Premio San Francisco Javier de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

Número 74 Abril 2018

www.pymeseguros.com

Carlos Gómez, director del departamento de Seguros Personales de Asefa Seguros

CRECE la segmentación de la oferta en SALUD

Punto de encuentro
La digitalización y la prevención transforman el seguro de Salud

Más a fondo
Invertir en la seguridad de las corredurías previene ciberataques a la aseguradora

In situ
El corredor es clave en el seguro de Responsabilidad Medioambiental

Sanitas
PARTE DE Bupa
Sanitas Pymes Digital
El seguro más digital que revoluciona el cuidado de la salud en las pymes
▫ Videoconsulta médica
▫ Fisioterapia en empresa
▫ Envío de medicamentos desde farmacia
Y otros servicios exclusivos.
Consulta el detalle de las coberturas del producto en sanitas.es
sanitas.es/agentesycorredores

¿Puede la tecnología remplazar la asesoría del corredor?

La tecnología se está implantando en los seguros. De hecho, Salud es uno de los ramos que más cambios está realizando con la llegada de las nuevas tecnologías. Cada vez se disponen de más herramientas que aportan mucha información sobre los clientes y que, bien gestionadas, facilitan la segmentación de la oferta creando productos personalizados (ver Hablando claro).

Además, la tecnología está permitiendo la implantación de nuevos servicios en el seguro de Salud. Especial interés están mostrando las aseguradoras por la digitalización y los programas de prevención. Los expertos coinciden en que hay que poner en valor estas soluciones adicionales para ganar penetración en el mercado, principalmente en las empresas, para las que su contratación redunda directamente en la productividad de sus empleados (ver Punto de encuentro).

Pero esos avances tecnológicos no pueden, al menos por el momento, sustituir el asesoramiento profesional de un corredor de seguros. Este es especialmente relevante en algunos ramos como el de Responsabilidad Medioambiental en el que los corredores son claves a la hora de mentalizar a las empresas de la necesidad de contar con este tipo de pólizas. Al comercializarlo es importante saber, entre otras cosas, que no se debe limitar el aseguramiento de este riesgo a la circunstancia del que el mismo no sea obligatorio, pues la exigencia legal en caso de siniestro es la misma a pesar de su no obligatoriedad (ver In situ).

Lo mismo ocurre con los ciberseguros. Se trata de un riesgo nuevo cuya venta está en manos de los mediadores: El 60% del volumen de negocio de las aseguradoras proviene de corredores y agentes. No hay que olvidar que las amenazas ciber son cada vez más frecuentes y graves en un mundo en el que ya hay más dispositivos conectados que habitantes (ver Más a fondo).

Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Sumario

Staff

Directora
Carmen Peña
carmen@pymeseguros.com

Periodista
Aitana Prieto
aitana@pymeseguros.com

Área Comercial
Carmen Paramio
616468849
carmen2@pymeseguros.com

Maquetación y Diseño
Estudio 9C

Fotógrafa
Irene Medina

Banco de Imágenes
Fotolia

PymeSeguros
Revista online para corredores y corredurías

Número 74 • Abril 2018
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

C/ Valdecanillas, 84 - 3º B
28037 MADRID
TF: 91 367 04 46

06 **Hablando claro**

Carlos Gómez, director del departamento de Seguros Personales de Asefa Seguros.
Crece la segmentación de la oferta en Salud

12 **Punto de encuentro**

La digitalización y la prevención transforman el seguro de Salud

18 **Más a fondo**

Invertir en la seguridad de las corredurías previene ciberataques a la aseguradora

03 **Editorial**
¿Puede la tecnología remplazar la asesoría del corredor?

32 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

36 **Al día economía**
Noticias económicas que interesan a las pymes

40 **Al día seguros**
Noticias del sector asegurador

56 **Al día distribución**
Noticias de los corredores de seguros

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

24 **In situ**
El corredor es clave en el seguro de Responsabilidad Medioambiental

30 **La oportunidad del medio ambiente**
El seguro ayuda a minimizar el daño en caso de siniestro medioambiental

Carlos Gómez, director del departamento de Seguros Personales de Asefa Seguros

Crece la SEGMENTACIÓN de la oferta en Salud

Salud es uno de los ramos que más cambios está realizando con la llegada de las nuevas tecnologías. "Cada vez disponemos de más herramientas que nos aportan mucha información sobre los clientes, por lo que bien gestionadas facilitan la segmentación de las ofertas creando productos personalizados que, además de cubrir sus necesidades, nos permitirán fidelizarlos como asegurados", afirma Carlos Gómez, director del departamento de Seguros Personales de Asefa Seguros. Por otro lado, la adaptación a la nueva legislación de distribución de seguros y del nuevo reglamento europeo de protección de datos, afectarán no solo a la creación de nuevos productos sino también a la forma en que nos comunicamos con el asegurado.

¿Cómo se ha comportado el ramo de Salud en 2017?

El seguro de salud cerró 2017 con un volumen de primas de 8.058 millones de euros, un 4,24% más que en el año anterior, lo que se traduce en una desaceleración del ritmo de crecimiento que se venía observando en años anteriores.

La cifra de asegurados en el ramo de Salud se situó al cierre del pasado año en 11,51 millones, cifra que representa un incremento del 3,7% respecto a 2016, según las estadísticas de ICEA. ¿Cómo valora este hecho?

Considero que este incremento viene motivado por el aumento de convenios de las empresas que incluyen este seguro como parte de la remuneración a sus empleados, pero también por la tendencia al alza por parte de la sociedad en buscar fórmulas variadas de alcanzar bienestar personal en las que se incluyen la medicina preventiva.

Estas dos circunstancias, aliadas a la percepción de la ciudadanía de un progresivo deterioro del sistema público, derivan en la necesidad creciente de contratar un seguro privado como un servicio complementario al público.

En la jornada de Perspectivas del Seguro de ICEA se dijo que para 2018 se espera un crecimiento de entre el 4 y el 4,5%. ¿Cree que se cumplirá?

La recuperación económica que se viene observando desde 2015-2016 y la situación del sistema público comentada anteriormente, son dos aspectos de peso que favorecerán el mantenimiento de ese crecimiento sostenido que venimos observando en los últimos años entorno al 4%, pero más orientado hacía el seguro colectivo.

En los últimos años, los seguros colectivos del ramo de Salud están creciendo más que los individuales. ¿Por qué?

Las empresas son conscientes de que se trata de un beneficio social muy bien valorado y demandado por sus empleados y, por ello, cada vez son más las que integran planes de retribución flexible que permiten al empleado y a sus familiares beneficiarse de un seguro de Salud con un coste real más reducido gracias a sus beneficios fiscales. Si bien es cierto que cada vez que se contrata un colectivo nuevo son primas individuales que se pierden.

Algunas aseguradoras complementan las desgravaciones fiscales que pueden hacer las empresas con los seguros de Salud con descuentos que llegan hasta el 40% con respecto al precio del seguro individual. ¿Qué opina de ello?

Nuestra estructura nos permite ser ágiles y rápidos en las decisiones y nos da la oportunidad de estudiar ofertas a medida de nuestros clientes

En Asefa Seguros apostamos fuertemente por las pólizas de empresa. Somos conscientes de que un precio excesivamente bajo no sería rentable y queremos que el acuerdo se mantenga en el tiempo. Adicionalmente a la realización de un análisis técnico riguroso, asesoramos al cliente sobre los distintos conceptos que conforman el precio del seguro, así como de los beneficios que se pueden obtener en función de quién sea el tomador y pagador del seguro, en los que se incluye el efecto fiscal.

Los empleados aprovechan los beneficios fiscales que existen para optar a un producto completo al mejor precio sin renunciar a coberturas. Esto hace que la venta de seguros colectivos se haya incrementado respecto a las pólizas individuales. Por otro lado, creo que serían necesarios beneficios fiscales orientados a pólizas individuales que incentiven su contratación. El descuento no puede ser sostenible.

Los corredores apuestan por el ramo de Salud

Carlos Gómez está convencido de que "hay una apuesta muy fuerte por Salud por parte de los corredores porque saben que es un ramo estratégico para su negocio y no me cabe duda de que lo continuará siendo".

Por eso, desde Asefa Seguros cuidan a sus corredores dándoles "un trato directo que permite resolver las gestiones del día a día con mucha agilidad. Teniendo en cuenta que se trata de un tema tan sensible como es la salud de todos, creemos que es esencial un asesoramiento rápido y cercano".

A cambio, desde la aseguradora se les pide profesionalidad y esfuerzo de venta de cara al cliente final. "Para nosotros la mediación es fundamental ya que nos ayuda a que los clientes nos conozcan y decidan contratar con nosotros". De hecho, el 95% del negocio de Asefa Seguros es mediado por lo que, prácticamente toda la producción viene a través de este canal. "Gracias al esfuerzo que se está realizando al reforzar la imagen de marca siendo patrocinadores de Disney On Ice y a las numerosas acciones formativas que se llevan a cabo todos los años, estamos consiguiendo un incremento muy notable de la nueva producción", indica el director del departamento de Seguros Personales de Asefa Seguros.

¿Qué piensa del hecho de que en Asistencia médica se incorporen opciones de reembolso que permiten mantener el pediatra o el ginecólogo de siempre?

Si queremos verdaderamente proporcionar a nuestros asegurados un servicio de excelencia y productos aseguradores a medida de sus necesidades, tenemos que adaptar nuestra oferta en ese sentido.

Para Asefa Seguros la incorporación de las coberturas de reembolso no es algo nuevo ya que siempre hemos procurado facilitar a nuestros asegurados el acceso a los especialistas de su preferencia, un aspecto que consideramos imprescindible para la atención a la familia.

Para crecer dentro del ramo de Salud es esencial la creación de productos innovadores y de calidad que cubran las demandas de los clientes

En la jornada de Perspectivas del Seguro de ICEA también se dijo que se producirán nuevos productos dirigidos a nuevas necesidades de los clientes. ¿Qué opina sobre eso?

La propuesta evidencia que el cliente es el centro de todo. Para crecer dentro del ramo de Salud es esencial la creación de productos innovadores y de calidad que cubran las demandas de los clientes. Para ello, será vital conocer sus preferencias, gustos e inquietudes para ser capaces de adelantarnos a sus necesidades, sin olvidar nuestra razón de ser.

¿Cómo valora la posibilidad de hacer contrataciones temporales que no sean a un año?

Nuestra orientación a día de hoy es la de seguir trabajando contrataciones anuales buscando siempre una relación con el cliente a largo plazo. Creemos más en la estabilidad de la cartera que en los contratos temporales, que pueden tener un elemento intrínseco autoselectivo.

¿Cómo están influyendo los buscadores o tarificadores de seguros en Internet en los seguros de Salud? ¿Realmente son efectivos para un seguro colectivo de Salud?

Este tipo de herramientas ofrece una mayor visibilidad y permiten llegar a mucho más público. El reto está en conseguir adaptar la oferta aseguradora a las necesidades reales del usuario y no condicionar la venta exclusivamente al precio. Su efectividad para los seguros colectivos está por demostrar.

¿A qué retos se enfrenta el sector de los seguros de Salud?

Son varios los retos a los que se enfrenta el sector. Quizás el mayor de ellos tenga que ver con la capacidad de adecuar las primas a los costes asistenciales sin mermar los márgenes de rentabilidad, sin dejar de estar a la altura de las exigencias de clientes cada día más informados. Todo ello dentro de un entorno que presenta cada vez una mayor competitividad con la presencia de nuevos actores y que está inmerso en una profunda transformación digital.

Igualmente, la ciencia ha experimentado un cambio asombroso y está permitiendo no sólo curar, sino prevenir enfermedades. Estos avances tienen como consecuencia directa una relación con el aumento de la esperanza de vida incrementando por tanto la edad media de la población.

Esto provocará, por un lado, un cambio de filosofía en los seguros de Salud por lo que será esencial disponer de herramientas digitales que nos permitan podernos relacionar mejor con los clientes y profundizar más en sus gustos y necesidades y, por otro, establecer planes de prevención que permitan reducir costes a largo plazo garantizando la estabilidad de la póliza en el tiempo.

Por último, pero no menos importante, la adaptación a la nueva legislación de distribución de seguros y del nuevo reglamento europeo de protección de datos afectarán no solo a la creación de nuevos productos sino también a la forma en que nos comunicamos con el asegurado, entre otros aspectos.

Salud siempre ha sido un ramo muy concentrado en pocas aseguradoras. ¿Cuál es la estrategia de Asefa Seguros para tener su hueco en el mercado español?

Serían necesarios beneficios fiscales orientados a pólizas individuales que incentiven su contratación

Nuestra estructura nos permite ser ágiles y rápidos en las decisiones y nos da la oportunidad de estudiar ofertas a medida de nuestros clientes. Obviamente todo ello siempre va acompañado de un buen producto, un buen servicio y una atención excelente al mediador, nuestro principal canal de distribución, así como de soluciones innovadoras y exclusivas en el mercado.

¿Qué novedades tiene Asefa Seguros para este año en Salud?

En 2018 hemos ampliado la cobertura de rehabilitación del suelo pélvico, dotándola de 15 sesiones adicionales y abriéndola a cualquier proceso, no solamente tras el parto.

También hemos puesto a disposición de nuestros asegurados una Garantía de Asistencia Personal, que ofrece un programa de servicios basados en el cuidado y la atención de las personas y están diseñados para atender cualquier necesidad de su vida diaria. Entre estos servicios se incluyen: Ayuda en Labores domésticas; Cuidados y

acompañamiento de niños, mayores y dependientes; Cuidados y paseo de mascotas; Profesor particular para cualquier tipo de asignatura o nivel; TeleFarmacia de Medicamentos 24h; Asistencia Postparto.

Lanzamos un producto específico para Pymes y Autónomos dedicados a la construcción y lanzaremos en breve un nuevo producto muy exclusivo. A finales de 2017, con la puesta en marcha del apartado de servicios médicos en el "Clubdelosporsiacaso", tanto asegurados, como personas que no cuentan con seguro de salud pueden acceder a consultas de diferentes especialidades, pruebas diagnósticas, servicio de fisioterapia, medicina deportiva, tratamientos dentales, entre muchos otros.

¿Cree que las aseguradoras y los corredores tienen que aprender a trabajar con una variedad muy amplia de colectivos abiertos y cerrados o se tiende más a la especialización en el conocimiento de sus clientes y mercado y de la segmentación de la oferta?

Cada vez disponemos de más herramientas que nos aportan mucha información sobre los clientes, por lo que bien gestionadas facilitan la segmentación de las ofertas creando productos personalizados que, además de cubrir sus necesidades, nos permitirán fidelizarlos como clientes.

Creemos más en la estabilidad de la cartera que en los contratos temporales, que pueden tener un elemento intrínseco autoselectivo

Los corredores de seguros se quejan de que las primas de Salud son demasiado bajas... ¿Es sostenible en el tiempo?

Es cierto que la competencia en Salud es dura y que la entrada de nuevos actores propicia poner en marcha estrategias de bajada de precios para conseguir incrementar cuota de mercado a costa muchas veces, como decíamos antes, de bajar los márgenes de rentabilidad o reduciendo coberturas.

En Asefa Seguros siempre hemos estado al margen de este tipo de estrategias que consideramos no pueden sostenerse en el tiempo y hemos apostado por poner a disposición del mercado productos de calidad y un servicio personalizado de excelencia que al final es lo que valora el cliente.

Carmen Peña
Fotos: Irene Medina

Contrátalo como y donde quieras

ahora

TUS HIJOS SE **BENEFICIAN** DE TU **BONIFICACIÓN**

SEGUROS DE AUTOS

las **FAMILIAS** DE VERDAD NECESITAN **SEGUROS** *de* VERDAD

MAPFRE

Tu aseguradora global de confianza

800 AÑOS
VNiVERSiDAD D SALAMANCA
1218 - 2018

La DIGITALIZACIÓN y la PREVENCIÓN transforman el seguro de Salud

La implantación de nuevos servicios en el seguro de Salud proporciona tanto a clientes como compañías grandes ventajas. Especial interés están mostrando las aseguradoras por la digitalización y los programas de prevención, que están dotando a esta modalidad de coberturas con las que diferenciarse ante su gran hándicap: la competencia por los precios. Los expertos coinciden en que hay que poner en valor estas soluciones adicionales para ganar penetración en el mercado, principalmente en las empresas, para las que su contratación redunda directamente en la productividad de sus empleados.

Procesos como la teleasistencia y la monitorización de pacientes, especialmente los crónicos, están reduciendo los ingresos hospitalarios hasta en un 50% y las urgencias en un 40%. Con estos datos en las manos parece difícil que las aseguradoras no apuesten definitivamente por ellos. Sin embargo, como señala Vicente Gil, director del área de Salud y Bienestar de International SOS, a pesar de sus indudables utilidades estos nuevos procesos cuentan con un gran inconveniente: "Tienen un coste a corto plazo importante", razona, y las compañías suelen ser cortoplacistas y les cuesta mucho invertir, aunque sepan que a la larga supondrá un ahorro.

De la misma opinión es Miguel Ángel Ramos, responsable del Canal Corredurías de Sanitas, que además establece que las aseguradoras deben tener muy bien identificado al tipo de paciente que va a entrar en el programa, porque es la clave para que el ahorro sea real para la compañía.

Federico Vizcayno de Barutell, socio-director de Benefit Brokers, no solo ve ventajas para aseguradora y asegurado gracias a los recursos tecnológicos, sino, de manera más sencilla y barata, aplicando la medicina preventiva en el seguimiento de enfermedades crónicas: "Simplemente una gestión telefónica recordando a los pacientes que se tienen que hacer una serie de pruebas o tomar determinada medicación está comprobado que permite una reducción en las urgencias médicas y produce mejoras de las patologías y en la cronicidad de la enfermedad", sostiene.

Además, que, como recuerda Manuel Ramos, director de Previsión Social de Filhet-Allard MDS, el 80% del gasto médico de las aseguradoras viene dado por los enfermos crónicos, por lo que toda prevención es fundamental: "La periodicidad de consultas de un enfermo crónico suele ser de unos cuatro meses, por lo que todo lo que ayude al médico a hacer un seguimiento del paciente facilitará que no tenga que acudir a urgencias o tener un ingreso hospitalario, lo que supone un ahorro", concluye.

Manuel Ramos

Miguel Ángel Ramos

Federico Vizcayno

Vicente Gil

Y aunque, según Manuel Ramos, los corredores no buscan específicamente trabajar con compañías que apuesten por estos nuevos servicios, sí es cierto que muchos de sus clientes-empresas cada vez valoran más este tipo de propuestas, por lo que confía en que estos programas acabarán incorporándose en todas las aseguradoras.

La digitalización, el camino a seguir

Aun así, hay compañías como Sanitas que están realizando una apuesta decidida por los servicios virtuales, como pone en evidencia Miguel Ángel Ramos, hasta el punto de que se han planteado que en unos pocos años más de la mitad de sus clientes estarán digitalizados: "Básicamente el teléfono será el instrumento que van a usar", establece. En este sentido, reconoce que muchas compañías ya están optando por ofrecer esos servicios que proporcionan un valor añadido. Y aunque reconoce que ese es el camino a seguir, deja muy claro que estos procedimientos nunca pueden olvidarse del carácter humano: "Nos dedicamos a algo tan importante como es la salud, por lo que el trato humano nunca lo vamos a abandonar. Es vital preguntar al cliente y ver qué está demandando y trabajar sobre ello", asegura.

> "La tecnología va a marcar el desarrollo del sector de la salud como canal de distribución y de captación de los futuros clientes". Manuel Ramos

"La digitalización agiliza mucho el día a día de las personas y facilita la gestión de muchos procesos; solo por lo que aporta, compensa pagar un seguro privado", arguye Vizcayno de Barutell, que expone que hoy en día muchas compañías ofrecen este tipo de servicios y tecnologías, pero de forma modular.

Sin embargo, Vicente Gil ve difícil que a corto plazo este modelo triunfe, porque las aseguradoras lo ofrecen como un añadido, y a día de hoy se sigue primando la medicina personalizada: "Yo creo que este tipo de modelo va a triunfar cuando se ofrezca como un todo, no como un complemento", matiza.

"A día de hoy tiene un target muy definido, de gente muy tecnológica, y es complementario para ciertas cosas, aunque la visita al doctor es ineludible en determinados casos", prosigue el socio-director de Benefit Brokers. "Pero es un avance tremendo para poder consultar las pruebas médicas o los resultados clínicos o disponer de tu expediente médico en cualquier lugar del mundo. La tecnología aporta inmediatez y la inmediatez en la medicina es importante", precisa.

También el director de Previsión Social de Filhet-Allard MDS cree que aún queda camino por recorrer, sobre todo porque "los clientes en el tema de la tecnología hasta que no la tienen, no la saben valorar. Todavía hay que hacer una labor de educación", sugiere.

Con todo ya se aprecia un crecimiento en la demanda de este tipo de servicios digitalizados por parte de los clientes. El responsable del Canal Corredurías de Sanitas pone el ejemplo de su compañía que ya cuenta con cerca de 2.000 consultas mensuales por medios virtuales. "En el 65% de las visitas el médico no se necesita tocar al paciente, como en la segunda cita para ver los resultados de una analítica", sostiene.

Primas irreales

El principal escollo que aprecia Gil en la apuesta por la tecnología por parte de las aseguradoras es la prima del seguro. Para una entidad implementar esos procesos digitalizados supone una inversión que se debe plasmar en el precio que se le ofrece al cliente: "La sanidad tiene un coste y hay que pagar por ella y es importante que lleguemos a ese entendimiento para que se refleje en las primas", afirma.

Y eso que, como afirma Federico Vizcayno de Barutell, el seguro médico privado en España es barato comparado con otros países. En este sentido, pone el ejemplo de Francia, donde a pesar de ser más caro, el porcentaje de población con póliza privada es mucho más alto, porque está concebida como un complemento a su sanidad pública, que no es tan universal como la española, y hacen microseguros complementarios para aquello que no está cubierto.

La incongruencia para el director del área de Salud y Bienestar de International SOS es que, a pesar de ser baratas, las primas siguen bajando, y las compañías pequeñas y medianas tienen márgenes muy cortos.

Y eso que, como incide Miguel Ángel Ramos, responsable del Canal Corredurías de Sanitas, se ha pasado de un modelo en el que prácticamente todas las compañías ofrecían lo mismo, a otro en el que se añaden complementos al seguro, como aspectos de prevención o servicios de digitalización, lo que a su entender ayuda al seguro a avanzar.

Para Federico Vizcayno de Barutell el problema es que "somos poco dados en general a pagar por algo en lo que no vemos un retorno tangible en el corto plazo". Por eso insta a las compañías a poner en valor sus programas de medicina preventiva, para que el seguro de Salud se aprecie más como de asistencia sanitaria y no sólo para cuando enfermas o te lesionas.

Aires de cambio

Precisamente, Miguel Ángel Ramos considera que la forma de darle valor a las primas cuando son más altas es dotarlas de todo ese contenido y explicárselo bien a las empresas, ya que sus empleados podrán acceder a consultas desde su trabajo sin necesidad de desplazarse, llevarles la medicación a su casa, tener analítica domiciliaria... "Yo creo que eso ya está cambiando y se está empezando a subir las primas", concluye.

"La gran innovación que estamos viviendo tras la crisis es poder ofrecer a los clientes un producto hecho a medida, en el que puedan ofrecer una serie de coberturas modulares", asegura Vizcayno de Barutell.

Sin embargo, Manuel Ramos se atreve a lanzar una crítica a las aseguradoras, ya que considera que el 80% siguen confeccionando la oferta en base al precio, "pues la primera hoja es el nombre de la modalidad a implantar y la segunda la prima; luego ya te explican las coberturas, los centros de referencia, los complementos opcionales...". Aun así, se congratula de que haya algunas que ya estén cambiando este paradigma y estén primando la exposición de servicios, modalidades de adhesión o coberturas específicas.

Coincide el socio-director de Benefit Brokers en que algunas empresas para diferenciarse de otras están tomando la iniciativa en ofrecer servicios complementarios y cree que las demás las seguirán. Además, considera que es mucho más fiel el cliente que está dispuesto a pagar un poco más, porque ha puesto en valor eos servicios.

> "La sanidad tiene un coste y hay que pagar por ella, y es importante que lleguemos a ese entendimiento para que se refleje en las primas". Vicente Gil

De la misma opinión es Vicente Gil, que expone que si bien en la compra de un seguro nuevo no se mira tanto el tema del bienestar y sí el precio, en la fidelización de un cliente, se está dispuesto a pagar algo más si se demuestra a la empresa que te van a ofrecer una serie de servicios adicionales.

Ganar en productividad

No obstante, como dejaron claro los participantes en la mesa redonda organizada por Pymeseguros, a un empresario lo que le interesa es que sus empleados estén lo más sanos posible, porque serán más productivos, lo que favorece la aplicación de programas de prevención. "A la hora de valorar estos servicios lo hacen más los clientes de cartera que los nuevos clientes", incide el director de Previsión Social de Filhet-Allard MDS.

Precisamente uno de los grandes alicientes de los nuevos servicios que incluyen los seguros de Salud "es que reducirán los niveles de absentismo y supondrán un ahorro a la larga para las empresas", como precisa Gil, ya que se pueden ofrecer a los empleados, ya no solo talleres de control del estrés o de prevención de cardiopatías, sino servicios como la telemedicina, que favorecerá su presencia en el trabajo.

"En Francia por cada euro invertido en un seguro médico de empresa el ahorro para la compañía es de casi tres euros", precisa

"Nos dedicamos a algo tan importante como es la salud, por lo que el trato humano nunca lo vamos a abandonar. Es vital preguntar al cliente, ver qué demanda y trabajar sobre ello".
Miguel Ángel Ramos

Federico Vizcayno de Barutell, socio-director de Benefit Brokers. "El problema aquí en España es que aún no se le da la importancia que tiene. Si se tuvieran en cuenta estos datos, las empresas no lo verían tanto como un complemento, sino como un básico para la productividad de la propia compañía", concluye.

De todas maneras, el responsable del Canal Corredurías de Sanitas insta a no perder de vista tampoco al asegurado particular, "que sigue existiendo, sigue estando ahí, y hay grandes compañías que están haciendo apuestas muy importantes por ese cliente. El seguro de Salud continúa creciendo y está al alcance de todos", concluye.

Módulos complementarios

"La idea es que el mercado actualice las primas y vayan subiendo, pero también es verdad que no se van a incrementar exponencialmente en el corto-medio plazo", verifica Federico Vizcayno de Barutell. De ahí que él considere que hay que hacer una apuesta en firme por los módulos complementarios, de tal manera que, si el cliente quiere acceder a un centro médico concreto, lo pague aparte, o que se puedan poner coberturas específicas para cada miembro de la familia dependiendo de sus circunstancias.

El director de Previsión Social de Filhet-Allard MDS va más allá en su exposición y aprecia que en unos años existirán microseguros específicos para cubrir determinados aspectos de la salud, como el embarazo, para el cáncer de mama, de pediatría... "Serán microseguros a medida de las personas", apunta, a la vez que señala otra modalidad como el pago por uso: "Contratas un seguro que prácticamente no tiene coste y vas al médico con unos descuentos importantísimos cada vez que utilizas un servicio médico privado".

"Pero eso solo ocurrirá cuando el seguro principal sea muy caro y se contrate de manera independiente a este", sostiene Vizcayno de Barutell, que también cree que las primas irán creciendo, ya que las compañías irán apostando por las tecnologías y los servicios complementarios que cubran todas las especialidades y tratamientos preventivos.

Tanto es así, que Manuel Ramos, director de Previsión Social de Filhet-Allard MDS, pone el ejemplo de la cobertura de asistencia en viaje, que hasta hace unos años apenas era tenida en cuenta por las empresas a la hora de contratar sus seguros colectivos, y "ahora es de gran interés por los departamentos de Recursos Humanos, es un complemento más al seguro que ha cogido valor, y antes prácticamente ni preguntaban por él".

Un futuro digital...

Para Miguel Ángel Ramos, responsable del Canal Corredurías de Sanitas, el futuro del sector pasa ineludiblemente por la implementación de tecnología. Hasta el punto, de que Sanitas se ha marcado unos objetivos claros de cara a 2020: "Que el 25% de nuestras consultas médicas sean virtuales, a través de videoconsultas, chats médicos...; el 50% de nuestros clientes estén digitalizados, usen medios tecnológicos; y el 75% de los asegurados estén muy satisfechos con el servicio que reciban".

Vicente Gil, director del área de Salud y Bienestar de International SOS, también considera que el futuro está vinculado a lo digital: "En el entorno norteamericano ya se está hablando mucho de que la excepción va a ser la presencia del paciente en la consulta, porque va a estar conectado, gracias a que la tecnología ha mejorado mucho".

"La tecnología va muy rápida y aquellas compañías que vayan en paralelo e incorporando todas estas innovaciones marcarán la diferencia", corrobora el socio-director de Benefit Brokers.

"La tecnología va a marcar el desarrollo del sector de la salud como canal de distribución y de captación de los futuros clientes", asegura Manuel Ramos, quien hace distinción entre el cliente particular "que sin duda alguna va a estar marcado cien por cien por la parte digital en la contratación de servicios en los próximos años" y el colectivo, donde considera que la figura del mediador va a adquirir un papel relevante, especialmente en el segmento de la pyme, donde todavía hay mucho trabajo para implantar seguros de Salud: "La grande ya tiene este seguro y nos tenemos que dirigir al pequeño empresario con cinco o diez empleados, que hasta ahora no se había preocupado por aportarles este beneficio, y que en los próximos años la sociedad lo va a terminar imponiendo", arguye.

...y basado en el bienestar

"Pero son procesos que llevan mucho trabajo y esfuerzo e inversión detrás y no se producen de la noche a la mañana", alude Federico Vizcayno de Barutell, el socio-director de Benefit Brokers, quien cree que hay que apostar no solo por el seguro de Salud, sino por inculcar determinados hábitos, temas nutricionales, de deporte, wellness... "Que las empresas entiendan que hay que promocionar la salud desde todos los ámbitos y ofrezcan una propuesta completa que marcará la diferencia", sostiene, a la vez que menciona que son prácticas que ya se producen en países anglosajones.

"La gran innovación que estamos viviendo tras la crisis es ofrecer a los clientes un producto a medida, en el que hay una serie de coberturas modulares".
Federico Vizcayno de Barutell

"Es que no son ninguna tontería", advierte Vicente Gil, que hace referencia a los talleres de espalda que han propuesto a algunas empresas, ya que las bajas por hernia discal son frecuentes, por lo que disminuirlas permite ganar en productividad. "Pequeñas acciones, en cosas concretas en las empresas supone mucho valor que está aportando la compañía de seguros y que aún no se valora, como seguridad, bienestar...", cita.

Además, Gil cree que el futuro del seguro también se centrará en "grupos que antes no se querían asegurar", como a los mayores de 60 años, los celiacos, los diabéticos... "El seguro va a hacer apuestas por nuevos colectivos", apunta.

Aitana Prieto / Carmen Peña
Fotos: Irene Medina

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

Invertir en la seguridad de las corredurías previene CIBERATAQUES a la aseguradora

"El 60% del volumen de negocio de las aseguradoras proviene de corredores y agentes, pero apenas se invierte en planes de seguridad para ellos". Así lo puso en evidencia Daniel González, CCO de Zerolynx, durante el III Congreso Ciberseguridad y Seguros, organizado por ICEA, en el que expertos en la materia pusieron en evidencia que las amenazas ciber son cada vez más frecuentes y graves en un mundo en el que ya hay más dispositivos conectados que habitantes. Aun así, el sector asegurador apenas dedica un 3% a prevenir estos ataques.

"La seguridad es una cosa de todos; tenemos que ser conscientes de los riesgos para adoptar medidas", propuso Ignacio Arrese, CEO de Smart HC y presentador del evento, que contó con la charla inicial de Antonio Martín, director de Estudios y TI de ICEA, quien se encargó de evidenciar la "insuficiente sensibilidad" del sector en ciberseguridad.

No solo puso sobre la mesa el porcentaje que las compañías dedican a protegerse frente a los riesgos online (en torno al 3% de su presupuesto), sino que resaltó que en los Comités Ejecutivos de las entidades no suelen haber responsables de seguridad, "cuando la problemática de ciberamenazas es enorme", como demuestran los ataques que periódicamente paralizan empresas de todo el mundo y cualquier sector.

Martín resaltó algunos de los errores principales que cometen las compañías. En primer lugar, que cualquier incidencia en ciberseguridad es abordada por el equipo de tecnología, cuando esas funciones deberían estar separadas y tener expertos en la materia dedicados a esos incidentes.

Además, se quejó de la insuficiente información de los empleados y los altos cargos sobre ciberseguridad. Por eso incidió en la necesidad de educarles y formales, para evitar que se produzcan prácticas peligrosas (como el uso de USB ajenos) y apostar por la

implementación de medidas de seguridad, aunque sean incómodas en el trabajo diario (como cambiar de contraseña en los equipos cada cierto tiempo).

Amenazas "muy reales"

Marcial Fernández, director de Operaciones y Organización de ICEA, continuó la sesión apuntando que cada vez existe una mayor concienciación sobre estos temas, ya que se trata de amenazas "muy reales", que tienen consecuencias habituales. Y advirtió: "Son ataques realizados de forma profesional, por lo que tenemos que enfrentarnos a ellos de manera profesional".

Eso sí, reseñó que al igual que a nivel mundial los ciberincidentes ocupan el segundo lugar de preocupación entre las empresas, según el Allianz Risk Barometer (y el primer puesto entre el sector financiero-asegurador), en España no está ni entre los tres principales. Y ello a pesar de que un informe reciente de Hiscox destacaba que el 57% de las compañías españolas han reconocido haber sufrido un ciberataque: "Esta insuficiente percepción de riesgo por parte del sector hace que la ciberseguridad esté poco desarrollada", apuntó.

Fernández aclaró que las compañías cada vez invierten más en tecnología, pero no lo relacionan con la ciberseguridad. Sin embargo, cree que las nuevas legislaciones, con el aumento de las responsabilidades ante la desprotección de los datos, pueden hacer que los consejeros tomen mayor concienciación.

En este sentido, apostó por invertir más en formación del personal, para dificultar la entrada de ataques, y planificar de antemano las medidas a adoptar, sin improvisar, y acudir a profesionales para implementarlas.

Además, quiso hacer referencia a un dato revelador: ya hay más dispositivos conectados en el mundo que personas (unos 8.400 millones frente a 7.600 millones), por lo que las amenazas son cada vez mayores. Y solo en el 48% de las ocasiones son individuos los

que ejecutan los procesos; en el otro 52% son máquinas, casi la mitad de ellas diseñadas para cometer delitos. En esta línea, advirtió del impacto "tremendo" que va a tener la inteligencia artificial en la ciberseguridad, tanto para ayudar a evitar ataques, como usada por criminales para cometerlos.

Proteger a las corredurías

Daniel González, de Zerolynx, tomó el relevo de la jornada con una conferencia que instaba a centrarse en el eslabón más débil de la cadena. Y en el caso del sector seguros, en los proveedores y mediadores. Y ello porque, como reconoció, ya no estamos aislados y todas las empresas están interconectadas.

De ahí que llamase la atención de los asistentes, especialmente de los representantes de las aseguradoras, ya no solo en lo escaso que resulta invertir solo un 3% en ciberseguridad, sino el inconveniente que puede resultar para sus compañías el dedicar ese montante exclusivamente a proteger la sede central o el resto de sedes, olvidándose de que tanto sus proveedores como sus corredores y agentes disponen de una gran cantidad de datos de sus enti-

dades, a los que se puede acceder mediante ciberataques.

Por eso, en el caso de los proveedores, González recomienda a las aseguradoras evaluarles en esta materia, mediante test de intrusión y revisión de normativas, además de valorando su presencia online mediante sistemas de inteligencia.

Para las corredurías y agencia apuesta por dedicarles mucha formación, mediante píldoras formativas y ejercicios de simulación, además de conocer su entorno, con revisiones de los controles críticos. Y es que, como recordó, estos mediadores necesitan de cierta supervisión por parte de las compañías para evitar que sean atacados, pues también están representando a las aseguradoras.

Armarse ante los riesgos

Francisco Macías, director técnico de F-Secure Iberia, relató el caso del mayor robo de la historia, que fue un hecho de ciberdelincuencia perpetrado por un ingeniero informático ucraniano, que se estima que consiguió sustraer de varios bancos unos 10.000 millones de dólares.

Según especificó Macías, los ladrones comenzaron informándose en las redes sociales de los empleados de un banco ruso, a los que enviaron correos con adjuntos de su interés. Una vez que estos se los descargaban, podían acceder a sus equipos y reconocer los resortes de control de ciertos sistemas, pudiendo realizar transferencias entre cuentas e, incluso, que los cajeros automáticos escupieran billetes, que posteriormente transformaron en criptomonedas.

Aunque el proceso es complicado, el director técnico de F-Secure Iberia advirtió que "los ataques que solo unos pocos pueden hacer son los que más daño ocasionan". De esta forma, instó a los asistentes a armarse ante estas amenazas, aunque las vean como poco probables.

Así, les recomendó no solo apostar por la predicción y la prevención, sino también añadir a sus estrategias de ciberseguridad capacidades de detección y respuesta. Además, les pidió darle la vuelta al dilema del defensor y el atacante, mediante herramientas seguras que hagan que el delincuente sea el que siempre tenga que tener éxito si quiere alcanzar su meta, no gracias a errores de la víctima. También abogó por que no toda la estructura de seguridad de las empresas se base en el producto, sino en servicios, así como disponer de logs ubicados fuera de la red, aplicar técnicas de análisis en el tiempo e incorporar inteligencia sobre amenazas de manera continua.

"En el mundo asegurador aportar una tecnología con datos seguros y que pueda compartir información de manera transparente es relevante", empezó comentando Luis Mulero, cofundador de Virtus360 Software, y encargado de poner de relieve las bondades del blockchain para el sector, que puede ayudar en multitud de cuestiones, como la trazabilidad de siniestros, la gestión de pagos, la trazabilidad de historiales médicos, etc.

Varias son las ventajas que, a su entender, aporta el blockchain a las compañías, ya que simplifica y automatiza procesos; reduce costes, tanto por evitar fraudes al seguro como por reducir tiempo de trabajo; mejora la experiencia cliente; y automatiza procesos conforme al marco legal.

En manos de un delincuente

La parte más práctica de la jornada vino de la mano de Juan Antonio Calles, CEO de Zerolynx, quien hizo una demostración de tres casos de ciberdelincuencia, mediante phising, para explicar lo sencillo que puede resultar obtener algunos datos de usuarios; infectando un móvil a través de una aplicación; y atacando un servidor de una gran compañía para acceder a otras empresas del entorno que no tengan tanto nivel de seguridad.

Posteriormente, el propio Calles, junto con Ignacio Arrese y Ángel Avilés, miembro de la Unidad Central Operativa de la Guardia Civil, entablaron un debate sobre lo fácil que resulta caer en manos de un delincuente.

En este sentido, Avilés volvió a insistir en que la solución para estar protegido pasa por la prevención y la formación, pero sin olvidar la detección y respuesta. Y añadió: "La seguridad está en las personas, porque de nada sirve tener un dispositivo plenamente seguro, si al final el usuario hace determinadas acciones de riesgos, como descargarse aplicaciones de sitios poco seguros". Además que, como reseñó, en un sistema informático no hay nada cien por cien seguro.

"Algo tan usual como tener el wifi del móvil operativo es peligroso, porque con una pequeña herramienta un hacker es capaz de conectarse a tu móvil y sacar toda la información del mismo", apostilló Arrese.

Calles apuntaló la idea de que "la concienciación es la clave" y abogó por que se invirtiera más en concienciar de estos riesgos no solo a las empresas, sino a la sociedad en general, incluso desde las escuelas.

Ante la duda planteada por uno de los asistentes si frente a un ciberataque recomendarían a la empresa víctima pagar el "rescate" de sus datos si eso perjudicara su viabilidad, todos se mostraron totalmente reacios: "Porque se promueve que persista esa práctica y porque pagar no implica que te devuelvan esa información", argumentó Avilés, para quien no habría que plantearse si se paga o no, sino tener una buena política de backup.

"Además, que si pagas irán más veces a por ti, porque saben que pagas y se correrá la voz entre los delincuentes", apostilló Arrese.

Por su parte, Calles certificó que no solo mediante el backup se pueden recuperar los datos ante una infección, sino que existen otras posibilidades, con determinadas técnicas, aunque, eso sí, requieren tiempo, recursos y dinero, comentó.

Nuevo marco legal

Pedro Marco, fundador y CEO de Iberlayer, centró su ponencia en la importancia de archivar toda la información posible de manera rutinaria. Así, instó a los asistentes a almacenar correos para solucionar situaciones como los problemas derivados de los borrados accidentales o malintencionados de emails, por propia exigencia de las normativas en materia de seguridad o como prueba ante una

¿Qué es crítico en una empresa?

Para Daniel González, COO de la compañía especializada en ciberseguridad y ciberinteligencia Zerolynx, las empresas del sector asegurador deben determinar qué aspectos son críticos para protegerse ante ataques externos y centrarse en ellos. Y enumeró los cuatro que a su entender son los principales y qué medidas habría que adoptar para protegerlos:

- El entorno, permitiendo solo los dispositivos autorizados; conociendo bien a los empleados; dando respuestas a los incidentes; implantando solo softwares autorizados; desarrollando un control de accesos; y elaborando aplicaciones.
- Datos, a través de sistemas de recuperación, que permitan no perder la información cuando se es atacado; y medidas de protección, para evitar intrusiones maliciosas.
- Configuración y comunicación, desarrollando configuraciones de seguridad Hw y Sw; implantando sistemas antimalware; aplicando puertos, protocolos y servicios; instaurando configuración de seguridad (firewalls); poniendo wireless; y controlando los email y navegadores web.
- Supervisión, aplicando evaluaciones de vulnerabilidades, para detectarlas y poder trabajar sobre ellas; estableciendo usuarios privilegiados; vigilando los logs; y controlando las cuentas.

demanda de un cliente a su aseguradora de algún aspecto contractual que se haya negociado online.

Además, también recalcó la importancia de guardar los correos de extorsiones o phising para que puedan someterse a un análisis forense por parte de los peritos de la propia aseguradora o de las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado ante una denuncia.

Y quiso destacar un aspecto significativo: según va subiendo la inversión en seguridad, el nivel de protección se eleva, pero alcanza un punto en que se estabiliza e incluso llega a bajar un poco, "porque llega un momento en el que demasiada seguridad hace que el usuario se vuelva contra ella".

El broche final al Congreso lo puso Pablo Fernández, abogado fundador de Escila, Nevtrace y Abanlex, quien puso de relieve la importancia de contar con profesionales para proteger los datos de una empresa: "Hay que analizar el riesgo y mitigarlo, y que lo haga un experto en ciberseguridad", espetó.

En esta línea, explicó que a las compañías le afectan muchas normativas en esta materia, como la NIS, la Directiva de Secretos Comerciales o la GDPR, que entrará definitivamente en vigor el próximo 25 de mayo. Según la misma, cualquier empresa que emita o gestione datos desde Europa tiene que hacer un análisis, una evaluación de impacto y una adecuación de la protección de datos, además de contar con un delegado en la materia (DPO).

Fernández recalcó que la nueva normativa obliga a la empresa a detectar y comunicar la intrusión o sustracción de datos a la Agencia de Protección de Datos en el plazo de 72 horas y debe comunicar el hecho a los afectados.

"La nueva ley nos ofrece más derechos que antes", atestiguó, y enumeró las ventajas para los clientes con respecto a sus datos: portabilidad, acceso, rectificación, supresión, derecho al olvido, limitación y oposición.

Aitana Prieto

Seguros de Baja Laboral y Enfermedad

Ser **especialistas** en seguros de **incapacidad temporal** nos confiere poder ajustar nuestra oferta aseguradora a cada tipo de profesional atendiendo a sus circunstancias.

Nuestros seguros de **enfermedad** (baja laboral, hospitalización y reembolso) cumplen las **expectativas** de los **profesionales más exigentes.**

Siempre al lado del Mediador

Líderes en la protección económica del profesional

seguros previsión mallorquina

encuéntranos en:

solvencia
liderazgo
especialización
contáctanos

900 103 057 | pm.info@previsionmallorquina.com | www.previsionmallorquina.com

Descárgate nuestra app 'previsión mallorquina'

24

El corredor es CLAVE en el seguro de Responsabilidad Medioambiental

En la última sesión de 'A debate con corredores' de Fecor, su presidente Maciste Argente presentó la iniciativa de los Cuadernos Temáticos que la federación se ha planteado realizar para tratar aquellos temas de interés para los corredores. En el primero de ellos se hace un análisis de la Responsabilidad Medioambiental y su aseguramiento, elaborado por Jose Luis Heras, director gerente del Pool Español de Riesgos Medioambientales. El objetivo es explicar con claridad el alcance de la entrada en vigor en octubre de 2017 de la nueva obligación de garantía financiera y que sirva de ayuda para los corredores en su labor de asesoramiento cuando ofrecen un seguro medioambiental. Se trata de una "herramienta para poder vender el seguro de Responsabilidad Medioambiental", explica Heras.

> El seguro de Responsabilidad Medioambiental es el instrumento preferido para garantizar la contaminación del Medio Ambiente y los corredores son claves a la hora de mentalizar a las empresas de la necesidad de contar con este tipo de pólizas. Al comercializarlo es importante saber, entre otras cosas, que no se debe limitar el aseguramiento de este riesgo a la circunstancia del que el mismo no sea obligatorio, pues la exigencia legal en caso de siniestro es la misma a pesar de su no obligatoriedad.

En la presentación del acto, Argente señaló que saldrán 4 cuadernos temáticos al año (uno al trimestre) con un objetivo práctico.

En este primer cuaderno se recuerda que la norma principal es la Ley 26/2007, de 23 de octu-

bre, de Responsabilidad Medioambiental. Su objetivo fundamental es conseguir la reparación total de los daños medioambientales, por quien los ha causado, es decir, que sean repuestos a las condiciones que tenían en el momento anterior a que fueran dañados. Un segundo objetivo es el de exigir al responsable una actuación preventiva, en situaciones de emergencia en las que hay un riesgo inminente (amenaza inminente, en la terminología de la ley) de que se produzca un daño medioambiental.

En la venta de este producto es importante trasladar al cliente que existe una responsabilidad ilimitada: el responsable, lo es por la totalidad del coste de sus obligaciones, hasta la reparación completa de los daños ambientales. Y que se establece una responsabilidad objetiva: las medidas de prevención y evitación se exigen a todos los operadores si se dan las circunstancias, con independencia de que exista infracción o no. Las medidas de reparación se exigen también objetivamente a los operadores con más potencial de daño.

Asimismo, se da la presunción de responsabilidad. Según Jose Luis Heras, se añade otra "vuelta de tuerca" a la responsabilidad objetiva, puesto que se presume que una actividad ha causado el daño cuando se dan los elementos o las condiciones para que pueda haberlo causado; si no ha sido así, la obligación de probarlo recae sobre el operador.

¿Cuándo caduca la responsabilidad medioambiental?

No se podrá exigir responsabilidad medioambiental si han transcurrido más de treinta años desde que tuvo lugar la emisión, el suceso o el incidente que causó el daño. Pero a diferencia de lo que sucede en Responsabilidad Civil, en donde no hay responsabilidad mientras no se produzca un daño o perjuicio a un tercero, se puede incurrir en responsabilidad medioambiental antes de causar efectivamente un daño medioambiental, si se genera una situación de "amenaza inminente" de causarlo.

Cuando no es posible adoptar más medidas para evitar o minimizar el daño, el operador debe llevar a cabo la reparación total de los daños medioambientales producidos, ya sea reponiendo o recuperando, ya sea sustituyendo o compensando los recursos naturales dañados.

El problema es que el principio de quien contamina paga, se frustra si el responsable resulta insolvente para hacer frente a sus obligaciones. Por eso, se optó por incluir en la ley española un sistema de garantías financieras obligatorias, con el que las empresas con más riesgo medioambiental aseguran un mínimo de solvencia para hacer frente a sus responsabilidades.

La garantía financiera se podrá constituir a través de una póliza de seguro suscrita con una aseguradora autorizada para operar en España; un aval, concedido por alguna entidad financiera

autorizada a operar en España; o la constitución de una reserva técnica mediante la dotación de un fondo *ad-hoc* con materialización en inversiones financieras respaldadas por el sector público.

De los tres instrumentos de garantía, el seguro es el único mediante el que el operador consigue la transferencia del riesgo. Por esto y por la flexibilidad, facilidad de contratación y coste, prácticamente todos los afectados por la obligación contemplan el seguro como la alternativa preferida para este fin.

Cuando un operador tenga intención de asegurar varias actividades (por ejemplo, varias plantas industriales), se deberá hacer, bien mediante pólizas independientes para cada planta, bien mediante una sola póliza en la que conste claramente que el capital asegurado estará disponible para cada una de las plantas.

El seguro debe mantenerse en vigor durante todo el periodo de la actividad. Por tanto, debe renovarse anualmente y en casos en los que se reemplace la póliza por la de otra aseguradora hay que tener cuidado de que no se genere una laguna temporal de cobertura por el juego del ámbito temporal de la reemplazante y la reemplazada.

El seguro puede cancelarse al cesar definitivamente la actividad asegurada. En este momento, los seguros suelen ofrecer un periodo de dos o tres años de cobertura adicional para los siniestros que, habiéndose generado durante el periodo de cobertura, son reclamados con la póliza extinguida. Pero su responsabilidad subsiste durante 30 años desde que se generó el daño medioambiental. En ese periodo entraría el fondo de compensación de daños medioambientales.

El asegurado que opte por incluir varias plantas en una sola póliza, deberá tener en cuenta dos cosas: Que la suma asegurada sea suficiente para la de riesgo más alto; Y que la definición de suma asegurada de la póliza deje claro que puede consumirse independientemente por cada instalación, es decir, que un siniestro en una de ellas no deteriora la suma asegurada de las demás.

El fondo de garantía lo gestiona el Consorcio de Compensación de Seguros

Responsable puede ser el titular de cualquier actividad económica o profesional, tanto industrial como no industrial, que haya sido la causa de un daño medioambiental. Pero se establece una serie de operadores que tienen que soportar una responsabilidad más exigente por la actividad que desarrollan, que se clasifican en Prioridad 1, 2 o 3. Todos éstos están sujetos a responsabilidad objetiva, también para las acciones de reparación (no sólo las de prevención y evitación, como el resto); tienen que realizar un análisis de riesgos medioambientales de su actividad; Y, conforme al análisis, deben presentar una garantía financiera para su responsabilidad medioambiental que puede establecerse entre los 300.000 euros y los 20 millones de euros. Si el resultado del análisis muestra que el riesgo es menor de 300.000 euros, el operador se verá libre de la obligación de presentar garantía financiera. Si el resultado es superior a 300.000 euros, sin superar los dos millones de euros y el operador acredita que está adherido, con carácter permanente y continuado, al sistema comunitario de

gestión y auditoría medioambientales (EMAS), o bien al sistema de gestión medioambiental UNE-EN ISO 14001, también se le exime de la obligación de presentar garantía financiera.

El Consorcio de Compensación de Seguros será el encargado de gestionar esta garantía financiera pero aún no está creada ni definida cómo será. Algo que se tiene que realizar antes del 30 de octubre de 2018 que es la fecha establecida para el grupo de Prioridad 1. El grupo de Prioridad 2 tiene un año más, antes del 30 de octubre de 2019 y los de prioridad 3, aun no disponen de fecha.

Una vez transcurridos los tres primeros años desde la cancelación del seguro, que pueden correr a cargo del mismo, el fondo cubrirá al operador por tantos años como el seguro (o la sucesión de seguros) estuvo en vigor, con un máximo de 27, en cuyo momento se entiende que habrá completado el periodo de 30 años de caducidad de la responsabilidad.

Dicho fondo se constituirá con las aportaciones de los operadores que contraten un seguro para garantizar su responsabilidad medioambiental. Lo recaudarán las aseguradoras junto con sus primas mediante un recargo en la prima del seguro y la cuantía de la contribución se fijará mediante las tarifas que se aprueben por resolución de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

El seguro, el instrumento preferido

El seguro de Responsabilidad Medioambiental es el instrumento preferido para garantizarla, ya sea por obligación o por libre contratación. Su adquisición es libre, en este momento, para todos los operadores, con excepción de los gestores y grandes productores de residuos peligrosos. De hecho, como indica Jose Luis Heras, "la inmensa mayoría de los seguros vigentes son contrataciones voluntarias".

Entre sus ventajas figura que: es el único instrumento reconocido, con el que se transfiere el riesgo; Prolonga, por sí solo la cobertura durante dos o tres años, tras la cancelación; da acceso a la protección del Fondo de Compensación; ofrece sumas garantizadas que con cualquier otro instrumento sería muy difícil conseguir y, en cualquier caso, tendrían costes financieros muy importantes, incluso tratándose de la dedicación de fondos propios; y presta el servicio de resolución del siniestro, amparando al asegurado en todo el proceso de reparación del daño medioambiental.

No obstante, el director gerente del Pool Español de Riesgos Medioambientales aclara que "los daños medioambientales se cubren a través de un seguro de Responsabilidad Medioambiental y los daños a Terceros o bien por un seguros de RC general (es frecuente que quede excluida la responsabilidad civil por contaminación). En esos casos, la alternativa es incluir esa responsabilidad como seguro complementario de la responsabilidad medioambiental".

La Responsabilidad Medioambiental en pocas palabras

- La responsabilidad medioambiental es independiente y adicional a la responsabilidad civil y no sustitutiva.
- Se exige por la Administración y tiene reglas propias.
- Está en vigor para todas las actividades, peligrosas o no.
- Los riesgos son largos y complejos de cerrar.
- El coste es incierto hasta el final.
- La cobertura comprende tanto la actividad de la planta asegurada, como la que se desarrolla fuera de ella.
- Independiza los capitales asegurados para responsabilidad medioambiental y responsabilidad civil.
- La suma asegurada es independiente también para cada instalación, como si se tratase de pólizas independientes.
- Reconoce el derecho del asegurado a declarar la situación a la Administración, admitiendo su responsabilidad en una situación de riesgo inminente o de daño medioambiental.
- Ofrece de forma optativa la responsabilidad civil por contaminación, para que el asegurado pueda elegir si asegurarla junto con este seguro o con el de responsabilidad civil general.

En el caso de los contratistas de obras y servicios, cuyas actividades no se desarrollan en instalaciones propias y permanentes, sino en espacios o recintos de titularidad ajena al asegurado, la cobertura cuenta con varias peculiaridades: Se limita a los siniestros que se produzcan de forma accidental y repentina (máximo 120 horas de desarrollo hasta su descubrimiento); y la inclusión de la contaminación al suelo del recinto o espacio en el que desarrolla su actividad requieren análisis previo caso a caso. Por otra parte, estas actividades cuentan con cobertura para siniestros que no deriven de un hecho accidental, sino de errores u omisiones en los trabajos contratados. Se pueden contratar una garantía adicional de responsabilidad por trabajos terminados.

La responsabilidad medioambiental por cualquier tipo de daño cubre las especies y hábitats protegidos, el agua, la costa y el suelo (incluso el suelo propio). Mientras que la RC por contaminación cubre los daños a las personas, las propiedades de personas públicas o privadas y el lucro cesante.

La peculiaridad del siniestro medioambiental

Los siniestros de responsabilidad medioambiental tienen varias características peculiares: Pueden iniciarse antes de que haya ocurrido el daño y generar obligaciones y costes sin necesidad de que éste llegue a ocurrir efectivamente; El reclamante principal no es un tercero perjudicado, sino la Administración Pública, que adopta una posición predominante en la exigencia de actuaciones que se deriven de todo el proceso; El asegurado debe informar a la Administración de los hechos y, si procede, reconocer su propia responsabilidad; y el asegurado no está obligado a indemnizar por el daño, sino a reparar el daño. Esto exige una gestión del caso en la que predomina el enfoque técnico y que forma parte de las prestaciones aseguradas.

Finalmente, hay que recordar que un mismo hecho puede generar simultáneamente dos tipos de responsabilidad y de reclamación: la de la Administración medioambiental competente y la de

los terceros perjudicados (en caso de contaminación) ya sean éstos de carácter público o privado.

Las circunstancias, origen y actividades o sustancias implicadas pueden ser muy diversas en un siniestro: Derrame (ya sea repentino o paulatino) de depósitos, conducciones o instalaciones conteniendo sustancias, de un recinto industrial; Fugas o roturas en conducciones fuera de recintos industriales; Incendio o explosión en todo tipo de locales o instalaciones, industriales o no; Incendios forestales provocados por actividades económicas; Operaciones de carga, descarga o trasvase de medios de transporte; Accidentes de circulación con medios de transporte por carretera o ferrocarril; Accidentes o errores en obras públicas; Desbordamiento o desmoronamiento de balsas y presas, conteniendo residuos peligrosos o inertes o agua; Pérdida de estanqueidad de los materiales de contención en vertederos; y accidentes o errores en procesos, con reacciones químicas.

El corredor debe promover este seguro

El corredor es esencial en el seguro de Responsabilidad Medioambiental porque es necesario a menudo explicar la existencia del riesgo y, por lo tanto, la necesidad del seguro. Jose Luis Heras llama la atención sobre el hecho de que "no se debe limitar el aseguramiento de este riesgo a la circunstancia del que el mismo no sea obligatorio, dentro de los parámetros legales, pues la exigencia legal en caso de siniestro es la misma a pesar de su no obligatoriedad".

A la hora de ofrecer este seguro hay que tener en cuenta que: No tienen un riesgo más leve las instalaciones que se encuentran en un entorno urbano que en otro rodeado por más naturaleza; El coste del seguro es muy moderado y el aumento de la garantía, como también sucede en los seguros de Responsabilidad Civil, no produce un aumento proporcional de la prima (como promedio se puede estimar que duplicar la suma asegurada incrementa la prima en un 30% aproximadamente); Realizar un análisis de riesgos medioambientales tiene y debe tener para el operador rendimientos de varios campos ya que no es la orientación para la fijación de la suma asegurada, sino la identificación y valoración de los puntos más sensibles del riesgo de la empresa. Estas medidas deberían ser tenidas en cuenta por el asegurador para mejorar las condiciones (incluso la prima) del seguro".

Además, el corredor tiene un papel muy útil en la gestión del seguro; principalmente para hacer fluir la comunicación entre los diversos intervinientes, ayudando a que su cliente obtenga una resolución pronta y eficaz de todas las gestiones y operaciones necesarias y evite que malos entendidos u otros inconvenientes en el proceso prolonguen o encarezcan el resultado final y, sobre todo, la posibilidad de que la Administración le imponga alguna sanción o lleve a cabo alguna actuación supletoria por considerar las actuaciones poco diligentes.

El impacto mediático que en muchas ocasiones se produce cuando ocurre un siniestro hace más importante la ayuda del corredor aportando tanto criterio, como estableciendo las actuaciones necesarias que la magnitud del daño exige.

El seguro ayuda a minimizar el daño en un SINIESTRO MEDIOAMBIENTAL

Ignacio Megía, director de Siniestros y Asesoría Legal de Berkley España

Los daños producidos por contaminación pueden agravarse en cuestión de horas. Si tenemos en cuenta que el siniestro medioambiental no se resuelve "indemnizando" sino "reparando" el daño causado, se vuelve esencial contar con una aseguradora con experiencia que actúe con rapidez y decisión a la hora de emprender las medidas oportunas.

Cuando nos referimos a un desastre medioambiental, de inmediato nos viene a la memoria accidentes relacionados con vertidos de petróleo al mar, especialmente el desastre del "Prestige" (2002), o accidentes como el ocurrido en Aznalcóllar, cuando la rotura de una balsa provocó el vertido de residuos tóxicos junto al Parque Nacional de Doñana (1998). Y no podemos evitar relacionar las agresiones al medio ambiente con actividades propias de la industria química, papeleras, centrales nucleares, tratamiento de residuos y transporte de materias peligrosas. Sin embargo, la realidad nos demuestra que también se producen incidentes de contaminación que dañan el medio ambiente fuera de este entorno. No en vano, la Ley 26/2007, de 23 de octubre de Responsabilidad Medioambiental, considera que todos los titulares de actividades económicas o profesionales son responsables medioambientales, es decir, responsables de conservar y defender la integridad de los recursos naturales, estando obligados a restituirlos a su estado original en caso de resultar dañados. Por ello, el siniestro medioambiental no se resuelve "indemnizando" sino "reparando" el daño causado.

SOLUCIÓN INMEDIATA Y EFICAZ

Cuando las entidades aseguradoras se enfrentan a este tipo de siniestros, tienen que ser plenamente capaces de ofrecer una solución inmediata y eficaz. Los daños producidos por una contaminación pueden agravarse en cuestión de horas. La respuesta de la aseguradora tiene que minimizar al máximo el impacto negativo de la incidencia, sabiendo dimensionar el problema y aportando de inmediato las mejores soluciones, recuperando la normalidad en el menor tiempo posible. Sin embargo, en no pocas ocasiones, la falta de experiencia de las aseguradoras y el desconocimiento de este tipo de siniestros, les lleva a actuar con lentitud por falta de decisión a la hora de emprender las medidas oportunas.

Las derivas a la hora de identificar la causa, los problemas de comunicación entre los diferentes involucrados (la Administración Pública, los vecinos colindantes, los asegurados y sus aseguradoras), la falta de actuación diligente, o el cumplimiento parcial de los requerimientos legales, acaban agudizando el problema con mayores daños, mayores costes, expedientes sancionadores y repercusiones reputacionales por la extensión mediática del problema.

Conscientes de la necesidad de especialización en la gestión de los siniestros medioambientales, Berkley ha desarrollado el sistema de respuesta Best (Berkley Environmental Support Team), un centro de atención para clientes de Berkley, disponible 24 horas 365 días al año, para actuar y asesorar de manera inmediata ante cualquier incidente de contaminación.

Nuestros expertos, actuando de forma rápida y eficaz, aportan soluciones concretas controlando el incidente. Y una vez que la situación se encuentra estabilizada, se toman las acciones de limpieza y restitución necesarias para recuperar la normalidad,

minimizando el daño, evitando sanciones, litigios y daño reputacional. Y es que en la gestión de los siniestros medioambientales, resultan fundamentales los siguientes aspectos.

1. Las actuaciones han de ser rápidas. Para ello, se hace imprescindible disponer de un servicio de atención 24 horas los 7 días de la semana y de un equipo de expertos con posibilidad de desplazarse al lugar del siniestro en el menor tiempo posible.
2. Las comunicaciones con los distintos involucrados han de ser ágiles y fluidas. Los expertos que gestionan los siniestros deben atesorar la solvencia técnica necesaria como para generar confianza en todos los intervinientes en los mismos.
3. En este sentido, la necesidad de actuaciones contundentes e inmediatas precisa centralizar todo el proceso en un único gestor que lidere los trabajos y tome las decisiones oportunas.
4. El equipo de trabajo que gestiona el siniestro, debe tener los conocimientos y la experiencia necesaria para identificar de inmediato el origen y la causa del daño.

La respuesta de la aseguradora tiene que minimizar al máximo el impacto negativo de la incidencia, sabiendo dimensionar el problema y aportar de inmediato las mejores soluciones

5. A menudo es preciso desarrollar soluciones creativas, basadas en la experiencia, que precisan agilidad en la toma de decisiones para importantes desembolsos económicos anticipados.
6. Resulta imprescindible conocer los más actuales sistemas de limpieza y recuperación existentes en el mercado, y las empresas que localmente pueden prestarlos, al objeto de implementar el que más se ajuste al siniestro.
7. La coordinación con las autoridades locales, agencias medioambientales y grupos de interés, constituye también una pieza clave de la gestión de estos siniestros.

Todos estos aspectos han sido cuidadosamente desarrollados por Berkley España recogiendo toda la experiencia que nos aporta nuestra casa matriz a través de Berkley Environmental, poniendo a disposición de clientes y corredores nuestra especialización en la gestión de siniestros medioambientales.

Berkley ESPAÑA
a Berkley Company

914 492 675
650 422 436
jtorregrosa@wrberkley.com
www.berkleyseguros.es

*Consulta las actividades industriales que tendrán la obligatoriedad en 2018 y 2019.

Una póliza de RC y Accidentes para campamentos

Con la planificación de las vacaciones de verano a la vuelta de la esquina, Berkley España está potenciando 'Berkley Campamentos', que está dirigido a las entidades organizadoras de campamentos que necesitan cubrir los accidentes personales de participantes y técnicos-monitores.

Una de las principales novedades de este producto es que los límites de asistencia sanitaria son ilimitados. Además, con 'Berkley Campamentos' se puede tener en una sola póliza el seguro de RC y el de Accidentes, facilitando su venta a los mediadores. Otra de las ventajas es que se puede cotizar y emitir a través de BE-Net.

La compañía ha creado un mini site para este producto donde se puede consultar toda la información.

Seguro de Salud para personas con autismo y sus familias

Asisa ha creado un nuevo producto, 'Asisa VitalTEA', destinado a las familias en las que alguno de sus miembros tenga un diagnóstico dentro del Trastorno del Espectro del Autismo (TEA). Desde la entidad se indica que se trata del "primer seguro de Salud para personas con autismo y sus familias".

La Fundación Autismo Diario, la agencia Vitality Seguros y Asisa han trabajado durante los últimos meses en el diseño y desarrollo de un producto único en el mercado, que acaba con la discriminación de este colectivo y garantiza a las personas con autismo y a sus familias acceso a un amplio cuadro médico y a una cobertura completa.

Garantía Trienal de Habitabilidad con protección frente a daños materiales y prestacionales

Asefa Seguros ha lanzado en el ramo de Construcción la garantía Trienal de Habitabilidad, una cobertura que ofrece protección frente a daños materiales y prestacionales.

Con esta garantía, la compañía quiere dar respuesta a la Ley 38/1999 de 5 de noviembre de Ordenación de la Edificación (LOE) que recoge las exigencias técnicas y administrativas de la edificación, obligadas a satisfacer los requisitos básicos de habitabilidad relativos a: higiene, salud y protección del medio ambiente, protección contra el ruido y ahorro de energía y aislamiento térmico.

La garantía Trienal de Habitabilidad llega para responder a necesidades de promotores y también a la evolución normativa sobre el control del rendimiento prestacional de la vivienda nueva y rehabilitada, ofreciendo al promotor de una obra una solución con la que hacer frente a las reclamaciones más recurrentes por defectos constructivos asociados, entre otros, a la obra secundaria o a las instalaciones, manifestación de humedades o ruido, sin que afecten al mantenimiento normal.

Un seguro de Decesos personalizado

Reale Seguros ha lanzado su nuevo producto de Decesos 'Reale Contigo', ampliando su catálogo de seguros personales, cuya garantía principal cubre y contempla las necesidades tras una defunción, tanto a nivel personal como familiar. Desde el asesoramiento telefónico en materia sucesoria y testamentaría, hasta la tramitación vía administrativa de la obtención de certificados de defunción, o la asistencia psicológica ante el duelo, entre otros.

El nuevo producto va dirigido a personas o unidades familiares que deseen contar con un profesional que se ocupe de planificar y gestionar todo lo relacionado con el fallecimiento del asegurado, e incorporar opciones de contratación en sus modalidades: Básica y Completa. En ambos casos se incluyen las garantías obligatorias de Decesos, Asistencia en Viaje y Asistencia a Personas, además del Servicio Legal Básico y la Asistencia Psicológica Telefónica, en la modalidad básica, y el Servicio de Orientación y Ayuda a la Dependencia, de manera exclusiva para la modalidad completa.

Complementando estas modalidades, Reale Seguros ha creado unos packs de servicios de libre contratación, para la personalización según las necesidades. Estos packs son: Pack Salud: que incluye Servicios de Salud, Dental, Línea Médica Telefónica y Acceso a Servicios de Bienestar y Salud; Pack Legal Total, con Testamento Vital, Testamento Hereditario y Borrado de Vida Digital; y el Pack Asistencia, que dispone de Servicios Presenciales de Atención y Ayuda psicológica y Asistencia Familiar Convalecencia Post Hospitalaria.

Cobertura de filtraciones de agua con y sin reparación en el seguro de Hogar

Reale Seguros ha anunciado la actualización de su producto de Hogar. 'Reale Hogar' y 'Reale Expatriate Householders' dispone, a partir de ahora, de nuevas garantías opcionales que cubrirán los daños por filtraciones de agua con y sin reparación o la reparación de los electrodomésticos.

En el primer caso, y para las modalidades de "Vivienda principal" o "Vivienda en alquiler (uso habitual)", los clientes de la aseguradora podrán incluir garantías de filtraciones de lluvia con o sin reparación. Para filtraciones de lluvia: quedan cubiertos los daños directos originados por filtraciones de agua a través de tejados, azoteas y terrazas; y los daños directos originados por filtraciones de agua a través de paredes, a consecuencia de lluvia, viento, pedrisco o nieve independientemente de su intensidad. Para ambas se cubre el 100% de los daños al continente y contenido, siempre que las causas que originaron el siniestro sean reparadas, excluyendo siempre el importe de la reparación de los daños.

Para las filtraciones de lluvia con reparación, además de los daños directos originados por filtraciones de agua de lluvia, viento, pedrisco o nieve, independientemente de su intensidad, se cubren los gastos de localización y reparación de la causa. Se cubre el 100% de los daños al continente y contenido, y hasta 3.000 euros por siniestro y año para gastos de localización y reparación.

En el segundo caso y para las modalidades "Vivienda principal", "Vivienda vacaciones/2ª residencia" y "Vivienda alquiler" se podrá incluir la cobertura para reparación de electrodomésticos. El servicio consiste en el envío de un profesional en caso de avería de un frigorífico, lavadora, lavavajillas, televisores, con el límite para cada servicio de 300 euros y de 2 intervenciones por anualidad. El servicio incluye el desplazamiento del profesional, con hasta 3 horas de manos de obra.

Un seguro de Decesos y Asistencia para jóvenes

Santalucía ha lanzado al mercado su solución 'Asistencia Global', un seguro de Decesos y Asistencia, orientado a personas hasta 40 años, solteros o en pareja, con o sin hijos.

La garantía principal de este seguro es la de Decesos, siendo posible contratar otras garantías opcionales a voluntad del asegurado, que van más allá de la propia protección personal: Legado Digital, Bienestar, Protección de Pagos (por desempleo, incapacidad temporal y hospitalización), Pequeprotección, y Mascotas, entre otras.

En caser, queremos comunicarnos contigo.

Es el momento de emprender y somos tu mejor opción.

El apoyo en las nuevas tecnologías, el servicio global, la presencia en todo el territorio y nuestro apoyo constante, hacen de Caser todo un referente de la Mediación Profesional.

¿ACEPTAS?

caser seguros

AGENTES Y CORREDORES

Seguros de tu confianza

901 41 07 07 | agentesycorredores.caser.es

Los ciberataques DDoS costaron más de 100.000 euros a las empresas españolas en 2017

Los ataques de denegación de servicio (DDoS) provocaron un coste financiero de más de 100.000 euros en 2017, una cifra superior a los 85.000 registrados en 2016, como ha determinado el estudio "IT Security Risks Survey 2017", de Kaspersky Lab.

Además de las cuantías económicas, las empresas víctimas de estos ciberataques han sufrido otros impactos "difícilmente cuantificables" como los daños a la reputación, que pueden llegar a paralizar a muchas organizaciones.

Según la encuesta de Kaspersky Lab, un 35% de las entidades españolas reconoció que la principal consecuencia económica negativa de los ataques DDoS, ya fuesen estos aislados o integrados dentro de otros más amplios, fueron los costes incurridos en la lucha contra el ataque y la restauración de los servicios. Por su parte, un 25% apuntó a la inversión realizada en los sistemas 'offline' o de 'backup'. Otro 23% de empresas de España reconoció que la pérdida de ingresos y de oportunidades de negocio fue resultado directo de los ataques, mientras que un 22% mencionó la pérdida de reputación entre clientes y colaboradores como una consecuencia indirecta del ataque.

El Gobierno bonificará a las empresas que conviertan los contratos de formación en indefinidos

La ministra de Empleo y Seguridad Social, Fátima Báñez, ha señalado que el Gobierno bonificará a las empresas con 250 euros mensuales durante tres años por cada contrato de formación de jóvenes menores de 30 años que pasen a ser indefinidos.

La ministra ha explicado que el Gobierno contará con 500 millones en 2018 para llevar a cabo dos medidas concretas con las que incentivar la formación y contratación de menores de 30 años. Se trata, por un lado, de la bonificación con 250 euros mensuales durante tres años por cada contrato de formación que después de 18 meses pase a ser fijo, así como el ya conocido bono de formación de 430 euros que se dará a los jóvenes menores de 30 años con contratos para la formación y el aprendizaje. Según Báñez, en 2018 se podrán acoger a este bono de 430 euros unos 500.000 jóvenes.

Para promover el uso de software legal en las pequeñas empresas, pero también para explicar sus ventajas, Cepyme, Ametic (patronal del sector tecnológico español) y The Software Alliance (BSA) han firmado un acuerdo de colaboración.

Cepyme, Ametic y BSA promueven el uso de software legal entre las pymes

La iniciativa tiene como propósito también fomentar la sensibilización entre profesionales, empresarios y directivos sobre el valor del software, respetando la propiedad intelectual y asegurando su correcta gestión en el entorno empresarial.

El presidente de Ametic, ha afirmado que "es imprescindible que las organizaciones tomen conciencia de la importancia de contar con desarrollos de software legales en los equipos y dispositivos". Además, ha recalcado que "la piratería no sólo afecta a la economía y al empleo de un país, también a la propia ciberseguridad de los sistemas tecnológicos y a sus archivos y datos, esenciales para asegurar el futuro de las empresas".

Por su parte, el presidente del comité español de BSA, Emilio Iturmendi, ha destacado que muchas compañías españolas "desconocen los posibles problemas legales y operativos a los que se exponen por no tener un control de sus programas".

Los autónomos piden ayuda ante la obligación del colectivo de acogerse al RED

UPTA ha pedido ayuda a la Seguridad Social y a la Secretaría de Estado para que los trabajadores por cuenta propia puedan cumplir con la nueva obligación de acogerse al sistema RED en un plazo de seis meses.

Desde UPTA no consideran que esté "suficientemente justificada" la obligación de que los autónomos se incorporen a este sistema. Según argumentan, aún existe una "fuerte brecha digital" entre este colectivo y las empresas en general.

Piden que desde las Administraciones Públicas, sobre todo desde la Seguridad Social y la Secretaria de Estado para la Sociedad de la Información se articule un programa de apoyo para que el autónomo se incorpore sin problemas al sistema. Han solicitado medidas que agilicen la generación de medios y de conocimientos para que los autónomos puedan adaptarse a esta obligación "en términos positivos".

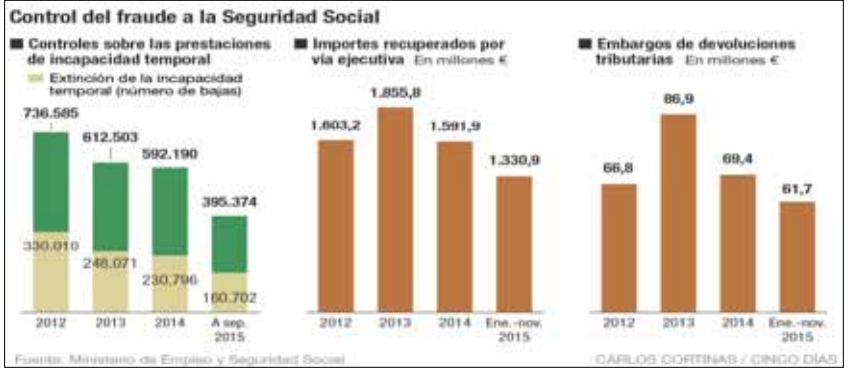
El sistema RED es una plataforma de acceso a los servicios electrónicos de la Seguridad Social a través del cual se realizan los trámites y actuaciones de las empresas con la Administración de Seguridad Social.

La cifra de negocios de las empresas aumenta un 7,4% en enero y suma 18 meses de ascensos

La cifra de negocios de las empresas aumentó un 7,4% el pasado mes de enero respecto al mismo mes de 2017, tasa 2,7 puntos superior a la de diciembre, según los Índices de Cifra de Negocios Empresarial (ICNE) publicados este martes por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Con el ascenso registrado en el primer mes del año, la cifra de negocios de las empresas encadena 18 meses de incrementos interanuales.

Este incremento se debió al repunte de las ventas en todos los sectores, menos en el suministro de energía eléctrica y agua, donde disminuyeron un 5%.

El mayor aumento de las ventas lo anotaron las industrias extractivas y manufacturera, con un incremento interanual de la facturación del 9,9%; seguido de los servicios (+9%), y del comercio (+7,2%). Corregido el efecto estacionalidad, la cifra de negocios empresarial creció un 5,1% en enero en tasa interanual, cifra 2,1 puntos inferior a la de diciembre de 2017. En tasa mensual (enero de 2018 sobre diciembre de 2017) y eliminado el efecto estacional y de calendario, la cifra de negocios de las empresas se hundió un 1,1%, su mayor retroceso mensual desde agosto de 2015.



La lucha contra el fraude a la Seguridad Social ha sacado a la luz 519.000 empleos irregulares

La ministra de Empleo y Seguridad Social, Fátima Báñez, ha anunciado que la lucha contra el fraude a la Seguridad Social por parte de la Inspección de Trabajo ha supuesto unos ingresos de más de 21.000 millones de euros en el sistema y ha aflorado un total de 519.000 empleos irregulares entre 2012 y febrero de este año.

Gracias a la labor de los inspectores, desde 2012 hasta el segundo mes de este año han emergido más de 7.000 empresas ficticias y se han transformado más de 360.000 contratos temporales en indefinidos.

Asimismo, la ministra ha afirmado que próximamente el Ministerio va a llevar al Consejo de Ministros un nuevo Plan Estratégico de la Inspección de Trabajo 2018-2021 con objetivos renovados y que contará con nuevas herramientas para hacer "de la eficiencia de la lucha contra el fraude un activo estratégico principal".

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Información especializada

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

Dirigida a corredores

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

Buscamos la participación

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

SUSCRIPCIÓN GRATUITA

A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA WEB

WWW.PYMESEGUROS.COM

Economía reduce un 13% los recargos del seguro de Riesgos Extraordinarios

La Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), dependiente del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, aprobó a primeros de abril una reducción del importe de los recargos que aplica el Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) para cubrir riesgos extraordinarios.

En concreto, a través de una Resolución de la DGSFP, se rebaja de media un 13% el importe de los recargos para riesgos extraordinarios mediante el ajuste de las tasas para la cobertura de daños en los bienes (como las viviendas y comunidades y los riesgos industriales), de la tasa para daños a personas y de la tasa para la cobertura de pérdidas pecuniarias. Para calcular el porcentaje de rebaja en cada uno de los casos se ha estudiado la siniestralidad en el periodo 1987-2016 así como su severidad.

Por el carácter catastrófico de los riesgos cubiertos, el Consorcio debe constituir una reserva de estabilización destinada a cubrir las desviaciones negativas y desfavorables de la siniestralidad. Esta reserva tiene carácter acumulativo al generarse a partir del excedente de cada ejercicio (diferencia entre los ingresos por recargos y los gastos por siniestros). La evolución de la siniestralidad derivada de los riesgos extraordinarios se ha mantenido, de un tiempo a esta parte, en un nivel moderado, lo que ha permitido un crecimiento significativo de la reserva de estabilización hasta alcanzar un nivel suficiente para afrontar dichos riesgos. A través de la presente medida se pretende reducir el ritmo de crecimiento de la reserva de estabilización, permitiendo un ahorro para los asegurados.

A su vez, la Resolución de la DGSFP actualiza el contenido de las cláusulas de cobertura del seguro de riesgos extraordinarios que se deben insertar en las pólizas de seguro.

Aura Seguros comercializará seguros de Vida de CA Life

CA Life Insurance Experts ha firmado un acuerdo que permitirá la comercialización de productos vinculados al ramo de Vida a toda la red comercial de Aura Seguros.

La firma del acuerdo la han llevado a cabo Josep Brunet Niu, presidente de CA Life Insurance Experts, y José Martínez Talavera, presidente y consejero delegado de Aura Seguros.

"Este acuerdo abre nuevas oportunidades a nuestros mediadores y permitirá ofrecer a los asegurados y a sus familiares una reducción del impacto económico que se produce con el fallecimiento del tomador sobre los suyos", comentó Martínez.

Ucoga, Zurich, Aunna, José Luís García-Pita y José Antonio Sánchez Herrero, Premios Galicia Segura 2018

La correduría Ucoga, el grupo asegurador Zurich, la asociación de corredores de seguros Aunna, el catedrático de Derecho Mercantil, José Luís García- Pita, y el director general de ICEA, José Antonio Sánchez, han obtenido el Premio Galicia Segura en su edición 2018. Así lo ha dado a conocer el fallo del jurado, presidido por Pilar González de Frutos, presidenta Unespa.

Ucoga Asesores, correduría de seguros gallega especializada en el ámbito ganadero, proyecto fundado en 2013 integrado por doce cooperativas de referencia en Galicia, ha obtenido el Premio Galicia Segura a la Mediación. Entre las razones del jurado para concederle esta distinción se destacó su capacidad para convertirse en el vertebrador de la gerencia de riesgos y el seguro en el sector agroalimentario en el norte de España: ha contribuido a la mejora de la gobernanza en las cooperativas y a la gerencia de riesgos en explotaciones ganaderas y también ha ayudado a la regulación del transporte en el sector agroalimentario.

Por otro lado, el jurado ha decido otorgar el Premio Galicia Segura al Asegurador a Zurich Seguros, que está sensibilizada con el problema del paro juvenil y ha impulsado la formación profesional dual de Administración y Finanzas con especialización en seguros.

El Premio Galicia Segura al Progreso y Desarrollo del Seguro ha recaído en Aunna Asociación. Con 25 años de trayectoria, concentra a 40 corredores de seguros y suma más de 430 miembros. Entre sus logros están el proyecto de Certificación "Qualicert" para acreditar que sus corredurías asociadas cumplen con los más altos estándares de calidad, el lanzamiento del Think Tank Joven de la Asociación o la puesta en marcha de su Campus Aunna, un espacio de formación. Además, está inmersa en un proyecto de transformación digital y es la primera asociación de la mediación que se inscribe en el Registro de Grupos de interés de la CNMC, para reflejar de forma transparente las actividades que desarrollan.

En la categoría de Investigación Aseguradora el premio ha sido para José Luís García-Pita y Lastres, Catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad de La Coruña. Es un reputado especialista, en los ámbitos nacional e internacional, en materia de regulación mercantil en general, regulación financiera en especial y regulación en seguros y reaseguros en particular. También es presidente Seaida-Galicia.

El Premio Galicia Segura a la Dirección, se ha adjudicado a José Antonio Sánchez, director general de ICEA (Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones) desde 2006. Donde ha contribuido a modernizar e impulsar la asociación. Otro de sus logros ha sido que Unespa encargue a ICEA la mayoría de servicios que ofrece al sector.

El acto de entrega de los Premios Galicia Segura 2018 se celebrará el lunes 14 de mayo en Santiago de Compostela.

El ejercicio 2017 cierra con la mayor cifra registrada en la historia del seguro agrario

La Junta General de Accionistas de Agroseguro ha aprobado las cuentas del ejercicio 2017 y el Informe de Gestión del cuadro de coaseguro. La contratación de los seguros Agrarios Combinados ha cerrado el ejercicio con unas primas imputadas de 660,80 millones de euros, correspondientes a la suscripción de 425.987 pólizas y con un valor de producción asegurada que en 2017 ha alcanzado la mayor cifra registrada en la historia del seguro agrario, con más de 13.660 millones de euros.

Este dato supone un leve descenso de las primas imputadas (las correspondientes a riesgo del propio año 2017) de un 2,07%. Sin embargo, las primas devengadas (contratadas en 2017, aunque en parte correspondientes a riesgo de 2018) reflejan, con datos a 31 de enero de 2018, un crecimiento cercano al 11%, hasta los 733,55 millones de euros.

La siniestralidad es el apartado en el que destaca de manera más significativa el ejercicio 2017, con 745,74 millones de euros, la segunda cifra más elevada de la historia del seguro agrario (un 52,88% más que en el ejercicio precedente).

El resultado técnico del negocio, negativo en 23,25 millones de euros, ha requerido aplicar la Reserva de Estabilización para mantener un resultado del coaseguro de 10,2 millones de euros. La reserva ha quedado reducida a 57,55 millones de euros.

Por otro lado, Agroseguro, en colaboración con Enesa, la Junta de Castilla y León, el Consorcio de Compensación de Seguros y Saeca, ha organizado en Salamanca una jornada divulgativa sobre "Retos y perspectiva del seguro de Ganado Vacuno". El acto, en el que también han participado representantes de aseguradoras, mediadores y ganaderos de esta comunidad autónoma, ha tenido como finalidad la divulgación de este tipo de soluciones, en relación tanto con sus distintas coberturas y características como con sus aspectos operativos.

Iberian incorpora a Gonzalo Mateos a su área de RC Profesional

Iberian Insurance Group ha anunciado la incorporación de Gonzalo Mateos para reforzar el departamento de RC Profesional de la agencia de suscripción sevillana. Este fichaje se enmarca en la estrategia específica de la compañía para incrementar el desarrollo de este ramo.

Según Darío Spata, CEO de Iberian, de esta forma "se refuerza el área de Caución con el objetivo de consolidarnos, a corto plazo, como referente del ramo".

Cabe destacar el reciente lanzamiento de la campaña de productos Iberian de Cine, por la que se comercializan productos de RC Profesional.

Mateos es licenciado en Derecho y comenzó su carrera en el sector asegurador en 1990 como Jefe de Cuentas Internacionales en Zurich Internacional. Desde entonces, ha trabajado en diversas compañías como AXA, Willis, Rasher, RACE o Centerbrok.

Una de cada cinco empresas de Alimentación y Bebidas contratará un seguro ciber en 2018

El 21% de las empresas de Alimentación y Bebidas tiene previsto contratar un seguro de ciberriesgos en los próximos meses. Así se desprende del Informe Internacional Hiscox Cyber Readiness Report 2018, que analiza el nivel de ciberpreparación de grandes y pequeñas corporaciones en 5 países: Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania, España y Holanda.

El análisis asegura que la industria española de Alimentación y Bebidas aumentará sus recursos en materia de ciberseguridad a lo largo de 2018.

Destaca la relevancia que cobran las aseguradoras especializadas en materia de ciberseguridad: el 25% de las empresas señalan que contratarán un seguro de ciberriesgos por la experiencia de las aseguradoras en este terreno, y el 19% lo hará para aprovechar la gestión previa que ha realizado de otros ciberataques, de la que su compañía carece. Asimismo, las compañías contratan este tipo de seguros por la cobertura económica ante un ataque, señalado por el 19% de los encuestados.

Según Alan Abreu, responsable de Riesgos Cibernéticos de Hiscox, "la sensibilización hacia la ciberseguridad es especialmente relevante para la compañías de Alimentación y Bebidas, por varios motivos. Primero, porque se trata del primer sector industrial español, con una facturación cercana a los 100.000 millones de euros y que crea alrededor de medio millón de empleos directos. El segundo está relacionado con las pérdidas de beneficio derivadas de un ataque cibernético, y por supuesto, la preservación de la calidad alimentaria y la trazabilidad es otro aspecto clave a tener en cuenta por la industria".

Hiscox ha realizado un Test de Ciberpreparación, con el fin de establecer un marco global sobre la preparación de las compañías en esta materia. El sector de Alimentación y Bebidas está por encima de la media nacional: el 18% de las corporaciones son ciberexpertas", frente al 57% de "cibernovatas", y el 25% de "ciberintermedias".

Precisamente para combatir su falta de preparación, el informe de Hiscox señala que las compañías españolas de Alimentación y Bebidas aumentarán sus recursos en ciberseguridad en 2018: 1 de cada 2 (54%) confirma que aumentará su inversión en ciberprotección, el 64% invertirá en nuevas tecnologías, 1 de cada 3 (32%) apostará por la formación de sus empleados, el 21% contratará un seguro de ciberseguridad y el 32% contratará expertos en ciberseguridad a lo largo de este año.

A nivel general, las empresas españolas son las que mayor número de expertos en ciberseguridad tienen previsto contratar de cara a 2018: 1 de cada 3 (29%) incorporará ciberexpertos en su plantilla.

Plus Ultra Seguros reúne a su red de mediadores en diferentes ciudades

Plus Ultra Seguros ha congregado cerca de 700 profesionales de su red de mediadores a través de distintas jornadas celebradas en las ciudades de Madrid, Barcelona, Bilbao, Santiago de Compostela, Valencia, Sevilla y Málaga. En estos encuentros expuso su estrategia comercial, además de presentar la oferta de nuevos productos que se estrenará este año.

Todas las jornadas contaron con la presencia del CEO de Plus Ultra, David Capdevila, que explicó la evolución de los resultados de la compañía en 2017. El director general adjunto comercial, Luis Vallejo, y el subdirector general de seguros generales, Julián Herrera, plantearon los proyectos y los planes de desarrollo comercial para el presente ejercicio. "Para nosotros es muy importante escuchar a la red comercial y responder a sus necesidades, ya que este canal es el pilar en el que se basa nuestro modelo de distribución", destacó Capdevila.

El objetivo de celebrar estas jornadas en diferentes territorios ha sido , entre otras cosas, conocer las necesidades y realidades que afrontan los mediadores en su día a día. Por este motivo, la cercanía ha tenido un papel destacado en las jornadas a través de distintos espacios dedicados al diálogo.

Por otro lado, Ruiz Re ha entregado en 2018 su premio Aya al trabajador de la compañía aseguradora a Alberto Bartolomé, de Plus Ultra Seguros. Bartolomé, que lleva más de una década trabajando con Ruiz Re, ha dedicado su vida profesional al mundo del seguro casi desde sus inicios.

Como responsable de las relaciones con las corredurías (desempeña el puesto de director de Zona de Corredores del ámbito de Andalucía Oriental y Murcia en Plus Ultra Seguros), Bartolomé destaca el valor de las relaciones a largo plazo y asegura que lo que más le gusta de su trabajo es que puede ayudar a los mediadores a que cumplan su proyecto empresarial, estando a su lado en todo momento con apoyo constante en todas las áreas, (comercial, técnica, formativa, etc.).

Liberty Seguros concluye las jornadas de su programa anual para mediadores Back to Basics

Liberty Seguros ha culminado su ciclo de 18 jornadas para mediadores que están incluidas en Back to Basics.

Back to Basics tendrá continuidad a lo largo del año para incrementar el apoyo de la aseguradora a los mediadores y fomentar una comunicación bidireccional para conocer la valoración que tienen de Liberty en los momentos clave para ellos.

Por otro lado, la aseguradora se ha incorporado a DEC, Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente, con el objetivo de continuar evolucionando y mejorando la experiencia de sus clientes.

El volumen total de facturación del Grupo DKV alcanzó los 767 millones de euros (745 millones de euros en 2016), lo que supone un crecimiento del 3% respecto al año anterior. DKV ha aumentado en 2017 la facturación en el ramo de Asistencia Sanitaria, que representa un 83% del total de primas, un 3% más, alcanzando los 544 millones de euros (526 millones de euros en 2016). Pero ha experimentado un crecimiento del 8% en seguros individuales.

DKV crece un 8% en negocio individual

Los seguros colectivos crecieron un 5,5% en primas frente a un incremento del 3% de los seguros individuales. El ramo de Subsidio ha crecido un 6% hasta los 27 millones de euros, y Decesos un 3% hasta los 52.

El resultado antes de impuestos del Grupo DKV ha sido de 39,2 millones de euros, un 16% superior al presupuestado y un 20% inferior al del año anterior (49 millones de euros) que incluía algunos resultados extraordinarios. Las inversiones del Grupo al cierre del ejercicio ascendían a 589 millones de euros a valor de mercado, distribuidas entre Renta Fija (73%), Tesorería (12%), Inmuebles (11%), Fondos de Inversión (2%) y Otros (2%).

Las plusvalías latentes de estas inversiones alcanzaban los 50 millones de euros, 5 millones menos que el año anterior. En 2017 se pagaron 28,6 millones en comisiones a mediadores y 405 millones a proveedores sanitarios en concepto de consultas de atención primaria (1.117.936 consultas), ingresos hospitalarios (50.565 ingresos), pruebas diagnósticas (2.760.476 pruebas), o consultas de atención especializada (2.985.004 consultas).

Grupo DAS aborda el papel de la innovación en el avance del sector

Jordi Rivera, CEO de Grupo DAS, ha participado en la mesa redonda del Insurance World Challenges y ha expuesto su visión sobre la digitalización e innovación constante de sus procesos.

Jordi Rivera ha participado en el panel que lleva por tema "La disrupción de la distribución de seguros en un mundo hiperconectado". En palabras de Rivera ya está entre nosotros el big data, la inteligencia artificial, el internet de las cosas, los vehículos autónomos, la realidad aumentada, el blockchain, etc. Actualmente, los debates éticos y legales sobre cómo regular estas nuevas realidades son múltiples; y en lo que respecta a los seguros ha nacido un nuevo panorama de riesgos y necesidades al que las compañías deben enfrentarse. "Nuestra obligación es conocer a los clientes actuales y potenciales para poder satisfacer sus necesidades inmediatas y futuras" ha añadido Rivera.

Un claro ejemplo de esto es su reciente lanzamiento de un nuevo seguro llamado 'DAS Ciberbullying' que está dando respuesta a los nuevos ciberriesgos como el grooming y el ciberacoso y que pretende ser una apuesta por la detección temprana y actuación ante estas situaciones, además de aportar una aplicación conocida como Proofup que habla el mismo lenguaje que los menores.

Generali pretende captar 45 millones de euros con su nueva campaña de Ahorro y Pensiones

"Ahora es un buen momento para pensar en los sesenta y tantos". Bajo este lema, Generali pone en marcha su campaña de Ahorro y Pensiones. La promoción, que estará disponible hasta el próximo 31 de julio, tiene como principal objetivo impulsar los traspasos a la gama de productos de ahorro para la jubilación. Con esta nueva campaña la aseguradora prevé captar 45 millones de euros.

La nueva campaña comprende una gama de productos muy competitivos, entre los que se incluyen Planes de Previsión Asegurador (PPA), Planes Individuales de Ahorro Sistemático (PIAS), Seguros Individuales de Vida a Largo Plazo (Sialp), Planes de Pensiones Individuales (PPI) y Entidades de Previsión Social Voluntaria (EPSV).

Los clientes interesados podrán obtener incentivos de hasta el 2,5% de los traspasos realizados a esta gama de productos. Además, la aseguradora también ofrece la posibilidad a sus clientes de escoger como incentivo cheques de Amazon entre otras opciones.

Correduidea conciencia en ciberseguridad y protección de datos a los mediadores de Chèguros

Correduidea y Always On han creado un dossier sobre Ciberseguridad y Protección de Datos para concienciar en estas materias a todos los clientes empresa de los mediadores del grupo de trabajo valenciano Chèguros.

Es un dossier que se envió en marzo a la cartera de Blanes OTS, Elena Beser, Lisardo Domínguez, Manuel Vicente Belda, Mesag, Romero&Vila y Tormo Asociados, mediadores que conforman este grupo.

El documento se divide en tres partes. Uno centrado en ciberseguridad, en el que se explica de forma sencilla lo que es la ciberseguridad y como se estructura, cuáles son los escenarios actuales, qué son los ciberataques y qué servicios son importantes para estar alerta en este sentido. Otro está focalizado en la protección de datos. Donde se comenta el entorno actual y la puesta en marcha del nuevo Régimen General de Protección de Datos. También se incluye una serie de consejos prácticos para proteger sus datos y los datos de sus clientes. Y por último, hace un repaso de la jornada de Ciberseguridad celebrada en AXA Valencia.

Las primas de Helvetia Seguros crecen un 4,7%

Helvetia Seguros cerró 2017 con un beneficio neto de 29,3 millones de euros, un 12,5% superior al de 2016. El volumen total de primas se situó en 406,1 millones de euros, registrando un crecimiento del 4,7% (un 4,8% en No Vida y un 4,5% en Vida).

En 2017, Helvetia Seguros alcanzó un beneficio neto de 29,3 millones de euros, que es un 12,5% superior al registrado en el ejercicio anterior. Además, alcanzó un volumen total de negocio de 406,1 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del 4,7% respecto al registrado en el ejercicio anterior.

En No Vida se registró un incremento del 4,8% hasta facturar 284,3 millones de euros. Y en Vida se alcanzó un crecimiento del 4,5%, hasta lograr un volumen de primas de 121,8 millones de euros.

Por lo que se refiere a la evolución de las primas, que han alcanzado un volumen total de 406,1 millones de euros, el año 2017 ha registrado un crecimiento del 4,7%. En No Vida se ha registrado un incremento del 4,8%. Todos los ramos de este segmento han cerrado en positivo y mejorando sus registros de 2016: Autos (5,4%), Patrimoniales (3,3%), Personales (9,9%), Transportes (6,1%), Responsabilidad Civil (5,0%).

En el negocio de Vida se ha producido un crecimiento del 4,5%. Este crecimiento se ha basado, principalmente, en la positiva evolución de los productos de Vida Riesgo (6,7%), Unit Linked (6,4%) y Asistencia Familiar (9,0%), en el que se han superado los 50 millones de euros de facturación.

Las inversiones del sector asegurador alcanzaron los 292.064 millones en el cuarto trimestre de 2017

El volumen estimado del total de las inversiones del sector asegurador español en el cuarto trimestre del año 2017 alcanzó los 292.064 millones de euros, según informa ICEA.

El 55,6% de dicho volumen representa la inversión de la cartera de Vida, el 13,1% la correspondiente a No Vida, el 26,8% a la cartera general, los fondos propios suponen un 4,2% y el 0,3% restante corresponde a otros fondos internos.

La campaña #Data4Drivers pretende que los conductores tengan el control de los datos de sus vehículos

Insurance Europe, federación europea de asociaciones de aseguradoras, y Amice, asociación de mutuas de seguros y cooperativas de seguros de Europa, ha elaborado un comunicado, difundido por Unespa, para promover la campaña #Data4Drivers en toda Europa. Esta iniciativa se ha puesto en marcha ante el desarrollo del coche conectado. Su objetivo es asegurar que los conductores sean quienes decidan quién tiene acceso a los datos que genera su vehículo.

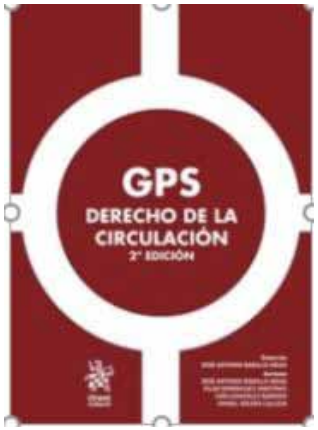
La campaña #Data4Drivers anima a los legisladores de la UE a garantizar que los conductores, en lugar de los fabricantes de vehículos, sean quienes controlen quién puede acceder a los datos de sus vehículos y con qué finalidad.

Cuando un vehículo genera datos que pueden dar información sobre el comportamiento de su propietario/conductor, esos datos deben tratarse como datos personales de conformidad con el Reglamento General de Protección de Datos de la UE. Por lo tanto, los conductores son los que deben decidir quién puede acceder a sus datos y con qué propósito.

"Hacemos un llamamiento a los conductores para que firmen esta importante petición y poner así de relieve la necesidad de medidas legislativas por parte de la UE que garanticen que los conductores siguen teniendo el control de los datos de sus vehículos", han destacado en el comunicado, en el que se adjunta la dirección de la campaña (https://www.data4drivers.eu) para quien quiera apoyarla.

Se publica la 2ª edición de la obra "GPS Derecho de la Circulación"

La editorial Tirant lo blanch ha publicado la 2ª edición de la obra "GPS Derecho de la Circulación", dirigida por José Antonio Badillo, profesor de Derecho Mercantil de la Universidad de Alcalá.



El libro recoge un estudio doctrinal y práctico del Derecho de la Circulación, en el que se dan cita el Derecho Civil, el Penal o el Administrativo. En él se habla de la responsabilidad civil automovilística, pasando por los distintos seguros que gravitan sobre ella, el baremo de daños personales, el Consorcio de Compensación de Seguros, los delitos y sus penas, el régimen sancionador administrativo, la regulación del tráfico, y la responsabilidad patrimonial de la Administración.

El objetivo de esta colección es resolver de manera ágil, pero rigurosa, los múltiples problemas con los que se va a encontrar el jurista a lo largo de su carrera, sin necesidad de acudir a extensas monografías.

Cada capítulo contiene definiciones, normativa actualizada, jurisprudencia específica y cuestiones prácticas relacionadas con la materia de estudio.

SegurCaixa Adeslas, reconocida como mejor aseguradora en España por la revista Global Banking & Finance

SegurCaixa Adeslas ha sido reconocida, por segundo año consecutivo, como "Mejor compañía aseguradora en España" por la revista Global Banking & Finance. La publicación internacional reconoce desde 2011 a las empresas que destacan en determinadas áreas del ámbito financiero.

"Este galardón supone un reconocimiento a la labor de la compañía en todos los ramos en los que opera y que le ha llevado a una evolución excelente en 2017", ha señalado Javier Mira, presidente ejecutivo de SegurCaixa Adeslas.

Arag ya está aplicando algunos de los requerimientos de la IDD, adelantándose así a su aplicación efectiva y convirtiéndose en pionera en la adaptación de estas nuevas exigencias europeas. La compañía ya tiene los PID de sus principales productos accesibles en su web, así como a disposición de sus mediadores para que los puedan ofrecer a sus clientes.

Arag ya dispone los PID de No Vida exigidos por la Ley de Distribución

La compañía está trabajando desde hace casi 2 años para adaptarse a las nuevas normas de la Directiva y lo está haciendo en el marco de un plan internacional en el que participan todas las sucursales de la compañía en Europa. Esta decisión "sitúa a la compañía en una posición óptima para adelantarse a los cambios y nos permitirá mejorar el nivel de transparencia", según Mª Belén Pose, directora de la Asesoría Jurídica Corporativa de Arag.

Con la transposición de la Directiva a la normativa española llegarán novedades en materia de información previa a la contratación de los seguros. En este aspecto, Arag también ha querido elaborar ya sus PID, los documentos de información precontractual para los productos de No Vida que las compañías deberán ofrecer a los consumidores como paso previo a la formalización del contrato de seguro.

El tipo de seguro contratado, los principales riesgos asegurados y los excluidos, así como la información sobre la suma asegurada y la duración del contrato son algunas de las informaciones que deben aparecer en este documento informativo.

El PID ha de estar redactado en un lenguaje sencillo y claro que facilite la comprensión del contenido para así acercarse a los clientes y hacer el seguro más próximo. En esta línea, Arag se adhirió a la guía de buenas prácticas en el uso terminológico utilizado en el documento de información de productos de seguros No Vida (PID) de Unespa, comprometiéndose así a hacer el seguro más fácil de entender.

Juan José Benítez, nuevo director comercial de Santalucía

Santalucía ha nombrado a Juan José Benítez como nuevo director comercial. Su objetivo es desarrollar e impulsar la estrategia comercial para todos los canales de distribución, incrementando el negocio asegurador de forma rentable, a través de la captación de un mayor volumen de primas y clientes, y del desarrollo de acciones de retención.

Tiene una experiencia en el sector asegurador de más de 20 años, ha gestionado diferentes equipos comerciales a nivel nacional y tiene un amplio y especializado conocimiento en los diferentes canales de venta. Tiene el Título Superior de Mediador de Seguros, Postgrado Experto en Ahorro y Previsión, y PDG por el IESE.

Por otro lado, la aseguradora ha obtenido dos galardones en la 29ª edición de los Premios de Expansión y Allfunds Bank con dos de sus planes de pensiones: 'Santalucía VP Espabolsa PP' (Santalucía Vida y Pensiones) y 'Uniplan Global PP' (Unicorp Vida).

En estos premios, cuya ceremonia de entrega contó con la presencia de Sebastián Albella, presidente de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, un jurado formado por los responsables de gestoras nacionales e internacionales ha elegido, mediante criterios cuantitativos, los productos de ahorro e inversión con mejor comportamiento en 2017, así como las gestoras que mejor trayectoria han presentado en distintas clases de activos.

Zurich Seguros ha celebrado una jornada con corredores estratégicos centrada en las oportunidades que ofrece la innovación y la digitalización para adaptarse a los nuevas necesidades de los clientes.

Corredores estratégicos de Zurich conocen la apuesta de la compañía por la digitalización y la innovación

Carlos Palos, director de Ventas y Distribución de Zurich Seguros, destacó que "la transformación digital pondrá en valor el papel del mediador, que tendrá que trabajar conjuntamente con las aseguradoras para ofrecer una propuesta de valor que ponga de manifiesto su experiencia y conocimiento del cliente, para ofrecer un servicio todavía si cabe más personalizado".

Durante la jornada, se presentaron los proyectos que posicionan a la compañía como especialista en el área de Empresas: el objetivo de duplicar la cuota de mercado en pymes, la consultoría de riesgos y los programas internacionales. Además, se organizó una mesa redonda, para analizar y debatir sobre la digitalización de la distribución, donde participaron diversos representantes de asociaciones de corredores, Accenture y varios directivos de Zurich.

La sesión finalizó con una sección dedicada al futuro y centrada en la nueva experiencia de clientes en siniestros, desarrollo del negocio en empresas, oportunidades de negocio y apuestas por el negocio de vida empresas.

Mapfre, líder de Salud en reembolso de gastos

Mapfre repite por tercer año consecutivo como la compañía líder en la modalidad de reembolso de gastos de seguros de Salud, con un volumen de primas en este segmento de negocio de 146,1 millones de euros, un 4,25% más que el año anterior. La aseguradora cerró el año 2017 en este segmento con una cuota de mercado del 20,8%.

La mayoría de los reembolsos corresponden a pruebas realizadas en España, pero también hay otros que son de pruebas o consultas que los clientes han realizado en hospitales de otro país. Los clientes de Mapfre reciben el reembolso de gastos cubiertos por su seguro en un plazo medio inferior a siete días desde el momento en que remiten a la compañía las facturas correspondientes, gestión que se puede realizar de manera online.

Por otro lado, Mapfre es la 31ª compañía aseguradora más valiosa del mundo según el ranking que elabora la consultora internacional Brand Finance, en el que analiza las 100 aseguradoras más valiosas, los factores que ayudan a que las marcas sean más reconocidas y los valores que mejor fidelizan.

El estudio sitúa a Mapfre como la aseguradora española más valiosa en función de una serie de parámetros, como la evolución de su facturación y beneficios, entre otros atributos cuantitativos. Además, la percepción de la marca entre los distintos grupos de interés, principalmente los clientes, es otro de los parámetros que se analizan en este estudio para determinar cuáles son las 100 marcas aseguradoras más fuertes y con mayor impacto. Sólo 2 compañías españolas figuran en este ranking.

Chubb forma a los corredores en ciberriesgos

Durante el mes de marzo y abril, ha tenido lugar en la oficina de Chubb de Barcelona la Cyber Academy. Esta iniciativa ha constado de cuatro sesiones formativas dirigidas a corredores que quieran especializarse y mejorar sus conocimientos en el campo de los ciberriesgos.

Impartidas por suscriptores especialistas en ciberriesgos de Chubb, los asistentes tuvieron la oportunidad de conocer en profundidad cuestiones, tales como la Ley de Protección de Datos de la UE, el análisis de los riesgos cibernéticos en el entorno empresarial actual, la adecuada gestión de estos riesgos en cualquier tipo de empresas o el alcance de los siniestros cibernéticos, entre otros temas. Asimismo, se expusieron distintos casos prácticos con el fin de que los asistentes se pudieran familiarizar en la correcta ejecución de estos riesgos.

Sanitas supera los 2.000 millones de euros en ingresos

Los ingresos del grupo Sanitas en España han aumentado un 6,1% en 2017 hasta alcanzar un total de 2.097 millones de euros. Supera por primera vez en su historia el listón de los 2.000 millones de euros y alcanza los 184,5 millones de euros de beneficio de explotación, un 9,5% más que en 2016.

Este crecimiento se debe a la buena marcha de todas las líneas de negocio de Sanitas. En el ámbito asegurador, la compañía registra un incremento del 5,1% en volumen de primas, gracias en buena parte a sus acuerdos estratégicos con BBVA y Santalucía, y a la mejora de la experiencia de cliente a través de soluciones digitales. Así, Sanitas fortalece su posición de liderazgo en el ramo siendo la segunda compañía con un 17,6% de cuota de mercado y 2,8 millones de asegurados.

El negocio dental ha sido otra de las claves de los buenos resultados tanto por el incremento de actividad en las 183 clínicas dentales que tiene repartidas por toda España como por el comportamiento del seguro dental. De este modo, Sanitas ha registrado un incremento de volumen de primas del seguro dental del 8,2% y un aumento del 10,3% en asegurados de dental, por encima del mercado (9,1%). Sanitas se sitúa como el segundo operador dental con una cuota del 24,3%.

MPM Software presenta su concepto de "correduría Inteligente" en Insurance World Challenges 2018

MPM Software ha participado en el evento Insurance World Challenges 2018, organizado por Community of Insurance, mostrando su apoyo a las corredurías tradicionales para que aprovechen las nuevas oportunidades que les brinda la digitalización.

En la presentación de MPM, Isidre Mensa, CEO, y Ramón Guinart, director de Producto de la compañía, explicaron el nuevo modelo de "correduría Inteligente" que MPM está impulsando, para poner en manos de la mediación aseguradora tradicional de la nueva plataforma tecnológica segElevia, para dar respuesta y atender las necesidades de sus clientes en el mundo digital compitiendo con los nuevos modelos de distribución impulsados desde algunas "insurtechs".

Como parte de la presentación, se realizó una demostración de cómo una correduría puede adoptar un modelo omnicanal de relación con sus clientes mediante la plataforma segElevia.

MGS Seguros ha creado una nueva plataforma digital de aprendizaje destinada a la formación de empleados y mediadores, con el nombre de Campus MGS.

Nueva plataforma digital de aprendizaje para mediadores de MGS Seguros

Su implantación cambiará el actual modelo formativo de la entidad para adaptarlo a las nuevas tendencias en aprendizaje corporativo, permitiendo desarrollar contenidos en formatos innovadores y gestionar de manera eficaz el talento colectivo de la entidad.

Basado en un software usado por instituciones educativas, el nuevo Campus MGS ha sido desarrollado en colaboración con centros universitarios de reconocido prestigio en este ámbito y proporciona un gran conjunto de herramientas centradas en el estudiante y en la creación de ambientes de aprendizaje colaborativo, tales como foros, wikis, chats y blogs.

El nuevo Campus MGS cuenta con su propia app para dispositivos móviles, que permitirá al equipo de MGS acceder desde su móvil o tablet en tiempo real a los cursos y desarrollar cualquier actividad asociada a estos.

Nuevos nombramientos en Pelayo

Recientemente, Pelayo Mutua de Seguros ha realizado dos nuevos nombramientos: Ruth Duque, como nueva consejera no ejecutiva de la entidad; e Inmaculada Benavides, que estará al frente de la Dirección de Innovación y Tecnología.

El nombramiento de Duque se realizó en la Asamblea General de Mutualistas, en donde se aprobaron las cuentas y la gestión del ejercicio 2017. Ruth Duque se ha convertido así en consejera no ejecutiva y se ha reelegido por otro periodo estatutario de tres años al vicepresidente del Consejo, Severino Martínez, y a la vocal consejera 1ª, Mar Cogollos. Duque es licenciada en Derecho y Administración de Empresas,y en la actualidad es socia del despacho de abogados Rousand Costas Duran.

La Asamblea General ha aprobado aplicar el resultado neto obtenido (2.644.389 euros) de la siguiente forma: 2.394.389 euros a Reserva de Estabilización a Cuenta y 250.000 euros a un Remanente que será destinado en el ejercicio 2018 a distintas acciones solidarias, instrumentadas a través de la Fundación Pelayo. Con esta dotación de Reservas Estatutarias los Fondos Propios de la entidad alcanzan la cifra de 343 millones, lo que sitúa el superávit del margen de solvencia en 3 veces el mínimo exigido.

Por otro lado, Pelayo ha creado una nueva unidad de gestión, la Dirección de Innovación y Tecnología y ha situado al frente de ella a Inmaculada Benavides. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas, que ha desarrollado toda su trayectoria profesional en el área de la tecnología.

Por otro lado, como viene siendo habitual, a través del seguro Afición de La Roja, se da cobertura gratuita a todos los aficionados que acuden a los partidos que la selección en España.

AIG presenta sus soluciones aseguradoras para el sector de Construcción e Ingeniería

"Construcción es un pilar fundamental de las estrategias de las aseguradoras", subrayó Benedetta Cossarini, directora general de AIG Iberia, en un evento sobre "Construcción e ingeniería: visión y evolución en la gestión de riesgos", organizado para presentar sus soluciones aseguradoras a directivos de empresas del sector y brokers.

La jornada se dividió en cuatro partes: una ponencia sobre tendencias en la gestión de riesgos, una mesa redonda sobre los retos del Seguro de RC Profesional, un discurso sobre la visión de AIG de la Caución y una exposición sobre suscripción e ingeniería de proyectos. Gestión del riesgo, información, internacionalización, diversificación y flexibilidad fueron las palabras más repetidas en la jornada.

Alfonso García-Caro, Global Property Manager Iberia de AIG, puso el foco en la intensa actividad exterior de las compañías nacionales en proyectos de construcción cada vez más complejos, lo que se traduce en "un entorno muy exigente para el mercado asegurador, al tiempo que sofisticado y muy innovador".

Helena Redondo, socia del departamento de Risk Advisory de Deloitte, hizo una presentación sobre "Tendencias y mejores prácticas en la gestión de riesgos de proyectos de infraestructuras" y realizó una minuciosa radiografía de la situación del sector, así como de los riesgos y oportunidades que le acechan. En cuanto a los riesgos clave, señaló los fenómenos meteorológicos, las nuevas tecnologías, la ciberseguridad, el terrorismo o los medioambientales.

En la última parte del evento hubo en una exposición sobre "Suscripción e ingeniería de proyectos. Conocimiento del riesgo y desarrollo de soluciones a medida". En la que se incidió en la necesidad de concienciar a las empresas para que ofrezcan la máxima información sobre sí mismas a la hora de suscribir una póliza, "pues eso permite ofrecer mejores soluciones que se ajustan a sus necesidades concretas".

Aegon completa las soluciones EIAC de la mano de MPM Software

Aegon y MPM Software han finalizado los desarrollos y puesta en marcha de sus procesos de integración de información con la aseguradora basados en el formato de intercambio EIAC para toda su red de mediación.

Todos aquellos mediadores usuarios de las soluciones de la tecnológica que deseen poner en marcha el nuevo sistema de integración con Aegon basado en EIAC, pueden ponerse en contacto con MPM Software para solicitar su activación.

Según la tecnológica, "gracias a la adopción de este formato por parte de Aegon, el intercambio de información con su red de mediación será más sencillo, homogéneo y ayudará a los mediadores a ahorrar tiempo y evitar duplicidad de trabajos administrativos".

INFORMACIÓN RELEVANTE PARA PYMES Y AUTÓNOMOS

A DIARIO

Accede a las noticias que te interesan en:

WWW.PYMESEGUROS.COM

El Pleno del Consejo General aprueba la venta de una parte del patrimonio de la institución

El Consejo General ha celebrado su primer Pleno del año a finales de marzo, en donde asistieron presidentes y representantes de 45 de los 52 Colegios de Mediadores de Seguros que forman parte de la institución. Entre las cuestiones tratadas se aprobó la venta de una parte del patrimonio de la institución y se autorizó a la presidenta a hacer efectiva la venta.

La presidenta Elena Jiménez de Andrade, habló de las diferentes iniciativas llevadas a cabo con éxito a lo largo de últimos meses. Entre ellas, la firme apuesta y desarrollo del PEM II.

Jiménez de Andrade informó de que el Anteproyecto de Ley de Distribución de Seguros está en el Consejo de Estado donde el Consejo General se ha personado recientemente presentando sus alegaciones. En este sentido, llama la atención sobre la importancia de no reducir las exigencias que en materia formativa se establecerán por vía reglamentaria tanto para el acceso a la profesión como en el planteamiento que se lleve a cabo en la formación continua prevista en la Ley.

En el tramo de la tarde, la situación económica asumió todo el protagonismo empezando con la ratificación de David Salinas como tesorero provisional (así lo establecen los estatutos del Consejo General hasta las próximas elecciones) del Consejo General. El actual vicepresidente fue ratificado en su nombramiento destacando su capacidad y conocimiento de la Institución para llevar a cabo con rigor y transparencia, un sello de identidad de esta Comisión Permanente, toda la actividad económica del Consejo General.

A continuación, se presentó y aprobó la liquidación presupuestaria de ingresos y gastos del ejercicio 2017 sin ningún voto en contra. Cabe señalar que junto a esta liquidación se presentó el informe de Auditoria de las cuentas anuales favorable y sin salvedades.

Para finalizar, el ratificado tesorero David Salinas presentó para su aprobación el presupuesto ordinario para el ejercicio 2018. Comenzó haciendo una exposición pormenorizada y detallada del estado patrimonial del Consejo, especificando una a una todas las opciones previas estudiadas y alternativas a la venta de los inmuebles con el objetivo de atender tanto a las necesidades actuales como futuras del Consejo General. Las actividades previstas requieren de una restructuración interna que permita consolidar de forma eficiente y sostenible sus recursos. A tal fin se propuso la venta de una parte del patrimonio, concretamente de los inmuebles sitos en la ciudad de Madrid, acuerdo que fue aprobado con el respaldo del 76,9% de los votos. Esta venta permitirá resolver por un lado la situación puntual de tesorería y por otro lado el fortalecimiento de las bases necesarias para consolidar el proyecto del Consejo.

Voces en contra de la venta de inmuebles

Unos días antes del Pleno del Consejo General, el Colegio de Mediadores de Seguros del Principado de Asturias (CMSA) envió una nota de prensa a los medios de comunicación en la que se rechazaba las medidas propuestas por el Consejo General para afrontar la situación económica por la que está pasando la corporación. El plan económico del Consejo General contempla la venta de la sede social del Consejo, la de tres locales que están alquilados y el traslado de la sede del Centro de Estudios (Cecas). “Este plan para salir a flote es una medida cortoplacista que alivia la situación de la corporación durante los próximos dos o tres años, pero a la larga empeora la situación”, afirma el presidente de la organización colegial asturiana, Reinerio Sarasúa.

Así, según se recoge en este plan, “la sede social del Consejo General se pretende vender un 40% por debajo del importe fijado en la última tasación, realizada hace un par de años. La operación, tal y como está planteada, es ruinosa para los intereses de todos los colegiados. Sin olvidar que, la venta de todos los inmuebles obligaría a buscar un alquiler, incrementando –en lugar de ajustar– los gastos anuales”, continúa Sarasúa.

Sarasúa, –como su homólogo en el Colegio de Alicante, Eusebio Climent– califica esta decisión de error histórico. Y comparte sus palabras al afirmar que “estas medidas representan un ataque frontal al prestigio y la buena imagen de todos los profesionales”.

Desde el Colegio de Asturias se apuesta por definir un plan de austeridad que permitiera ajustar los gastos y, simultáneamente, buscar nuevas vías de financiación. Una opción que ni siquiera se ha valorado. En una segunda fase, si estas medidas no fueran suficientes, se podría estudiar la venta de los locales que el Consejo General tienen en propiedad y que en estos momentos están alquilados.

El ex-presidente del Consejo General y colegiado por Asturias, José Manuel Valdés, también ha expresado su sorpresa e inicial rechazo a la venta del patrimonio inmobiliario del Consejo. “La decisión es, cuando menos, precipitada y no está planteada en consonancia con sus posibles consecuencias”, opina Valdés.

Las pólizas ofrecidas por la banca, adheridas a la hipoteca, podrán renovarse anualmente

Las enmiendas de la Ley de contratos de crédito inmobiliario publicadas en el Congreso recogen las demandas que Adecose propuso a los grupos parlamentarios durante la primera fase de tramitación. La asociación propuso la obligatoriedad de que las pólizas de seguros ofrecidas por las entidades financieras prestamistas sean de carácter temporal anual renovable, de manera que los usuarios tengan la posibilidad de cambiar su seguro cuando lo deseen mientras perdure la hipoteca.

La asociación reiteró a los grupos parlamentarios la necesidad de mantener en el Proyecto de Ley la prohibición del cobro por las entidades prestamistas de un gasto suplementario por el análisis comparativo de los seguros alternativos que presenten los clientes. El Grupo Vasco PNV y Ciudadanos han recogido en sus enmiendas esta demanda, que beneficia a los consumidores y favorece la competencia y ERC ha incluido una propuesta similar a la realizada por Adecose.

La asociación incidió además en que la aceptación por la entidad bancaria de un seguro alternativo presentado por el cliente no debe implicar un empeoramiento en sus condiciones del préstamo, tanto en las prácticas vinculadas como en las prácticas combinadas.

Por otra parte, Adecose ha organizado dos jornadas para la adaptación al Reglamento de Protección de Datos impartidas por el abogado Juan Zabía (de Zabía Abogados). Son jornadas de continuación a los trabajos realizados por el grupo de expertos de corredurías asociadas coordinado por Zabía que ha profundizado en los aspectos que más preocupan a las corredurías respecto de la adaptación del Reglamento.

En otro orden de cosas, la asociación ha aprobado el alta de Confluence Group como nuevo socio, lo que significa que Adecose cuenta ya con 130 corredurías integradas. Además, se ha aprobado la incorporación en la directiva de la asociación de Carles Jiménez, director comercial de Medicorasse, en sustitución de Javier Navarro, que recientemente se ha integrado en la Correduría Alkora como director general. Tras la salida de Navarro, quien ocupaba el cargo de tesorero y a propuesta del presidente, la Junta Directiva ha nombrado a Sebastián Mata, director general de Iberseguros, como nuevo tesorero.

En otro orden de cosas, Adecose se ha mostrado conforme con el texto del Anteproyecto de Ley de distribución en poder del Consejo de Estado. No obstante, la institución estudiará la idoneidad de presentar propuestas de enmiendas a los grupos políticos cuando se abra la tramitación parlamentaria.

Por último reseñar que Martín Navaz, presidente de Adecose, entregó a primeros de abril los Premios Estrella, que recompensan en las categorías de Oro, Plata y Bronce a las compañías que obtuvieron los mejores resultados en el Barómetro anual. En esta ocasión tres compañías, Allianz, Arag y Reale fueron galardonadas con la Estrella de Oro, el premio que reconoce la mejor calidad

global del servicio y el mayor compromiso con las iniciativas de la asociación.

También se reconoció con la Estrella de Plata (compañías mejor valoradas por satisfacción global) a Hiscox, Reale, ERV Europea de Seguros de Viaje, Arag, Markel, Allianz, XL Catlin, Berkley España, Chubb y Surne.

Los Premios Estrella de Bronce (compañías mejor valoradas por ramos) se han otorgado en Autos/Flotas a Seguros Bilbao; en Asistencia en Viaje a ERV; en Patrimoniales a Hiscox; en Salud a DKV; en Transportes a Generali; en Vida Riesgo/Accidentes a Surne; en Responsabilidad Civil a Markel; en Vida Ahorro/Pensiones a Santalucía; en Ramos Técnicos a Asefa; en Crédito/Caución/Político a Solunion; en Pérdidas Pecuniarias a DAS; en Defensa Jurídica a Arag; y en Decesos a DKV.

Nuevos nombramientos en Filhet-Allard MSD

Filhet-Allard MDS ha decidido potenciar la empresa con el nombramiento de Alonso Esteras como director de la nueva Unidad de Crédito y Gestión de Circulante; y de Castell Treceño como directora de Desarrollo de Negocio.

Esteras es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales y Master en Dirección Comercial y Marketing por el IE. Cuenta con más de 20 años de experiencia como responsable de desarrollo de negocio y estrategia en el sector asegurador y financiero.

Para el director de la nueva Unidad "una adecuada gestión de los riesgos financiero, puede marcar la diferencia entre el éxito o el fracaso empresarial".

Por su parte, Treceño cuenta con más de 10 años de experiencia en el sector asegurador, en aseguradoras como AIG y Groupama (actual Plus Ultra Seguros), así como en el ámbito de la intermediación, en Willis Towers Watson. Previamente, desarrolló su experiencia en los sectores Turístico y de Consultoría empresarial. Según Castell, "escuchar y entender al cliente, diseñando una oferta adecuada a sus necesidades y expectativas se convierte en un factor clave".

Por otro lado, Filhet Allard MDS ha participado en el Brokerslink EMEA Meeting de Lisboa. El evento contó con la participación de más de 70 responsables del sector asegurador y de la correduría procedentes de 28 países.

De los diversos temas en discusión, destacó el impacto del nuevo reglamento europeo en la distribución de seguros, las tendencias digitales en el sector, el impacto de Brexit en los programas de seguros en términos de libre prestación de servicios y las últimas herramientas y ofertas desarrolladas por Brokerslink en áreas como la de los empleados o el riesgo cibernético.

Willis Towers Watson Networks presenta los retos para 2018

Willis Towers Watson Networks ha celebrado su X Consejo en el que se presentaron los resultados económicos de 2017 y se explicaron los retos y objetivos de 2018. Entre otras cosas, se han revisado las novedades del nuevo Reglamento de Protección de Datos y se ha mostrado la nueva edición del Curso de Formación Exclusivo "MAP 2.0".

Javier Gausí, Head of Willis Towers Watson Networks, ha presentado los datos económicos del pasado ejercicio, entre los que destaca "un aumento de la penetración de las carteras de los asociados en el Panel de Compañías WTWN, así como un incremento del 7% en primas intermediadas en estos mercados".

Entre los retos y objetivos para este año, Gausí ha destacado "una apuesta clara por la tecnología y el marketing digital". En este sentido, se ha presentado un proyecto de la mano de The Cocktail Analysis, con el reto de posicionar a la alianza en este canal de venta alternativo, y se han puesto de manifiesto las principales novedades incorporadas en Willplatine, la plataforma tecnológica de Willis Towers Watson Networks.

Asimismo, ha recordado la importancia de que "este año se impulse el camino hacia la integración de sistemas y la optimización de recursos orientados a la venta y al aumento de competitividad".

Por otro lado, la correduría ha ampliado su equipo de Investment con el nuevo fichaje de Jake Neher como consultor de Inversiones. Cuenta con más de diez años de experiencia en una amplia gama de áreas técnicas y de asesoramiento en la industria, concretamente con aquellas relacionadas con los planes de pensiones.

Los mediadores coruñeses se forman sobre transformación digital

El Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña, en colaboración con Allianz, ha organizado una jornada sobre "Transformación digital: el rol del mediador".

Joan Pérez Munne, responsable de Marketing Digital de Allianz, explicó las implicaciones que tiene la transformación digital y sus principales ejes. Aradas recordó que "el objetivo de las acciones formativas del colegio es dar cumplimiento a la obligatoriedad de formación para el ejercicio profesional, y adaptarse al proyecto Vivero de Candidatos, destinado a personas que quieran iniciarse o mejorar profesionalmente en el sector de la mediación".

El Colegio de Zaragoza prepara un plan comunicativo que implemente recursos tecnológicos para sus mediadores

El Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza ha celebrado la Asamblea General Ordinaria anual en la que se aprobaron las cuentas, se hizo balance de las acciones realizadas en 2017 y se presentaron las que se llevarán a cabo en 2018. Las propuestas para este año se centran en un nuevo plan comunicativo que implementa recursos tecnológicos para sus mediadores, el "Plan 2020", y la captación de agentes para aumentar la colegiación.

La rendición de cuentas se cerró con superávit y se presentó y aprobó por unanimidad el presupuesto para 2018. En su informe, el presidente José Luis Mañero destacó la gran labor que se está realizando desde las diferentes Comisiones del Colegio, especialmente en la Comisión de Vigilancia de Mercado: "Es la que mejor funciona de España. En el último año hemos tenido 95 consultas y hemos conseguido ya varios éxitos ante la bancaseguros. Además, estamos pendientes de varias resoluciones que creemos serán positivas". También se presentó la nueva Comisión de Sucesión Familiar y se anunció la firme propuesta del Colegio de seguir apostando por la captación de la red agencial.

Otro de los puntos importantes de la reunión fue la presentación del "Plan 2020". Mañero explicó que se trata de una iniciativa que les permitirá prestar servicios adicionales a los colegiados para que puedan sacarle todo el partido a las nuevas tecnologías. "Entre otras medidas, el 'Plan 2020' hará una remodelación de la plataforma web, pondrá a disposición de los mediadores contenido para sus redes sociales, proporcionará estadísticas de interés para el ejercicio de la profesión y se creará una biblioteca de recursos formativos exclusiva".

En cuanto a la formación, se planea aumentar el número de cursos ofrecidos en 2018 a 60 y continuar los webinar.

Por otro lado, el Colegio de Zaragoza y Teruel ha realizado una jornada sobre "Incrementa el uso de las tecnologías para la venta cruzada", impartida por el responsable de proyectos de Cecas, Claudio Aros, y el director de E-gestiona consultores para la mediación, Eloy Páez.

Durante la cita se hizo hincapié en la falta de fidelidad del cliente actual y cómo la venta cruzada y la tecnología pueden ayudar a salvar este escollo. Aros explicó que actualmente existe una cultura de la comparación: "Los usuarios analizan la compra de seguros que hacen de un año a otro para saber si sigue estando vigente. El corredor tiene que validar constantemente su propuesta". También habló de que "el cliente tiende a separar los seguros en lugar de integrarlos en un único proveedor".

Contactar con el cliente, fidelizarlo y aumentar la venta cruzada son algunas de las potencialidades de este nuevo contexto social. Sin embargo, para aprovecharlas es indispensable la utilización de las nuevas tecnologías en la empresa de la mediación.

Aunna Asociación cumple 25 años

En 2018, Aunna Asociación cumple 25 años, y lo hace constituida en la asociación más numerosa y representativa del colectivo de pequeños y medianos empresarios corredores de seguros de España.

Durante todo el año exhibirá una nueva imagen, creada para esta conmemoración, la cual mantiene el lema de la asociación, "Juntos más lejos", porque, como señala su presidente, Mónica Pons, "es la esencia de la filosofía Aunna".

Pons ha querido destacar el importante camino recorrido por todos los miembros de la asociación, tanto de los que pusieron las bases en 1993 como parte de una cooperativa de corredores de seguros como de los que se han ido uniendo a lo largo de los años hasta constituir un modelo asociativo único en el sector: "Estamos muy orgullosos de celebrar 25 años de historia, y de poder sumar experiencia y juventud en una gran organización que trabaja por y para el socio. Una asociación renovada, muy viva, más fuerte y comprometida que nunca con su doble cometido: la defensa de los intereses del pequeño y mediano empresario corredor de seguros e impulsora empresarial de nuestros socios".

Kalibo pone en valor el papel del seguro para combatir los ciberataques ante el rey Felipe VI

Con motivo de la inauguración de la Andalucía Digital Week, Kalibo recibió en su stand la visita del rey Felipe VI; el Ministro de Justicia, Rafael Catalá; y la presidenta de la Junta de Andalucía, Susana Díaz, entre otras autoridades. La correduría aprovechó la ocasión para resaltar el papel que juega el seguro para protegerse frente a los ciberataques.

"Fue una charla distendida y muy cercana sobre la problemática mundial ante los nuevos riesgos cibernéticos a los que se enfrentan tanto las empresas e instituciones como el ciudadano de a pie. Conversamos sobre la vulnerabilidad ante los ciberataques, tan frecuentes a día de hoy, y el papel que juega el sector asegurador, así como la necesidad de trabajar una cobertura aseguradora de ciberriesgos adaptada a las necesidades concretas de un hogar", ha afirmado el equipo de Kalibo sobre la conversación que mantuvo con Felipe VI, Rafael Catalá y Susana Díaz.

La mediación remite a las compañías un protocolo de tratamiento de datos para mejorar la transparencia

Adecose (representando a Cojebro y Espabrok), Aunna Asociación (representando a CIAC), Fecor y Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros han puesto en marcha el protocolo de tratamiento y cesión de datos de clientes o pólizas cedidos por corredores y corredurías a las aseguradoras. Dicho texto ha sido enviado por las cuatro organizaciones a las compañías con las que sus asociados o colegiados trabajan, con el objetivo de que sirva como marco de reflexión y trabajo en este importante ámbito.

La finalidad de esta iniciativa es aportar al mercado una posible solución consensuada que ayude a solucionar el difícil equilibrio entre que la aseguradora tenga toda la información que necesite para cumplir con su relación contractual, particularmente en caso de siniestro, y que esta cesión de datos no represente una merma en los derechos y deberes que los corredores tienen con su cliente. Por ello, las cuatro organizaciones proponen a través de este Protocolo que se cree un marco de confianza y unas reglas de juego claras entre ambas partes. Dichas reglas de juego están basadas en dos principios irrenunciables como es que la aseguradora ha de tener toda la información que necesite para cumplir con sus obligaciones, pero que reconozca que el cliente ha sido aportado por los corredores. Por esa razón, la aseguradora no se dirigirá al cliente sin el previo conocimiento y la autorización expresa y escrita del corredor. Quedarían como excepción las comunicaciones que la aseguradora deba realizar a los clientes por imperativo legal. En cualquier caso, el corredor deberá estar siempre informado.

Ambas premisas permitirán que el cliente obtenga un servicio eficiente, para lo que ha contratado su póliza y permita a su vez al corredor realizar con tranquilidad su correspondiente análisis profesional para asesorarle con total independencia a la hora de renovar o contratar nuevas pólizas.

Las cuatro organizaciones consideran que este ambiente de trabajo en confianza redundará en una mayor eficiencia en el sector, lo que no impedirá que se pueda llegar a acuerdos con las aseguradoras que en beneficio del cliente satisfagan a todas las partes.

El objetivo es conseguir un apoyo sectorial de las aseguradoras, de forma que la relación entre las partes esté presidida por la mayor transparencia y confianza posibles, manteniendo siempre la referencia del corredor ante su cliente. Según afirman las asociaciones, este marco no condiciona la absoluta libertad del corredor a la hora de establecer la relación que crea conveniente con su cliente y la compañía.

Los colegiados de Valencia aprenden a mejorar la venta cruzada mediante la tecnología

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia ha ofrecido a sus colegiados la oportunidad de incrementar el uso de las tecnologías para la venta cruzada gracias a un seminario desarrollado junto a Lagun Aro y el Cecas.

Su objetivo fue ayudar al mediador en la digitalización de su negocio. Los profesionales conocieron las diferentes herramientas disponibles para llevar a cabo las acciones de venta cruzada, así como diversas estrategias y productos adecuados para llevarla a cabo. Asimismo se habló de la mejora de la información disponible de la cartera de clientes.

Por otro lado, el Colegio de Valencia ha impartido un taller práctico sobre la DEC. Jesús Valero, jefe de la Unidad de Mediación y Dirección General de Economía, Emprendimiento y Cooperativismo, resolvió las dudas de los profesionales sobre la presentación anual de esta documentación.

En otro orden de cosas, el Colegio ha firmado un convenio con la Agrupación de Responsabilidad Civil de Corredores AIE, por la que se establece una mejora económica sobre la actual tarifa que tienen con los corredores en la contratación de esta póliza.

Por último, informar de que el Colegio de Valencia está reivindicando la figura del mediador en un vídeo promocional con el título "Vuelve a sentirte #seguro". En él se explican los múltiples beneficios que aporta contratar con un mediador profesional colegiado. El vídeo se puede ver en: https://www.youtube.com/watch?v=-qNVkWcft_0&feature=youtu.be, además de en las diferentes redes sociales del Colegio de Valencia.

Newcorred organiza la 1ª Convención Nacional de Emprendimiento en la Profesión de Corredor de Seguros

Con el lema "Ha comenzado una nueva era en la profesión de corredor de seguros", Newcorred organizará el próximo 14 de junio en Madrid la 1ª Convención Nacional de Emprendimiento en la Profesión de Corredor de Seguros.

"Estamos enormemente agradecidos a las instituciones y entidades que nos han brindado su apoyo en esta 1ª Convención Nacional de Emprendimiento, un encuentro que será cita obligada para todos los que acaban de llegar a la profesión de corredor y de correduría de seguros así como para los que están planteándose esta profesión y también para las aseguradoras que distribuyen a través de nuestro canal y que apoyan y ayudan a los corredores y corredurías que empezamos", ha comentado Jorge Campos, presidente de Newcorred.

Cojebro intermedia 400 millones de euros en primas

Las 37 corredurías integradas en este momento en Cojebro intermedian 400 millones de euros en primas. Así se dijo a la prensa sectorial en un almuerzo de trabajo antes de su primera asamblea del año con la nueva junta directiva.

Alkora, Andalbrok, Campabadall Correduría y Gexbrok son las 4 incorporaciones a Cojebro que se realizaron en 2017 alcanzando así las 37 corredurías socias en este momento (su idea es no superar los 52 socios). Todos ellos tienen el 80% de su negocio en 7 grandes compañías.

Entre los logros, se destacó el disponer de 4 productos exclusivos, que no son solo productos sino acciones que se realizan alrededor de un tipo de negocio: Farma like, Granja like (para granjas avícolas, que se trabaja con Fiact), Commerce like y Medi like (la RC profesional médica, que se comercializa con Berkley). Se trata de unos seguros que "permite vender por valor y no por precio", explican desde Cojebro. Para este año se quieren incorporar 2 o 3 productos más a la gama like.

Entre los logros que se esperan conseguir en 2018 y 2019 está también la obtención del certificado de calidad QSIM por todos los socios de Cojebro.

Este año, en el que se celebra el 25 aniversario de la asociación, se quiere crear una estructura nueva para abordar nuevos proyectos, como el denominado 'Garaje' para potenciar la digitalización entre los socios y poder acceder mejor al cliente.

También se desarrollarán a lo largo de los próximos 4 años los programas de Back Office Cojebro y de Network Cojebro. El primero de ellos dará soporte a los socios para optimizar los recursos, y el Network será un espacio para dar respuesta a las necesidades de negocio de los socios.

Asimismo, se habló del cambio que va a experimentar el sector en 10 años. Eso provocará que sea más fácil crear una correduría nueva que mantener una obsoleta. Teniendo en cuenta que el 60% de las corredurías intermedian menos de 300.000 euros de primas, la tendencia es a la concentración. Algo que ya se está dando aunque sin rescindir la 'j'.

Los acciones conmemorativas del 25 aniversario se cerrarán el 22 de noviembre con un acto solidario en el que, además del donativo a una ONG de ámbito nacional, los empleados de las corredurías socias realizarán trabajos personales en ella.

El Colegio de Navarra otorga el Premio Mediaoro 2017 a Carlos Alonso

El Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra ha entregado el Premio Mediaoro 2017 al pamplonés Carlos Alonso, director de Alme Correduría de Seguros. El acto reconoció su trayectoria de más de cuarenta años en la profesión.

Rafa Martinicorena, secretario del Colegio de Navarra, recordó que "Alonso se enfrentó no hace demasiado tiempo a un par de siniestros de mucha importancia que trascendieron a la opinión pública por su buena tramitación". "El premiado transmite una sensación de tranquilidad y de control sobre el negocio. Sabe enfrentarse a los problemas y apoya la figura del mediador colegiado, dándole el realce que se merece", afirmó Martinicorena antes de entregarle la estatuilla.

El galardonado, que desde 1991 está al frente de Alme Correduría de Seguros, tiene una extensa carrera. Previamente y, desde mitad de los años 70, fue director de sucursal de Plus Ultra y director comercial en la correduría de seguros Bloke.

Alonso dijo que "cuando se hacen las cosas bien, la satisfacción es enorme. En la labor diaria, nosotros le aconsejamos a un asegurado que contrate una póliza con unas determinadas condiciones porque, si lo hace así, cuando haya un siniestro, la compañía le va a atender. Y se lo cree. Ese es nuestro oficio. El cliente va a depositar la confianza en nosotros".

El Colegio de Lérida hace repaso de 2017 en su Asamblea General

El Colegio de Mediadores de Seguros de Lérida ha celebrado la reunión de la Asamblea General Ordinaria, en la que se aprobó la liquidación del presupuesto de 2017, así como los presupuestos para el ejercicio 2018 y la memoria de actividades del ejercicio pasado.

Jordi Piqué, presidente del Colegio, informó de las actividades importantes acontecidas durante el año 2017 a nivel sectorial y aprovechó para despedirse de los asambleístas teniendo en cuenta que próximamente se convocaran elecciones para la renovación de la Junta de Gobierno.

Igualmente, se constató, con el informe de las diferentes áreas de trabajo, el crecimiento de actividades del Colegio, la ampliación del abanico de servicios para ofrecer a sus colegiados y las buenas relaciones que la institución mantiene con las entidades colaboradoras.

Por otro lado, el Colegio ha renovado su web, que nace con la intención de ser un punto de información para el colegiado en particular y para todos los que la visiten en general.

Secretaría 24 horas y navegador legal, nuevos servicios para los asociados de Apromes

Arag Services Spain & Portugal (del Grupo Arag) ha puesto a disposición de los asociados de Apromes la secretaría 24 horas, prevención de blanqueo de capitales, recepción y atención de siniestros, así como un navegador legal.

Mediante el servicio de secretaría 24 horas un equipo especializado atenderá las llamadas de las corredurías por desborde y fuera de horas de oficina. Mientras que con el servicio de prevención de blanqueo de capitales se facilitará a los mediadores que comercialicen seguros de Vida u otros servicios relacionados con inversión el cumplimiento la ley en esta materia.

La entidad también pone a disposición de las corredurías a un equipo cualificado para atender siniestros, encargándose así de la apertura, grabación y alta del parte. Además, se ofrecerán servicios legales a través de la red mediante su navegador legal. Los clientes de los mediadores podrán efectuar con total seguridad y sin necesidad de tener conocimientos jurídicos una amplia lista de contratos únicamente siguiendo las instrucciones que va marcando el sistema.

Por otro lado, en marzo se celebró la Asamblea General de Asociados de Apromes para, entre otros acuerdos, aprobar el desarrollo de su actividad corporativa profesional para 2018. Comenzó la sesión con un informe de su presidente, Javier García-Bernal, quien destacó el crecimiento asociativo, lo que ha llevado a 151 asociados.

Para el presente año se anunció la realización de diversas ponencias sobre el reglamento de Protección de Datos, así como, sobre la futura Ley de Distribución de Seguros y Reaseguros IDD.

Resaltó la importancia de la formación de Grupo A, curso actualmente impartido por la asociación y anunció que este año se desarrollarán una serie de servicios que ofrecen herramientas novedosas en tecnología para sus asociados.

La correduría Barón vocal en la Cámara de Comercio de Zaragoza

Barón Correduría de Seguros, socio de Cojebro, ha sido proclamado miembro electo de la Cámara de Comercio de Zaragoza.

A la correduría le corresponde una vocalía en el grupo de actividades financieras y seguros.

E2K comercializará el seguro de Asistencia en Viaje para Empresas de International SOS

E2K ha firmado un acuerdo con International SOS para comercializar su seguro de Asistencia en Viaje para Empresas. "Con este acuerdo vamos a potenciar el desarrollo del negocio de nuestros corredores a través de la comercialización de productos especializados como es la asistencia en viaje", ha comentado Paloma Arenas, directora general de E2K.

Para presentar el producto, E2K celebró ayer la jornada "Asistencia en viaje para empresas". En esta jornada, los corredores conocieron en profundidad el producto y sus coberturas, la argumentación comercial, operativa y estructura organizativa y el sistema de tarificación y emisión.

Por otra parte, E2K ha informado a la red de corredores #E2KBrokernet sobre la nueva responsabilidad que asumen como empresarios y, a su vez, con sus clientes, en relación con las exigencias del nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos.

Para ello, E2K ha trabajado con la consultora Global Protection Gate (GPG) para simplificar al máximo y facilitar la adaptación de los corredores de la red al nuevo Reglamento, incluso dar solución a la necesidad de un delegado de Protección de Datos, si fuese necesario, para realizar consultas y dirimir conflictos que puedan surgir.

Howden Iberia celebra su Convención Anual

Howden Iberia celebra su convención anual bajo el eslogan "Transformando molinos en gigantes", en la que se presentó el plan estratégico de la empresa para los próximos tres años.

En ella se hizo mención a los hitos más importantes del último año, como la adquisición de la correduría del líder en Automoción en España, Bergé y Asociados, además de la entrada en el mercado asegurador de Méjico con la incorporación del Grupo Ordás. Estas adquisiciones, junto con el trabajo realizado desde las diferentes áreas de la compañía, contribuyeron a un crecimiento anual del 15%.

Amesgra Andalucía rejuvenece su Junta Directiva

Amesgra Andalucía ha celebrado su Asamblea General en la que se ha ratificado la formación de una nueva Junta Directiva más joven, para impulsar nuevos proyectos.

Tras hacer repaso de las actividades llevadas a cabo durante 2017, Alfonso Fígares comunicó su decisión de dejar paso a una nueva generación de compañeros dispuestos a formar parte de la Junta Directiva, deseosos de impulsar la actividad de la asociación con nuevas ideas y propuestas.

Así, existe el proyecto de crear un chat donde compartir entre todos los socios las experiencias e inquietudes profesionales como herramienta de cohesión del grupo. Se plantea también el dar un fuerte impulso a la formación continua, herramienta fundamental para el desarrollo y la continuidad de los asociados.

El Colegio de Madrid fomenta la figura del mediador de seguros en su nueva campaña de publicidad

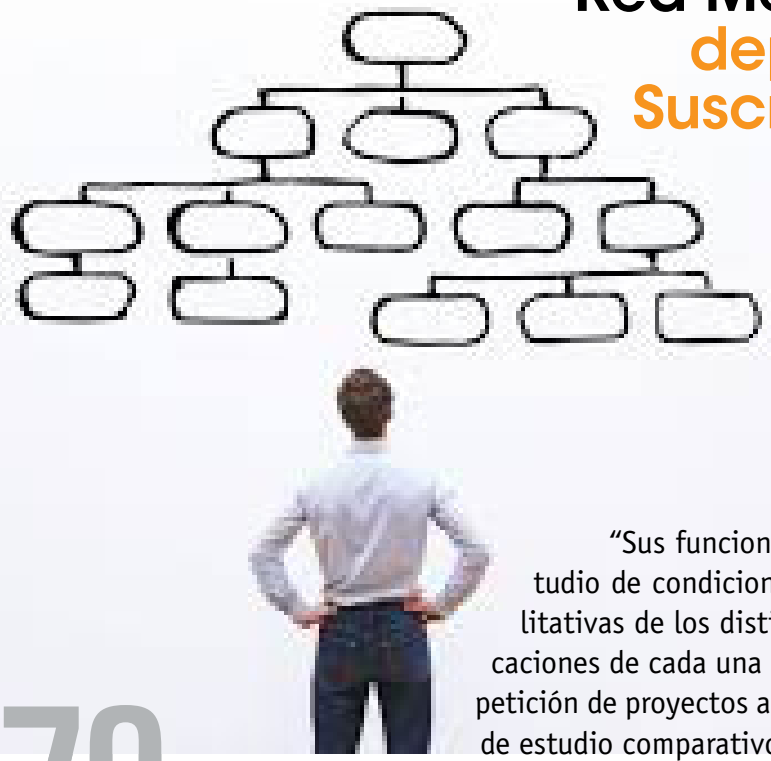
El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid anunció a primeros de abril el lanzamiento de su nueva campaña de publicidad que, bajo el lema 'Pon un mediador en tu vida', tendrá sus principales estímulos en la defensa y el fomento de la figura del mediador de seguros. Con esta iniciativa, la institución colegial quiere reforzar la imagen del colectivo y remarcar el valor añadido que aportan, resaltando su capacidad para asesorar a los clientes.

La campaña se estrenó en TeleMadrid y en La Otra el 9 de abril y estará vigente hasta finales de mayo. Además, tendrá continuidad en redes sociales a lo largo de mayo, con más versiones de los spots emitidos en televisión. Asimismo, cuenta con un sitio web (ponunmediadorentuvida.com) en el que, además de estar disponibles los spots, los usuarios podrán encontrar a su mediador colegiado más cercano.

Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Madrid, dijo que "los miembros de la Junta de Gobierno de la institución somos conscientes de la necesidad de fomentar y defender la figura del mediador colegiado y consideramos que esta campaña será de gran apoyo para alcanzar estos objetivos. Queremos que la sociedad tome conciencia del valor añadido que aportan los mediadores colegiados".

Para la realización y lanzamiento de la campaña, el Colegio de Madrid ha contado con la colaboración de la agencia de publicidad Walter Lemmon.

Red Mediaria crea un departamento de Suscripción Técnica



Desde el 1 de abril, Red Mediaria cuenta con su propio departamento de Suscripción Técnica, dirigido por Alberto Martín.

"Sus funciones serán: estudio de mercado, estudio de condiciones tanto cuantitativas como cualitativas de los distintos seguros, recepción de verificaciones de cada una de las sucursales de Red Mediaria, petición de proyectos a las distintas compañías y emisión de estudio comparativo de las distintas ofertas que ponga a disposición de las sucursales indicando la mejor de las opciones en base a criterios técnicos", ha descrito Carlos Carrasco, presidente de Red Mediaria.

Por su parte Alberto Martín, nuevo responsable del departamento de Suscripción, ha señalado que "en primer lugar la misión principal de este departamento será el estudio exhaustivo del mercado asegurador en cuanto a sus productos y la respuesta de la compañía ante un siniestro. En segundo lugar, una vez identificadas las posibles deficiencias del producto en comparación con el mercado se intentará ajustar con la mesa técnica de las compañías unas condiciones favorables para nuestros clientes y elaborar el mejor producto para ellos".

El IX Congreso de Grupo AICO indica cómo convertirse en mediador 3.0

Con el objetivo de buscar oportunidades dentro de los cambios provocados por la llegada de Internet y las nuevas tecnologías a la relación entre empresas y consumidor, el Grupo AICO celebró a primeros de abril la IX edición de su Congreso anual bajo el título "Insurtech. Cómo convertirse en mediador 3.0".

Este cambio provocado por la llegada de Internet al clásico balance de poderes entre empresas y consumidores ha dado más poder al asegurado, lo que va a tener como consecuencia un giro radical en la forma de definir y vender seguros.

En el congreso se habló de la adaptación a la redefinición de las expectativas de los consumidores, debido a la gestión y tramitación online. Además, se indicó el horizonte al que apuntan tanto las aseguradoras como las startups insurtech y qué soluciones ofrecen; las barreras con las que se encuentra el mediador tradicional para adaptarse a la nueva economía digital y las oportunidades de negocio que ofrece para éstos los cambios de comportamiento en consumidores, entre otros temas.

March JLT y AIG se adjudican el seguro de Construcción de la reforma del Hotel Ritz de Madrid

March JLT y AIG han resultado adjudicatarios del programa de seguros de Construcción de las obras de reforma del Hotel Ritz de Madrid. Las obras, que se iniciaron el 1 de marzo, se extenderán previsiblemente hasta 2019.

El papel de March JLT en el proyecto pasa por el asesoramiento y la negociación necesarios para dotar de la cobertura adecuada a los trabajos de renovación del hotel. La compañía ofrecerá cobertura a los daños materiales que pudieran ocasionarse durante la reforma, así como a la posible pérdida de beneficios que pudiera originarse como consecuencia de los mismos.

La obra del Ritz contempla mantener su emblemática fachada y recuperar su bóveda de cristal original. Cuando finalicen los trabajos, el hotel contará con un "Wellness Center", nuevas zonas de restauración y una mejora general, tanto en las habitaciones como en las instalaciones.

La correduría Bárymont abre tres nuevos centros de atención al cliente

La correduría Bárymont ha abierto tres nuevos centros de atención al cliente en Barcelona, Valencia y Sevilla. La iniciativa centra el foco en facilitar al cliente la información, formación y asesoramiento, dejando a un lado la parte de gestión y administración más propias de la actividad desarrollada por las distintas oficinas.

Según informa Bárymont, las 10 oficinas a través de las cuales venía operando la correduría a nivel nacional no eran suficientes para atender la creciente demanda de sus servicios.

"La capacidad de adaptación de productos vida-riesgo y vida-ahorro a las necesidades concretas de cada cliente, así como la urgente y creciente necesidad que existe en nuestra sociedad de los mismos, nos invita a avanzar hacia el futuro más esperanzador jamás imaginado en compañía de nuestros clientes, quienes pronto disfrutarán de un cercano Centro para su atención", ha declarado Emilio Montaraz, presidente de la correduría.

La correduría Adelara y Solaruce integra el modelo de integración de carteras de Centerbrok

La correduría Adelara y Solaruce ha formalizado la integración de su cartera de seguros en CenterBrok para trabajar a través del sistema CenterNet, un modelo cloud de integración de carteras, basado en la conectividad y en un sistema de inteligencia de negocio, que permite gestionar todas las labores no nucleares del corredor para dedicarse plenamente a la gestión comercial de sus clientes.

"El modelo CenterNet nos garantiza una amplia gama de soluciones para nuestros clientes gracias a su alto nivel de conectividad, nos da también el soporte de un equipo profesional muy cualificado y unas condiciones de competitividad comercial que mejoran nuestra cuenta de resultados; todo ello manteniendo la propiedad de nuestra cartera", ha asegurado Baltasar Álvarez de Lara, director de Adelara y Solaruce.

"Reducir costes y concentrarse en aspectos clave del negocio es el modelo que proponemos con CenterNet, que dispone de avanzadas soluciones tecnológicas desarrolladas con Te-sis & Codeoscopic, fuertes acuerdos comerciales y plena autonomía en la gestión del cliente", ha comentado Fernando Castellanos, director general de CenterBrok.

Por otro lado, CenterBrok ha incorporado a su red de correduría a Fito y Asociados, de La Coruña; Torres Escutia, de Huesca con oficinas en Monzón, Ainsa y Benasque; y Huidobro Labarga, de Burgos. Con estas uniones la organización alcanza ya los 56 miembros.

Cabot-Jane se integra en el Club Català de Corredors d'Assegurances

El Club Català de Corredors d'Assegurances (CCC) ha incorporado a la correduría Cabot-Jane Brokers y Asociados, ubicada en Barcelona.

La correduría Cabot-Jane ha valorado la necesidad de unirse a una organización como el CCC que le ofrece: productos exclusivos, soluciones tecnológicas de primer nivel y acuerdos estables con aseguradoras.

Grupo Intercor hace repaso del ejercicio 2017

En la última reunión mensual de Grupo Intercor se presentaron las cifras definitivas del cierre del ejercicio 2017.

Además, mantuvieron reunión con una representación de Plus Ultra Seguros para efectuar una jornada de formación y novedades de la compañía. En esa reunión, se acordó firmar protocolo de colaboración con la aseguradora Liberty.

También acudió a la cita Fernando Carpintero, en representación de la Aseguradora Reale, quien conjuntamente con la asociación repasaron distintos temas de interés.

El 90% de las comunidades de vecinos no sabe que existe el seguro de Impago

El 90% de las comunidades de vecinos desconoce la existencia del seguro de Impago y el 80% de los seguros Multirriesgo para Comunidades no incluye dicha cobertura, ha denunciado Arrenta Quarto Pilar, que está potenciando su producto de Impago, que adelanta el dinero adeudado y también cubre la reclamación judicial ante el vecino moroso.

Según Arrenta Quarto Pilar, la morosidad es el problema más generalizado de las Comunidades de Vecinos y afecta a casi la mitad. El importe medio de deuda es de 1.109 euros por comunidad. Una cantidad importante que provoca serios desajustes en los presupuestos de las Comunidades de Propietarios, según explica Mercedes Robles, directora general de la correduría.

Arrenta Quarto Pilar ha creado una web con una calculadora para realizar todas las estimaciones del coste y las coberturas http://seguro-comunidades.es. “El coste medio por vecino no supera los diez euros anuales. Es decir, para una Comunidad de 30 vecinos, el coste del seguro sería de 250 euros al año y facilita una cobertura de 300 euros por vecino moroso, que se puede ir aumentando en la misma proporción, hasta un límite de 1.800 euros”, señala Robles. El seguro, además, se encarga de la reclamación a los morosos que no están al corriente de pago.

Adecose y Consejo General potencian la influencia española en los foros internacionales

Adecose y Consejo General en las últimas fechas han intervenido en diferentes foros internacionales con la finalidad de potenciar la influencia de la perspectiva española.

Juan Ramón Pla, vicepresidente de Adecose y presidente entrante de Bipar, asistió en su calidad de miembro del IRSG a la Junta celebrada recientemente, en la que se trataron distintos temas de gran interés para el sector, entre otros, la contribución de este grupo consultivo a las respuestas que EIOPA está preparando para aclarar las dudas que distintos actores han planteado respecto a la implementación de la IDD y los Actos Delegados. En este sentido, se acordó que Pla lidere el grupo del IRSG responsable de elaborar una posición común, aunando la visión al respecto de los distintos integrantes de este órgano consultivo.

Asimismo, cabe destacar, que en el marco de la celebración de la Asamblea General de la WFII que tuvo lugar en Lisboa los días 24 y 26 de marzo, que Adecose y Consejo General, fueron representados respectivamente por su vicepresidente 1º, Juan Ramón Pla y por la presidenta Elena Jiménez de Andrade. En dicha Asamblea se aprobó el nombramiento de Jiménez de Andrade como miembro integrante del Consejo de la WFII, en calidad de vicepresidente, representando a Copaprose. De esta forma, la Junta directiva de la WFII queda formada por la Asociación Norteamericana de Intermediarios de Seguros, Copaprose y el Bipar, lo que permitirá que la visión Iberoamericana tenga una mayor prominencia en el seno WFII.

Por su parte, Borja López-Chicheri, director gerente de Adecose, acudió en representación de la asociación y del Consejo General, a la reunión del Comité de Directores de la Federación Europea de Intermediarios de Seguro (Bipar).

El Colegio de Toledo explica el trabajo del mediador en una jornada de la Universidad de Castilla la Mancha

El Colegio de Mediadores de Seguros de Toledo ha intervenido en una jornada sobre salidas profesionales, bajo el título "El seguro, ese gran desconocido", organizada por la Universidad de Castilla la Mancha.

José Enrique García, corredor y presidente del Colegio Toledo, y César García, doctor en Derecho, corredor y vocal de Formación de la entidad colegial, han participado en la primera ponencia para informar sobre las profesiones que se encuentran dentro del mundo del seguro.

El Colegio de Málaga celebra su 85º aniversario

El Colegio de Mediadores de Seguros de Málaga celebra este año su 85º aniversario y tiene previsto desarrollar diferentes acciones, que tendrán su celebración central en la Festividad de la Patrona, el próximo 22 de junio.

Moisés Núñez de Bien, presidente de la institución colegial, conmemora en un escrito dirigido a los colegiados la historia del colegio. Insiste en que "hoy tenemos el mérito, pero también el prestigio de ser parte esencial del Colegio con más solera de España. Un logro del que todos somos participes y en el que todos somos protagonistas".

Para conmemorar el 85º aniversario, la institución colegial malagueña ha renovado su marca corporativa, un cambio que "busca recordarnos de dónde venimos y adónde vamos".

Gracias al esfuerzo de Adolfo Vázquez, colegiado de la institución, el Colegio ha podido recuperar entre los documentos de su padre un libro fundacional del Colegio de Málaga, un ejemplar de los estatutos que son la partida de nacimiento del Colegio de Mediadores de Seguros decano de España.

El Colegio de Málaga tiene previsto celebrar su 85º aniversario con diferentes acciones, que tendrán su celebración central en la Festividad de la Patrona, que tendrá lugar el próximo 22 de junio.

Artai, primera correduría en España por volumen de facturación

El "Estudio de la situación económico financiera de las corredurías españolas", elaborado por IMAF e Inese a partir de los datos de 2016 de más de 600 corredurías de españolas con mayor volumen, ha posicionado a Artai en el primer puesto del ranking.

Artai cuenta con una facturación de 12,7 millones de euros y un incremento del 22% respecto al período anterior, convirtiéndose así en la correduría de referencia de España.

Su presidente, Jaime Borrás, ha subrayado que estos datos suponen un éxito para todo su equipo y un reto para su futuro. Además, ha señalado que "los resultados llegan en el mejor momento", justo en el año en el que celebran su 25º aniversario.

Nº CORR	NOMBRE CORREDURIA	TOTAL CIFRA NEGOCIO 2016	% INCREMENTO 2016/2015
1	BORRAS-VAZQUEZ-CAMESELLE-ARTAI CORREDURIA DE SEGUROS SA	12.683.311,00	22%
2	PROYECTOS Y SEGUROS SOCIEDAD ANONIMA CORREDURIA DE SEGUROS	12.492.793,31	-5%
3	INTERMUNDIAL XXI SL	11.323.917,00	26%
4	FERRER Y OJEDA ASOCIADOS CORREDURIA DE SEGUROS SL	11.214.735,38	5%
5	GRUPO PACC CORREDURIA DE SEGUROS SA	11.111.392,39	12%

Medialia Group celebra su III Congreso Nacional

Medialia Group, correduría asociada de Apromes, ha celebrado su III Congreso Nacional bajo el lema "Juntos sumamos", con el que se ha querido resaltar la importancia de valores como "equipo" y "pertenencia" para seguir creciendo.

David Membrive, presidente de Medialia Group, resaltó la importancia de los protocolos alcanzados con las diferentes compañías. Por su parte, José Álvarez, director técnico, presentó la información del ejercicio 2017 y el Plan Estratégico a 2020, enfatizando en la consecución de objetivos.

Asimismo, Ruth Pérez, responsable de Control Comercial, presentó el Plan Comercial y la importancia de los valores que deben conformar la filosofía de correduría, haciendo partícipes a los asistentes en la definición del octavo valor. Además, se analizaron las acciones de marketing llevadas a cabo.

Edelweiss Management Company celebra su 1ª Convención

Edelweiss Management Company ha celebrado su 1ª Convención. En ella, Jaime Carvajal, presidente ejecutivo de Q.V.C., habló sobre motivación y liderazgo y el plan estratégico de 2018 a 2020.

Además, Grupo IWI Protección de Datos ofreció una ponencia sobre la "Transición de la LOPD al RGPD en la intermediación de Seguros", a cargo de José Luis Fernández, auditor-consultor senior del departamento Técnico Jurídico de Grupoiwi Protección de Datos.

Después se celebraron dos mesas redondas, una de mediación y otra de compañías. Y la mañana terminó con una charla de Fabián González, del Instituto Pensamiento Positivo, sobre "La marca personal de las ventas".

NB21 forma a su equipo comercial sobre seguros para trabajadores autónomos

La correduría NB21 ha impartido dos jornadas de formación para su equipo comercial centradas en la venta de seguros personales a los profesionales autónomos.

En dichas jornadas, celebradas en León y en Santiago de Compostela, los más de 50 miembros del equipo comercial de la correduría que asistieron a la convocatoria, pudieron escuchar a Fernando Pozueta, quien ofreció a los asistentes las "10 claves para la venta de seguros personales a los profesionales autónomos".

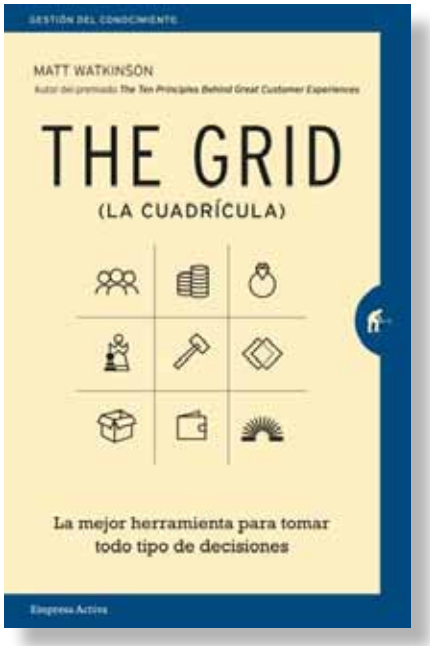
Las jornadas estuvieron marcadas también por la presentación del producto "Autónomo Power", de Surne, en el desarrollo del cual NB21 ha participado de forma muy intensa.

Uniteco Profesional pone en valor su producto estrella de RC

Uniteco Profesional ha presentado su campaña #SomosÚnicos, fundamentada en varias piezas audiovisuales que desgranan todos los ámbitos de su producto estrella, la póliza 'Único', de Responsabilidad Civil.

Juan Pablo Núñez, director de Negocio y Clientes de la correduría, ha valorado el escenario actual de la responsabilidad civil profesional (RCP) en nuestro país y lo que ha supuesto para el mismo la retirada de Zurich, líder hasta ese momento de la RCP pública, coincidiendo con la aplicación del nuevo baremo de Tráfico. Como es sabido este baremo, aplicado en los casos sanitarios, ha generado "incertidumbre o recelo en aseguradoras y reaseguradoras, donde las cantidades reclamadas a los médicos se llegan a multiplicar por tres en muchos casos". Estos casos son principalmente "las grandes invalideces, los grandes daños y la muerte, especialmente en tres especialidades, por su riesgo elevado: Traumatología con cirugía de espalda, Obstetricia y Neurocirugía".

"La salida de un agente tan importante como Zurich del 'tablero de juego' ha provocado que muchas compañías 'low cost' hayan aparecido para cubrir ese vacío", ha indicado el director de Negocio y Clientes. También se ha referido a estos nuevos agentes como "compañías que ofrecen un producto muy básico y limitado por un precio muy bajo", recalcando que "lo que hay detrás de estas corporaciones, muchas con sede fuera de España, es absoluta inexperiencia en el sector, lo que se traduce en la principal consecuencia que desde Uniteco se quiere evitar: alto riesgo para el médico".



The grid (La cuadrícula)

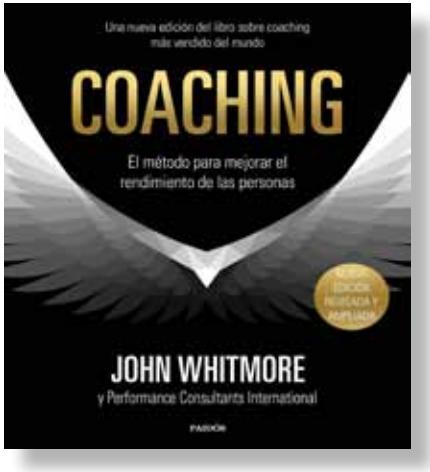
La mejor herramienta para tomar todo tipo de decisiones

Matt Watkinson

Editorial: Empresa Activa
Precio: 18,05 € libro impreso

En este libro se describe un método ideal para la toma de decisiones en todo tipo de negocios o situaciones. La cuadrícula define los 9 aspectos que han de tenerse en cuenta al tomar cualquier tipo de decisión. Eso te permitirá: Evaluar y definir ideas o productos; Reducir los riesgos en la toma de decisiones; Identificar los desafíos del negocio y sus causas; Anticipar el impacto de los cambios del mercado y aprovecharlos en tu favor; Y mayor colaboración entre equipos.

Combinando ejemplos reales con esta guía práctica, el autor demuestra la mejor forma de tomar decisiones.



Coaching

El método para mejorar el rendimiento de las personas

John Whitmore

Editorial: Ediciones Paidós
Precio: 18,95 € libro impreso
9,99 € Ebook

Esta edición revisada y ampliada de la «biblia» del coaching profesional revolucionará cómo se aborda tradicionalmente la cultura de las organizaciones. Ejercicios prácticos, ejemplos corporativos, diálogos de coaching y un glosario nuevo refuerzan el proceso de aprendizaje, mientras que un capítulo nuevo y crucial explica cómo medir los beneficios del coaching en términos de rendimiento de la inversión.

REVITALIZA TU NEGOCIO
A TRAVÉS DEL MARKETING EMAIL

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

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

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

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

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

INTERNATIONAL SOS

WORLDWIDE REACH. HUMAN TOUCH.

International SOS

Líderes en asistencia médica y seguridad en viaje internacional

Con presencia en 89 países repartidos por todo el planeta y más de 11.000 profesionales de diferentes ámbitos, garantizamos el bienestar y la seguridad de todos nuestros clientes, lo que nos convierte en la aseguradora líder mundial en asistencia y protección internacional.

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

www.internationalsos.es