fiscal entre autónomos y sociedades

Mientras los ingresos por IRPF, impuesto a través del que declaran los autónomos, se incrementan en un 1,5% con respecto a la previsión de 2012 y el IVA en un 14,6%, la previsión para el próximo año es que el impuesto de sociedades disminuya su capacidad recaudatoria en un -2,8%. “Este descenso en la recaudación proviene básicamente del efecto de las pérdidas por compensaciones a las grandes empresas”, aclara el secretario general de UPTA, Sebastián Reyna.

Para UPTA esta previsión “contradice los anuncios reiterados del Gobierno de que deben eliminarse las exenciones y bonificaciones que tiene este impuesto que hace que el efecto fiscal efectivo no supere el 11%”. Mientras que en el IRPF, por lo que se refiere a las actividades económicas, la media de los tipos de aplicación supera el 35%. Se pide un compromiso del Gobierno para abordar “una reforma que homologue el esfuerzo fiscal de los autónomos con el de las empresas societarias de mayor dimensión”, concluye Reyna.



El horario flexible y el seguro de Vida, las medidas de conciliación por las que más apuestan las empresas

Las empresas españolas han puesto en marcha numerosas medidas de conciliación para favorecer el equilibrio entre la vida personal y laboral de sus empleados, según revela el informe “1000-1 recetas para conciliar” que se acaba de presentar. Y entre todas las iniciativas los empresarios se decantan por favorecer los horarios flexibles y proporcionar seguros de Vida.

El director de [Fundación Másfamilia](#), Roberto Martínez, y el presidente y consejero delegado de [Compensa Capital Humano](#), Carlos Delgado, han asegurado durante la presentación del estudio que las medidas de calidad en el empleo y de flexibilidad temporal y espacial son las más aplicadas en las empresas familiarmente responsables. Por el contrario, destaca que se realizan pocas acciones relacionadas con los ancianos. Y también, es curioso que no predominen las medidas de teletrabajo, tan sólo un 8%, cuando es una demanda real en nuestra sociedad.

Las 5 medidas más solicitadas son: horario flexible de entrada y salida; seguro de vida; retribución flexible; aumento de días de vacaciones y días festivos adicionales; y seguro médico. Además, existen empresas que implantan otras medidas como las walking meeting, tarde libre el día de tu cumpleaños, incorporación progresiva tras la maternidad...



El Congreso aprueba la Ley de lucha contra el fraude fiscal



El Congreso ha aprobado con el único voto favorable del **PP** el proyecto de ley de lucha contra el fraude fiscal. Una norma que, entre otras medidas, limitará los pagos en efectivo a cantidades inferiores a 2.500 euros y excluirá del régimen de módulos para actividades donde se detectan nichos de fraude.

La Comisión de Hacienda y Administraciones Públicas ha dado el visto bueno con competencia legislativa plena (con lo que el texto pasa al Senado sin votarse en Pleno) a una norma que también contempla la obligación de declarar bienes, cuentas y valores depositados en el extranjero y que prevé sanciones más altas en caso de incumplimiento.

En ella existe una enmienda para las empresas subcontratistas, que “se configuran como uno de los sectores económicos al que deben dirigirse las actuaciones de control de la Agencia Tributaria”. Se propone una inversión del sujeto pasivo, para que se impida generar un derecho a la deducción del IVA sin que éste haya lo haya declarado previamente.

Nueva regularización fiscal para las empresas que actualicen sus balances

Entre las diferentes medidas aprobadas por el Gobierno en el Anteproyecto de Ley de Presupuestos, se encuentra escondida una nueva regularización fiscal, bajo el nombre de “actualización de balances”. Se trata de una iniciativa impositiva con la que el Ejecutivo pretende recaudar unos 300 millones de euros el próximo año.



La actualización de balances permite a las compañías ajustar el valor contable de todos o parte de los activos a su valor real, tras el aumento del coste de la vida. Es una medida que no se aprobaba desde 1996, y esconde una “regularización” dependiendo del tipo de activos empresariales que se puedan acoger a ella.

Algunos expertos han visto en esta medida una nueva amnistía fiscal encubierta, toda vez que la regularización permitirá la afloración de activos y pasivos ocultos. Durante este ejercicio, el Gobierno ha aprobado otra amnistía fiscal para que los ciudadanos afloraran bienes ocultos, con un gravamen del 10%, lo que permitiría recaudar unos 2.500 millones de euros, aunque hasta este momento apenas ha llegado a las arcas tributarias un 2% de lo previsto.

El Gobierno creará un mercado de deuda privada para pymes

El ministro de **Economía**, Luis de Guindos, ha anunciado que se creará un mercado líquido de pagarés para las pymes, con el objetivo de impulsar la financiación de estas empresas. Además, se fomentará que las pymes acudan al Mercado Alternativo Bursátil (MAB) —en el que ya han debutado 21 compañías de mediano y pequeño tamaño— para obtener crédito.



El objetivo de la aprobación de estas medidas destinadas a las pymes, ha dicho el ministro, es buscar alternativas de financiación distintas a las exclusivamente bancarias, con las que estas empresas tienen “una

alta dependencia”. Además, anunció que se reformaría el mecanismo del Fondo de Titulación de Activos para las pymes (FTPYME) para fomentar la concesión de créditos a estas empresas, en tanto que se impulsaría la

cofinanciación de nuevos proyectos empresariales mediante una iniciativa conjunta de la sociedad de capital riesgo del Instituto de Crédito Oficial (Axis) y el Fondo Europeo de Inversiones.



El Gobierno no rebajará las cotizaciones a los empresarios

El Consejo de Ministros, una vez presentada la Ley de Presupuestos Generales del Estado para 2013, ha dado a conocer que la esperada rebaja en las cotizaciones sociales para los empresarios no se va a producir, a pesar de que el Gobierno había anunciado una reducción de un punto para el año que viene y de otro punto adicional en 2014.

Las necesidades recaudatorias finalmente han echado atrás esta iniciativa, que cuando se anunció recibió severas críticas tanto de sindicatos como de la oposición política.

Y eso que en el decreto de ajustes del pasado mes de julio sí se contemplaba esta deducción, lo cual hubiese supuesto una caída en la recaudación de 1.115 millones de euros en 2013 y en 3.890 millones en 2014, según datos del Ejecutivo. Unas cantidades que el PSOE, a través de su portavoz económico en el Congreso y exministro de Trabajo, Valeriano Gómez, elevó hasta 3.500 y 7.000 millones de euros, respectivamente.

Las empresas, y no la Tesorería General de la Seguridad Social, serán las que se encarguen a partir del año que viene de informar a los trabajadores sobre su futura pensión. El secretario de Estado de Seguridad Social, Tomás Burgos, ha explicado que así se pretende que los empleados sean los que “decidan si quieren completar su pensión con un plan privado o si prefieren aportar más a la Seguridad Social” de una forma más directa.



Las empresas tendrán que informar a los trabajadores sobre su futura pensión

Según ha explicado, esta información deberá transmitirse con la misma periodicidad y los mismos términos que la de la Seguridad Social, “para que, a partir de ese derecho clave que es la información, toda la sociedad contribuya a extender la cultura del ahorro”. Burgos ha reconocido que, en el contexto actual, es “muy complicado” para las personas conseguir ahorrar, “pero no es algo imposible, por eso hay que aunar esfuerzos, porque incentivar el ahorro es ahora mismo una prioridad para España”.

Esta iniciativa pretende mejorar la situación actual que revela un reciente estudio del Instituto Aviva de Ahorro y Pensiones y es que España es el país de la UE que más tarda en informar a los ciudadanos sobre su pensión de jubilación, pues sólo lo hace el año previo a la edad de retiro y siempre que se solicite. Por el contrario, sí se da información a los trabajadores sobre sus bases de cotización y vida laboral.

La UCM ofrecerá un servicio gratuito de consultoría para emprendedores y pymes



La Universidad Complutense de Madrid (UCM) dará a partir de octubre un servicio gratuito de consultoría sobre la gestión de empresas para emprendedores y pymes con la colaboración de los alumnos y del personal docente del máster 'Magister Entrepreneurship Complutense'.

Para ello, un grupo de compañías y emprendedores seleccionados por orden de inscripción en el programa de consultoría podrán presentar sus necesidades o retos empresariales en el aula frente a un consejo de expertos. La universidad formará un grupo con profesores y alumnos del máster que deberán aportar una solución o propuesta innovadora y realista en un plazo inferior a quince días.

El objetivo del programa, según su director, Javier Sanz, es aprovechar el "ecosistema emprendedor" que forman el grupo de investigadores, profesores, emprendedores y alumnos no solamente para formar alumnos sino para "ayudar a crecer y mantener las empresas existentes.

Se estima que durante este curso podrá ofrecer soluciones a más de 100 empresas que pasarán desde la elaboración de un plan de ventas convencional hasta la digitalización de una empresa, el lanzamiento de un nuevo producto o la elaboración de una estrategia de marketing en redes sociales.



El sindicato UGT y el bufete laboralista Sagardoy Abogados han hecho balance de los seis primeros meses de aplicación de la reforma laboral. Y ambos coinciden en que los datos reflejan que ni se ha fomentado la contratación indefinida ni hay contención de costes alternativos al despido.

Laboralistas y sindicatos critican el fracaso de la reforma laboral

Desde Sagardoy recuerdan que para reducir la temporalidad, el Gobierno quiso reducir la brecha en el coste del despido de los temporales y los fijos y para ello abarató el de los indefinidos (de 45 a 33 días) y potenció la calificación de despido procedente cuando concurren causas económicas (despido a 20 días). La realidad es que el número de contratos fijos ha caído casi un 6% y su peso sobre el total es menor que en años anteriores.

El bufete laboralista indica que "no parece que los efectos sobre la contratación hayan respondido a estos estímulos". Es más, los datos estadísticos señalan que entre marzo y julio la contratación indefinida —que supuso el 8% del total— "incluso ha perdido peso respecto al mismo periodo de 2011". Las cifras manejadas por UGT en contratación son igual o más contundentes. El número de contratos indefinidos totales (conversiones e iniciales) se ha reducido en un 5,8% respecto al mismo periodo del año anterior.

GANAR 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



BC Correduría de Seguros ofrece a sus clientes un plataforma de gestión personalizada

inithealth, llega a un acuerdo con **BC Correduría de Seguros**, para incorporar su plataforma de gestión personalizada de la salud a los productos de Vida, Salud y Accidentes escolares.

A partir de ahora, la correduría ofrece a todos sus clientes de nueva producción, asegurados en estos ramos, la capacidad de cuidar de su salud. BC Correduría de Seguros tiene una experiencia de más de 30 años en el mercado asegurador español. Con sede en la localidad madrileña de Valdemoro, trabaja principalmente los ramos personales y tiene vocación permanente de generar productos diferenciados y novedosos en el mercado.

Preventiva presenta sus servicios a los asociados de Apromes

Preventiva Seguros ha presentado a la Asociación Profesional de Mediadores de Seguros (**Apromes**), los principios de actuación de la entidad. Luis Poblaciones, director general de esta aseguradora ha destacado que sus acciones se basan “fundamentalmente en la profesionalidad y especialidad del negocio asegurador.”

Poblaciones repasó las estructuras actuales de Preventiva y su proyecto de desarrollo a corto plazo y estrategias de futuro. A continuación intervino Beatriz Maroto, directora del departamento Técnico, quien presentó la plataforma de diseños de servicios, especialmente asistenciales, así como de protección al cliente. Posteriormente, intervino Carlos Fernández, director comercial, para hablar de la organización comercial en los distintos canales y de cifras y porcentajes de provisiones desde 2009 a 2015. Asimismo destacó la importancia del canal de distribución a través de corredores. La



entidad prevé contar con una red de al menos 500 profesionales en el año 2015.

En último lugar intervino Joaquín Ibañez, adjunto a la dirección comercial, que presentó AFIN, su producto estrella. Consiste en una pluralidad de seguros tales como Decesos, Hogar, Accidentes, Vida, Protección de pagos y retirada de carnet, todo ello dentro de una misma póliza y con posibilidad de pago de prima mensual.



Estrategias de los corredores en tiempos difíciles

Fundación Inade ha organizado una jornada de trabajo en la que se debatieron las estrategias que han puesto en marcha diferentes corredurías para afrontar el entorno económico y social que estamos viviendo.

Adolfo Campos, director de Fundación Inade, hizo unas “Reflexiones sobre los corredores de seguros”. Un estudio elaborado por la Fundación que recoge la evolución del mercado de los corredores entre 2006 y 2010. En primer lugar, Campos criticó a las Administraciones Públicas por no ponerse de acuerdo para facilitar un informe colectivo. La Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), en sus informes anuales, no tiene en cuenta la información que recogen las Comunidades Autónomas, y además no todos los corredores nacionales facilitan información, lo que supone que en el informe oficial la Administración no tiene en cuenta el volumen de negocio del 43% de los corredores de seguros. Además, la información se facilita con 18 meses de retraso.

El estudio de Fundación Inade refleja que los corredores de seguros autorizados por la DGSFP intermediaron en 2010 un 32,7% menos que en 2006. Entre los motivos

que justifican este descenso están el cambio de posición mediadora de algunos corredores a operadores de banca seguros, así como la transformación de algunos en agentes exclusivos e incluso en agentes vinculados.

Terminada su parte expositiva, Adolfo Campos preguntó al auditorio “¿por qué un corredor prefiere transformarse en agente de seguros antes que ser auxiliar asesor de otro corredor?”. Esta reflexión se amplió abordando el tema del consentimiento por parte de los clientes. Muchas veces, los titulares de las corredurías de seguros toman la decisión de transferir su negocio a una aseguradora sin tener en cuenta a sus clientes. Se preguntaba ¿dónde está el principio de libertad que inspiraba el negocio del corredor que se transformó en agente?

Diferentes modelos de negocio

Bajo el modelo de mesa redonda, se analizó también los proyectos de empresa de tres sociedades de correduría diferentes. En primer lugar, Ángel López, gerente y director técnico Norbrok21, presentó la evolución de su empresa. Su estrategia se basa en las líneas de concentración e incremento de la cartera, racionalización del gasto, y políticas comerciales activas. López indicó que “no podemos quedarnos parados esperando a que



escampe el temporal, ya que cuando pase, el mercado no será el mismo y entonces será tarde para adaptarse”.

A continuación tomó la palabra el director general de Telepóliza, Iván Novo. El primer muro que debemos derribar es el que nosotros mismos nos ponemos. Para el representante de Telepóliza, todos los empresarios debiéramos “preocuparnos por lo que está en nuestra mano, trabajo en equipo; orientar la estructura de la empresa hacia el objetivo; medir parámetros e invertir en tecnología y formación y trabajo, esfuerzo y dedicación”.

La tercera presentación corrió a cargo del consejero delegado del grupo Artai, Joaquín Huergo, que inició que a lo largo de los años se ha constituido una gran cartera de clientes particulares. Por eso, ha decidido fortalecer este segmento creando una línea de servicios específicos para ellos.

Asefa ha realizado sendas presentaciones sobre sus seguros de Salud, una en el Colegio de Mediadores de Valencia y la otra en ACS-CV (Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana).



Asefa presenta su oferta de Salud a los mediadores de Valencia

José María Texeira, director de Salud, Vida y Decesos de Asefa Seguros, explicó las peculiaridades de los seguros de Salud de la compañía, centrándose especialmente en las características y ventajas principales de la modalidad del producto Asefa Salud Top. Asimismo, se trataron las condiciones del protocolo, su operativa y las particularidades del ramo en el mercado asegurador.

Por otro lado, Asefa Seguros ha renovado el protocolo de colaboración que mantiene con el Colegio de Mediadores de Seguros de Álava. Su objetivo es estrechar lazos con este colectivo en la región y contribuir a su desarrollo profesional.

En la firma han estado presentes Jorge Azcárraga, presidente del Colegio, e Isabel de Jorge, directora de la delegación Norte de Asefa Seguros. En esta colaboración se incluye la organización de cursos, seminarios y conferencias, que permitirán dar a conocer con detalle la actividad de la compañía a los mediadores. Asimismo, la imagen de la aseguradora estará presente y visible en los distintos eventos que organice el colegio durante el año, así como en su página web.

La correduría Previda intermedia un seguro para el programa de Termalismo Social del Inmerso

La Dirección General del Instituto de Mayores y Servicios Sociales (Inmerso) ha formalizado con la aseguradora Arag, y con la intermediación de la correduría de seguros Previda, el contrato de la póliza de seguros colectiva para los usuarios de plazas del Programa de Termalismo Social del Instituto para las temporadas 2012 y 2013.

Se trata de un seguro de Asistencia en Viaje, diseñado para cubrir las necesidades de las personas mayores que se acogan a este programa. Entre sus garantías figuran el transporte sanitario en caso de enfermedad o accidente, el reembolso de los días no disfrutados por interrupción de la estancia o la disponibilidad de un chófer profesional, en caso de que el asegurado no pueda conducir su propio vehículo, entre otras.

El importe de la adjudicación asciende a cerca de 600.000 euros, y dará cobertura a unos 500.000 asegurados durante dos años.





Los días 13 y 14 de septiembre, una delegación de **Adecose** participó en nombre de la Federación Mundial de Mediadores de Seguros (WFII) en una reunión del Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI), organismo internacional creado por el G7 para combatir el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo.

Adecose representa a la WFII en el G7 que combate el blanqueo de capitales

A la reunión, a la que asistieron Juan Gayá, vocal de la Junta Directiva y responsable del Área de Servicios a Socios; Borja López-Chicheri, director gerente; y Blanca Garduño, adjunta a la dirección (todos ellos en representación de Adecose), también acudieron más de un centenar de expertos en prevención de blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo de los principales organismos internacionales; de autoridades supervisoras y gobiernos, entre ellos el español, y de la industria financiera.

La temática se centró en cómo se estaban aplicando las medidas reforzadas de control con respecto a los PEPS (personas con responsabilidad pública) y los nuevos métodos de pago relacionados con las nuevas tecnologías, para prevenir y combatir el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo.

En su turno de intervención, Adecose puso de manifiesto la dificultad que implica para un sector compuesto en su mayoría por pymes el cumplimiento de estas medidas, en especial respecto al control de los PEPS.

Desde la asociación recuerdan su labor en esta materia que afecta a los corredores, “ejemplo de lo cual fueron las 4 enmiendas que Adecose consiguió incorporar en el Parlamento en la tramitación de la Ley 10/2010, de 28 de abril, de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo, muy beneficiosas para el sector”.

Por otra parte, Adecose también ha participado en los Grupos de Trabajo de la Comisión de la Unión Europea de la CEOE recientemente constituidos sobre “Coordinación de la presencia de CEOE en BusinessEurope” y “Mercado interior europeo y Estrategia 2020”.

A través de su director gerente, Borja López-Chicheri, y de Blanca Garduño, adjunta a la dirección, la asociación reafirma su compromiso de trabajar activamente en las comisiones de trabajo de la CEOE que sean de mayor interés. Eso permitirá llevar a cabo un seguimiento más pormenorizado de la normativa comunitaria que afecta al sector.





El Colegio de Barcelona analiza el papel de la mediación en un entorno europeo

En ella participó el catedrático de Economía Aplicada de la Universitat Autònoma de Barcelona, Josep Oliver, que dijo que el euro ha sido y es una herramienta “imprescindible” para el desarrollo económico. Oliver abogó por avanzar, más allá de la unión monetaria, hacia una unidad bancaria dentro de un modelo de corte federal.

A continuación, los dirigentes de las aseguradoras, junto al propio profesor Oliver, participaron en un coloquio moderado por Ramón Rovira. En ella se habló de que vivimos en una época de

cambios que marcarán el futuro del sector asegurador, en el que la mediación va a continuar desempeñando un papel fundamental y en el que habrá que adaptarse a las demandas de las nuevas generaciones de consumidores.

Al cierre de la velada, la presidenta de la patronal **Unespa**, Pilar González de Frutos, apeló a la búsqueda de “puntos de unión con los mediadores para introducir racionalidad” en la propuesta de Directiva de Mediación que está debatiendo la Comisión Europea. La clausura de la XXXVIII Semana Mundial corrió a cargo del presidente del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, José María Campabadal, quien hizo un llamamiento al “sentido común” para que la citada Directiva “defienda los intereses de los mediadores españoles y europeos”.

Los más altos representantes de las aseguradoras de España ha debatido sobre el papel de la mediación en el presente y el futuro europeos, en el marco de XXXVIII Semana Mundial del Agente y Corredor de Seguros, organizado por el **Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona**.

40

Santalucía crea un juego para atraer a los jóvenes a la cultura aseguradora

La aseguradora **Santalucía** ha decidido crear un juego para difundir la cultura aseguradora: “santalucía 2.0, Una Aventura Asegurada”. Se trata de una herramienta interactiva y multiplataforma capaz de enseñar jugando todo lo que hay que saber sobre el seguro de Hogar. La idea principal es dar a conocer la marca entre los más jóvenes a través de las Redes Sociales.

La aseguradora tiene previsto sacar en total 4 juegos (el de Hogar que ya está funcionando; el de Salud, que saldrá próximamente; el de Vida Ahorro; y el de Decesos). En este primero, Nico, el personaje central de la aventura, va protagonizando situaciones cotidianas como las que viviría cualquier familia o joven independiente en su hogar. El juego nos muestra la importancia que tiene conocer el seguro del Hogar y sus coberturas en detalle, para tener la garantía de una vida más segura y tranquila.

Mensualmente se elabora un ranking con las mejores puntuaciones para acceder a una serie de premios. El juego se encuentra disponible en www.juegosantalucia.es.





Las aseguradoras aprueban en su relación con los mediadores

José María Campabadal, presidente del Consejo General, dice que “en general, las aseguradoras han aprobado (con un 6,5 de media) en su relación con los mediadores. Pero queda recorrido para mejorar. Por ejemplo, en atención al cliente, que tiene la nota mas baja”. El objetivo del Panel de la Mediación es “tratar de ver los puntos fuertes y débiles que hay en las relaciones entre las aseguradoras y los mediadores”.

En su resumen del estudio, José Luis Nieto, vicepresidente del Consejo General, dijo que “las compañías están bien valoradas en siniestros, productos y apoyo a los mediadores. Sin embargo, tanto los mediadores como las aseguradoras deben mejorar en el desarrollo de nuevas tecnologías. Tampoco tienen un buen resultado en la resolución de los conflictos, porque el interlocutor no suele tener capacidad para resolverlos”.

De acuerdo con los resultados del Panel, el 57,5% de los encuestados asegura que los call center, buzones, etc. de las compañías le solucionan los conflictos. Además, los departamentos de atención al cliente de las aseguradoras reciben una nota media del 5,8 sobre 10. En cuanto al servicio de asistencia en siniestros, obtienen un 6,43 de

media. Por su parte, el apoyo de la entidad en la renovación de la cartera recibe una puntuación media del 5,9. La apuesta por la mediación frente a otros canales de la propia compañía es puntuada con un 6 de media y su apoyo en la transformación en otras figuras, con un 4,7.

Por otro lado, a la pregunta de si el interlocutor de la compañía tiene capacidad de resolución de conflictos, un 19,3% de los consultados opina que tiene mucha capacidad, mientras que el 25,8% cree que tiene escasa capacidad; y el 54,8% valora que tiene una capacidad media.

Además, Nieto aprovechó el acto para señalar las acciones mas destacadas de la memoria del CNS. En este sentido, adelantó que pronto saldrá una bolsa de trabajo. Además indicó, entre otras cosas, que se está



La sede del Consejo General de los Colegios de Medidores de Seguros fue el lugar elegido para presentar los resultados del I Panel de la Mediación, elaborado con los datos de 320 mediadores que han contestado una encuesta del Centro de Negocios del Seguro (CNS).

planteando la posibilidad de organizar el primer Foro Hispano Francés porque hay similitudes entre ambos países.

El cuestionario ha sido enviado a 400 mediadores colegiados (pero finalmente lo han respondido 320). La muestra incluye todo tipo de mediadores (agentes, agencias, corredores y corredurías de diferentes tamaños) y ha sido seleccionada con la colaboración de los colegios, de forma representativa, para ajustarse a la realidad del mercado.

Las aseguradoras que integran el CNS, y que son valoradas en el estudio, son Allianz, Arag, AXA, Catalana Occidente, DAS, DKV, Generali, Groupama, Fiatc, Liberty, Helvetia, Mutua de Propietarios y Reale.

Plus Ultra mantiene la estructura de distribución de Groupama

La filial **Groupama** adquirida por el **Grupo Catalana Occidente** e Inocsa, estrena nuevo logo bajo el nombre de **Plus Ultra Seguros**. Pero mantiene su estructura de canales de distribución y red territorial. Los mediadores continuarán siendo atendidos por sus actuales interlocutores comerciales, del mismo modo que hasta ahora.



Desde la aseguradora se indica que “se basa en una marca moderna y potente desde un punto de vista visual, diferenciadora y, a la vez, con clara alusión a la historia y tradición de esta denominación en el sector asegurador, que ya cuenta con 125 años de historia”. Con Plus Ultra Seguros, la aseguradora transmite la continuidad de su plan de crecimiento y desarrollo comercial, así como de las actuales líneas estratégicas y modelo de negocio.

Seguirán plenamente vigentes las condiciones contractuales, la gama de productos –que pasarán a identificarse con la denominación Plus-, los sistemas de información y todas las características del modelo de negocio actual.

Una vez obtenidas las necesarias autorizaciones administrativas por parte de las autoridades reguladoras, Grupo Catalana Occidente tiene una participación del 49% en el capital social de Groupama Seguros e Inocsa (accionista mayoritario de GCO) el 51% restante. Asimismo, Grupo Catalana Occidente es titular de una opción de compra a Inocsa en virtud de la cual tiene el derecho a comprar la totalidad de las acciones de Groupama Seguros propiedad de Inocsa dentro de tres años.

La Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (**Ashotel**) ha firmado un acuerdo de colaboración con la aseguradora **Reale** y con **Sanza Correduría de Seguros**. A partir de ahora, la asociación hotelera canaria va a poner a disposición de los establecimientos turísticos a los que representa, un conjunto de pólizas de seguro de diversas modalidades, con mejores precios y coberturas.



Reale y Sanza Correduría firman un convenio de colaboración con Ashotel

Asimismo, realizará acciones de promoción y difusión de los productos de Reale Seguros a través de distintas actividades para lo que los hoteles miembros de esa asociación contarán con el asesoramiento profesional de Sanza Correduría.

Por otro lado, la aseguradora va a impulsar la formación en el ámbito de los seguros en los establecimientos asociados a Ashotel. En la firma participaron el presidente de Ashotes, Jorge Marichal; el responsable en Canarias de Reale Seguros, Juan Antonio Hernández; y el director general de Sanza Correduría, David Sanza. En opinión de Sanza, “este es un acuerdo muy importante, pues Ashotel se convierte en una central de compras en seguros para todos sus asociados”.

Fecor hace públicos sus comentarios sobre el texto del anteproyecto de IMD II

La Federación de Corredores y Corredurías de Seguros (Fecor) ha hecho público el informe en el que, de una manera resumida, analiza los preceptos del anteproyecto de IMD II.

En él se comentan los puntos que a su juicio, y como apuntan expresamente desde Fecor, “son susceptibles de mejora, algunos de manera recomendable pero otros –que están debidamente identificados y detallados en el informe-, requieren una modificación o eliminación necesaria”.

En lo que a la figura del corredor de seguros se refiere, desde la federación consideran que a lo largo del texto del Anteproyecto de IMD II no tiene el mismo trato que otras figuras. Asimismo, en su opinión, “este Anteproyecto establece novedades muy importantes que consideramos necesario profundizar más. Tal y como están en el texto, dejan abierta la posibilidad de generar muchas dudas en su interpretación. A tal efecto, consideramos oportuno ampliar y ralentizar el periodo legislativo de dicho texto de manera que podamos desarrollar las aportaciones al mismo con más rigor y análisis. Sobre todo ahora que el proceso legislativo de Solvencia II -que le daba origen- se ha ralentizado”.

“Entendemos que en España tenemos una normativa de mediación perfectamente adaptada a la actividad que desarrollamos y que ha supuesto un enorme esfuerzo en recursos a toda la mediación a lo largo de los escasos seis años que lleva vigente. Además, esto se refleja empíricamente en el reducido, y casi inexistente, ratio de incidencias y reclamaciones recibidas sobre la mediación de seguros en España. Por ello, no creemos justificado ni necesario crear una normativa europea que regule la distribución de seguros”.

Para Fecor, en ningún momento ni los consumidores ni el mercado han manifestado una postura de exigencia ni demanda hacia las medidas que el anteproyecto de Directiva IMD II está desarrollando, como por ejemplo el delicado aspecto de la “transparencia de la remuneración”. Por eso, desde la federación consideran nada justificada ni reforzada la argumentación para su establecimiento.

En Fecor han decidido colgar este breve informe en su web (www.fecor.org) y ha-



cerlo así público para dar respuesta a las peticiones para tener acceso a él.

Asimismo, Fecor ha elaborado un Informe con 37 propuestas de modificación o eliminación sobre artículos de la Directiva de Mediación de Seguros (IMD II) que ha entregado a la DGSFP para que lo presentara a Bruselas.

Quality Brokers ha lanzado la web proteccionjuridicafamiliar.com, especializada en la comercialización de productos aseguradores relacionados con la cobertura a las familias. La web cuenta con el Sistema Netbrok de Exponent Consultores, desarrollada específicamente para corredurías.



Nueva web de Quality Brokers para vender seguros de cobertura jurídica familiar

A través del site, los usuarios acceden a la contratación de coberturas como la defensa de responsabilidad penal, reclamación de daños, defensa de derechos relativos a la vivienda o asistencia jurídica telefónica, entre otros. Además, el portal ofrece la posibilidad de ampliar estas coberturas.

De esta forma, “la empresa entra de lleno en el mercado de la venta de seguros online, cuyo crecimiento potencial en el mercado español es muy estimable, no sólo en cuanto a venta directa sino, sobre todo, como prescriptor de producto para su comercialización a través de otros canales, como el de la mediación” dicen desde Quality Brokers.

La sanidad pública debe apoyarse en la privada

En el último Desayuno de Trabajo de la Fundación Inade, Josep Santacreu, consejero delegado de DKV (de Grupo Ergo), habló sobre “El sector asegurador, protagonista del Estado de Bienestar”.

Durante su intervención dijo que aunque España cuenta con un buen sistema sanitario, los ciudadanos están percibiendo un descenso de calidad. En este sentido, el sector privado puede apoyar el sistema público coparticipando en determinadas parcelas. Santacreu considera que el éxito de la gestión privada hacia un enfoque público radica -entre otros- en la flexibilidad laboral, las bonificaciones a empleados por productividad o la optimización de los recursos materiales. El gasto público en salud en el año



1980 se situaba en el 4,23% y en 2009 ascendió a casi el 7%. Se estima que el sector privado complementa a ese porcentaje en un 2,5%, primordialmente con las contrataciones de seguros colectivos, y el copago a especialistas en determinadas modalidades de seguros individuales.

Santacreu habló de que por la experiencia de DKV, desde que la empresa aplica el copago en determinados servicios: se ha reducido el gasto en salud, lo que ha repercutido en un descenso de primas de un 10% (se valora que un 3% debido a la recaudación que supone el copago, y el 7% restante por el ahorro provocado por el descenso en el uso de determinados servicios).



Adecose y Consejo General fijan posiciones sobre la IMD II en la reunión del BIPAR

A primeros de octubre, se celebró en Bruselas una reunión extraordinaria de BIPAR a la que asistieron delegaciones de Adecose y el Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, encabezadas por sus presidentes, Martín Navaz y José M^a Campabadal, respectivamente. En ella se discutió y aprobó la posición oficial de BIPAR sobre la propuesta de Directiva de Mediación de Seguros (IMD II).



A la reunión acudieron el resto de asociaciones pertenecientes al BIPAR y contaron con las intervenciones de Karel Van Hulle, jefe de la unidad de Seguros y Pensiones de la Dirección General de Mercado y Servicios de la Comisión Europea; Werner Langen, europarlamentario y ponente de la IMD II en el Parlamento Europeo; y David Cowan, experto en protección al consumidor de EIOPA.

Por otra parte, Adecose y el Consejo General de los Colegios

de Mediadores de Seguros se reunieron con las principales asociaciones de corredores de seguros el 10 de octubre. El objetivo fue explicar a sus representantes la postura que, en coordinación con el BIPAR, ambas organizaciones están planteando sobre los aspectos principales de la propuesta de Directiva de Mediación de Seguros (IMD II). Además se quiso establecer la estrategia que se debe desarrollar en el marco de la Unión Europea en la defensa de las pretensiones del sector. La reunión recogió el máximo de inquietudes del conjunto de las asociaciones, de forma que el discurso sea uniforme y con una única voz, aspecto muy importante de cara a tener éxito en los objetivos marcados.

Las asociaciones convocadas a esta reunión son: ACCA, ACSA, Agacose, AIPS, Adecor, Apromes, Asecospa, Club Català Corredors, CSA, E2000, Espabrok, Euskalbrok y Fecor.

Asimismo, Aemes (patronal de la mediación) y el Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros se reunieron de forma bilateral para

consensuar una posición común ante la Junta Consultiva sobre la propuesta de Directiva que se encuentra actualmente en proceso de tramitación. Desde la patronal de la mediación aseguradora se afirma que “este consenso es fundamental y necesario, pues ambas instituciones son las únicas que disponen de representación como miembros de pleno derecho en la Junta Consultiva de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones”.

Mapfre ha reparado más de 22.000 electrodomésticos de sus asegurados en siete meses



Mapfre ha realizado 22.155 reparaciones de electrodomésticos de sus asegurados de Hogar, de forma gratuita, en los últimos siete meses.

Como se recordará, la compañía incluyó el pasado febrero, dentro de las coberturas de las pólizas de Hogar de sus asegurados, la opción de reparar de forma gratuita electrodomésticos de línea blanca (frigorífico, congelador, lavadora, secadora, lavavajillas, cocina eléctrica o vitrocerámica, horno, microondas y campana extractora).

Esta cobertura incluye el desplazamiento, las piezas y tres horas de mano de obra por intervención. Los clientes pueden hacer uso de este servicio sin coste alguno, siempre y cuando la reparación no supere los 300 euros o el valor venal del aparato. Este servicio lo pueden utilizar dos veces por anualidad de seguro y cuatro en el supuesto de que tengan contratada la póliza Platino.

La aseguradora Ergo, del grupo Munich Re, ahorrará a sus clientes de Decesos la subida del IVA.

Los asegurados de Decesos en Ergo, no pagarán la subida del IVA

Para hacerlo posible, la entidad ha llegado a acuerdos con los proveedores de su red para asumir conjuntamente el incremento impositivo, de manera que los asegurados no se vean afectados por el aumento del precio final del servicio contratado (que ha pasado del 8% al 21%).



Daniel García es el nuevo gestor de brokers de Chartis



La aseguradora Chartis Europe ha reforzado las áreas de Siniestros, Suscripción y Distribución con la incorporación de siete tramitadores, un nuevo suscriptor y un gestor de brókers (broker management executive). Un cargo que recae sobre Daniel García Mayor.

Álvaro Mengotti, director general de Chartis Europe, dice que “con la incorporación de estos nuevos profesionales, Chartis refuerza su apuesta por el área de Atención de Siniestros de modo muy significativo, también en otros departamentos de la compañía”.



Mediator Consulting cambia su web



Mediator Consulting, consultora para asesores de seguros (agentes, corredores y profesionales del sector asegurador en general), ha renovado su web para hacerla más interactiva.

A través de ella, ofrece servicios de consultoría y pone a disposición del visitante una serie de recursos gratuitos que ayudan al asesor de seguros en el desempeño de su profesión.



American International Group, Inc. (NYSE:AIG) ha dado a conocer el logo renovado de AIG, con un diseño modernizado y una nueva gama de colores, que empezará a aparecer en la publicidad y en los materiales de marketing de la compañía este otoño.

AIG renueva su imagen

El logo renovado de AIG se utilizará de manera limitada hasta que la empresa complete la nueva imagen de marca de los segmentos de seguros generales y de Vida y Pensiones este otoño. Una vez completada la renovación de la imagen de marca, la división de seguros generales de AIG, actualmente denominada Chartis, pasará a ser AIG en la mayoría de países. El negocio de vida y jubilación de la compañía, actualmente conocido como SunAmerica Financial Group, pasará a llamarse AIG Life and Retirement.

Por otra parte, AIG ha reembolsado por completo, con intereses, el dinero al Gobierno de Estados Unidos. Este hecho constituye un significativo avance para la compañía y sus 63.000 empleados en todo el mundo.

Robert S. Schimek, presidente y CEO de Chartis EMEA, ha sintetizado en cinco puntos cuál ha sido la evolución reciente de AIG:

1. El Gobierno de EE.UU. ha recuperado por completo los 182 mil millones de dólares del compromiso con AIG.
2. La participación accionarial del Gobierno EE.UU. descenderá hasta aproximadamen-

te un 15,9%, desde el 53% de unos días atrás y del 92% de la primavera de 2011.

3. El Gobierno de EE.UU. ha sido reembolsado de todo el principal del capital, más un beneficio de 12.400 millones de dólares en valores de AIG, desde 2008.
4. A 10 de septiembre, el precio unitario de las acciones era de 32,5 dólares, lo que supone el mayor precio ofrecido por las acciones de AIG hasta la fecha.
5. La oferta de 18.000 millones de dólares, una de las mayores de la historia de la Bolsa neoyorquina, es un claro indicativo de la positiva demanda existente respecto a las acciones de AIG".

En opinión de Álvaro Mengotti, director general de Chartis Iberia, "estamos muy orgullosos de haber alcanzado estos cinco hitos. Esto pone de manifiesto el compromiso continuado de los empleados de Chartis (AIG) en todo el mundo en trabajar juntos para servir mejor a nuestros clientes y brokers. Gracias a este apoyo continuado, seguimos siendo la compañía de seguros más valorada por todos nuestros colaboradores y accionistas".



ACS-CV y Generali entregan un cheque regalo de mil euros a un cliente

La Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV) y Generali han entregado un premio, que consiste en un Cheque-Regalo valorado en 1.000 euros, a Vicente Ignacio Triviño, cliente de la correduría MESAG Seguros.

La campaña, a la que se podían sumar todas las corredurías de ACS-CV adheridas al protocolo de colaboración con Generali, tenía como objetivo premiar a los clientes que contrataran un seguro con la compañía. Tanto ACS-CV como Generali han mostrado su satisfacción por el desarrollo de esta campaña, que ha funcionado como una herramienta de fidelización para los clientes de las corredurías asociadas.

La entrega la realizaron, por parte de ACS-CV, su presidente Aurelio Gil, mientras que en representación de Generali lo hicieron José Antonio Gutiérrez, responsable comercial Territorial de Levante Norte, y Santos García, director de la Sucursal Valencia-Corredores de Generali. Por parte de MESAG Seguros estuvo presente su director comercial, Ángel Girón.

48

En los últimos tres años se ha incrementado la venta de los seguros oncológicos, según el artículo que aparece en [El País digital](#). Eso ha sido así, sobre todo, porque se ha comenzado a ofrecer como complemento a otras propuestas.

Se incrementa la venta del seguro oncológico

Alejandro Sánchez, asesor de seguros, dice que “cada vez que vendo un seguro lo incluyo en el paquete, ahí la gente se lo hace. De mi cartera de clientes, el 20% lo tiene contratado”. La mayoría de los que optan por esta póliza lo hacen como parte de un seguro de Vida.

En el mercado local son dos las empresas que lo comercializan: Mapfre, que ofrece una cobertura total contra todos los tipos de cáncer, y Metlife, que excluye la cobertura al cáncer de piel y de útero. En todos los casos, el pago de la póliza se realiza cuando hay un diagnóstico positivo de la enfermedad.





ACS-CV asesora en la radio sobre las reclamaciones en las inundaciones

Jorge Blázquez, responsable de Relaciones Institucionales de la Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV) ha participado en un programa de radio (Bon Matí Magazine de Ràdio Nou) para asesorar a los valencianos “en todo cuanto precisen para solucionar sus problemas” ante las consecuencia del temporal de septiembre. Algunas aseguradoras también han reforzado su servicio de atención al cliente.

Blázquez contestó, durante 40 minutos, las preguntas que los oyentes de la cadena autonómica realizaron sobre las coberturas del Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) en este tipo de siniestros, así como las modalidades de seguro a las que afecta y tramitación de las declaraciones de siniestro con una detallada información de contacto.

El responsable de Relaciones Institucionales de ACS-CV aconsejó a los oyentes que contacten con su mediador profesional de seguros, “pues él sabe qué pasos hay que seguir” para tramitar el siniestro tanto a la aseguradora como al Consorcio de Compensación de Seguros. Sobre el papel del CCS en este tipo de catástrofes Blázquez destacó la capacidad de respuesta y su rapidez. Sin embargo, señaló que el afectado no ha de esperar y “debe volver a la normalidad cuanto antes, documentando muy bien los daños y aportando presupuestos lo más detallados posibles” para facilitar toda la documentación posteriormente al perito.



49

Por otra parte, las aseguradoras también han querido ayudar a los afectados por las inundaciones en Andalucía oriental, Murcia y la Comunidad Valenciana. Entidades como [Santalucía](#), [Pelayo](#), [Zurich](#), [AXA](#) y [Allianz](#) han reforzado su departamento de atención al cliente y habilitado teléfonos solo para este siniestro. Además, se están encargado de comunicar al Consorcio de Compensación de Seguros los expedientes de sus clientes.

El ramo de Salud sigue creciendo

Si a esto unimos el importe de las concesiones administrativas no UTE, con algo más de 100 millones de euros y un crecimiento del 6,4%, el volumen total de ingresos derivados de la actividad alcanza 3.485 millones de euros con un crecimiento del

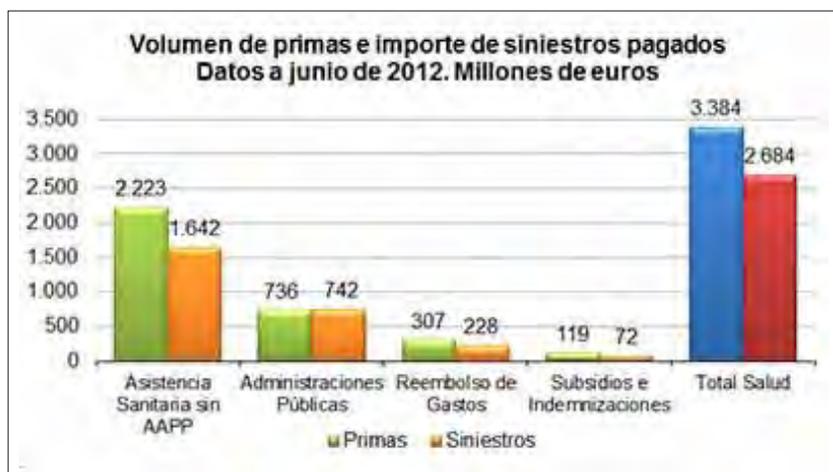
3,25%, según el estudio de ICEA "El Seguro de Salud. Estadística a junio. Año 2012".

El ramo de Salud recaudó 3.384 millones de euros en primas en el primer semestre del año (un 3,16% más que en el mismo periodo del año anterior).

Como ya viene ocurriendo en los últimos trimestres, Asistencia Sanitaria es la modalidad que más crece obteniendo 2.958 millones de euros con un crecimiento del 3,5%, superando así, a Reembolso de Gastos

con 307 millones de euros y un crecimiento del 2,4% y a la de Subsidios e indemnizaciones con 119 millones de euros y un decrecimiento del -3,2%.

El importe de prestaciones pagadas se eleva durante el primer semestre del año 2012 hasta los 2.684 millones de euros, con un crecimiento del 1,67% respecto al año anterior.



Sanitas firma un acuerdo con el Colegio de Mediadores de Alicante

La aseguradora [Sanitas](#) y el [Colegio de Mediadores de Seguros de Alicante](#) han llegado a un convenio de colaboración para reforzar la relación entre ambas instituciones, así como potenciar los objetivos y los servicios que presta el colegio de mediadores.

Este acuerdo confirma la apuesta de Sanitas por la mediación, un canal al que la compañía concede una especial importancia debido a la valiosa labor que realizan estos profesionales. Así, la compañía quiere estar al lado de los mediadores y ofrecerles herramientas y recursos que contribuyan al desarrollo de su actividad.



ACSA se ha reunido con el director de Política Financiera de Andalucía

La Asociación de Corredores de Seguros de Andalucía (ACSA), representada por su presidente, Sebastián Cordero, y su vicepresidente, Manuel Roca, ha mantenido una reunión con el nuevo director general de Política Financiera de la Junta de Andalucía, Manuel Sánchez.

Durante la reunión, los representantes de la asociación informaron a Manuel Sánchez de la problemática y aspiraciones de la mediación andaluza. Entre otros asuntos, se le comentó la situación del mercado, la formación del colectivo y sus problemas actuales. Por su parte, el director general renovó a la asociación andaluza una oferta de colaboración en todos los temas tratados, como ya venía siendo habitual.



Apromes asiste a las Jornadas de Corredores de Seguros en París

La Asociación Profesional de Mediadores de Seguros (Apromes), representada por su presidente Javier García-Bernal y por Alfred Escomel, vocal de relaciones internacionales, estuvo presente en las jornadas de trabajo de corredores de seguros, celebradas en París.

“Les Journées du Courtage”, en su undécima edición, contó con más de 8.000 visitantes que pudieron asistir a las conferencias de diferentes representantes de aseguradoras así como de corredurías de seguros mayoristas, figura mediadora implantada en Francia, con grandes estructuras de desarrollo de negocios. De ellas hay que destacar las relativas a solvencia II y su impacto entre aseguradoras y corredores, el análisis de los servicios desarrollados por corredores, la firma electrónica en el mundo del seguro y los productos que se suscribirán en mayor medida durante el año 2013.



Ribé Salat asegura a los participantes en la prueba de natación en mar abierto Marnatón

El broker de seguros **Ribé Salat** ha aportado el seguro de Responsabilidad Civil y de Accidentes de la prueba de natación en mar abierto Marnatón, que se celebró entre el Cap de Creus y Cadaqués.

Se trata de la etapa más emblemática de esta competición de alto nivel, con un recorrido de 6,5 kilómetros, en la que centenares de nadadores de todo el mundo desafían el oleaje y las inclemencias meteorológicas para llegar a la meta.

Marnatón (Mar+Natación+Marathon) es una competición, creada en 2008 por el nadador Miguel Rahola, que ha ayudado a popularizar las travesías de larga distancia en el mar.

La correduría Prodisegur se integra a Willis Network

Prodisegur, una de las principales corredurías de Castilla la Mancha, ha sido el último broker que se ha incorporado a la alianza **Willis Network**.



Prodisegur, que focaliza su servicio en el ámbito de la pyme y gran empresa, posee un profundo conocimiento del mercado empresarial en la provincia de Toledo. Willis Network cuenta en la actualidad con 41 corredores asociados repartidos en 22 provincias.

La correduría de seguros **Quality Brokers** aseguró el concierto de Miguel Bosé en Gandía (Valencia) el 29 de septiembre, dentro del Fira Festival Sound organizado en la ciudad ducal.

Quality Brokers asegura el concierto de Miguel Bosé en Gandía



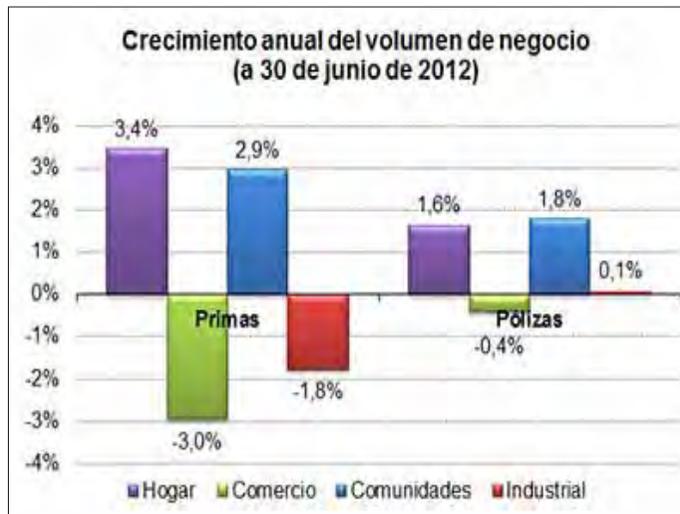
La póliza de contingencias que suscribió el promotor ofrecía una completa cobertura a la organización y a todos los asistentes a este espectáculo de afluencia masiva.

Quality Brokers, entre sus servicios, cuenta con pólizas específicas para espectáculos, que cubre tanto las contingencias que se puedan producir durante su celebración, como por la cancelación del mismo.



El crecimiento de primas y pólizas de cartera del total de los Multirriesgo continúa en dígitos positivos, alcanzando a junio de 2012 un 1,5% más, básicamente por el crecimiento de Hogar y

Comunidades, según el estudio de ICEA "Los Seguros Multirriesgo. Estadística a junio. Año 2012".



Multirriesgos sigue creciendo en 2012

En los seguros No Vida, los seguros Multirriesgo se sitúan en segunda posición en volumen de primas, tras Automóviles, con una cuota de mercado del 21% del total y un volumen de primas cercano a los 3.444 millones de euros a junio de 2012. En este periodo, Comunidades tuvo la tasa de crecimiento más elevada de pólizas de cartera de volumen de negocio con un valor próximo al 1,8%, mientras que en primas de volumen de negocio es Hogar el que presenta el mayor crecimiento alcanzando el 3,4%.

Respecto a la siniestralidad, en líneas generales, se mantiene estable. En función del canal, es "agentes y corredores" el que presenta ratios superiores, posicionándose por encima de "otros canales" que desprendía los ratios de siniestralidad más elevados.

Álvaro Milans del Bosh, nuevo presidente de Marsh España

La consultoría de riesgos y seguros **Marsh** ha anunciado el nombramiento de su consejero delegado en España, Álvaro Milans del Bosch, como presidente de la compañía en España y Portugal.

Antes de su nombramiento como CEO, en marzo de 2009, Milans del Bosch era director general de la compañía y director del área de Riesgos Financieros y Profesionales, cargo que ostentaba desde 1999. Con más de 27 años de experiencia en el sector asegurador, se incorporó a Marsh en España en 1987, proveniente de Marsh Londres, donde dio comienzo su carrera dentro de la compañía. Por su trayectoria, está especializado en la gestión de los riesgos financieros, políticos, de crédito y caución, así como aquellos relacionados con el capital riesgo, los procesos de fusiones y adquisiciones, y las responsabilidades profesionales, incluidas las de consejeros y directivos (D&O).

Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, cuenta con el diploma de Lloyd's of London y el título de Agente y Corredor de Seguros del Ministerio de Economía y Hacienda. Milans del Bosch compatibilizará sus nuevas funciones como presidente con las actuales obligaciones de consejero delegado.



El sector asegurador mantiene sólidos niveles de solvencia pese a la crisis

El Instituto de Ciencias del Seguro de Fundación Mapfre ha presentado el estudio “El mercado español de Seguros en 2011”. A pesar del complicado entorno económico, el sector logró mantener su solvencia en niveles sólidos (2,6 veces el mínimo exigido por el supervisor). Esto confirma su fortaleza financiera en unos momentos de especial incertidumbre.

España ha subido una posición en la clasificación mundial de los mercados aseguradores por volumen de primas y ha pasado a ocupar la decimosegunda posición, por detrás de Australia y Holanda. En Europa, nuestro país se mantiene en el sexto puesto, por detrás de Reino Unido, Francia, Alemania, Italia y Holanda.

Este estudio, que se publica también en inglés, está disponible en: <http://www.mapfre.com/fundacion/es/publicaciones/cien->



[cias-seguros/electronicas/informe-de-mercados-aseguradores.shtml](http://www.mapfre.com/fundacion/es/publicaciones/cien-seguros/electronicas/informe-de-mercados-aseguradores.shtml)

En él se recoge también un resumen de las modificaciones legales que han entrado en vigor en el ejercicio de 2011, así como aquellas que se están tramitando en la actualidad. Asimismo hace, por primera vez, un análisis de la actividad internacional de las aseguradoras españolas, que refleja la importante presencia en zonas como América Latina.

Los mediadores distribuyeron el 40% de los seguros en 2011

Volumen de negocio. Cuota de mercado por canales. Datos 2011 (% primas)



En 2011, los operadores de bancaseguros distribuyeron un 41% de las primas, mientras que los mediadores (agentes y corredores) comercializaron el 40% del negocio asegurador, según el estudio de ICEA “Canales de Distribución. Estadística año 2011.

El volumen de primas del sector asegurador durante el año pasado se incrementó un 4,1%, dando lugar a crecimientos superiores al 6% en los operadores bancaseguros y los canales sin mediadores. Respecto a la distribución por ramos, los operadores bancaseguros gestionaron el 74% de las primas de Vida, mientras que los agentes y corredores intermediaron el 60% de las primas de seguros de No Vida.



digital o
no digital,
esa **no** es la
cuestión...

...La cuestión es
encontrar el mejor
medio para comunicar.
El producto es lo que
importa.

digytalia
publicaciones
impresas y digitales

 digytalia@gmail.com
627401344



Bajo el peso de la Ley

Sentencia del Tribunal Supremo
3450/2012,
de 24 de mayo de 2012

RC de los hospitales por **MALA** organización de las **GUARDIAS**

56



Con frecuencia analizamos la responsabilidad civil de los centros sanitarios y sus aseguradoras por daños ocasionados por negligencias médicas, en los que se condena a los hospitales y a sus aseguradoras por culpa 'in iligendo' o 'in vigilando', en virtud del artículo 1902 del Código Civil (CC). Es decir, se condena a los centros por hechos ajenos. En estos casos, el régimen de imputación de responsabilidad es por culpa. Sin embargo, en otras ocasiones, la condena viene motivada por hechos propios, en los que se advierte,

Se trataba de un alumbramiento que presentaba riesgo porque una ecografía había relevado la existencia de diversas anomalías

recién nacido sufrió graves secuelas por sufrimiento fetal. Se trataba de un alumbramiento que se presentaba con riesgo dado que una ecografía practicada a la madre con anterioridad había relevado la existencia de diversas anomalías. Los padres formulan demanda en reclamación de una indemnización de 324.340,90 euros contra el ginecólogo, el

La sentencia del Tribunal Supremo 3450/2012, de 24 de mayo de 2012, considera que la clínica debe ser condenada porque el daño sufrido por la actora proviene, entre otras causas, de una defectuosa organización del servicio de guardias. De hecho, durante el parto, el ginecólogo se tuvo que ausentar momentáneamente para atender a otra urgencia, lo que contribuyó a la producción del sufrimiento fetal del recién nacido. Esta circunstancia, permite apreciar la existencia de los elementos de responsabilidad civil contemplados en el artículo 1902 CC.

como en el caso que nos ocupa, una desorganización de los servicios médicos. En este caso, la responsabilidad civil por daños causados en el ámbito sanitario puede encontrar una vía de articulación privilegiada en el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, al recoger un sistema de responsabilidad objetiva que se aplica a determinados servicios —entre ellos, los médicos— cuando por su naturaleza o por estar reglamentariamente establecido, incluyan la garantía de unos niveles de pureza, eficacia o seguridad.

Complicaciones en el parto

Los hechos que se analizan en esta resolución tienen que ver con las complicaciones surgidas durante un parto, en el que un

anestesista, la comadrona, la empresa gestora del servicio de anestesia, la clínica, las aseguradoras de responsabilidad civil de todos ellos, así como la aseguradora de la asistencia sanitaria que cubría los costes del parto.

El juzgado de 1ª Instancia estimó la demanda contra todos los demandados, fallo que fue revocado por la Audiencia Provincial en el sentido de absolver al anestesista, la comadrona y sus respectivas aseguradoras.

Nos vamos a referir, por su interés, al recurso de casación formulado por la clínica. Se denuncia la infracción de la normativa contemplada en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (hoy artículo 147 y siguientes del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras



La responsabilidad civil por asistencia hospitalaria y sanitaria requiere la concurrencia ineludible de la culpa o negligencia

Leyes Complementarias –LGD-CU-). Además, la representación de la clínica denuncia la infracción del artículo 1902 del CC, por entender que no era responsabilidad suya los daños causados por unos facultativos libremente elegidos por la propia paciente.

En el mismo sentido, entiende la representación de la clínica que no existe culpa ‘in vigilando’ suya, por el hecho de que el ginecólogo perteneciera a su cuadro facultativo, y que los medios aportados al servicio de urgencia fueron los correctos y esperados.

Guardias en urgencias

El Supremo desestima el motivo porque considera que, en realidad, no se discute la carencia o el defecto en los medios materiales dispuestos por la clínica. Antes al contrario, considera que la clínica estaba suficientemente dotada para abordar con éxito el parto. La razón de la condena, concreta la sentencia, reside en una defectuosa organización del servicio médico, sobre todo, en relación con las guardias, que hubiera podido evitar el resultado lesivo producido. Alude la sentencia al hecho de que durante el parto, el ginecólogo se tuvo que ausentar momentáneamente para atender a otra urgencia. Esta circunstancia, a juicio del Supremo, permite apreciar la existencia de los elementos nucleares de la responsabilidad civil contemplada en el artículo 1902 del CC, a saber, una omisión, un daño, nexos causal y culpa. Y concluye el examen de este

motivo, pronunciándose sobre la negligencia y la causalidad.

El segundo motivo denuncia la infracción de la normativa sobre consumidores y usuarios. Considera la recurrente que dicha normativa no es de aplicación a la prestación de los servicios sanitarios y que la responsabilidad civil por asistencia hospitalaria y sanitaria requiere la concurrencia ineludible de la culpa o negligencia.

El Supremo niega que la LGDCU no sea de aplicación a la responsabilidad por el defectuoso funcionamiento de los servicios sanitarios, aunque matiza, en consonancia con la jurisprudencia, que los criterios de imputación deben proyectarse sobre los aspectos funcionales del servicio, y no a los daños imputables directamente a los actos médicos. Sobre la naturaleza de la responsabilidad civil emanada de dicha normativa, la sentencia se ocupa de precisar que de lo que se trata es de anteponer las legítimas expectativas de seguridad del servicio a la valoración de la conducta del empresario. De tal manera que existirá responsabilidad cuando el daño se produce a consecuencia del funcionamiento del servicio de una manera distinta a lo que ha derecho y cabe esperar. Como vemos, el alto tribunal considera que la clínica debe ser condenada porque el daño sufrido por la actora proviene, entre otras causas, de una defectuosa organización del servicio de guardias, ya que, durante el parto, el ginecólogo se tuvo que ausentar momentáneamente para atender a otra urgencia, lo que contribuyó a la producción del sufrimiento fetal del recién nacido. En cuanto a la aseguradora de asistencia sanitaria, su responsabilidad proviene del hecho de que no se limitaba por el contrato de seguro a reembolsar los gastos incurridos por la paciente, sino que incluía la prestación de la asistencia sanitaria, no por sus propios medios, pero sí contratando los servicios a terceros.

JOSÉ ANTONIO BADILLO ARIAS

Delegado regional del Consorcio de Compensación de Seguros de Madrid

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



Mediador **SOCIALMENTE** responsable

Gar Correduría de Seguros

El corredor de seguros, en este momento, está sujeto a una excesiva presión sectorial que le dificulta la realización de otro tipo de

actividades que no sean las del día a día. Sin embargo, Gar Correduría de Seguros tiene una sensibilidad hacia la RSC. Eso les ha llevado a obtener, recientemente, la acreditación de Mediador Socialmente Responsable y el certificado de Intermón Oxfam de nuestra colaboración con el Fondo Transforma de las Pymes por el desarrollo.



Gar Correduría de Seguros es una empresa comprometida con las personas y con el medio ambiente. Según Maria del Mar Iglesias, director técnico de esta correduría, “siempre ha tenido sensibilidad hacia la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), aunque dentro del sector, nuestra participación más reciente la hemos realizado con la aseguradora DKV”. Las acciones de RSC suponen “una mejora de la imagen del mediador, traduciéndose en un mayor reconocimiento y notoriedad. Nos acerca a la sociedad local y genera una percepción de proximidad hacia el entorno”, indica Iglesias.

Es importante la satisfacción de poder participar en proyectos solidarios que de forma individual no se podrían llevar a cabo

A pesar de estos beneficios, la directora técnica de Gar, señala que “actualmente no existe una participación importante de los mediadores de seguros en la RSC, posiblemente por dos motivos principales. Por un lado, no se establece una relación entre el beneficio que se aporta a terceros y el retorno empresarial que ello supone. Por el otro, el corredor de seguros en este momento está sujeto a una excesiva presión sectorial que le deja muy poco margen para todo aquello que no sea

beneficios, la directora técnica de Gar, señala que “actualmente no existe una participación importante de los mediadores de seguros en

ocuparse del día a día y la RSC no juega un papel de prioridad. Sin embargo, en nuestro caso, estamos concienciados con



Indistintamente de cuál es la finalidad de la acción, desarrollan aquellas iniciativas que tienen al alcance de sus posibilidades



la necesidad de participar. Entendemos que a través de estas acciones estamos reforzando nuestro compromiso con el desarrollo sostenible y las personas”.



Mejorando el planeta

Gar Correduría de seguros ha participado en muchas acciones, tanto a nivel de empresa como por parte de las personas que en ella trabajan. Recientemente, han formado parte en la Campaña Generando Energía Social de Medialia 2011 con la que se han conseguido mosquiteras contra la malaria en Sudán y un depósito de agua en el Chad, y en la Campaña de Brigada de Instrumentos de Escritura cuyo objetivo es limpiar el planeta... De hecho, recientemente han obtenido la acreditación de Mediador Socialmente Responsable y el certificado de Intermón Oxfam de nuestra colaboración con el Fondo



Transforma de las Pymes por el desarrollo. Indistintamente de cuál es la finalidad de la acción, desarrollan aquellas iniciativas que tienen al alcance de sus posibilidades.

Para esta correduría colaborar en estas acciones “no es cuestión de dinero. Y el esfuerzo personal es insignificante dados los beneficios sociales que aporta. Para nosotros es importante la satisfacción de poder participar en proyectos solidarios que de forma individual no se podrían llevar a cabo”, comenta Iglesias.

ASEGRUP, una aseguradora por y para corredores



Asegrup nace en 2007 cuando un grupo de profesionales del mundo del seguro, inversores privados y algunos corredores, vieron la oportunidad de adquirir una pequeña empresa monorramo (de Decesos), para transformarla, ampliar su capital y convertirla en una compañía de seguros generales. Desde entonces hasta 2011, un equipo profesional de la gestión, comandado por Eduardo Grille, ha realizado todas las acciones necesarias para preparar la compañía. Eso hizo que en otoño de 2011, tras la última ampliación de capital, como cuenta José Suescun, director gerente de

Asegrup nace con la vocación de ser una aseguradora por y para corredores. De hecho, en su Comité de Estrategia están presentes algunos brokers, que a la vez son accionistas de la compañía, para asesorar a la compañía en cuanto a la estrategia comercial, servicio y productos.

A medio plazo, quiere ser líder cualitativo del canal corredores por la calidad y personalización de productos, excelencia en el servicio y cercanía al mediador

Correduría de Seguros Suescun de Esteban, pequeño accionista de Aseguradores Agrupados SA (Asegrup) y miembro de su Comité para la Estrategia de Mercado, “se culminaran los requisitos para poder solicitar el resto de ramos de seguros generales, necesarios para competir y dar servicio en el mercado”. En marzo de 2012, la Dirección General de Seguros autorizó a Asegrup para operar en Autos, Multirriesgos y otros ramos.

Los corredores, inversores de la aseguradora

Suescún explica que “el capital de la aseguradora viene de profesionales, inversores privados y participaciones significativas, entre las que destaca una compañía importante especialista en el ramo de Decesos, socio de referencia. También un buen número de corredores que creemos en el proyecto, hemos realizado aportaciones en la medida de nuestras posibilidades y salvaguardando siempre el principio de independencia. No formamos parte de la gestión y somos meros accionistas, como podríamos serlo de otras aseguradoras que cotizan en Bolsa”.

La principal diferencia de esta aseguradora con respecto a otras es que Asegrup impulsa una estrategia monocanal de especialista con una clara vocación y apuesta por la mediación. Su objetivo, indica José Suescun, “es producir ventajas competitivas frente a otras entidades y valorar el contacto directo y asesoramiento integral del cliente”. En este sentido, ha creado un Comité para la Estrategia de Mercado, del que forman parte corredores, que asesoran a la compañía en cuanto a la estrategia comercial, servicio y productos.



La aseguradora está abierta a todos los corredores que busquen sus productos o que en futuras ampliaciones de capital quieran convertirse en inversores. La participación como accionistas “no supone ningún conflicto de intereses —afirma Suescun— porque los corredores, accionistas o no, colaboramos con la entidad en función de que sus productos y servicio sean los más adecuados para nuestros clientes, según la normativa en vigor. Aseggrup es una compañía más del mercado y tiene que convencer de sus calidades a la mediación para poder pasar a formar parte de sus carteras. Además, como no podría ser de otra manera, los corredores no forman parte de la gestión de la compañía”.

Referencia para el canal de mediadores

En el corto plazo, el objetivo de la entidad es la propia consolidación del proyecto, cumpliendo su plan estratégico 2012-2016. Para conseguirlo, Suescun afirma que “las mejores garantías son: la solidez económica con elevado margen de solvencia, confianza de los reaseguradores, control interno, estricto cumplimiento de la

y cercanía al mediador. Asimismo, está previsto la creación de un centro de formación que reforzará la capacidad de los mediadores que deseen mejorar la distribución de los productos y el servicio a sus clientes.

La aseguradora quiere, según José Suescun, “buscar la excelencia en el servicio a través del propio mediador, de manera que



normativa aseguradora y prudencia en la captación de negocio”.

En el medio plazo, Aseggrup pretende convertirse en una referencia para el canal de mediadores y ser líder cualitativo de este canal por la calidad y personalización de productos, excelencia en el servicio

Aseggrup impulsa una estrategia monocal de especialista, con una clara vocación y apuesta por la mediación

los clientes de éste resulten asesorados y servidos de conformidad con la promesa que se hace en las pólizas. Obviamente, todo ello estará apoyado en los medios tecnológicos más actuales”.

Como corredor, Suescun está “muy satisfecho de vivir de cerca este proyecto, aunque corresponde a la dirección de Aseggrup aportar su valor diferencial de mercado en los próximos años”.



El pequeño libro de las grandes decisiones

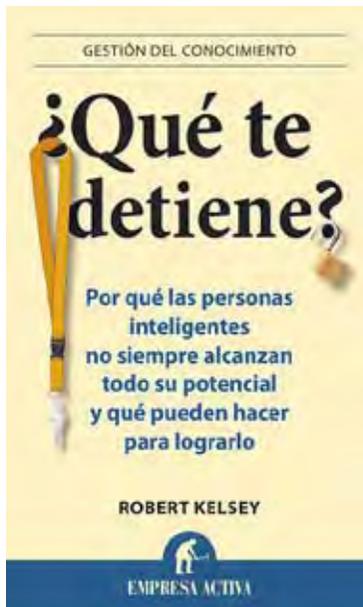
50 modelos para el pensamiento estratégico

**Mikael Krogerus/
Roman Tschäppeler**

Editorial: Alienta
Libro impreso (tapa dura):
12,95 €
Libro electrónico (Adobe
PDF): 8,99 €

Este libro le ayudará a resolver con éxito las cuestiones más complejas de una forma sencilla. En él se incluyen los cincuenta modelos de toma de decisiones más conocidos, descritos de forma breve y acompañados por un gráfico ilustrativo.

A la hora de tomar una decisión importante le permitirá simplificar los problemas y le guiará en la dirección adecuada. ¿No acaba de decidirse sobre si este libro es para usted? Entonces, ¡debe leerlo de inmediato!



¿Qué te detiene?

Se puede gestionar el miedo al fracaso

Robert Kelsey

Editorial: Empresa Activa
Libro impreso: 15 €

Un inspirador texto que hará que el lector se plantee cuáles son sus frenos internos que le impiden desarrollar todo su potencial. El autor argumenta que el gran freno de la mayoría de las personas es el miedo al fracaso. Miedo que no se puede eliminar pero que sí se puede gestionar para conseguir ser lo mejor que uno pueda ser.

Robert Kelsey ha trabajado como banquero de la City londinense y como periodista de temas financieros antes de crear su propia empresa. Se considera un experto en fracasos que ha sabido sobrellevar gracias a conocer sus propias limitaciones, aceptarse a sí mismo y saber actuar para cambiar y mejorar todo lo posible.

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 vector

Revista

A fondo

Consultoría Legal

twitter

facebook

LinkedIn

Aon alerta sobre los riesgos derivados de la protección de datos



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



Suscribirse gratis a la revista
Descargar N° 10 en PDF

[Leer más...](#)



INFORMACIÓN RELEVANTE PARA
PYMES Y AUTÓNOMOS

A DIARIO

Accede a las noticias que te
interesan en:

WWW.PYMESEGUROS.COM



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