

Premio San Francisco Javier
de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

NÚMERO 72

FEBRERO 2018

www.pymeseguros.com

Raúl Pérez, responsable de Asistencia
en Viaje en Territorios de Arag

Los trabajadores **DESPLAZADOS**, un dinamizador del negocio de Asistencia en Viaje



Punto de encuentro

El corredor se reinventa
continuamente para ser
más competitivo

Más a fondo

Los corredores, cada vez
más satisfechos con
las aseguradoras

In situ

Las aseguradoras que
quieren ganar negocio,
apuestan por los corredores

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.

Las aseguradoras y los corredores, más satisfechos entre sí

Desde hace unos años, cada vez hay más aseguradoras que apuestan por el canal de corredores para ganar negocio. Así se señaló en la mesa redonda celebrada en el XVII Encuentro Nacional de Corredores/Corredurías con representantes de los mediadores (ver [In situ](#)). Según se dijo allí, “porque es el canal más rentable”.

Quizá esta mayor apuesta por los corredores sea la razón de que en la IX edición del Barómetro de Adecose 2017 (ver [Más a fondo](#)) haya quedado claro que la satisfacción de los corredores por el servicio que les prestan las aseguradoras no para de crecer. Este ejercicio la nota media se ha situado en 6,76, ocho décimas más que en 2016, lo que supone el cuarto año consecutivo de alzas en esta materia.

Un caso de aseguradora que solo distribuye a través de corredores es Arag. Su responsable de Asistencia en Viaje, Raúl Pérez, (ver [Hablando claro](#)) apunta que este

ramo se está dinamizando con la venta de asistencia en viaje para trabajadores expatriados. “Es un buen momento para los mediadores que ven incrementadas sus posibilidades de venta a las empresas con las que trabajan, pudiendo ofrecer con más garantía de éxito la posibilidad de contratación de un seguro para los viajes de sus empleados”.

Para ganar en competitividad los corredores tienen claro que es imprescindible apostar por la formación y apoyarse en la tecnología (ver [Punto de encuentro](#)). Son un colectivo dispuesto siempre a transformarse y reinventarse. Para ello, no basta con invertir dinero y tiempo, sino que deben servirse de la ayuda de las compañías, que tienen las capacidades para facilitar esa adaptación a los nuevos entornos cambiantes que se les exige a los profesionales de la mediación. Es imprescindible que creen sinergias conjuntas que favorezcan el desarrollo de los negocios y les permita la introducción en el mercado de nuevas soluciones adaptadas a los clientes.



Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Staff

DIRECTORA
CARMEN PEÑA
carmen@pymeseguros.com

PERIODISTA
AITANA PRIETO
aitana@pymeseguros.com

ÁREA COMERCIAL
CARMEN PARAMIO
616468849
carmen2@pymeseguros.com

MAQUETACIÓN Y DISEÑO
ESTUDIO 9C

FOTÓGRAFA
IRENE MEDINA

BANCO DE IMÁGENES
FOTOLIA

04

PymeSeguros
Revista online para corredores y corredoras

Número 72 • Febrero 2018
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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



06 Hablando claro

Raúl Pérez, responsable de Asistencia en Viaje en Territorios de Arag.
Los trabajadores desplazados, un dinamizador del negocio de Asistencia en Viaje



12 Punto de encuentro

El corredor se reinventa continuamente para ser más competitivo



18 Más a fondo

Los corredores, cada vez más satisfechos con las aseguradoras



22 In situ

Las aseguradoras que quieren ganar negocio, apuestan por los corredores



28 La oportunidad del medio ambiente

El seguro medioambiental, un buen momento que hay que aprovechar

- 03 Editorial**
Las aseguradoras y los corredores, más satisfechos entre sí
- 30 Productos**
Los últimos seguros del mercado
- 34 Al día economía**
Noticias económicas y que interesan a las pymes
- 37 Al día seguros**
Noticias del sector asegurador
- 57 Al día distribución**
Noticias de los corredores de seguros
- 71 Algo más que negocio**
Acciones de RSC realizadas por corredores
- 72 Rincón de lectura**
Libros útiles para la empresa

Raúl Pérez, responsable de Asistencia en Viaje en Territorios de Arag

Los trabajadores desplazados, un **DINAMIZADOR** del negocio de Asistencia en Viaje

La cobertura obligatoria por parte de las empresas de los riesgos de los empleados desplazados está dinamizando el ramo de Asistencia en Viaje. El crecimiento de este segmento en Arag es superior porcentualmente al del resto de nichos del ramo. Raúl Pérez, responsable de Asistencia en Viaje en Territorios de la entidad, dice que “es un buen momento para nosotros, pero sobre todo para los mediadores que ven incrementadas sus posibilidades de venta a las empresas con las que trabajan, pudiendo ofrecer con más garantía de éxito la posibilidad de contratación de un seguro para los viajes de sus empleados”. En su opinión, “hay que intentar adaptarse lo más posible a las necesidades de los consumidores. No podemos relajarnos ni tener un producto estático porque ahora todo se mueve muy rápido”.



¿Se ha comportado bien el ramo de Asistencia en Viaje en 2017?

En Arag hemos obtenido un resultado excelente. Hemos mejorado incluso las expectativas marcadas a principio de año, que eran de un incremento superior al 5% y finalmente, en todo el ramo de Asistencia en Viaje hemos crecido un 15%.

¿Y la siniestralidad?

El comportamiento de la siniestralidad es similar al de los últimos años a nivel sectorial aunque sí es cierto que nosotros hemos obtenido una mejora en los resultados, debido sobre todo al progreso constante en los procesos del servicio y a la selección de riesgos. En el tratamiento de la asistencia y los reembolsos, cada vez estamos haciendo más economías de escala y eso nos permite mejorar el resultado.

¿Qué previsiones hay para 2018?

Todavía no tenemos las cifras concretas de los objetivos que nos vamos a marcar, pero queremos crecer en la misma línea de los últimos años. Este segmento de negocio va bastante bien, sobre todo apoyándonos, como siempre, en la mediación que es el pilar fundamental en el que se sostienen nuestras ventas.

¿Cómo lleva el ramo el aumento de competencia?

Entiendo que toda competencia sana es buena. Eso, de momento, no está influyendo en nuestros resultados, ya que crecemos incluso por encima de las expectativas. Creo que es bueno que sintamos la presión de la competencia para no dejar de innovar y evolucionar.

¿Cómo contribuye en la venta de seguros el hecho de que sea obligatoria la cobertura de los riesgos de los empleados desplazados?

Cualquier obligatoriedad suele derivar en conseguir más automatismos en las ventas de los seguros y sinergias para otros segmentos dentro del mismo ramo. Además eso hace que haya más corredores interesados en este tipo de seguros. Nosotros estamos muy satisfechos con la evolución de este segmento concreto de negocio.

Creo que es bueno que sintamos la presión de la competencia para no dejar de innovar y evolucionar

Parece que ha crecido últimamente la venta de este tipo de pólizas...

En Arag sí. Este año hemos crecido más que en los años anteriores. Debido, en parte, a que en 2017 hemos dedicado más atención a ese negocio con un producto nuevo, más a medida. Se llama 'Arag Viaje de Negocios Plus' que va dirigido a las empresas y a los viajes de negocio. Tiene dos variantes: una es innominada para que la pueda utilizar todos los trabajadores de la empresa; y la otra es individual para que un empleado en concreto se asegure para un viaje determinado. Es un producto adaptado para cualquier tipo de empresa, incluso para las que tienen un único trabajador.

'Arag Viaje de Negocios Plus' es el producto que más capital tiene en cuanto a gastos médicos (250.000 euros en el mundo) dentro de la compañía y estamos muy contentos con el resultado que estamos obteniendo.

Entonces se puede decir que los seguros de Viaje para empresas son un negocio con un futuro prometedor...

Si claro, ya lo está siendo. Nuestro crecimiento en este seg-





Sin la tecnología ya no se entiende el negocio de la Asistencia en Viaje

08

mento es superior porcentualmente al del resto de nichos de la Asistencia en Viaje. Es un buen momento para nosotros, pero sobre todo para los mediadores que ven incrementadas sus posibilidades de venta a las empresas con las que trabajan, pudiendo ofrecer con más garantía de éxito la posibilidad de contratación de un seguro para los viajes de sus empleados.

Se dan todas las circunstancias para que este producto tenga éxito. Por un lado, las empresas demandan más protección, porque están saliendo más al exterior, y las aseguradoras cada vez tenemos productos más adaptados.

¿Cómo está influyendo la innovación tecnológica en la evolución de este ramo?

La influencia es absoluta, desde el estudio de los resultados

(se puede medir mejor dónde está la siniestralidad, en qué coberturas...), a la creación o evolución del producto, a la contratación (ya que es uno de los productos más adecuados para la contratación online), hasta el servicio (por ejemplo, a través del uso de la app para solicitar asistencia, geolocalizarte, etc.). Sin la tecnología ya no se entiende este negocio.

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

Innovación, tecnología, constante evolución, productos cada vez más adaptados a las necesidades concretas de los consumidores y, sobre todo, mucho servicio cuando se produce el siniestro, como es nuestro caso. Hay que seguir teniendo una escucha muy activa a la mediación, que es nuestro canal de distribución; e intentar adaptarnos lo más posible a las necesidades de los consumidores

Asistencia en Viaje ofrece muchas ventajas a los corredores

Raúl Pérez, responsable de Asistencia en Viaje en Territorios de Arag, afirma que “el ramo de Asistencia en Viaje ofrece muchas ventajas a los corredores. Les da la oportunidad de diversificar su negocio, fidelizar al cliente y crecer a través de una nueva vía. Yo siempre les digo que ya tienen a los clientes (personas o empresas) y la necesidad está creada (una buena parte de ellos viaja, ya sea por placer o por trabajo), por tanto lo único que deben hacer es dar el paso para convertirse en su referente para asegurar estos riesgos. Todos los que exploran esta vía de negocio están muy contentos”.

Los corredores que se acercan a Arag para distribuir este seguro se encuentran con “una atención especializada, una compañía muy cercana y amable, con un producto muy competitivo en constante evolución y adaptación a sus necesidades y aportando todas las herramientas que necesitan, servicio de calidad, estabilidad, y sobre todo escucha activa y apoyo constante”, indica Raúl Pérez.

A cambio, se les pide que sean comunicativos porque en Arag se les quiere seguir escuchando, “son nuestros ojos y oídos ante el mercado, luego es nuestra

responsabilidad cumplir con las expectativas que nos demandan en pro de sus intereses y de los nuestros. También agradecemos la fidelidad de manera muy especial. Pero no la pedimos, sino que nos la ganamos. Además agradecemos que nos presionen constantemente para que mejoremos. Eso es sano porque así no nos relajamos”, señala Pérez.

Los corredores son el principal canal de distribución de la aseguradora. “Siempre lo ha sido y lo seguirá siendo”, sentencia el responsable de Asistencia en Viaje en Territorios de Arag.

que nos llegan a través de la mediación. No podemos relajarnos ni tener un producto estático porque ahora todo se mueve muy rápido.

La mediación es nuestro altavoz para que este tipo de seguros sea muy visible

Solo 1 de cada 4 viajes están asegurados. ¿Cómo se puede incrementar ese ratio?

La verdad es que el porcentaje de contratación de este tipo de seguros (el 25%) no es muy elevado si nos comparamos con Alemania o Reino Unido, pero sin embargo estamos por delante de otros países. Por eso, yo diría que nos situamos en la media de Europa. Para mejorar ese ratio, en nuestro caso tenemos claro que debemos seguir estando muy cerca de la mediación, impartiendo más formación, apoyando en los proyectos que surjan, aportando productos a medida de las necesidades del consumidor, etc.

La mediación es nuestro altavoz para que este tipo de seguros sea muy visible. Luego todos debemos aprovechar las nuevas tecnologías y todas las redes de comunicación que hoy en día hacen que los mensajes lleguen a cualquier parte de forma mucho más rápida.

¿Cuál es el mayor valor añadido que aporta Arag al cliente de Asistencia en Viaje?

Sin duda la calidad del servicio, seguiremos apostando por innovar con más y mejores coberturas, por mejorar los límites, incluso por ser más competitivos en precio... pero nunca negociamos nuestra calidad en el servicio cuando tenemos que prestar una asistencia o tramitar un reembolso, queremos seguir manteniendo

el grado de clientes satisfechos por encima del 97% cada año, siendo la compañía preferida por la mediación, tal y como se refleja en el Barómetro Adecose y otros indicadores del mercado.

Queremos seguir manteniendo el grado de clientes satisfechos por encima del 97% cada año

¿Qué importancia tiene el ramo de Asistencia en Viaje en el negocio de Arag?

La importancia es absoluta, es un ramo estratégico en el que queremos seguir siendo referente, creciendo e innovando.

El ramo principal sigue siendo Defensa Jurídica, pero Asistencia en Viaje está adquiriendo mayor protagonismo porque cada vez se demanda más y es más conocido.

Continuamente aparecen noticias de prolongación de cobertura de la póliza de Asistencia en Viaje por temas atmosféricos. ¿Es un problema para las aseguradoras?

Más que un problema, yo creo que es una oportunidad siempre que nos adaptemos a las necesidades de nuestros clientes dentro de nuestras posibilidades. En nuestro caso, cuando se produce una catástrofe en algún destino, solemos reaccionar ampliando sin coste para el cliente la cobertura médica de los asegurados que tengamos retenidos en un destino hasta que puedan regresar a España. Lo hacemos como un valor añadido a nuestro producto.

¿Qué novedades tiene Arag en seguros de Asistencia en Viaje?



Estamos en constante evolución en todos los ámbitos. Actualmente estamos incrementando la cobertura de gastos médicos en nuestros productos estrella, adoptando la documentación para que todo el proceso sea online, creando nuevas herramientas para facilitar la venta online de los mediadores, creando nuevas garantías, etc. y, por supuesto, seguimos innovando en la calidad del servicio.

¿Qué tal resultado está obteniendo la App renovada de Asistencia en Viaje? ¿Cómo la valoran los corredores?

El resultado de la app 'Mi Viaje Arag' es estupendo. Aunque lleva poco tiempo y se debe dar a conocer más, la aceptación y la valoración son magníficas. Es una herramienta que será el referente cuando tengas necesidad de utilización del seguro. El cliente lo percibe como un valor añadido.

CARMEN PEÑA
FOTOS: IRENE MEDINA

FOTOGRAFÍA PROFESIONAL



Comunicación
Prensa
Foto corporativa
Reportaje.....

Irene Medina
677 552 881

irene@irenemedina.com
www.irenemedina.com



El corredor se **REINVENTA** continuamente para ser más competitivo

Los corredores lo tienen claro: para ganar en competitividad es imprescindible apostar por la formación y apoyarse en la tecnología. Están siempre dispuestos a transformarse y reinventarse. Para ello, no basta con invertir dinero y tiempo, sino que deben servirse de la ayuda de las compañías, que tienen las capacidades para facilitar esa adaptación a los nuevos entornos cambiantes que se les exige a los profesionales de la mediación. Es imprescindible que creen sinergias conjuntas que favorezcan el desarrollo de los negocios y les permita la introducción en el mercado de nuevas soluciones adaptadas a los clientes.



CNP PARTNERS

Tu futuro siempre seguro

Filial de CNP Assurances, aseguradora de personas n.º 1 en Francia
Representación en España desde hace más de 10 años

Especialistas en seguros personales

Calidad de gestión y compromiso

Personalización y calidad

Una cooperación que debe fluir en ambos sentidos: “En la parte de gobernanza de productos va a ser muy importante la colaboración entre corredores y compañías para hacer procesos de co-creación de productos”, confiesa Antonio Benito, director de Formación de [CNP Partners](#).

En esta dinámica de colaboración, Javier Montoya, director de Gestión y Control Comercial de [Plus Ultra Seguros](#), pone como ejemplo el caso de las empresas que quieren internacionalizarse. Aunque el corredor con su asesoramiento está capacitado para ayudar a su cliente en este proceso, muchas veces no disponen de los recursos necesarios: “Ahí es donde las compañías podemos ayudar a formarles para que ellos les puedan asesorar perfectamente”.

Concuerda Alberto Ocarranza, presidente del [Grupo HIB](#) y vicepresidente de Innovación de [Fecor](#), en que a día de hoy cualquier pyme puede querer dar el salto exterior y la correduría debe ser capaz de asesorarle en ese proceso: “Pero necesitamos que la aseguradora nos acompañe”, reconoce. A la vez que pone en valor el canal corredor como el más competitivo que existe en la actualidad, en gran medida gracias a su versatilidad, que le permite adaptarse muy bien a los entornos cambiantes actuales.

Paloma Arenas, directora general de [E2K](#), coincide en esa capacidad para “reinventarse” como uno de los puntos fuertes de su profesión: “Los corredores siempre están dispuestos a transformarse. Como organización siempre que hemos hecho proyectos de especialización se han subido inmediatamente al carro porque son conscientes de que hay que cambiar las formas de trabajar”.

“No es que estén dispuestos, es que tienen que reinventarse sí o sí”, sostiene Antonio Benito, quien recuerda la próxima entrada en vigor de multitud de normativas que van a obligar a esa readaptación del negocio. Pero no solo por la aparición de éstas: “El cliente ahora está más informado que antes, por eso hay que darle algo más”.



Antonio Benito.



Javier Montoya.



Alberto Ocarranza.



Paloma Arenas.

Digital y presencial

La llegada de nuevos clientes, más preparados y formados, y la accesibilidad tecnológica que permite a cualquier persona documentarse y comparar de manera rápida, está siendo bien acometida por los corredores jóvenes, según Javier Montoya, que utilizan más internet y las redes sociales y actúan como asesores de sus grupos de interés. Considera que el punto fuerte de las nuevas generaciones de corredores es que “están combinando perfectamente lo digital con lo presencial y no colocan productos, sino que asesoran sobre necesidades”.

Alberto Ocarranza no cree que esta adaptación sea exclusiva de los más jóvenes, sino que se aprecia en los profesionales más veteranos que están haciendo “esfuerzos brutales” por acomodarse y están deseando recibir formación para saber digitalizarse e implementar soluciones en su correduría.

Tendencia que desde las organizaciones ya perciben, como denota Paloma Arenas, “los corredores veteranos no solo están interesados en los nuevos productos sino también valoran los sistemas y procesos tecnológicos útiles y sencillos que les permiten obtener una ventaja competitiva”.

No obstante, todos los asistentes a la mesa redonda de Pymeseguros consideran que la tecnología es un pilar fundamental no solo para que las corredurías crezcan, sino para que sobrevivan: “La tec-



nología es una necesidad. Estamos tendiendo poco a poco hacia modelos completamente digitalizados”, sostiene Antonio Benito. En este sentido, Arenas resalta que un corredor puede empezar a trabajar sin una oficina, pero no sin un ERP. “El que piense que puede crecer solo con la información que le aporten las aseguradoras, no tiene futuro”, sentencia.

Para Montoya, estas herramientas ayudan a los mediadores a procesar toda una serie de tareas (facturación,

“Los corredores tenemos que estar cerca del cliente, creando una marca personal que nos diferencie de cualquier otro canal de distribución”.
Alberto Ocarranza

contratación de pólizas...) de manera unitaria, en lugar de duplicar las gestiones con cada aseguradora con la que trabaja el corredor.

“Ahora bien, reinventarse tiene riesgos”, alega Ocarranza, para quien nunca se debe olvidar que el corredor es un profesional de cercanía con el cliente, de acompañamiento: “Es importante tener canales de comunicación ágiles con el cliente, pero nosotros tenemos que estar cerca de él y creando una marca personal que nos diferencie de cualquier otro canal de distribución. Reinventarse no significa cambiarlo todo, porque ya venimos de un modelo de éxito”, concluye.

Sin responsable tecnológico

“Al final la tecnología es un medio”, señala el director de Gestión y Control Comercial de Plus Ultra Seguros. De ahí, que aunque la implementación tecnológica y la formación en esta materia son fun-

damentales para cualquier corredor, la figura del responsable tecnológico aún no se detecta en estas empresas, sino que tiene un perfil más comercial: “Ha evolucionado esta figura, que no solo da órdenes de actividad comercial, sino que también configura la solución tecnológica para asegurarse que todos la aplique de manera homogénea”.

De hecho, la directora general de E2K considera que el corredor no lo necesita, precisamente por la existencia de diversas aplicaciones especializadas en gestión: “El corredor lo que tiene que valorar muy bien es cuál se adapta mejor a su negocio y encargarse de que se utilice”, sostiene.

“Es que es un proceso más de externalización”, sugiere el director de Formación de CNP Partners, que pone de relieve a existencia de empresas especializadas en dar soporte tecnológico a los corredores.

En esta línea, Javier Montoya, director de Gestión y Control Comercial de Plus Ultra Seguros, aboga por seguir apostando por los estándares EIAC de intercambio de información entre corredor y aseguradora “porque va a simplificar la operativa de su administración y las aseguradoras mejoraremos la productividad”, sostiene.

Para el presidente del Grupo HIB el desarrollo tecnológico dentro de las corredurías se divide en dos partes: unos procesos internos, como el mismo EIAC; y la innovación en distribución, que a su entender está tardándose más en aplicar, porque requiere una capacidad de inversión que muchas corredurías no tienen.

Ayuda de las compañías

“En ese aspecto, no sólo por el coste económico sino por la apuesta por la innovación



constante es donde las compañías tenemos que proporcionar plataformas a los corredores. Tenemos que desarrollar conjuntamente los procesos de negocio”, razona Antonio Benito, director de Formación de CNP Partners.

Este trabajo conjunto tendrá unas pruebas de fuego a lo largo de los próximos meses, cuando entren en vigor una serie de normativas, que van a afectar de lleno a la manera de operar de los profesionales del sector. En este sentido, Antonio Benito considera que las aseguradoras podrán ayudar bastante a los corredores en relación a la gran cantidad de documentación previa que se tiene que facilitar al cliente para que contrate una póliza.

“Hay una parte de la carga que la tienen las aseguradoras y otra, las corredurías. Si nos ponemos de acuerdo, podrá ser mucho más fácil”, corrobora Paloma Arenas, directora general de E2K, quien, ante los nuevos cambios normativos, aboga por establecer entre ambas partes más líneas de comunicación de las que ya se tienen.

Coincide Javier Montoya en este punto, ya que a su parecer para abordar estas nuevas adaptaciones reglamentarias la tecnología será vital: “Va a ser una oportunidad para que compañías y corredores mejoremos la información a los clientes. Para eso también hay que apostar por compartir la información por ambas partes para ir alineados en garantizar el servicio al cliente”, sugiere.

En este sentido, Alberto Ocarranza, vicepresidente de Innovación de Fecor, cree que se deberían superar las reticencias a compartir información, porque esto redundaría en mejores prestaciones al cliente.

“A través de los proyectos asociativos cada vez más profesionales se garantiza el futuro de la actividad corredora”. Paloma Arenas

Algo que se debería conseguir aprovechando el cambio de mentalidad de los corredores, en parte obligados por las exigencias actuales. Así, Paloma Arenas afirma que antes a los encuentros profesionales acudía solo el responsable de la correduría. Ahora en cambio, asiste acompañado de sus colaboradores.

¿Todos los corredores son empresarios?

Y eso que, para algunos profesionales, como Arenas, no todos los corredores son empresarios, ya que,

“Las corredurías que están apostando por la tecnología pueden quitarse carga administrativa y dedicarse más a la labor comercial”. Javier Montoya

a su parecer, los hay que “se limitan a echar cálculo de supervivencia empresarial, haciendo solo los cambios que tocan” por normativa. “Para mí ser empresario no es tener una empresa, sino tener en tu cabeza la estructura de un negocio”, puntualiza.

“Para tener una supervivencia a largo plazo tienes que gestionar el negocio como empresario”, corrobora Montoya, y más si se tienen en cuenta las exigencias actuales en el sector, a nivel de gestión, tecnológico, normativo... “Al final si no gestionas tu negocio como empresario y no vas evolucionando, el propio mercado te va a sacar”, valora.

El director de Formación de CNP Partners sostiene que son aspectos muy diferentes el ser empresario, literalmente, que consiste en tener una empresa, y saber desarrollar el negocio, que no todos saben: “A muchos les cuesta dar un paso hacia delante, porque tienen





resistencia al cambio y les es cómodo quedarse como están”, considera.

Sin embargo, Alberto Ocarranza sí considera que todos los corredores son empresarios, “porque al final están gestionando una cartera, unos ingresos, llevan a cabo una gestión del cliente”. Para él la diferencia es más de tamaño y capacidad y lo compara con cualquier emprendedor de cualquier sector, que poco a poco va aprendiendo y cogiendo experiencia hasta conver-

“Va a ser muy importante la colaboración entre corredores y compañías para hacer procesos de cocreación de productos”.

Antonio Benito

16
tirse en un empresario como se le conoce conceptualmente. En este sentido, se congratula, eso sí, de la llegada al mercado de nuevos profesionales, con mayor formación, “que les permite ser otro tipo de empresarios”.

Mejor asociados

Precisamente se puso sobre la mesa de debate el tipo de profesional que se debía ser para ser competitivo. “El corredor no debe renunciar a nada”, sostiene la directora general de E2K para quien tiene que apostar tanto por ser generalista como especializado, aunque recomienda no dedicarse solo a un aspecto para distribuir el riesgo.

“Todos los corredores hemos entendido que atomizar una cartera no siempre es lo más rentable”, corrobora Ocarranza, para quien, sin embargo, no hay que renunciar a ser generalista, toda vez que es lo que

demandan las propias compañías. Eso sí, valora especialmente al corredor especializado, que está “hiperformado”, no solo en materia aseguradora, sino fiscal, administrativa..., lo que le permitirá aprovechar más oportunidades, ya que el cliente detecta esos conocimientos.

“Hoy por hoy no creo que tenga sentido una correduría que no sea especialista, con expertos en cada materia para desarrollar aún más su negocio con profesionales que den soluciones específicas para cada situación”, incide Antonio Benito, director de Formación de CNP Partners, quien también recomienda asociarse para mejorar el desarrollo del negocio mediador, especialmente aquellas corredurías, con poca cartera.

Más que nada, como apunta Paloma Arenas, directora general de E2K, porque “permite hacer economía de escala” y llegar a más soluciones de formación, herramientas de apoyo a la venta..., algo que individualmente es muy difícil conseguir.

Aun así, para el director de Gestión y Control Comercial de Plus Ultra Seguros, “siendo deseable”, habrá corredores que no encajen en el modelo asociativo: “Hay quienes sí que encuentran el valor en asociarse, ven las ventajas claras, pero otros que por su especialización prefieren seguir solos o incluso que a la asociación no le venga bien ese perfil de corredor”.

Sin embargo, desde el punto de vista de la mediación lo tienen claro: “Con cualquier integración ganas, porque te permite hacer cosas que solo no podrías y te aporta cosas para competir en un mercado tan competitivo”, valora Alberto Ocarranza, presidente del Grupo HIB y vicepresidente de Innovación de Fecor, secundado por Arenas para quien “a través de este tipo de proyectos cada vez más profesionales se garantiza el futuro de la actividad corredora”.

AITANA PRIETO/CARMEN PEÑA

FOTOS: IRENE MEDINA

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





WORLDWIDE REACH. HUMAN TOUCH.

Asistencia en Viaje

Vaya donde vaya, la tranquilidad viaja a su lado

En International SOS ponemos a su disposición el Seguro de Asistencia en Viaje más completo, para que solo se preocupe de lo que realmente importa: disfrutar de su viaje.



Madrid

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

www.internationalsos.es

Los corredores, cada vez más **SATISFECHOS** con las aseguradoras

IX Barómetro Adecose 2017

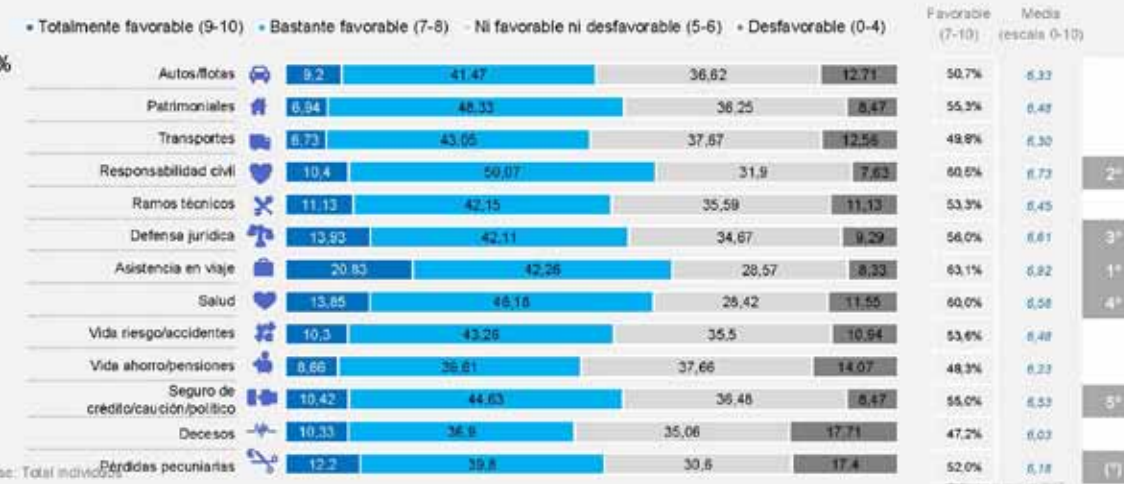
La IX edición del Barómetro de [Adecose](#) 2017 lo ha vuelto a dejar claro: la satisfacción de los corredores por el servicio que les prestan las aseguradoras no para de crecer. Este ejercicio la nota media se ha situado en 6,76, ocho décimas más que en 2016, lo que supone el cuarto año consecutivo de alzas en esta materia.

El primer aspecto que quiso destacar Martín Navaz, presidente de Adecose, en la presentación del estudio, es la alta representatividad del mismo, ya que el 87,3% de las corredurías pertenecientes a esta asociación han expresado su opinión. En total han sido 966 encuestas contestadas de 103 socios, que consolida la tendencia creciente en cuanto a participación.

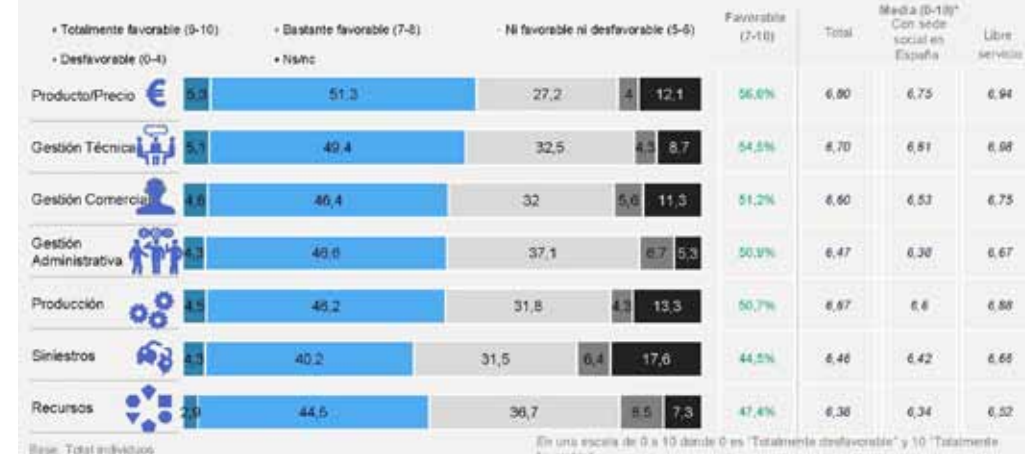
De ahí que tenga especial relevancia que un 61,4% de los encuestados consideren como “total” o “bastante favorable” su grado de satisfacción con la calidad del servicio que les ofrecen las aseguradoras, una valoración notablemente superior a la del año anterior, que se situó en el 57,9%. Tanto las compañías que están en régimen de establecimiento o libre prestación de servicio (LPS), como las que tienen sede social en España han experimentado importantes avances en cuanto a la satisfacción de los corredores (las primeras han pasado del 60,8% de 2016 al 64,9% y las segundas del 55,0% al 59,1%).



SATISFACCIÓN GLOBAL CALIDAD DEL SERVICIO SEGÚN RAMO DE TRABAJO



VALORACIÓN DE LAS ASEGURADORAS EN ASPECTOS CONCRETOS DEL SERVICIO



Asistencia en Viaje, a la cabeza en valoración

Un año más, Asistencia en Viaje ha sido el ramo más valorado por los profesionales. Así, un 63,1% le han dado una puntuación entre "bastante" y "totalmente favorable" (por encima del 7 sobre 10). Mantiene el segundo lugar Responsabilidad Civil, con un 60,5%, mientras que Salud ocupa el tercer puesto con un 60%. Cabe destacar un año más que la media de valoración del conjunto de los ramos es muy positiva, ya que todos están por encima del 6 sobre 10, y vuelve a ser en Salud donde se producen las mayores diferencias entre la aseguradora mejor valorada y la peor (de un 4,6 a un 7,6).

Entre los aspectos concretos del servicio, la relación entre Producto-Precio sigue siendo el mejor valorado, con un 6,80 sobre 10 (desciende ligeramente respecto a 2016, cuando obtuvo un 6,86). Tras él se colocan Gestión Técnica, con un

6,70; Producción, con un 6,67; y Gestión Administrativa, con un 6,47. Siniestros (6,46) y Recursos (6,38) son los que peores resultados obtienen.

En Producto/Precio se vuelve a estimar, por encima de todo, la claridad para entender los contratos de seguros, y lo menos, la adaptación de la cartera de productos, que no obstante experimenta una ligera mejora. En Gestión Técnica y Comercial se aprecia especialmente la capacidad técnica y conocimiento de suscripción, mientras que la agilidad de respuesta a las nuevas necesidades ofreciendo soluciones obtiene la menor puntuación. En Recursos repite como lo más valorado la facilidad de contacto con personas con capacidad de decisión dentro de la compañía, mientras que la utilidad del sistema informático para agilizar el trabajo sigue siendo lo peor visto. En Gestión Administrativa y Produc-

El 61,4% de los socios valora como "total" o "bastante favorable" su grado de satisfacción con la calidad del servicio que les ofrecen las aseguradoras

El trato personal crece notablemente como canal utilizado para relacionarse con el cliente

ción destaca la ausencia de errores en los documentos; por el contrario el volumen de carga administrativa que se traslada al empleado, es lo que obtiene la menor valoración. Por último, en Siniestros, lo más valorado es la actitud en la resolución de siniestros y pago de las indemnizaciones, mientras que un año más lo menos apreciado es el acceso a la información sobre el siniestro.

Más aseguradoras en notable

Respecto a la satisfacción global con la calidad del servicio de cada una de las aseguradoras con las que trabajan, este año se vuelve a erigir por encima de todas Hiscox, con un 7,53, seguida de Reale Seguros (7,51), ERV (7,47), Arag (7,36), Surne (7,30), Markel (7,16), Allianz (7,13), XL Catlin (7,13), Berkley España (7,08) y Chubb (7,02). En total son 10 las compañías que obtiene un notable, tres más que el año anterior.

Por ramos, en Autos/Flotas la mejor valorada es Seguros Bilbao; en Patrimoniales, Hiscox; en Transportes, Generali; en Responsabilidad Civil, Markel; en Ramos Técnicos, Asefa Seguros; en Defensa Jurídica, Arag; en Asistencia en Viaje, ERV; en Pérdidas Pecuniarias, DAS; en Salud y Decesos, DKV; en Vida Riesgo/Accidentes, Surne; en Vida Ahorro/Pensiones, Santalucía; y, en Seguro de Crédito/Caución/Político, Solunion.

En los aspectos concretos del servicio, Hiscox vuelve a demostrar su fortaleza, aunque deja ligeros resquicios respecto al ejercicio anterior. Si el año anterior copó el primer puesto en todos ellos, este año



líder Gestión Técnica, seguida de Markel y Cigna; Gestión Administrativa, por delante de ERV y Markel; Producción, tras ella Markel y ERV; Siniestros, con Cigna y ERV completando el podio; y Recursos, con ERV y Cigna a la zaga. ERV ha conseguido arrebatarle el primer puesto en Producto/Precio (tras ella se colocan Surne y la propia Hiscox) y Gestión Comercial (con Hiscox y Surne inmediatamente detrás).

Si solo se tiene en cuenta a las aseguradoras con mayor penetración entre los asociados de Adeco (aquellas que ostentan más del 75% de su cartera), encontramos que Arag, Asefa y SegurCaixa Adeslas son las preferidas en Producto/Precio; Chubb, DKV y Arag, en Gestión Técnica; Asefa, DKV y Arag, en Gestión Comercial; Arag, DKV y Reale Seguros, en Gestión Administrativa; Arag, DKV y Chubb, en Producción; DKV, Arag y Chubb (ambas empatadas en el segundo puesto) y Sanitas, en Siniestros; y, Arag, DKV y Catalana Occidente y Sanitas (empatadas en el tercer lugar), en Recursos.

RANKING DE ASEGURADORAS SATISFACCIÓN CON LAS ASEGURADORAS SEGÚN RAMOS DE TRABAJO

MEJOR VALORADAS	1º	2º	3º	4º	5º
Autos /flotas	Argenta	pelayo	Allianz	REALE	Liberty
Patrimoniales	HISCOX	Allianz	REALE	REALE	PlusUltra
Transportes	Argenta	Argenta	CHUBB	HDI	PlusUltra
Responsabilidad civil	Argenta	HISCOX	Argenta	Berkley	QBE
Ramos técnicos	ebea	Argenta	Allianz	HDI	QBE
Defensa jurídica	Argenta	Argenta	Argenta	PlusUltra	Caser
Asistencia en viaje	ERV	Argenta	FIATC	Argenta	Argenta
Pérdidas pecuniarias	Argenta	ERV	Argenta	Argenta	Argenta
Salud	DKV	Cigna	Argenta	OSISA	Argenta
Vida riesgo/accidentes	Argenta	santalucia	Berkley	Allianz	Argenta
Vida ahorro/pensiones	santalucia	Argenta	PlusUltra	ZURICH	Argenta
Seguro de crédito/Caución/Pólitico	solution	cofoce	Credito y Caución	CESCE	Argenta
Decesos	DKV	santalucia	FIATC	Argenta	Caser

Base: Individuos
Nota: Aseguradoras con las que trabajen al menos el 20% de las compañías y con una nota media superior a 7,04 en las encuestas

Respecto al grado de fidelidad de los corredores hacia las aseguradoras, se decantan sobre todo por ERV, Hiscox, Markel, Arag, DKV, Surne, Berkley, XL Catlin, Cigna, Allianz, Sanitas y Chubb, que obtienen todas ellas una valoración por encima del 7 sobre 10. En 2016 solo 8 entidades alcanzaron esta nota.

El EIAC coge arraigo

Otro de los aspectos más destacados del Barómetro de Adeco de los últimos años es la inclusión en el cuestionario de preguntas para determinar el conocimiento, uso y limitaciones del Estándar de Intercambio de Comunicación (EIAC). Aunque un 84,7% sí tienen un proveedor tecnológico, esta cifra es ligeramente inferior tanto en porcentaje (85,4%), como en corredurías (de 677 a 629) de las del año anterior. Lo que sí mejora es el grado de satisfacción de las tecnológicas con el tema del EIAC. El 57% dan una puntuación por

encima del 7 sobre 10 (en 2016 fue el 51,2% de los encuestados), con una nota media de 7,04 sobre 10.

También ha aumentado en un 13% el número de encuestados que afirma que su proveedor tecnológico le ha informado de que su correduría puede realizar la comunicación utilizando el estándar EIAC. De estos, solo lo utilizan el 53,6%. Los que no lo usan, explican como principales causas a que tienen que hacer ajustes en los sistemas (el 22%, eso sí, la mitad de los que aducían este motivo en 2016); prefieren esperar a que se consolide (20%); o las compañías con las que más trabaja no lo tienen disponible (5%).

Sobre el canal que utilizan los asociados de Adeco para comunicarse con sus clientes de empresas, cuestión que fue incorporada por primera vez en el Barómetro de 2016, ha experimentado un crecimiento considerable el trato personal, que ha pasado del 44,1% al 50,5%. Por el contrario, la vía telefónica, usada por el 69,3% de los encuestados ha experimentado un descenso de más de tres puntos (72,9% en 2016). El canal digital, online o email sigue siendo el prevalente, ya que es empleado por el 79,6% y sigue en ascenso (el ejercicio anterior fue el 78,1%).

Finalmente, se abordó el uso que las aseguradoras hacen de los datos de los clientes para cosas diferentes a la razón por la que se aportan. Ha crecido la percepción de que las compañías los usan frecuentemente o con bastante frecuencia para otros temas (del 30,4% al 34,1%).

AITANA PRIETO

Aunque un 84,7% tienen un proveedor tecnológico para el EIAC, esta cifra es ligeramente inferior tanto en porcentaje (85,4%), como en corredurías (de 677 a 629) de las del año anterior

Las aseguradoras que quieren ganar negocio, **APUESTAN** por los corredores

**XVII Encuentro Nacional de
Corredores/Corredurías**

En la mesa redonda celebrada en el XVII Encuentro Nacional de Corredores/Corredurías con representantes de los mediadores quedó claro que existe una apuesta decidida por los corredores por parte de las aseguradoras porque resultan más rentables. Es un canal relevante para las entidades que quieren ganar negocio.

En esta ocasión la conferencia inaugural del XVII Encuentro Nacional de Corredores/Corredurías, que se celebró en la 25 Semana del Seguro organizada por Inese, la realizó Raúl Casado, subdirector general de Ordenación y Mediación en Seguros de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP). Casado recordó que a mediados de febrero se aprobó el retraso de la entrada en vigor de la Directiva de Distribución hasta el 1 de octubre, pero que la fecha límite para su transposición es el 1 de julio de 2018.

Tras hacer un repaso por las principales cuestiones de la Ley de Mediación entre las que figura la inclusión de las compañías de seguros como mediadores; la regulación del seguro de vida ahorro; y se homogeneiza la RC del agente vinculado con la del exclusivo, antes era diferente en ambas figuras. En cuanto a la gobernanza de

El 1 de octubre entrará en vigor la Directiva de Distribución, pero la fecha límite para su transposición es el 1 de julio de 2018

productos dijo que se tendrá en cuenta cómo se diseña y se determina el mercado objetivo.

Asimismo, Casado hizo referencia al desarrollo reglamentario para la formación en el ámbito de la distribución. La idea es potenciar la formación continua. Ahora está en 500 horas para el curso del grupo A y de 30 a 60 horas de formación continua. Pero se plantea que se flexibilice para que se repartan las horas y se realice más formación continua.

Por otro lado, el representante de la DGSFP, señaló que se va a llevar a cabo una modificación de la Documentación Estadístico Contable (DEC).

A nivel europeo se va a trabajar en la actualización de los seguros de RC de los corredores. Será allí donde se establezcan las cantidades (antes era a nivel nacional).



Juan Manuel Blanco, Martín Navaz, Elena Jiménez de Andrade y Maciste Argente.

Evitar 5 errores en la venta

Posteriormente, Cesar Piqueras, CEO de Excelitas Global, explicó los 5 errores que cometemos al comercializar seguros.

1^{er} error: No motivar al cliente hacia la compra.

Hay que motivarle para que sea él el que venga a nosotros. De esa forma, la venta es más fácil. Se genera confianza, captas sus necesidades y presentas soluciones. Los vendedores tienen que presionar menos y seducir más.

2^o error: Utilizar un lenguaje inadecuado. Nuestro lenguaje genera una experiencia en el cliente de la que muchos comerciales no son conscientes. Si no hacemos que el cliente se siente seguro, no comprará. La palabra más importante para una persona es que conozcas su nombre. Sin embargo, la palabra 'pero' hay que quitarla de nuestro lenguaje.

La actualización de las cantidades de los seguros de RC de los corredores se realizará a nivel europeo (hasta ahora era a nivel nacional)

3^{er} error: Ponerse en contra del cliente. Hay que gestionar adecuadamente sus objeciones, que son el principio de la venta. Para ser más hábiles en gestionarlas, hay que escuchar las objeciones e investigar sobre ellas (preguntarles ¿a qué te refieres exactamente cuándo dices que no es buen momento?). Hay que hacer que el cliente hable. Porque será más fácil poder convencerle.

4^o error: No cerrar adecuadamente la venta. Si te cuesta mucho cerrar una venta es porque no has sabido motivar al cliente. Si motivas al cliente, compra. El mejor vendedor es aquel que da el cierre por hecho desde el principio. El momento del cierre requiere de algo más de presión que el resto del proceso (sin que sea evidente). Cuando vayas a cerrar una venta hay que recordar mantener la mirada fija, tener la postura fija y seguridad. Es

Propuestas de valor para los corredores



JESÚS DE LA MATA, director gerente de Agrupación del Covenio RC de Corredores: “Ofrecemos la solvencia y seguridad de la agrupación con las principales 19 compañías que cubren la RC. Aportamos independencia”.



ANTONIO JIMÉNEZ, director de Corredores de AXA Seguros: “La estabilidad, competitividad y calidad de servicio es nuestro compromiso con los corredores. Es el momento de crecer y hemos decidido innovar con fuerza los productos de los corredores. Nuestro compromiso se le entrega por escrito al principio de cada ejercicio”.



FRANCESC RABASSA, director general de CA Life: “Aportamos innovación y creatividad al servicio de la mediación. Queremos identificar oportunidades y poner proyectos en marcha y

ejecutarlos para alcanzar las metas esperadas”.

FERMÍN RIAÑO, director del área Canal Corredores



de Generali:

“Los cambios no nos deben asustar si formamos equipo y los realizamos juntos. La tecnología de la compañía está compartimentada para cada canal. En Generali tenemos mucha información que permite a los corredores crear unos contactos más fructíferos con los clientes”.

JULIÁN TRINCHET, subdirector general del Canal Corredores de



Mapfre: “Estamos trabajando por la mediación

del futuro. Nos basamos en tres pilares: transformación digital, que permitirá ganar en efectividad; Propuesta de valor, más importante aún en un futuro en el que el cliente está conectado y quiere una relación bidireccional; y solvencia, que permita dar respuesta a riesgos nuevos como los ciberriesgos, con escenarios desconocidos”.



CÉSAR CRESPO, subdirector general de Negocio de Mutua de Propietarios: “Política de innovación para

desarrollar un tipo concreto de riesgo y con una experiencia y acompañamiento profesional. La especialización produce fidelización”.

DAVID RODRÍGUEZ, director del



área de Negocio de Premaat: “Queremos ser socios a largo plazo para obtener un crecimiento mutuo. Queremos apostar decididamente por el canal corredor de seguros. Por eso toda la compañía buscará soluciones para cada proyecto. Nunca hay un no inicial”.

RAFAEL CALDERÓN, director del canal Corredores de Reale: “Aportamos valor a los



corredores, entre otras cosas, a través de los consejos consultivos donde gestionan, junto con la compañía, todos los aspectos que les preocupa y luego lo trasladamos a la dirección. Se define una estrategia junto con el corredor y para ello se ve cómo quiere desarrollarse. Para darle un mejor servicio, tenemos una estrategia descentralizada. Trabajamos mucho en la autonomía del

corredor y hacemos una oferta de valor para cada uno de vosotros”.



MIGUEL ANGEL RAMOS,

responsable del canal Corredurías de Sanitas: “Los corredores son los que mejor conocen a

los clientes y tienen mayor relación con ellos, que cada vez es más digitalizada (tarjeta digital, video consultas, análisis a domicilio, app, cita online, salud conectada...). El objetivo para 2020 es que el 25% de nuestras consultas médicas sean digitales, a través de chat, de voz o de video; que el 50% de nuestros asegurados hagan uso de nuestros servicios digitales; y que el 75% de nuestros clientes sean prescriptores”.



LUIS GONZALO

IÑIGUEZ, director de Surne Madrid-zona centro:

“Para nuestros corredores queremos rentabilizar su cartera de clientes. Lo vamos a conseguir con el incremento de los seguros personales, la mejora en el servicio postventa, disminución de siniestros y mayores ingresos a largo plazo”.

PABLO LATORRE,

director comercial y de Marketing de UM

Seguros: “La cercanía es nuestro valor diferencial (así lo demostró en un vídeo en el que diferentes corredores de seguros hablaban de la relación que les unía a esta compañía). Eso ha hecho que los corredores sean un nicho fundamental en UM Seguros, con un crecimiento de dos dígitos al día de hoy. Nuestros ejes principales son: cercanía, confianza y transparencia. Una ventaja de que la entidad esté muy pegada al corredor es que este nos indica las vías a seguir”.



conveniente presentar una doble alternativa para plantearle la hipótesis de si lo hiciera, que preferiría.

5º error: No tener la actitud adecuada.

Los gestos, palabras y tono de voz contagian, tanto si es positiva como si es negativa.

La prevención y la colaboración, claves del futuro

Más tarde, tomó la palabra Jose Miguel Rodríguez-Pardo, profesor máster actuariales de la Universidad Carlos III, para explicar los ‘Efectos de la digitalización para el sector asegurador’.

Entre otras cosas, la digitalización va a hacer que la frecuencia siniestral de Autos, Hogar, Vida y Salud se reduzca. Eso provocará que los servicios de aseguramiento se vayan cambiando por los servicios de prevención.

En cuanto a las insurtech, dijo que las 4 claves de su éxito son: Rentabilidad, proximidad, persistencia y productividad. En el negocio de seguros la distribución y el pricing (paga según consumos) se llevan la mayores inversiones tecnológicas de las insurtech.

Por otro lado, Rodríguez-Pardo dijo que “el 10% de la economía, es economía colaborativa. De hecho, en 2030 uno de cada 3 kilómetros recorridos en Europa será de economía colaborativa”. Se prevé el modelo colaborativo (gente que se junta) solo para comprar un seguro a mejor precio.



César Piqueras.

Se quiere flexibilizar el reparto de las horas de formación para potenciar la formación continua



Se va a llevar a cabo una modificación de la Documentación Estadístico Contable (DEC)

comentó que “desde Adecose no vamos a cambiar nada si sale tal como lo conocemos porque es un texto de directiva que ya trabajamos en Europa”. Sin embargo, Maciste Argente, no se muestra satisfecho con el hecho de que “no se tuvieron en cuenta muchas de las aportaciones que hicimos. En especial, no estamos cómodos con la figura del agente vinculado tal como está”.

Sobre el comportamiento que tienen las compañías con las corredurías, Elena Jiménez de Andrade afirma que “hay una apuesta más decidida por los corredores porque resultamos más rentables”. En este sentido, Navaz señala que “hay una clara apuesta de las compañías por los corredores porque somos un canal relevante si quieren ganar negocio”. A lo que Argente añade la necesidad de “normas claves del tipo de corredor con el que quieren trabajar las compañías y saber qué aportan”.

Para diferenciarse del resto de canales, se puso en valor su labor de gerente de riesgos sobre todo en las pymes. Además señalaron la necesidad de potenciar la venta de ramos como Salud, Vida o Ciberriesgos y RC, en donde surgen nuevas oportunidades tras la aplicación del nuevo baremo.

Sobre Eiac se anunció la incorporación de Siniestros este año. “Se dará una información que no se daba hasta ahora. Eso va a ser la bomba”, asegura Navaz.

Asimismo, será revolucionario el uso del internet de las cosas. En el año 2035 se prevé que haya un billón de dispositivos conectados. En seguros se utilizarán para el pago según su uso. Pagar dependiendo de cómo se vive, será la próxima forma de establecer la prima en Vida.

Presente y futuro de la mediación

La jornada se cerró con una mesa redonda moderada por Juan Manuel Blanco, director editorial de Inese, en la que participaron Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros; Martín Navaz, presidente de Adecose; y Maciste Argente, presidente de Fecor, en la que se habló del presente y futuro de la mediación.

Los representantes de las tres instituciones se quejaron de no disponer del texto final de la IDD, que no se dará a conocer hasta que no entre en el proceso parlamentario. No obstante, Martín Navaz

REVITALIZA TU NEGOCIO A TRAVÉS DEL MARKETING EMAIL



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

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

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

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



TU CORREDURÍA → **GANAR CLIENTES CON EL MARKETING EMAIL** ← **TU NEWSLETTER**

El video marketing al alcance de las pymes y emprendedores

El video marketing no está suficientemente valorado por las pymes porque el video online se asocia a Youtube, al entretenimiento y la diversión. Pero realmente se trata de una gran plataforma que puede ser aprovechada por las empresas y los profesionales que quieren atraer a su público objetivo. En Youtube se obtienen 3 billones de reproducciones cada día. El 80% de los internautas ven, al menos un video al mes. Y entre los clientes online de Páginas Amarillas, los que tienen video venden cuatro veces más que los que no lo tienen. Estas cifras indican que el video marketing puede ser una gran oportunidad para la mayoría de negocios si se aporta contenido relacionado con su sector. La idea es crear videos sencillos que den respuesta a la posible búsqueda del internauta.

La fuga de información empresarial crece un 32%

Las empresas no son conscientes de lo fácil que es perder información hasta que no ocurre. Los casos de fuga de información empresarial han crecido un 32% debido al mayor acceso a datos internos de los diferentes puestos estructurales de la compañía y al mal uso de los nuevos dispositivos digitales, como ordenadores portátiles o smartphones propiedad de la empresa.

Se quiere potenciar la presencia de los autónomos mayores de 55 en las Redes Sociales

UPTA, en colaboración con Fundstec, quieren dar prioridad a los trabajadores por cuenta propia de más edad para que se beneficien de las TIC. Para ello han creado el proyecto "Empleo 2.0". Con él se pretende potenciar el emprendimiento autónomo y la mejora competitiva de los autónomos mayores de 55 años a través del uso de las redes sociales.

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



El seguro **MEDIOAMBIENTAL**, un buen momento que hay que aprovechar

Ángel Macho, director de Negocio de Berkley España

En octubre de 2018, según una Orden Ministerial publicada a finales de 2017, un conjunto de actividades empresariales tendrán la obligación de constituir la garantía financiera de su responsabilidad medioambiental. Eso abre un mercado potencial de contratación que hasta este momento estaba supeditado a la percepción del riesgo que tenía el cliente final y que los corredores deben aprovechar.

Los daños causados al medioambiente y las consecuencias del cambio climático son unos de los principales riesgos y preocupaciones que vamos a afrontar en las próximas décadas, como así se ha indicado en el reciente Global Risk Report presentado durante el último World Economic Forum celebrado en Davos y en el que se han situado entre los principales riesgos globales al que se enfrentan las economías mundiales.

Por tanto, y a la luz de estas conclusiones no podemos sino esperar un mayor desarrollo por parte de los poderes públicos de normativas y mecanismos de protección tendentes a reducir el impacto de estos dos fenómenos.

Frente a la tendencia de años anteriores en los que en un contexto de desaceleración económica no se ha producido una aplicación efectiva de la normativa de Responsabilidad Medioambiental, observamos recientemente cómo los últimos desarrollos normativos tienden a impulsar la obligatoriedad de las garantías financieras vinculadas al potencial daño que puedan causar un incidente de contaminación o un daño al medioambiente.

Así, con fecha 30 de octubre de 2017 se publicó la esperada **Orden Ministerial APM/1040/2017** por la cual será exigible la constitución de la garantía para las actividades del Anexo III de la Ley 26/2007 que pertenecen a

los Grupos de Prioridad 1 y 2. Esta Orden Ministerial implica que un conjunto de actividades tengan ya la obligatoriedad de constituir la garantía financiera para 31 de octubre de 2018 y 31 de octubre de 2019 según su actividad, abriéndose un mercado potencial de contratación que hasta este momento estaba supeditado a la percepción del riesgo que tenía el cliente final.

A esta mayor obligatoriedad legislativa se le une un entorno de recuperación económica que permitirá a las empresas afrontar una mayor necesidad de su aseguramiento e incluso mejorar las condiciones de sus instalaciones. Lo que ayudará al impulso de este negocio.

GRAN POTENCIAL DE DESARROLLO

Por todo lo anterior, en Berkley España vemos el segmento de Responsabilidad Medioambiental como uno de los segmentos de negocio con mayor potencial de desarrollo futuro, convirtiéndose en uno de nuestros pilares de crecimiento de nuestro plan estratégico 2018-2021. Para ello, nuestra casa matriz a través de Berkley Environmental nos presta su conocimiento de casi 15 años asegurando este tipo de negocio en USA.

Este potencial que vemos para nosotros como aseguradora, entendemos que es perfectamente extensible a la mediación profesional, con claras ventajas además para aquellos que quieran focalizar esfuerzos en el desarrollo de este seguro dentro de sus carteras:

- **ASESORAMIENTO:** Se trata de un producto en el que el análisis del riesgo y recomendaciones al cliente son una de las claves, permitiendo



al mediador aportar valor a su cliente diferenciándose de sus competidores.

- **VOLUMEN:** Es un negocio cuya prima media es bastante superior al de otro tipo de seguros, rentabilizando por tanto el tiempo dedicado a la formación y venta de este seguro.
- **ESTABLE:** Una vez el cliente ha decidido contratarlo y gracias al asesoramiento, las tasas de retención son elevadas, mejorando la fidelización del cliente.
- **RENTABLE:** Aparte de una comisión atractiva, no es un seguro de frecuencia sino de intensidad de manera que el consumo de recursos administrativos para la gestión de este ramo es mucho menor que en otros.

Para poder cumplir con todo lo anterior, hemos desarrollado y lanzado al mercado la gama de seguros medioambientales Enviro (Solution y Pyme) que ponemos a disposición de nuestros

mediadores, y en el cual combinamos el conocimiento de nuestros suscriptores con la amplia experiencia de nuestra casa matriz, de manera que podemos ofrecer al mercado una solución completa con garantías novedosas como los gastos de publicidad adversa.

Además hemos desarrollado nuestro sistema de respuesta Best, puesto que lo importante, como casi siempre en seguros, es que a la hora del siniestro, el cliente y el corredor estén acompañados de una compañía especialista en la gestión de incidentes medioambientales.

Finalmente, estamos desarrollando una importante labor formativa sobre este producto con charlas presenciales, webinars y artículos técnicos como la presente serie que vamos a llevar en los próximos meses en la revista PymeSeguros.



El segmento de Responsabilidad Medioambiental es uno de los negocios con mayor potencial de desarrollo futuro

Estamos convencidos de que estamos ante una gran oportunidad y, como siempre, estamos aquí para ayudar a que nuestros clientes (los mediadores) puedan sacar el máximo provecho de la misma.

Berkley Enviro Solution

Tu mejor propuesta aseguradora para empresas que necesiten protegerse ante un posible incidente de contaminación derivado de su actividad.

- ➔ Obligatoriedad de constituir una garantía financiera (ley 26/2007)
- ➔ Coberturas opcionales y límites personalizados

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



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

Novedades de asistencia digital en un seguro de Decesos

Active Seguros ha presentado un nuevo producto, 'Asistencia Active', que es una combinación del seguro de Decesos, con sus garantías habituales, y productos de asistencia digital.



Active Seguros, con su nuevo producto pretende adelantar la edad de contratación del seguro de Decesos, ampliando sus coberturas y ligandolas a la tendencia digital de contratación de los seguros:

Por un lado, ha desarrollado una aplicación llamada Inithealth, que permite la gestión del historial médico, la geolocalización a través de una app mientras se practica deporte y el seguimiento de los parámetros de salud.

Igualmente, tratando de acercarse a los más jóvenes, incluye en este producto, el servicio dental, cobertura habitualmente complementaria al seguro de Decesos. Ofrece así, una amplia red de clínicas dentales en ámbito nacional, servicios dentales gratuitos y plan de salud bucal infantil.

La asistencia al hogar digital y la asistencia informática tecnológica, entre otras, son también coberturas incluidas en la Asistencia Active.

'Expatriate Care', una solución para las empresas con trabajadores en el extranjero

AIG lanza la póliza 'Expatriate Care' como solución para todas las organizaciones con sede en el Espacio Económico Europeo que tengan empleados expatriados por todo el mundo. Se trata de un producto flexible que puede dar soluciones asumibles a empresas de todo tipo, desde pymes hasta grandes corporaciones.

La póliza permite elegir entre distintos niveles de cobertura. Así, el plan básico incluye: gastos médicos de hasta dos millones de euros al año, acceso 24 horas a un centro multilingüe los 365 días del año, red de hospitales mundial (y pago directo a los hospitales y centros médicos siempre que sea posible), paquete de asistencia, que incluye asesoramiento médico telefónico y la opción de una segunda opinión médica, cobertura para evacuación política, responsabilidad civil y asistencia legal, además de acceso online tanto a la póliza como a los siniestros. De forma opcional, se puede

contratar: tratamiento dental y visión, accidentes personales, efectos personales y viajes de placer.

La edad máxima para la contratación de esta póliza es de 65 años, pero se puede permanecer en ella hasta los 75. También es posible asegurar a los menores de 23 años que dependan y convivan con el asegurado. La cobertura abarca todo el mundo excepto Estados Unidos.



Nuevas emisiones de 'Primactiva Plus'

AXA ha lanzado dos nuevas emisiones de 'Primactiva Plus': 'AXA Best Selection' y 'Premium 2026'. La primera de ellas es una nueva opción de inversión referenciada al índice Best Selection, y la segunda está vinculada a la evolución de tres acciones europeas líderes en su sector. Ambas se comercializarán hasta el próximo 20 de abril o hasta agotar la emisión.

Desde la creación de 'Primactiva Plus Best Selection', en septiembre 2011, el índice se ha revalorizado en más de un 133%. Se invierte en una cesta diversificada de fondos de inversión y está diseñado con el objetivo de controlar el riesgo, ajustando en cada momento su exposición en función de la volatilidad; es decir, de la variación del precio del activo. En niveles altos de volatilidad la exposición a la cesta de fondos se reduce y viceversa en situaciones de baja volatilidad. El capital tiene un nivel de protección del 85% en la fecha de vencimiento final, en 2023.

Mientras que 'Premium 2026' se presenta como la inversión perfecta a medio plazo. Se referenciada a la marcha en bolsa de Total, Iberdrola y Amadeus, y ofrece una protección a vencimiento del 100% del capital. Se trata de una solución de inversión a ocho años. Cada uno de ellos genera un cupón fijo del 0,10%, y anualmente, si las tres acciones están iguales o por encima del valor inicial, un cupón adicional del 3,30%.

En ambas soluciones de inversión los rendimientos generados sólo tributarán en el momento que se decida hacer líquida la inversión. Además, cuentan con una garantía de fallecimiento de 600 euros.



'Ruta 175', un seguro de Vida-Riesgo atractivo para los jóvenes

Mapfre ha lanzado 'Ruta 175', un nuevo seguro de Vida-Riesgo Individual con una prima única renovable todos los años, como solución ante el fallecimiento por cualquier causa y especialmente atractiva para jóvenes entre 20 y 40 años.

Además de la cobertura principal de fallecimiento por cualquier causa, ofrece una indemnización de hasta 10.000 euros en caso de diagnóstico de un cáncer de mamá o de próstata para que el asegurado pueda mantener su nivel de vida hasta que se recupere. También permite realizar vídeo consultas y contactar con un médico desde cualquier lugar, entre otros servicios de telemedicina.

'Ruta 175' ofrece, asimismo, servicios de protección digital como asistencia remota, localización de dispositivos, análisis de vulnerabilidades o gestión de la huella digital, entre otros.

'PIAS Elección', un nuevo unit linked a prima periódica

Mapfre refuerza su apuesta por los seguros de Vida-Ahorro con el lanzamiento de 'PIAS Elección', un unit linked a prima periódica que permite ahorrar de forma sistemática, sin fecha de vencimiento y con flexibilidad en las aportaciones que se vayan realizando.



'PIAS Elección' permite cambiar de fondo de inversión para el destino de las aportaciones periódicas si así se desea, y puede ser complementario a las aportaciones al plan de pensiones o PPA.

Dependiendo del nivel de riesgo que el cliente quiera correr y del plazo de la inversión, podrá elegir entre cuatro modalidades diferentes: 'FondMapfre Elección Prudente'; 'FondMapfre Elección Moderada'; 'FondMapfre Elección Decidida'; y 'FondMapfre Global'.

A partir de los cinco años, el cliente puede rescatar su ahorro en forma de rentas vitalicias sin tributar por las plusvalías obtenidas en este producto y gozará de la fiscalidad bonificada de las rentas vitalicias de acuerdo a su edad.

Este seguro se puede contratar a partir de 40 euros al mes (máximo 8.000 euros anuales) y se puede rescatar transcurrido un año desde la fecha de contratación de la póliza sin penalización. Además, si durante cinco años el cliente realiza todas sus aportaciones de primas periódicas comprometidas, percibirá el 1,5% en tréboles (1 trébol, 1 euro) de la suma total de sus primas pagadas durante esos cinco años. Esos tréboles podrá canjearlos por descuentos en la renovación de cualquiera de sus seguros.



Responsabilidad Civil de asociaciones culturales y clubes deportivos

Boix Brokers Consultores ha desarrollado junto a Hiscox una solución específica para cubrir la RC de Asociaciones Culturales y Clubes Deportivos. Dicho producto ofrece una protección integral, tanto a la asociación como a la directiva.

El producto, denominado 'RC Asociaciones y clubes 360', da cobertura integral para la Responsabilidad Civil, con cobertura al voluntario y datos personales y Responsabilidad Civil de gerentes y se comercializa en www.mercaseguros.com.

Esta propuesta, cubre frente a las posibles reclamaciones de terceros por daños materiales o personales durante el transcurso de las actividades, así como los daños personales de aquellos que trabajan para la asociación o club. También ofrece cobertura frente a reclamaciones por negligencias o errores y por incumplimiento de la Protección de Datos. El producto se completa con cobertura ante reclamaciones a directivos del club.

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduñas



Información especializada

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

Dirigida a corredores

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

Buscamos la participación

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

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



Se plantea la posibilidad de elegir si se quiere **ampliar a toda la vida laboral el cálculo de la pensión**

Los trabajadores que quisiesen podrían calcular su pensión de acuerdo con la cotización de toda la vida laboral, en lugar de los últimos 21 años, que es como está en este ejercicio el llamado periodo de cómputo.

Se trata de una propuesta que ha hecho el Partido Popular y, por lo tanto, el Gobierno, a la comisión parlamentaria del Pacto de Toledo. De esta forma, el Ejecutivo quiere compensar a quienes, en los últimos años de su vida laboral, pierden el trabajo por prejubilaciones y, por ello, en muchos casos cotizan menos a la Seguridad Social.

Como se recordará, en 2013, cuando entró en vigor la reforma de la Seguridad Social de 2011, el llamado periodo de cómputo de la cotización obligatoria para calcular la pensión se está ampliando paulatinamente desde los 15 a los 25 años.

Hay que tener en cuenta que en la mayoría de los países del euro ya es obligatorio este periodo de cotización.

Debate en el Congreso de la **homologación de los mercados españoles a MiFid II**

El Pleno del Congreso debatió a primeros de febrero el decreto ley que traspone la directiva comunitaria MiFid II que homologa el funcionamiento de los mercados financieros en España a los estándares internacionales.

La norma, aprobada en el último Consejo de Ministros de diciembre y en vigor desde el 3 de enero, introduce nuevos requisitos en materia de gobierno corporativo para los órganos rectores de los mercados en cuanto a nombramientos y conflictos de interés y endurece el régimen sancionador de la nueva normativa, al elevarse las sanciones máximas desde 600.000 euros hasta 5 millones.

Esta trasposición parcial de la directiva comunitaria, que ahora el Congreso debe convalidar o en su defecto derogar, evita que los intermediarios financieros consideren que los mercados españoles no cumplen con los requisitos que establece MiFid II, lo que podría provocar que optasen por operar en otros mercados.

El texto incluye las normas de organización y funcionamiento de los mercados regulados, de los sistemas multilaterales de negociación (SMN) y de los sistemas organizados de contratación (SOC), una figura de nueva creación, así como algunas disposiciones relativas a facultades de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) que afectan a todos los tipos de mercados.





Aproximadamente 5 millones de contribuyentes, que son aquellos de los que la **Agencia Tributaria** tiene toda su información fiscal, podrán presentar su declaración de la renta a través de una aplicación en el móvil. Así lo ha confirmado Rufino de la Rosa, director del departamento de gestión de la agencia. La app empezará a funcionar el 15 de marzo, aunque no se podrá presentar la declaración de la renta hasta el 4 de abril.

La Agencia Tributaria crea una app para hacer la declaración de la renta por el móvil

En este 2018 dejarán de enviarse SMS, con el número de referencia y con los avisos que podrán recibirse en la app. La aplicación permitirá no solo gestionar las declaraciones del contribuyente, sino también de sus allegados y familiares.

Desde el 15 de marzo estarán disponibles los datos fiscales de los contribuyentes a través de la App y desde la web de la Agencia Tributaria. También se comenzarán a enviar por correo los datos fiscales, el número de referencia y la información de los servicios de asistencia a los contribuyentes.

Incorporar todo el talento femenino incrementaría en 156.000 millones el PIB

La incorporación íntegra del talento femenino en las empresas supondría un aumento de más de 156.000 millones de euros del Producto Interior Bruto (PIB) de España, cifra suficiente para hacer frente al pago de las pensiones de los españoles, que en 2017 supuso un coste de 139.647 millones de euros.



El secretario de Estado de Servicios Sociales e Igualdad, Mario Garcés, ha señalado que el PIB en España “podría crecer en torno al 14%” si se incorporara “íntegramente” el talento femenino. Lo que supondría un aumento de 156.520 millones de euros.

En este sentido, Ana Bujaldón, presidenta de la Federación Española de Mujeres Directivas, Ejecutivas, Profesionales y Empresarias (Fedep), ha hecho hincapié en que aprovechar “el 100% del talento femenino es una de las claves para aumentar la competitividad de nuestras empresas y para impulsar nuestra economía”.

Para evitar el desperdicio del talento femenino, Bujaldón apuesta por “seguir trabajando por la igualdad de oportunidades” entre hombres y mujeres, así como empezar los cambios “desde la educación. Hay que educar a nuestros niños en un desarrollo personal y académico sin estereotipos. En las empresas, los planes de igualdad son una herramienta muy útil para aprovechar el talento femenino, aunque es insuficiente su implantación y cumplimiento”, ha precisado.



El Consejo de Ministros aprobó el 9 de febrero un Real Decreto “que permitirá a las personas que ahorran en planes y fondos de pensiones recuperar todo o parte de lo ahorrado a partir de los 10 años de la aportación”. Además, se han rebajado las comisiones que los ahorradores pagan a las entidades gestoras.



Las personas con planes y fondos de pensiones podrán rescatarlos a los 10 años

A partir de 2025 se podrán hacer líquidas las aportaciones que tengan al menos 10 años de antigüedad, es decir, las realizadas hasta 2015.

Hay 8 millones de partícipes que, por una u otra vía, se van a beneficiar: bien por la posibilidad de rescatar su plan de pensiones más rápido y sin limitaciones, bien por la rebaja de las comisiones, según apuntan fuentes gubernamentales.

La rebaja media de las comisiones que cobran los gestores de los planes de pensiones será de 0,25 puntos porcentuales: del 1,5% al 1,25% anual. Pero las mejoras diferirán según el tipo de comisión. La de los planes de renta fija descenderá con mucha fuerza, desde el 1,5% a 0,85%.

La comisión para los mixtos se reducirá del 1,5% al 1,3%. Y la de los planes de renta variable se mantendrá en el 1,5% al año. La comisión de depositaría se aminora también, de 0,25% a 0,20%. Éste es un pago que se realiza por el mero mantenimiento del plan en una entidad.

Un 12% de los jubilados cobrarán la pensión más años de los que han cotizado

De los 5,7 millones de pensiones de jubilación vigentes a mediados del pasado año, alrededor de 719.500 correspondían a pensionistas que habían cotizado 20 años o menos. Si se tiene en cuenta que el periodo medio de cobro de una pensión roza la veintena de años, podría decirse que poco más de un 12% del total de beneficiarios de una pensión de jubilación en España estarían más tiempo cobrando que cotizando.

Y este porcentaje sería aún menor si se analizan solo las nuevas pensiones de jubilación que se dan de alta. Entre los nuevos jubilados, aquellos que han cotizado 20 años o menos no llegan al 8%.

Dentro de las nuevas altas de jubilación en el sistema, el peso de quienes han cotizado más de 35 años al régimen de asalariados es aún mayor, del 72%.

En cambio, entre los trabajadores autónomos estas largas carreras de cotización son mucho más escasas. Solo cuatro de cada diez pensiones de jubilación vigentes (el 43%) son de autónomos que hayan cotizado más de 35 años a la Seguridad Social.





Fiatc Seguros crece casi un 7% en 2017

Fiatc Mutua de Seguros ha cerrado 2017 con un volumen de negocio de 577 millones de euros en primas, (un 6,96% más que el ejercicio anterior) y un beneficio obtenido después de impuestos de 7,22 millones de euros, un 133,32% superior al de 2016.

El patrimonio de Fiatc se ha visto incrementado en 17,6 millones de euros como consecuencia del beneficio neto del año, el fondo mutual y a otros conceptos positivos de balance. Destacan los incrementos en Vida (12,71%), Automóviles (7,85%), Hogar (7,67%), Decesos (6,98%) y Salud (2,42%).

El efecto de la absorción de la cartera de Metrópolis es poco significativo tanto en volumen de primas como en resultados porque se ha producido la integración en los dos últimos meses del año.

El conjunto de todas las empresas del Grupo han obtenido resultados globales muy satisfactorios, mejorando el del pasado ejercicio, según la compañía.

Por otra parte, su producto de Decesos 'Gestisep' ha mejorado la prima de sus garantías opcionales de Repatriación y Residentes españoles en el extranjero. Con la reducción de esta prima, la ase-

guradora busca incrementar las ventas en dos segmentos de mercado que han ganado importancia en los últimos años: los españoles que se desplazan al extranjero por estudios o trabajo y las personas que llegan desde otro país.

Además, ha incorporado la nueva cobertura Gestisep Chat Médico, que pone a disposición de sus asegurados de Decesos la posibilidad de contactar en su móvil por chat con médicos de distintas especialidades y otros profesionales de la salud.

El nuevo servicio se ofrece a través de una app móvil, que permite al asegurado realizar consultas ilimitadas con respuesta inmediata y enviar archivos adjuntos para una mejor orientación médica (como informes, análisis, estudios, radiografías...), todos los días, las 24 horas y sin coste adicional. La aplicación también permite al asegurado mantener un historial médico simplificado.



Enrique Bru refuerza el equipo de Construcción e Ingeniería de RSA España

RSA España, sucursal en España del grupo asegurador británico RSA, ha nombrado a Enrique Bru Construction & Wholesale Leader.

Bru, que será responsable dentro del departamento de Construcción & Ingeniería (C&E) de gestionar las carteras de Construcción y de Wholesale, se incorporó a RSA España en 2010.

AXA garantiza en 2018 “estabilidad, competitividad y servicio a los corredores”

AXA ha reunido en Madrid a casi 150 corredores de seguros en su Convención Anual de Corredores Partners, en la que cada año presenta las novedades y las líneas prioritarias para el ejercicio. En esta ocasión, Antonio Jiménez, director del Canal Corredor ha aprovechado para recordar la garantía, formal y por escrito, de “estabilidad, competitividad y servicio” que la compañía ha realizado a la mediación independiente.



Luis Sáez de Jáuregui, director de Distribución y Ventas de AXA España defendió el papel de los corredores, como “garantes de los intereses de sus clientes”, al tiempo que recordaba que “AXA apuesta fuerte por la mediación profesional independiente”, subrayando los principios fundamentales de “máximo respeto a la posición mediadora y a los datos del cliente del corredor”. Sáez de Jáuregui hizo hincapié en que “AXA es una compañía para y por la mediación profesional, donde un 45% de las primas están en manos de agentes exclusivos y otro 45% está en mano de corredores profesionales”.

Durante la jornada, los corredores conocieron de primera mano los proyectos y novedades tanto de productos como de servicios, al tiempo que se reforzó la apuesta por la conectividad, proyecto en los que la

seguradora ha invertido más de seis millones de euros.

Por otro lado, AXA ha puesto punto y final a las convenciones territoriales comerciales en las que cada mes de enero hace balance comercial del año cerrado y presenta las novedades tanto en productos como en servicios, a la vez que los principales objetivos del año que acaba de comenzar.

Luis Sáez de Jáuregui, destacó que en 2018 crecerán “con fuerza y ambición tanto en el negocio de Vida como en No Vida”.

Las convenciones comerciales han servido de escenario para dar a conocer las principales líneas comerciales para el ejercicio centrados en “convertir a AXA en la compañía preferida” de la mediación profesional, mejorar la vinculación de los clientes

y atraer nuevo negocio. Para ello, la aseguradora apostará fuerte por la innovación, calidad de servicio y estabilidad en todos los negocios.

En otro orden de cosas, AXA sigue apoyando “Impulsando tu empresa”, un roadshow que pasará en 2018 por 16 ciudades y que permitirá a las compañías participantes compartir mejores prácticas con el sector empresarial. En concreto, la aseguradora se centrará en la importancia de la protección y la ciberseguridad.

Por último, señalar los últimos nombramientos de la aseguradora: Ángela Milla ha sido nombrada nueva directora de Salud, en sustitución de Jorge Paricio. Milla, con más de veinte años de experiencia en el sector asegurador, era desde 2013 directora de la Unidad Digital Business y Canal Directo.



Actuaria de formación y máster en Administración de Empresas Aseguradoras y Financieras por la Universidad de Barcelona, Milla ha tenido, entre otras responsabilidades, las de directora en la Región Mediterránea y Latinoamérica de Digital Business & Multiaccess; directora de Marketing Digital en AXA España; y responsable de Planificación y Proyectos Estratégicos.

Asimismo, AXA Corporate Solutions España, entidad encargada de la gerencia

de riesgos y seguros No Vida, Responsabilidad Civil y Specialties (Transportes, Aviación y Espacial) a las grandes corporaciones en España ha anunciado el nombramiento de Diego Berte como director de Desarrollo de Negocio y Relaciones Institucionales, con el objetivo de reforzar su estructura ante el crecimiento vivido en los últimos años. Berte, hasta la fecha suscriptor de Responsabilidad Civil de la entidad y Director Comercial para Cataluña y Baleares, se

encargará de las relaciones con los clientes y brókers, al tiempo que con las principales organizaciones e instituciones del mercado asegurador español.

Anteriormente, ha trabajado en las oficinas de AXA Corporate Solutions de París, Madrid y Barcelona, donde ha desempeñado diversos cargos de responsabilidad. Con este nombramiento, pasa igualmente a formar parte del Comité de Dirección de la entidad en España.

Liberty Seguros entra en el ramo de Decesos

Liberty Seguros va a comenzar su andadura en el ramo de Decesos contando con el apoyo y experiencia de Preventiva Seguros. La entidad cuenta ya con la autorización del producto por parte de la DGSFP y lanzará al mercado en el primer semestre de 2018 su nuevo producto, 'Liberty Decesos', que empezará a comercializar a través de los distintos canales de distribución.

“Para nosotros, comenzar en el ramo de Decesos es un paso importante y emocionante, ya que nuestra estrategia de diversificación y nuestro afán por cubrir las necesidades de nuestros clientes, nos exigen continuar avanzando en la comercialización de nuevos productos para mejorar nuestra oferta, tanto a mediadores, como a clientes”, señala Isabel Martín de Vidales, Product Manager de Vida de Liberty Seguros.

Por otro lado, la aseguradora ha celebrado su Convención Nacional de Mediadores 2018, en donde se ha hecho balance del ejer-

cicio 2017, analizando los resultados obtenidos y estableciendo los planes estratégicos para 2018.

La Convención giró en torno al “Back to Basics”. Para avanzar, se dijo que la entidad debe tener en cuenta aquello por lo que los mediadores les han valorado siempre: todo aquello que tiene que ver con el trato persona a persona, un trato cercano y sin prisas, pero al mismo tiempo sirviéndose de la tecnología, poniéndola a su disposición para hacer el día a día de los corredores más sencillo.



CNP Partners adapta su estructura interna a un nuevo modelo sustentado en las unidades de negocio de Ahorro y Riesgo

CNP Partners ha puesto en marcha un nuevo modelo organizativo sustentado en dos unidades de negocio, Riesgo y Ahorro, que serán lideradas por María Pilar Castillo y a Juan José Velasco. “Nuestros canales de distribución y clientes reclaman soluciones de ahorro e inversión cada vez más completas y diseñadas a medida. Para dar respuesta a estos crecientes requerimientos necesitábamos dotarnos de un modelo más flexible donde la organización de los recursos y las responsabilidades favorecieran la innovación y la rapidez de respuesta, ha afirmado Santiago Domínguez, director general adjunto de la aseguradora.



40

Cada una de las unidades de negocio, denominada LOB (Line Of Business), está conducida por un responsable con amplios poderes de decisión sobre la misma, que reporta directamente a la dirección general adjunta de la compañía, y que cuenta dentro del propio LOB con todas las competencias y recursos necesarios de las distintas áreas de la aseguradora.

María Pilar Castillo se incorpora como directora del LOB de Riesgo. Es diplomada en Seguros por la Escuela Profesional del Seguro y cuenta con 27 años de experiencia profesional en el sector asegurador, en el que ha desempeñado puestos de responsabilidad técnico-comerciales en el ramo de Vida y en reaseguro.

Juan José Velasco se incorpora como director del LOB de Ahorro. Actuario y licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales

por la Universidad Complutense de Madrid, ha realizado además un Programa de Alta Dirección, un máster Executive en Asesoría Fiscal y un máster en E-commerce y Venta Online y cuenta con la certificación European Financial Advisor (EFA) por EFPA España. Cuenta con 23 años de experiencia profesional en el sector asegurador, desempeñando puestos de responsabilidad en el ámbito técnico actuarial y en áreas de marketing, negocio y desarrollo de productos en el ramo de seguros de Vida y Accidente, y planes de pensiones.

El nuevo modelo organizativo de CNP Partners está orientado a mejorar la eficiencia al concentrar recursos específicos a tareas especializadas. Asimismo, permitirá implantar procesos de trabajo más eficaces e innovadores, y dotar a la entidad de una mayor flexibilidad operativa y cercanía con sus distribuidores, así como de



en una mayor rapidez en la búsqueda de soluciones óptimas para los clientes.

Por otro lado, la aseguradora ha adquirido una participación mayoritaria en el capital de **iSalud**, comparador e intermediario de seguros líder en la distribución digital de seguros de Salud individuales en España.

Con esta inversión de aproximadamente 30 millones de eu-

ros, CNP Partners alcanzará progresivamente el 60% de las acciones de iSalud a principios de 2019. Esta inversión también reforzará la capacidad financiera de la insurtech española para su desarrollo.

En 2017, la insurtech ha sumado más de 30.000 nuevos clientes y ha prestado servicios a una cartera de 90.000 pólizas, generando aproximadamente de 7 millones de euros en ingresos.

El 30% de las empresas contratará un seguro de ciberriesgos en 2018

El 30% de las empresas españolas tiene previsto contratar un seguro de ciberriesgos en este año, según 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.

En esta edición se confirma que España es el país con mayor porcentaje de previsión de contratación de este tipo de seguros de los analizados, frente al 26% de Holanda, y al 25% de Estados Unidos, Gran Bretaña y Alemania.

Para las empresas españolas, el papel de las aseguradoras especializadas en ciberseguridad va más allá de ofrecer una cobertura económica ante un posible ataque, señalado por el 34% de los encuestados. El motivo principal por el que las compañías

contratan este tipo de pólizas, es sobre todo, por su experiencia en este ámbito, indicado por el 35%, ofreciendo unos conocimientos adicionales que la compañía no dispone.

Haciendo un análisis en función del tamaño de la corporación, la postura de las pymes en lo que se refiere a la previsión de contratación de un seguro en 2018 está muy dividida: 1 de cada 3 (31%) planea contratarlo (frente al 27% de las grandes empresas), mientras que también 1 de cada 3



(32%) no tiene previsto hacerlo (frente al 10% de las grandes corporaciones).

Finalmente, en España 1 de cada 4 corporaciones (25%) no tiene previsto contratar ningún seguro de ciberriesgos en 2018.

El Grupo Arag facturó un 11,6% el año pasado

El Grupo Arag ha superado la barrera de los 140 millones de euros en facturación de seguros (Arag SE España y Portugal e Interlloyd). Esta cifra representa un crecimiento del 11,6% y más de 14 millones de euros respecto al año anterior.

En relación al crecimiento por canales, Seguro Directo ha superado por primera vez los 100 millones de euros, llegando a los 106,4 millones. Una cifra que representa un crecimiento del 12,4% (11,7 millones). Agentes y corredores han crecido un 6,8%, Grandes Cuentas un 15%, Venta Directa un 19,6% y los Grandes Distribuidores de Asistencia un 21,2% respecto al ejercicio anterior. Portugal ha aportado 0,7 millones de euros, lo que representa un incremento del 16,6% y más de 100.000 euros respecto a 2016.

Por ramos hay que decir que, al igual que en años anteriores, Asistencia en Viaje ha aportado la mayor parte del crecimiento (11,6 millones de los 14,5), mientras que Defensa Jurídica ha sumado 3,2 millones. El fuerte empuje de Asistencia en estos últimos años, muy favorecida por la recuperación del turismo, ha hecho que ya represente un 45% del total del negocio asegurador, cuando en el 2015 era del 36%. En cuanto a Defensa Jurídica, el liderazgo se ha reforzado todavía más y se han superado los 70 millones, con un crecimiento del 4,7%.

Por otra parte, la aseguradora ha celebrado su Convención de Ventas donde la directiva de la compañía realizó un balance del año 2017, analizando los resultados obtenidos, y desgranando las claves estratégicas del negocio de 2018. El encuentro también se centró en la labor que la compañía está llevando a cabo para mejorar la experiencia de sus mediadores.



Sanitas impulsará su seguro de Salud digital

Sanitas y la tecnológica HealthTap han alcanzado un acuerdo estratégico, mediante su compañía matriz, Bupa, para evolucionar 'Blua', el seguro de Salud digital de la aseguradora.

El consejero delegado de Sanitas y de la unidad de mercado Europa y Latinoamérica de Bupa, Iñaki Ereño, afirma que "la transformación digital es clave para mejorar la experiencia de cliente y construir la medicina del futuro".

La alianza con HealthTap prepara a Sanitas para el año 2020 cuando estiman que "el 25% de las consultas serán digitales por vídeo, voz o chat", afirma el CEO de Sanitas.

En la actualidad, más de 245.000 clientes de Sanitas cuenta con la cobertura de 'Blua'.



Mapfre ingresa un 2,9% más en 2017

Los ingresos de Mapfre en 2017 ascendieron a 27.984 millones de euros, lo que supone un incremento del 3,3% respecto al año anterior, y las primas superaron los 23.480 millones de euros, con un crecimiento anual del 2,9%. El beneficio neto del Grupo fue de 701 millones de euros, lo que representa un descenso del 9,7%, debido al coste extraordinario de las catástrofes naturales registradas en 2017, cuyo impacto neto en el beneficio ha sido de 126 millones de euros.

“Hay muy pocas compañías capaces de encajar en sus resultados un riesgo catastrófico tan extraordinario como el que hemos vivido en 2017 que, para Mapfre supuso gestionar dos terremotos y tres huracanes. Cerrar el ejercicio con un resultado superior a los 700 millones de euros es una muestra de la capacidad y solvencia de Mapfre, y del acierto que estamos registrando con nuestra estrategia basada en el crecimiento rentable, que compensa este tipo de eventos extraordinarios”, ha señalado Antonio Huertas, presidente de la compañía.

Es destacable la buena evolución del negocio en España, así como el comportamiento de la actividad reaseguradora, que pese al impacto de las catástrofes mantiene un ratio combinado del 94,8% y aporta al beneficio 163 millones de euros.

El área regional Iberia (España y Portugal), incrementó su negocio un 3,8%, hasta obtener unas primas de 6.960 millones de euros. Es importante destacar la evolución del negocio en España, que crece casi un 4%, hasta los 6.821 millones de euros y la positiva evolución del ratio combinado, que mejora en el último año 0,8

puntos porcentuales, hasta el 93,4%. El seguro de Automóviles creció un 3,2%, hasta los 2.235 millones y su ratio combinado se sitúa en el 90,8%. El

negocio de seguros generales se incrementó un 2,8%, hasta los 1.653 millones de euros, mientras que el ramo de Salud y Accidentes registró un crecimiento del 4,7% y al cierre del año las primas ascendieron a 549 millones de euros.

El negocio de Mapfre Vida, por su parte, creció un 4,7%, hasta los 2.257 millones de euros de primas. El patrimonio de los fondos de inversión creció en un 15,3% (casi 500 millones de euros), hasta los 3.700 millones, mientras que los fondos de pensiones aumentaron un 8,5% (casi 400 millones) y al cierre de 2017 el patrimonio ascendió a 5.082 millones de euros.





Pelayo incrementa un 6% su beneficio neto en 2017

La facturación de **Pelayo** en 2017, matriz del Grupo, se ha situado en 374,1 millones de euros, con un ligero descenso de un 1,3% respecto a 2016. La cartera total de pólizas es superior a 1,4 millones, con un volumen de clientes próximo a 1 millón. El beneficio neto ha alcanzado los 2,6 millones de euros, lo que supone un aumento de un 6% sobre los 2,5 del ejercicio anterior.

La mutua mantiene un excelente nivel de solvencia, situándose 3 veces por encima de la cuantía exigida. El capital disponible se ha situado en 396,1 millones de euros.

La facturación de Autos, la más importante para Pelayo, se encuentra en 312,3 millones de euros (con un ligero descenso del 1,6%) y 875.405 pólizas.

El ratio de siniestralidad se ha situado en el 71,3%, frente al 70,7% de 2016. Este ligero incremento se debe en parte al efecto del nuevo baremo que ha supuesto un incremento en las indemnizaciones.

Para el ejercicio 2018 los objetivos estratégicos prioritarios se enfocan en la fidelización y el incremento del número de pólizas

y coberturas por cliente. Asimismo, se continúa trabajando para mejorar el margen técnico en todos los productos, reduciendo gastos para conseguir ganar en competitividad.

La compañía de Vida, de la que Pelayo es socio al 50% con Aviva, ha alcanzado un beneficio neto de 2 millones de euros (un 57,1% más) y una facturación de 13,1 millones.

44

Omnia Medioambienta distribuirá soluciones de Responsabilidad Medioambiental de XL Catlin

La agencia de suscripción **Omnia Medioambienta** y la operación de seguro de **XL Catlin** en Iberia han cerrado un acuerdo de colaboración que incrementa la distribución de coberturas de Responsabilidad Medioambiental de la agencia de suscripción en el territorio nacional.

“El acuerdo a largo plazo con XL Catlin afianza nuestra posición de liderazgo y especialización en riesgos medioambientales, y nos permitirá ampliar nuestra oferta de productos multi-ramo para ni-

chos de mercado que gestionen nuestros corredores, apoyando así su labor comercial”, ha explicado Juan Carlos Núñez, responsable comercial de Omnia Medioambienta.





Caser presenta su plataforma de gestión de red total en movilidad

Caser Seguros ha celebrado su XV Convención Comercial en la que participaron los más de 140 profesionales que componen el equipo del Negocio de Agentes y Corredores. La entidad aprovechó esta cita para presentar su plataforma “e-Comercial” de gestión de red total en movilidad.



El director del Negocio, Ignacio Martín, comenzó analizando los hitos conseguidos por la compañía en 2017 y poniendo de manifiesto los principales ejes sobre los que se basará el Plan Estratégico del Negocio de Agentes y Corredores dentro del Plan Estratégico global de la compañía.

A lo largo de la reunión se presentaron las últimas novedades en productos que se lanzarán a lo largo de 2018. Asimismo, se dieron detalles sobre el plan de formación y desarrollo del equipo comercial que se pone en marcha como itinerario formativo con una duración de tres años y que ahondará en la formación en habilidades, la motivación y capacidades digitales. En este sentido, y

para aprovechar las oportunidades que brindan las nuevas tecnologías, se presentó la plataforma “e-Comercial”, una herramienta de gestión de red total en movilidad, adaptable a tablet y iPhone.

Por otro lado, la compañía ha presentado su “robo-advisor” (asesor financiero online). Se trata de un plan de ahorro digital que pretende enriquecer la propuesta de la entidad en el ámbito del ahorro y la inversión.

El plan de gestión pasiva Caser AhorroBot se gestiona íntegramente online y es una herramienta pensada para ahorradores, que pueden así invertir fácilmente y de forma globalmente diversificada en fondos de

inversión pasiva a través de un unit linked, un seguro de Vida en el que el tomador asume el riesgo de las inversiones que elige de acuerdo a su perfil de riesgo y desde tan solo cincuenta euros. Permite además retirar el dinero invertido y sus rentabilidades de forma parcial o total en cualquier momento, sin penalizaciones.

Cuenta además con ventajas fiscales, al tributar por los beneficios obtenidos sólo en el momento de retirar el titular su dinero. Gracias al uso de la última tecnología de gestión pasiva, AhorroBot se encarga de gestionar la cartera de inversión de forma automatizada y sin esfuerzo para el usuario, siempre de acuerdo a su perfil de riesgo.

Casi 17.800 personas transforman su patrimonio en rentas vitalicias

Las rentas vitalicias aseguradas ganan terreno como sistema de previsión complementario. A cierre del pasado año, 17.754 personas mayores de 65 años transformaron el dinero de la venta de parte de su patrimonio (una segunda vivienda, fondos de inversión, acciones, etc.) en una fuente garantizada de ingresos de por vida. Estas rentas vitalicias acumulan un volumen de ahorro bajo gestión de 1.611 millones de euros.



Los datos recopilados por **ICEA** muestran cómo, al acabar 2017, las aseguradoras velaban por 226.457 millones de euros de sus clientes, tras anotar un incremento interanual del 3,79%. De esa cantidad, 183.606 millones corresponden a productos de seguro, un 3,25% más. El resto se encuentra en planes de pensiones.

Las rentas vitalicias y temporales constituyen el producto más relevante en términos de ahorro gestionado. Acumulan unas provisiones técnicas de 87.259 millones de

euros, un 3,02% más que un año atrás. Por otra parte, destaca la pujanza de seguros individuales de ahorro a largo plazo (Sialp). Estas pólizas movían al acabar el año 2.962 millones y crecen un 48,75% con carácter interanual.

La evolución de los planes individuales de ahorro sistemático (PIAS) también es llamativa. Estos seguros alcanzan a cierre de diciembre los 12.189 millones y registran un crecimiento del 19,23% en 2017. Mientras, los capitales diferidos acumulan 48.237 millones de euros.

46

Seguros Lagun Aro renueva su Comité de Dirección

El director de Seguros No Vida y Reaseguro Javier Gómez; la directora de Seguros Personales y Centros de Atención, Zuriñe García; y el director Administrativo Financiero, Planificación y Control de Gestión, Javier Leyún serán los tres nuevos miembros que se incorporarán al Comité de Dirección de **Seguros Lagun Aro**.

Los recién nombrados directivos cubrirán las vacantes dejadas por Txema Aretio, director Administrativo Financiero y Prestación de Servicio; y Ricardo

Gandía, director Técnico y Reaseguro quienes dan por finalizada su trayectoria de más de 30 años.

Por otro lado, también se ha pro-

ducido la promoción de Gorka Ansuategui, quien pasa de ser director Comercial y Marketing a director de Prestación de Servicio y Marketing.





La gestión de riesgos puede ampliar la actividad empresarial del corredor de seguros

La figura del gestor de riesgos tiene poca presencia entre el sector empresarial gallego, ya que tan sólo está en el 13% de las empresas. Una razón de que esto sea así es porque la gestión del riesgo ha calado tarde entre el empresariado gallego. Los corredores de seguros pueden tener un papel importante para intentar paliar esta situación, según Adolfo Campos, director de **Fundación Inade**, porque “puede ampliar su actividad profesional”.

Según el estudio que la Fundación Inade encargó a la Universidad de Santiago de Compostela publicado en 2016 en el que se investigó a 16.000 empresas gallegas, “solo el 25% de ellas lleva a cabo una gestión integral del riesgo. Esto significa que todavía son muchas las que carecen de una política formal. Un porcentaje que se redujo más al preguntar por las que disponen de una política estandarizada (14,85%) o las que destinan recursos específicos a la gestión del riesgo (17,48%). Lo mismo ocurre con las empresas que disponen de un Comité de riesgos, que suponen tan solo el 15,91%. En el ámbito temporal, se detectó que en los últimos años se ha intensificado el nivel de implantación de procesos formales de gestión, aunque sólo un 20% de las empresas tienen implantada dicha política desde hace más de diez años. La figura del gestor de riesgos (risk manager) todavía no es muy común entre el sector empresarial gallego, ya que tan sólo un 13% de las empresas disponen del mismo. Esto significa que incluso no todas las empresas que tienen una política de gestión estandarizada disponen de una persona cualificada encargada de los riesgos. De la investigación destacaba, además, que un porcentaje superior al 80% de los empresarios gallegos no ha cuantificado el

impacto que pueden tener los diferentes riesgos y que, a menor tamaño, menos recursos económicos se dirigen a esta tarea y existe una mayor falta de personal cualificado para realizarla”.

Por lo tanto, asegura Adolfo Campos “podemos afirmar que la política de gestión de riesgos ha calado tarde en el empresariado gallego. Eso sí, el 73% de las empresas gallegas utiliza a la industria aseguradora para transferir los riesgos, confiando esta tarea mayoritariamente a los mediadores de seguros (93%)”.

En Fundación Inade son conscientes de la importancia que tiene una buena gestión de riesgos. Por eso, en 2018 pondrá en marcha un plan de acción en el que invertirán 220.000 euros con el que, entre otras medidas, se realizarán programas formativos para funcionarios y un estudio para conocer la repercusión que los riesgos han tenido en el tejido productivo gallego. En 2020 se volverá a medir de nuevo la situación en la que se encuentran las empresas gallegas en cuanto a su gestión de riesgos para ver cómo han impactado las acciones llevadas a cabo. Para propiciar la política de gestión de riesgos sería necesario, según Campos que las administraciones públicas den incentivos para desarrollarlas.



MGS Seguros reúne a su red comercial en sus Encuentros de Mediadores



MGS Seguros ha iniciado un nuevo ciclo de sus Encuentros de Mediadores, unas jornadas organizadas por la aseguradora para trasladar a su equipo comercial los retos y objetivos que ha establecido para este ejercicio.

La primera de estas reuniones tuvo lugar en la ciudad de Logroño, a la que le han seguido otras en distintos puntos del territorio nacional hasta la segunda mitad de febrero. La apuesta de MGS por el crecimiento sostenido de su cartera de clientes,

la innovación y la proyección de su actividad a nuevos ámbitos de negocio serán los elementos centrales de estas jornadas.

En ellas, más de 1.000 miembros del personal comercial, agentes y corredores de la aseguradora se dan cita, junto a los directivos de MGS, para hacer balance de los resultados del pasado ejercicio y sentar las bases para 2018.

Según los datos provisionales, 2017 obtuvo un crecimiento en la facturación próximo al 3%, manteniendo un excelente equilibrio técnico.

MGS apuesta por el crecimiento sostenido de su cartera de clientes, la innovación y la proyección de su actividad a nuevos ámbitos de negocio.

Berkley España ha lanzado BE-News, la nueva newsletter mensual de la compañía como un paso más dentro de su plan de marketing, que junto con la página corporativa de LinkedIn, abierta recientemente, pone más recursos a disposición de sus mediadores para facilitarles su trabajo y mantenerles informados de lo que acontece en la entidad.



Berkley lanza una nueva newsletter para sus mediadores

BE-News se estructura en distintas secciones; “el tema del mes”, donde se publicará un artículo de interés; “cerca de nuestros corredores”, con campañas, promociones, acuerdos, colaboraciones, patrocinios; “Recursos a tu disposición” donde mostraremos cada mes todos los recursos que ofrece Berkley a sus corredores; y, por último, la sección “actualidad Berkley”, con entrevistas y noticias de la compañía.

Esta primera edición arranca con un interesante artículo de Caución a manos de la responsable de línea Rocío Tello; así como una entrevista a Bill Berkley, fundador de la compañía y a Gianluca Piscopo, CEO de Berkley en España donde desgana la estrategia de la marca para los próximos años.



Hiscox refuerza su estructura en España

Hiscox está dispuesta a convertirse en una referencia en España dentro de los seguros de Responsabilidad Civil, Ciberriesgos y Arte y Clientes Privados. Para ello la compañía ha llevado a cabo una reorganización que permitirá cumplir con los planes de crecimiento hasta 2025. Así, ha creado el departamento de Distribución Alternativa y Acuerdos Especiales y reforzado la estructura en Clientes Privados, Riesgos Profesionales y Siniestros.

Hiscox ha puesto en marcha esta nueva división para desarrollar productos a medida dirigidos a un determinado colectivo o grupo de personas que compartan una necesidad en común con una forma de distribución delegada y enfocada a brokers y otros partners.

Carlos Guerrero, que hasta ahora era director de Marketing, será el director de este departamento de nueva creación, al que se incorpora también Laura Morago, licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y proveniente de Voyages-sncf.com.

Guerrero se unió a la compañía en 2011 para crear y dirigir el departamento de Marketing y Comunicación de Hiscox en España y Portugal. Ahora tiene entre sus objetivos buscar oportunidades de negocio en colectivos y partners.

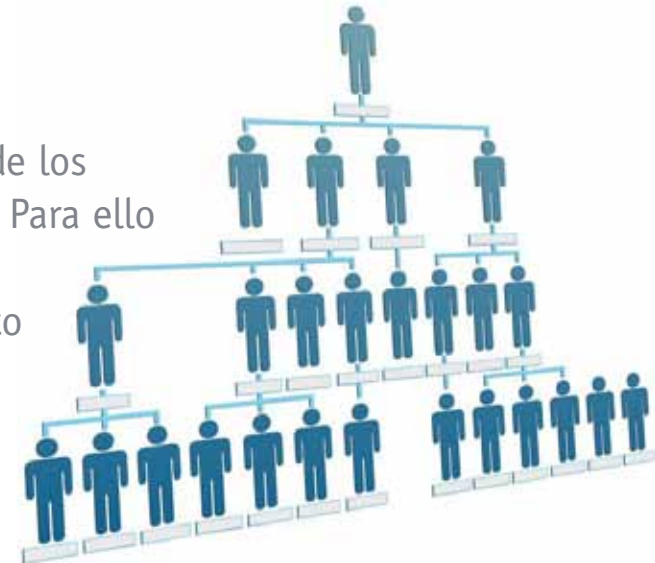
El departamento de Marketing y Comu-

nicación, lo lidera Carolina Morato, que promociona a directora de Marketing tras casi cuatro años en la compañía. Es licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Navarra y Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial por la escuela de Marketing y Negocios ESIC.

Gonzalo de la Puente es el nuevo director de Arte y Clientes Privados para España y Portugal. Comenzó a trabajar en esta división como suscriptor en 2011. Anteriormente, desempeñó diversos cargos en compañías internacionales como Marsh y KPMG.

Además, el departamento crece con la incorporación de Natalia Martín, que desempeñará el cargo de Suscriptora de Arte y Clientes Privados. Es licenciada en Ciencias Empresariales por la Universidad Rey Juan Carlos.

Alan Abreu se incorpora a la compañía y trabajará en el departamento de Riesgos Profesionales que dirige Nerea de la Fuente.



Entre otras empresas, Abreu cuenta con experiencia en Chubb, donde desempeñó el cargo de suscriptor de Líneas Financieras.

También se incorpora a Riesgos Profesionales en Madrid Jessica San Torcuato. Es licenciada en ADE y Comunicación Audiovisual por la Universidad Rey Juan Carlos. Anterior a Hiscox ha estado trabajando en los departamentos administrativos de entidades financieras como Banesto, Santander y BBVA.

El crecimiento de los últimos años obliga a la compañía a dimensionar su principal activo: la gestión de siniestros. Con el objetivo de garantizar el servicio ha incorporado a Anna Mets. Es graduada en derecho por la Universidad Carlos III y master en abogacía por la UNED y está especializada en responsabilidad civil profesional.



Cigna ingresa un 5% más en 2017

Cigna Corporation cierra 2017 con unos ingresos de 41.600 millones de dólares, un 5% más que los obtenidos en 2016. Estos resultados muestran un sólido crecimiento de la compañía en todos sus segmentos de negocio: Salud, Beneficios Complementarios y Vida e Incapacidad.

En 2017, los resultados netos para los accionistas de la compañía fueron de 2.200 millones de dólares (8,77 dólares por acción), en comparación con los 1.900 millones de dólares (7,19 dólares por acción) de 2016. Por otro lado, los resultados de explotación ajustados fueron de 2.700 millones de dólares, frente a los 2.100 millones de dólares del año pasado.

Para 2018, la compañía prevé aumentar estos ingresos entre un 7% y un 8%, con un crecimiento previsto de entre 300.000 y 500.000 clientes a nivel mundial. En concreto, Cigna apuesta por un cierre de año con unos resultados de explotación entre 3.080 y 3.200 millones de dólares.

David M. Cordani, presidente y consejero delegado de Cigna, ha dicho que “en 2018

seguiremos apostando por desarrollar servicios y coberturas líderes en el mercado que ofrezcan una propuesta de valor diferencial”.

Por otro lado, la aseguradora ha actualizado sus planes de salud. En 2018, la compañía pone el foco en la detección y tratamiento de enfermedades oncológicas y amplía sus coberturas en las especialidades de traumatología, maternidad y pediatría, así como en prevención y cuidado de la salud y bienestar general.

La asistencia en viajes en el extranjero también se amplía hasta 20.000 euros por siniestro y asegurado. Así, este servicio abarca los gastos de traslado hasta el centro hospitalario y su estancia en el mismo, el asesoramiento médico, los gastos de viaje o los servicios sanitarios necesarios para la recuperación del enfermo, entre otros.

50

El número de vehículos asegurados crece un 2,52% en enero

El número de vehículos asegurados en España se situó en 30.598.966 unidades a cierre de enero. Esta cifra supone un incremento del 2,52% respecto de enero de 2017, según los datos del FIVA, facilitados por Unespa.

De este modo, el parque de vehículos a motor que circulan por las calles y carreteras del país se ha incrementado en 751.646 unidades en los últimos 12 meses. En enero se produjeron 977.574 altas de vehículos y 991.754 bajas. El parque, por lo tanto, ha descendido en 14.180 unidades respecto de diciembre. La tasa intermensual anota así una caída del 0,05%. Se trata del primer descenso que se produce desde agosto de 2016. Entonces, los vehículos asegurados cayeron un -0,06% respecto del mes anterior.





Los riesgos de la internacionalización de las empresas

La primera sesión de Diálogos 2020 de este año, que organiza la “Cátedra **Fundación Inade** – UDC: La gestión del riesgo y el seguro”, trató el tema del riesgo de la internacionalización de la empresa.

Benedetta Cossarini, directora general de AIG Iberia, reflexionó acerca de que las empresas no tienen en cuenta las posibles barreras culturales del país en cuestión, que pueden dificultar el proceso, e incluso marcar la diferencia entre el éxito o el fracaso del mismo. Puso como ejemplo la regulación de los riesgos extraordinarios en Portugal, en contraposición a cómo se regulan en España: “en Portugal no existe un organismo similar al Consorcio de Compensación de Seguros, lo que se une a la circunstancia de que en dicho país existe más probabilidad de que tenga lugar un terremoto”.

Cossarini incidió en la importancia de ser cuidadoso, ya que lo que en España puede constituir solamente un daño reputacional, en otro país puede estar penado con la cárcel, dependiendo del incumplimiento.

La directora general de AIG Iberia indicó cómo se debe asegurar el programa internacional teniendo en cuenta la seguridad de que la protección es la misma tanto en el país de origen como en el resto donde se opera, por lo que se necesita un programa homogéneo, con directrices claras. En segundo lugar, el cumplimiento de



la legislación del país donde se va a operar, con especial atención al área fiscal. En tercer lugar la confianza, ya que tener una segunda opinión o alguien a quien consultar las posibles dudas proporciona seguridad a la hora de gestionar los negocios. En cuarto lugar, el coste, aunque un ahorro en el coste podría suponer un mayor gasto a posteriori por no elegir el seguro o la cobertura adecuada. En quinto lugar, la consistencia en los términos que sean homogéneos en todos los países. En sexto lugar, la certeza de que, si algo no está cubierto por la póliza local, se cubra por la póliza paraguas. Y en séptimo lugar, los siniestros.

Concluyó su intervención recomendando que se adopte una posición conservadora en la gestión del riesgo y que emitan el máximo número posible de pólizas locales. Algo que no es necesario en la Unión Europea porque está la Libre Prestación de Servicios.

Asisa Vida lanza una encuesta a los corredores para conocer y atender sus necesidades



Asisa Vida quiere conocer las opiniones de los más de 4.000 corredores que trabajan en España con el objetivo de mejorar la colaboración y el trabajo que la aseguradora realiza con ellos y atender sus necesidades concretas.

Para ello, la compañía ha enviado una encuesta a los corredores con diferentes cuestiones referidas a la calidad del servicio que reciben por parte de las compañías, a los productos aseguradores y a la relación con los clientes. A partir de las respuestas, la aseguradora promoverá un plan de respuesta activa que permita atender las necesidades que planteen los corredores y mejorar el marco de colaboración entre la compañía y estos mediadores.

“Los corredores son un elemento central para la comercialización de los productos aseguradores, especialmente en ramos como Vida. Por eso, desde Asisa Vida queremos escuchar cuáles son sus necesidades y demandas para tratar de ofrecerles una respuesta adecuada que nos permita trabajar juntos y de manera más eficiente”, ha explicado el director general de Asisa Vida, Francisco Martínez Aguilar.

Esta iniciativa se enmarca en la estrategia de Asisa de seguir reforzando su relación con el canal de corredores con el objetivo de fortalecer su capacidad comercial.



Los seguros de Impago de Alquiler crecen más del 30% en 2017

Los seguros de Impago de Alquiler siguen creciendo fuertemente en España, según los resultados presentados por el [Observatorio Español del Seguro del Alquiler \(OESA\)](#) correspondientes a 2017. El crecimiento en el último ejercicio ha superado el 30% y se prevé que en 2018 supere el 40%.

Los datos de OESA hacen referencia a los seguros de Impago del Alquiler regulados por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, que son las únicas garantías de protección del alquiler que otorgan derechos y seguridad a quienes los contratan como consumidores de productos y servicios financieros.

Como consecuencia del incremento del precio del alquiler, la prima media del seguro de Impago del Alquiler se ha situado en 302,91 euros en 2017, lo que representa un incremento del 13,4% con respecto a 2016.



Catalana Occidente crea una gestora para comercializar sus fondos de pensiones

El grupo **Catalana Occidente** ha creado GCO Gestora de Pensiones, una gestora de fondos de pensiones para aglutinar y unificar la gestión de los fondos de pensiones de tres de las compañías del grupo con el fin de simplificar la estructura y conseguir mayor eficiencia y mejor servicio al cliente.

Hasta el 31 de diciembre el grupo estaba en el mercado de planes de pensiones con las compañías Seguros Catalana Occidente, Seguros Bilbao y Plus Ultra Seguros, que gestionaban 12 fondos de pensiones, de los que 10 eran personales y 2 de empleo.

La nueva entidad se llama GCO Gestora de Pensiones, EGFP, y empezó su actividad el 1 de enero con la gestión de los fondos de pensiones que hasta ahora realizaba Seguros Catalana Occidente, y desde entonces, la compañía actúa como comercializadora de

los fondos de pensiones a través de su red de mediadores.

En los próximos meses está previsto que los planes de los partícipes de Seguros Bilbao y Plus Ultra Seguros se traspasen también a GCO Gestora de Pensiones.



UM Seguros alcanza la 11ª posición en el ranking de aseguradoras de salud del Monitor de Reputación Sanitaria

UM Seguros ha participado por primera vez en el Monitor de Reputación Sanitaria en 2017, ocupando el 11º puesto en el ranking de aseguradoras de Salud.

El seguimiento de la metodología establecida por Merco para la elaboración del ranking de empresas con mejor reputación en España ha sido objeto de revisión independiente por parte de KPMG. Para la

elaboración de este ranking se han realizado más de 5.270 encuestas, (1.395 médicos especialistas hospitalarios, 312 médicos de familia, 108 gerentes y directivos, 2.618 enfermeros, 490 asociaciones de pacientes, 50 farmacéuticos hospitalarios, 207 periodistas de salud y 60 miembros de la administración pública).

Contar dentro del cuadro médico concertado con hospitales que también ocupan primeras posiciones en el ranking de Hospitales de Merco de 2017 ha ayudado a posicionar a UM seguros como una de las aseguradoras de Salud destacadas.



Generali agilizará sus áreas de siniestros y suscripción con la aplicación de inteligencia artificial

Generali ha cerrado un acuerdo con [Expert System](#) para incorporar la inteligencia artificial a sus procesos de trabajo en España a lo largo del primer trimestre de 2018. La aseguradora implementará la tecnología Cogito, de la tecnológica, para clasificar grandes volúmenes de información no estructurada mediante inteligencia cognitiva. En una primera fase, el proyecto se centrará en las áreas de suscripción y siniestros, si bien la previsión es extender la aplicación de esta tecnología a otros procesos.



De esta forma, se clasificará automáticamente los cerca de 1 millón de correos electrónicos anuales que recibe la aseguradora en atención a sus clientes. Al recibir un correo electrónico o un documento físico, Cogito lo derivará de manera automática hacia los responsables más indicados para su gestión, lo que permitirá dar respuestas más ágiles. La información recibida se clasificará por criterios de gestión con más de 200 categorías y detectará si en los trámites falta algún documento relevante.

Por otra parte, la aseguradora se ha adherido a la Guía de Buenas Prácticas de Seguros Individuales de Vida Ahorro de [Unespa](#). El principal objetivo de esta colaboración es incrementar la transparencia de sus productos y facilitar la comprensión de los consumidores.

54

Iberian renueva su web con nuevos recursos para sus brokers

[Iberian Insurance Group](#) ha lanzado una nueva versión de su web oficial después de varios meses de planificación y producción. El nuevo portal de la agencia de suscripción hispalense tiene como doble objetivo facilitar la experiencia del usuario, así como la disposición de herramientas especiales para su red de brokers, como la plataforma exclusiva Iberian Click.



“El objetivo ha sido crear un portal útil y práctico para todos los usuarios, especialmente nuestra red de corredores que pueden disfrutar ahora de una herramienta de enorme capacidad para hacer su trabajo más fácil”, ha señalado Darío Spata, CEO de Iberian.



El Consejo de Administración de **VidaCaixa** ha aprobado por unanimidad el

nombramiento de Javier Valle como director general de la aseguradora. Valle desempeñaba hasta ahora las funciones de director general de BanSabadell Vida, Pensiones y Seguros Generales y consejero delegado de Zurich Vida.

Javier Valle, nuevo director general de VidaCaixa

Es licenciado y MBA en Dirección de Empresas por Esade y ha desarrollado su carrera profesional en el sector asegurador, donde tiene más de 20 años de experiencia.

Valle se une a VidaCaixa en un momento clave para la entidad, ya que se está finalizando el actual Plan Estratégico 2015-2018 y reflexionando sobre los objetivos del nuevo, que comenzará en 2019.

Plus Ultra Seguros da a conocer sus planes de desarrollo para los corredores

Plus Ultra Seguros ha celebrado su convención anual en la que reunió a un centenar de sus directivos y principales responsables del área comercial de la compañía para exponer la hoja de ruta para 2018. La compañía hizo balance de la evolución del negocio durante 2017 y presentó los objetivos, líneas estratégicas y nuevos proyectos para el presente ejercicio.



La sesión de apertura corrió a cargo del CEO de la compañía, David Capdevila, que analizó los resultados y la actividad durante 2017, año en el que el directivo asumió la responsabilidad operativa de la aseguradora. En este sentido, Capdevila destacó la buena trayectoria de Plus Ultra Seguros durante el pasado ejercicio, cumpliendo así con la estrategia de crecimiento, rentabilidad y solvencia.

A lo largo de la jornada, Luis Vallejo, director general adjunto comercial, presentó las principales iniciativas que se llevarán a cabo en el área comercial. Tras su intervención, los responsables del Canal Corredores y Red Agencial expusieron sus respectivos planes de desarrollo para cada canal, así como el plan de marketing para el presente ejercicio.

Posteriormente, el resto de miembros del comité de dirección fueron exponiendo, en cada intervención, todas las novedades relativas a la Dirección Técnica, tanto de Vida como de seguros generales; los proyectos de control y gestión comercial; la estrategia referente a operaciones y los principales proyectos en lo relativo a recursos humanos, entre otros.

Zurich incorpora 150 talentos para impulsar su transformación digital



Zurich Seguros está en pleno proceso de incorporación de nuevo talento con más de 71 contrataciones ya incorporadas en 2017, y que se ampliarán hasta 150 a lo largo de 2018. Su objetivo es reforzar áreas clave para la transformación digital de la compañía, como los departamentos de Siniestros, Empresas, Finanzas y Digital.

En un momento de plena transformación del sector, la compañía apuesta por rejuvenecer su plantilla y digitalizarse mediante la incorporación de talento. En este sentido, un 74% de las contrataciones entre 2017 y 2018 forman parte de la generación Y o millennials (1981 – 1995), seguido del 24% de la Generación X (1965 – 1980) y del 1% de Seniors (1946 – 1964). Destaca la captación de perfiles con competencias digitales, tecnológicas y analíticas, destinados a impulsar la transformación de modelos de negocio y cultural y adaptarse a la revolución del cliente y del sector, y de cómo los seguros se han vendido y gestionado hasta ahora.



Agroseguro indemniza con casi 50 millones por los siniestros de pérdida de pastos

La sequía registrada a lo largo del año 2017 ha causado daños en los pastos en prácticamente todas las comunidades autónomas. Todos los ganaderos que han contratado el seguro de compensación por pérdida de pastos han tenido siniestro y **Agroseguro** ha pagado un total de 49,16 millones de euros por este concepto.

Las mayores indemnizaciones corresponden a las comunidades autónomas que tradicionalmente cuentan con mayor volumen de contratación. Extremadura supera los 32 millones de euros, correspondiendo a la provincia de Badajoz más del 80% de esa cifra. Andalucía ha tenido una indemnización que asciende a más de 8 millones de euros.

Tras estas regiones se han situado Cataluña (3,20 millones); Aragón (2,02 millones); y Castilla-La Mancha (1,76 millones). En el resto de zonas se ha indemnizado por valor de 1,67 millones de euros.



Mena Seguros celebra su 40º aniversario

Mena Seguros ha conmemorado su 40º aniversario, en cuyo acto Juan Luis Mena, que fundó la correduría el 19 de enero de 1978, destacó la capacidad del sector asegurador y de los profesionales que trabajan en él de “hacer magia” para preservar y asegurar el patrimonio y la estabilidad financiera de las familias.



En estas cuatro décadas Mena Seguros ha apostado por la formación de sus empleados y por la difusión de la cultura aseguradora en la sociedad, a través de la primera revista andaluza dedicada al sector, “Futuro Asegurador”, y de la profesionalización de la mediación a

través de la creación de la Asociación de Corredores de Andalucía, Grupo Séneca, y la Fundación del Seguro Andaluz dedicada a la investigación y la formación en seguros.

David Mena, director general de Mena Seguros, destacó los retos a los que se en-

frenta la correduría. Entre ellos, la falta de confianza en nuestro sector de determinados grupos de clientes. “Desde aquí me gustaría hacer un llamamiento a las instituciones, colegios, aseguradoras..., para defender las buenas prácticas”.

Ruiz Re comercializa una solución de Vida para el sector agrario que incluye invalidez profesional

Ruiz Re está comercializando en exclusiva un producto de Vida Riesgo de CA Life, que ofrece cobertura ante una invalidez profesional. Esta cobertura permite cobrar la indemnización por no poder ejercer la profesión agrícola, aunque se pueda realizar cualquier otro trabajo.

Este seguro está destinado a profesionales del sector agropecuario: agricultores, ganaderos, apicultores, conductores de maquinaria agrícola, piscicultores, silvicultores y viticultores.

La principal novedad que trae este seguro es la cobertura de invalidez profesional. Mientras que los seguros de Vida habituales cubren “invalidez absoluta y permanente”, lo que permite cobrar una indemnización solo en el caso de que el tomador quede inválido para desempeñar cual-

quier profesión, esta solución incluye “invalidez profesional”, que cubre la posibilidad de que quede invalidado para el ejercicio de su profesión, en ese caso se le indemnizará y podrá dedicarse a cualquier otra actividad.



El Gobierno da luz verde a la nueva Ley de Distribución



El último Consejo de Ministros de enero ha dado luz verde en primera vuelta al Anteproyecto de Ley de Distribución de Seguros y Reaseguros en adaptación de las nuevas normas europeas. El texto refuerza la protección del asegurado mediante obligaciones de transparencia y conducta para los distribuidores de seguros.

El cliente deberá ser informado de todos los costes, gastos y riesgos que asume en los productos de inversión basados en seguros, y tendrá acceso a una evaluación periódica de su idoneidad. Se endurecen las sanciones por incumplimiento de las obligaciones de información y se regulan por primera vez las denominadas ventas cruzadas, es decir, aquellas que añaden al contrato de seguro servicios o productos auxiliares.

El texto deberá obtener los dictámenes correspondientes y volverá de nuevo al Consejo de Ministros para ser aprobado como Proyecto de Ley e iniciar la tramitación parlamentaria.

La Directiva 2016/97 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de enero de 2016, sobre la distribución de seguros, ha

introducido una serie de modificaciones en la Directiva 2002/92/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de diciembre de 2002, sobre la mediación en seguros. Con ello se busca garantizar un mismo nivel de protección a los clientes, sea cual sea el canal a través del cual se adquiera un producto de seguro y su traslación a las disposiciones nacionales relativas al acceso y ejercicio de la actividad de distribución de seguros y reaseguros.

Se considera como distribuidores de seguros y reaseguros no sólo a los mediadores, como hasta ahora, sino también a las aseguradoras y reaseguradoras, así como a otros participantes en el mercado que distribuyan productos con carácter auxiliar (como las agencias de viajes o las empresas

de alquiler de automóviles), que tendrán la consideración de mediadores de seguros complementarios. Asimismo, el concepto de distribución de seguros incluye la actividad desarrollada a través de los denominados comparadores de seguros.

Dentro de las categorías de mediadores de seguros, los operadores de bancaseguros se configuran, desde un punto de vista normativo, como agentes de seguros (exclusivos o vinculados), si bien con ciertas particularidades. Se suprimen las limitaciones en cuanto a la puesta a disposición de un único operador de bancaseguros de las redes de las entidades de crédito o establecimientos financieros de crédito, sin perjuicio de mantener la incompatibilidad para que las redes cedidas puedan operar simultáneamente, en todo o en parte, como colaboradores mercantiles de otros mediadores de seguros de distinta clase.

El APL prevé que los mediadores de seguros puedan servirse de sitios web u otras técnicas de comercialización a distancia mediante los que se proporcione al cliente información comparando precios o coberturas de un número determinado de productos de seguros de distintas compañías.

Se refuerzan además los requisitos de



organización y competencia profesional y las obligaciones de información y normas de conducta que deben seguir los distribuidores de seguros. Se establece la obligación para todos los mediadores de seguros de acreditar que los fondos pertenecientes a clientes son transferidos a través de cuentas completamente separadas del resto de recursos económicos del mediador.

El deber de información al cliente de productos de seguros se regula ampliamente en la APL estableciéndose requisitos adicionales en relación con la distribución de productos de inversión basados en seguros, buscando evitar o, en su caso, prevenir, potenciales conflictos de intereses. En cuan-

to a las obligaciones de información para los usuarios de productos de inversión basados en seguros se establece que deberá informarse de todos los costes y gastos asociados, incluidos el coste de asesoramiento, cuando proceda, el coste del producto de inversión basado en seguros, y la forma en que éste podrá pagarlo, así como cualquier pago relacionado con terceros. Se deberá advertir sobre los riesgos conexos a los productos de inversión basados en seguros o a determinadas estrategias de inversión propuestas; y por último, para las situaciones en las que se ofrezca asesoramiento, se crea la obligación de proporcionar una evaluación periódica de la idoneidad del producto de inversión.

Se introduce el concepto de ventas cruzadas, con la obligación para el distribuidor de seguros de informar al cliente, cuando el contrato de seguro se ofrezca conjuntamente con servicios o productos auxiliares, si los distintos componentes pueden adquirirse separadamente, y los correspondientes justificantes de los costes y gastos de cada componente. Se establecen requisitos en materia de gobernanza de productos, en particular en el diseño, aprobación y control de los mismos.

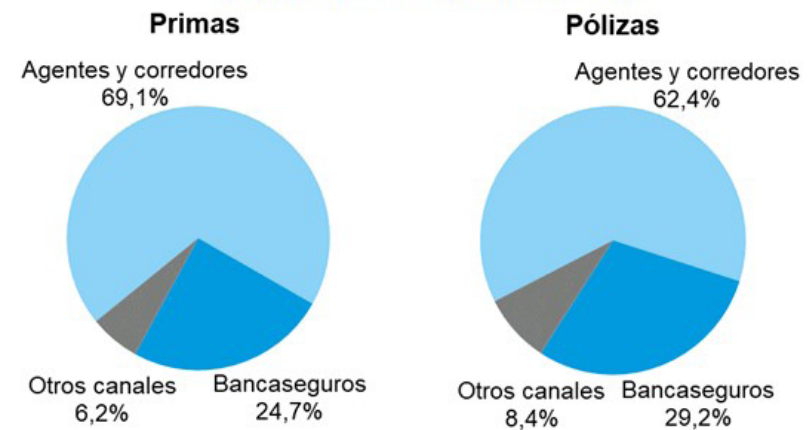
En materia de infracciones y sanciones, se refuerza su régimen, fijando unas sanciones de carácter pecuniario adaptadas y en línea con el marco general establecido por la Directiva 2016/97.

Los mediadores distribuyen siete de cada diez primas de Multirriesgo

Dentro de los seguros No Vida, Multirriesgo continúa en tercer lugar con una cuota del 20,1%, siendo agentes y corredores el principal canal de distribución, con cerca de las tres cuartas partes sobre el total emitido (69,1% de las primas y el 62,4% de las pólizas), según ICEA.

Por su parte, las pólizas de volumen de negocio experimentan un nuevo incremento, fundamentalmente en el canal agentes y corredores. El canal directo sigue obteniendo tasas elevadas de crecimiento.

Primas y pólizas de multirriesgos por canal de distribución. Septiembre 2017



Fuente: ICEA (Twitter: @icea_es)

Adecose se convierte en vocal de la Junta Consultiva de Seguros y Fondos de Pensiones

Adecose ha recibido notificación por parte del presidente de la Junta Consultiva de Seguros y Fondos de Pensiones en virtud de la cual por Orden del Ministro de Economía, Industria y Competitividad, se ha acordado el nombramiento del presidente de la asociación como vocal de la Junta Consultiva de Seguros y Fondos de Pensiones, en sustitución de Aemes.



Para Adecose este nombramiento supone la culminación de una lógica aspiración como es la defensa al máximo nivel institucional de los intereses de la mediación de seguros. Hasta ahora estaba representada la mediación a través del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros y Aemes (organización a la que sustituye ahora Adecose). Desde la asociación se indica que este nombramiento supone “un premio al intenso trabajo realizado a lo largo de los últimos años contribuyendo a influir en la regulación del sector. Este reconocimiento representa una motivación adicional para Adecose a la hora de defender los intereses de las corredurías de nuestro país”.

La Junta Consultiva de Seguros y Fondos de Pensiones es un órgano colegiado asesor del Ministerio de Economía y Competitividad en asuntos de ordenación, supervisión y solvencia de los seguros privados, planes y fondos de pensiones y mediación de seguros privados.

Por otro lado, Adecose ha aprobado la incorporación de nuevos miembros: [Engloba](#) (Zaragoza), [Grupo Galilea](#) (Barcelona) y [Red Mediaria](#) (Valladolid).

En otro orden de cosas, la asociación sigue inmersa en intentar que se introduzcan sus recomendaciones en la normativa de

prevención de blanqueo de capitales y en la ley hipotecaria.

Por ese motivo, el grupo de expertos de Adecose se ha reunido con la Subdirección General de Inspección y Control de Movimiento de Capitales de la Secretaría General del Tesoro y Política Financiera en el marco de la presentación de observaciones que la asociación ha realizado en el trámite de información y audiencia pública a los Anteproyectos de modificación de la Ley 10/2010, de 28 de abril, de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo y de su Reglamento de desarrollo para adaptarlos a los contenidos de la Directiva 849/2015.

Durante el encuentro, Adecose ha aludido a las observaciones presentadas relacionadas, entre otras, con los cambios que la nueva normativa traerá consigo sobre cuestiones como la lista única actualizada del Sepblac de países que presenten deficiencias en sus sistemas de luchas contra el blanqueo; los directivos que deberán recibir formación sobre esta materia: la utilización de los empleados del canal interno del sujeto obligado para comunicar infracciones del régimen de sanciones; el Registro de personas dedicadas profesionalmente a la prestación de servicios o los sistemas de denuncias a la Administración.



Por otro lado, el presidente de Adecofe, Martín Navaz, y su director gerente, Borja López-Chicheri, se han reunido con la Comisión de Economía del grupo parlamentario del PP en el Congreso de los Diputados, para compartir planteamientos respecto a la regulación de la contratación de los seguros en las ventas vinculadas y combinadas al préstamo hipotecario.

En la reunión, presentaron la propuesta de enmienda de modificación al artículo referido a las ventas vinculadas o combinadas al préstamo hipotecario para que las pólizas de seguros

ofrecidas por las entidades financieras deban ser obligatoriamente de carácter temporal anual renovable. De incorporarse esta modificación al proyecto, se evitará que las entidades financieras puedan plantear contratos que vayan más allá de la anualidad, especialmente en la suscripción inicial, lo que impediría que los clientes puedan acceder anualmente a ofertas alternativas más ventajosas que las de las entidades (por ejemplo, en cobertura y precio, o porque no quieran contratar con las aseguradoras que le ofrece la entidad prestamista).

Newcorred celebrará su 1ª Convención el próximo 14 de junio

Newcorred va a organizar su 1ª Convención anual en Madrid el próximo 14 de junio bajo el lema 'Comienza una nueva era en la profesión de corredor de seguros'.

"Nuestra Convención será un Foro de Emprendimiento en la profesión de corredor y de corredurías de seguros. Por eso, no solo trataremos temas propios de la actividad de mediación de seguros, sino que analizaremos y debatiremos también sobre aspectos propios de la faceta del emprendimiento en nuestra profesión", apuntan desde la propia organización.

Los actos de la 1ª Convención de Newcorred comenzarán el día anterior,

el 13 de junio, con una jornada privada de trabajo solo para los miembros de la organización, que será de puertas abiertas el 14 de



junio en el Teatro Luchana de Madrid, en la que se darán cita todos los profesionales que están emprendiendo en la profesión de corredores y corredurías y las aseguradoras.

Por otro lado, Newcorred ha dado a conocer que al inicio de 2018 ya cuenta con 100 miembros de todas las partes de España. "El perfil del miembro de Newcorred es del corredor de hoy: tan empresario como mediador, innovador, totalmente tecnológico y con un marcado espíritu emprendedor", ha declarado Jorge Campos, presidente de la organización.

Además, la asociación cuenta con quince "afiliados", una nueva figura que puso en marcha la asociación el pasado año y que da cabida a aquellas personas que, no siendo aún corredores autorizados y en activo, ya se están formando para serlo y lo van a ser en pocos meses.



Apromes ofrece un servicio de mediación extrajudicial a sus asociados

Apromes ha implantado el servicio de mediación extrajudicial, para resolver discrepancias o controversias que puedan surgir en el día a día del asociado en su vida privada y profesional, así como en la de sus clientes, todo ello ante las diversas aseguradoras con las que este trabaja.

Este servicio, de carácter externo e independiente es prestado por el abogado, Mario Rodríguez Molina y su estructura jurídica. Este letrado cuenta con una dilatada trayectoria profesional en el ámbito mercantil, civil, administrativo y penal.

Igualmente, y dentro del sector asegurador, está especializado en la resolución de siniestros, así como en reclamaciones de contenido y desarrollo de pólizas y análisis jurídico de las mismas.

Por otro lado, la asociación, junto con la entidad **Campus Asegurador**, ha comenzado a impartir el curso de formación de Grupo A.

En otro orden de cosas, tras la reciente designación como delegado de Apromes en Portugal del corredor y doctor en Derecho del Seguro Cesar García, se va desarrollar un acercamiento a los asociados en el país vecino por parte de la correduría **Howden Iberia**, en su condición de asociada estratégica de la organización. El objetivo es la colocación de riesgos de difícil cobertura, mediante diversos productos en Portugal.



Jaime Carvajal ha sido nombrado, por la junta de socios de Quadrifoglio Venture Capital (QVC) y con el respaldo del pool de inversores, el presidente ejecutivo para España e Iberoamérica. Se ocupará de las labores delegadas de los inversores del venture capital y el fondo en la región.

Jaime Carvajal, nuevo presidente para España e Iberoamérica de QVC

Para la gestión de las sociedades Mayo Broker Insurance y Corlider Life Broker Insurance, el holding ha constituido una AIE, Edelweiss Management Company, poniendo al frente de la misma a un nuevo equipo directivo.

Diego Ayuso ha sido nombrado director general de Mayo Broker Insurance y Corlider Life Broker Insurance, además de CFO de QVC. Es licenciado en ADE por la Universidad Pontificia de Comillas y es Master en Alta Dirección Aseguradora profesional por ICEA.

Como subdirectora general y de Negocio de Edelweiss se ha puesto al frente Miriam Mariscal. Por último, en la Dirección Comercial de Mayo Broker Insurance y Corlider Life Broker Insurance han sido nombradas Margarita Guisado y Ainoa Portugal, respectivamente.

Además, los modelos comerciales mantienen sus estructuras tradicionales y orientación al negocio de Vida en el caso de Corlider y Diversos en el de Mayo.



Espabrok hace balance de 2017 'Ganando posiciones'

El 1 de febrero tuvo lugar el Congreso Nacional de **Espabrok** bajo el lema 'Ganando posiciones'. En estos momentos, cuentan con 78 corredurías en 34 provincias y 17 Comunidades Autónomas con 200 millones de euros de facturación. Además han introducido 11 nuevos productos en su red.

Luis López Visús, director general de Espabrok, realizó balance de los principales logros de 2017, año en el que afirmó que se han superado con creces todos los objetivos y presentó los retos de 2018.

En 2017 se consiguió un crecimiento del 13,7% del negocio; 16 corredurías nuevas (entre las que figura la correduría Salgado & Eyré, ubicada en Vigo); presencia en 8 nuevas zonas de España. En estos momentos, cuentan con 78 corredurías en 34 provincias y 17 Comunidades Autónomas con 200 millones de euros de facturación. Además han introducido 11 nuevos productos en su red.

Asimismo, señaló que la estrategia de Espabrok se basa en 4 pilares: el incremento y consolidación de la red; la evolución del negocio (Empresas, Vida y Salud); los acuerdos con las aseguradoras; y potenciar la marca Espabrok y la oferta de tecnología de vanguardia. También, se han planteado que la correduría (que en estos momentos intermedia 3,8 millones de euros) debe tener acuerdos propios.

Por su parte, Silvino Abella, presidente de Espabrok, un año más insistió (durante su intervención en la entrega del Premio So-

lidario) en su reivindicación en pro de una reducción del recelo frente al asociacionismo profesional y comprometido. "Quiero alzar mi voz en pro de una apuesta clara, real y convincente por la mediación profesional e independiente. Una apuesta que no fomente el chantaje y el desprecio al cliente, una apuesta que valore la labor social del seguro y no sirva tan solo para mejorar o maquillar cuentas de resultados de usuarios y especuladores".

Además resaltó algunas acciones que les van a ayudar a afianzarse este año:

- El incremento y consolidación de red, con profesionales de máximo nivel. Siempre priorizando el crecimiento selectivo sobre todo en las provincias en las que aún no tienen presencia.
- Apuesta por tecnología y desarrollos de vanguardia.
- Colaboración estable con aseguradoras líderes y que confían y animan nuestro proyecto más allá del apoyo estético.
- Formación permanente y adecuada a los cambios de mercado, con la necesaria adecuación normativa que está al llegar.
- Desarrollo estratégico de la correduría Espabrok como negocio autónomo; desarrollo programado y rentable.
- Mantenimiento de la presencia institucional y mediática.
- Ser la mejor asociación.

Además se realizó el primer Observatorio de la red de Espabrok, donde se respondieron a 60 preguntas de interés, formuladas por las corredurías, y se pusieron en común experiencias de éxito para extrapolarse a todas las zonas.



Los riesgos empresariales ante el recargo de prestaciones

S4 Correduría de Seguros y Gerencia de Riesgos ha impartido la jornada “¿Puede su empresa cerrar como consecuencia de un accidente laboral? Protéjase frente al recargo de prestaciones de la Seguridad Social”.



Manuel Fidalgo, director comercial de S4, hizo referencia a como “hacer frente al pago de la indemnización al trabajador accidentado cuando esta situación deriva de un accidente laboral por incumplir las medidas de seguridad. La mejor opción es cubrirse frente a este Recargo de Prestaciones a través de una póliza específica”. Gabriel Beiro, miembro del departamento de Consultoría

Legal de S4, explicó cómo en el año 2016, la Inspección de Trabajo levantó más de 16.000 actas por importe superior a los 43 millones de euros, siendo el importe medio del Recargo de Prestaciones de la Seguridad Social de 150.000 euros que recae, directamente, sobre el empresario.

Ante estos datos, explicó una posible solución para protegerse frente a esta realidad a través de la contratación de una póliza que garantice “la disminución o menoscabo patrimonial del asegurado como consecuencia de un accidente laboral; respecto al umbral, la cobertura de la póliza no comprende importes inferiores a 20.000 euros. Los que superen esa cifra serán abonados desde el primer euro; en relación a las sumas aseguradas, éstas alcanzan 2.000.000 de euros por siniestro y anualidad del seguro (500.000 euros/ asegurado) y, además, la dirección procesal de la defensa se realizará a criterio del Asegurador, por los abogados designados en la póliza”.

Por otra parte, Rubén Vázquez, miembro del departamento de Crédito y Caución de la correduría, ha impartido la conferencia “Estrategias de internacionalización de las empresas” a los estudiantes del Ciclo Superior de Comercio Internacional del CIFP Portovello de Orense. Se trata de una acción de voluntariado empresarial definidas en la estrategia de 2018, que tuvo por objetivo explicar las nuevas técnicas de gestión y análisis, así como las ventajas de su aplicación en una estrategia comercial internacional.

64

Antoni Serra, nuevo Gerente del Club Català de Corredors d'Assegurances

El Club Català de Corredors d'Assegurances (CCC) en el marco del desarrollo de su Plan Estratégico ha incorporado a Antoni Serra como gerente de la asociación.



Licenciado en Derecho por la Universidad de Barcelona y MBA por la UPF, cuenta con una amplia experiencia en el sector asegurador. Sus funciones como gerente del CCC serán, entre otras, la de

contribuir a la implementación del plan estratégico marcado por la innovación tecnológica, el desarrollo de negocio y los acuerdos de productos/protocolos.



La ciberseguridad centra la última sesión formativa de E2K

Las nuevas exigencias del reglamento general de protección de datos (RGPD), que entrará en vigor el próximo 25 de mayo, y el seguro para los ataques a los sistemas de las empresas, han centrado la jornada de formación celebrada en Madrid por la red nacional de corredores E2K.

Jesús Iglesias, de Clyde & Co., despacho internacional, señaló que el nuevo Reglamento impone nuevas exigencias a la hora de manejar los datos de los clientes como la obtención del consentimiento expreso y no tácito para la utilización de los datos personales; aplicación de medidas técnicas y organizativas que garanticen y permitan demostrar cumplimiento del Reglamento; las medidas de seguridad adecuadas para la protección de los datos; y aspectos relacionados

con el plazo de conservación, elaboración de perfiles, transferencias internacionales y derecho a la reclamación.

También se refirió a las nuevas obligaciones de notificación, violación de medidas de seguridad y la obligación de comunicar a la Agencia de Protección Datos, en el plazo de 72 horas, el ciberataque que se haya producido. Dijo finalmente que los incumplimientos acarrearán multas de hasta 20 millones de euros o el 4% de la facturación.

Juan Garrido, consultor de Seguridad de NCC Group, experto mundial en ciberseguridad y mitigación de riesgos, que trabaja con las empresas para proteger su marca, valor y reputación frente al panorama de amenazas en constante evolución, expuso como "tu empresa puede ser la próxima víctima..." trató sobre las principales amenazas y huecos de seguridad y demostró las vulnerabilidades más frecuentes que hacen que seamos, en muchas ocasiones, fáciles víctimas.

Elena Alhambra, suscriptora de Beazley, aseguradora especializada en ciber, señaló la gran oportunidad que tienen los corredores de ofrecer este tipo de seguros a las empresas clientes que sufren estas ciberamenazas (un 86% han sufrido ataques en los últimos cinco años) de las que es imposible estar completamente protegidas.

Dijo que la mayor parte de las empresas están preocupadas con los daños por



interrupción del negocio, debido a fallos en la red o en los sistemas y la extorsión cibernética. Analizó aspectos tales como garantías, exclusiones, procedimientos de trabajo, siniestros más frecuentes y todo lo que necesita saber el corredor para comercializar este producto estrella entre tus clientes.

Higinio Iglesias, CEO de E2K, expuso que Ebroker es un software que alivia el esfuerzo de los corredores en las exigencias que impone la actual LOPD y además establece unas importantes barreras de seguridad antes los actuales riesgos derivados de la ciberdelincuencia y de otras prácticas delictivas relacionadas con el uso de internet y nuevas tecnologías. En este sentido, destacó que se está realizando una auditoría para adaptarse a las nuevas exigencias legales sobre protección de datos.

Casi ocho de cada diez nuevos corredores cuenta con experiencia previa en seguros



Según datos del informe “El perfil del nuevo corredor y correduría de 2017”, elaborado por el portal especializado quierosercorredordese seguros.es, el año pasado los emprendedores que se han convertido en corredor o que han montado una correduría contaban con una experiencia en seguros de 11,8 años de media.

Este estudio refleja que casi 8 de cada 10 nuevos corredores (78%) que se dieron de alta en 2017 en la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) aportaban ya experiencia previa en mediación de seguros, y en el 81% de estos casos, esta experiencia era de más de 5 años (63% del total de las nuevas altas).

El año pasado se produjeron un total de 192 nuevas altas de corredores y corredurías de seguros inscritos en la Dirección General de Seguros con clave nacional, lo que supone un crecimiento de 5% respecto a 2016, año en el que se registraron 183 altas en la DGSFP.

El 61% del total de las altas en 2017 ha sido de corredurías (117) frente al 39% de corredores individuales (75). Un año más, estas cifras confirman la preferencia del modelo societario en los nuevos proyectos frente al de corredor individual en la proporción de dos nuevas corredurías por cada nuevo corredor individual, lo que viene siendo similar a años anteriores.

De todas las nuevas altas con clave nacional que se han producido en 2017, el portal www.quierosercorredordese seguros.es ha tramitado el 40% de los casos de corredores individuales y el 25% de todas las nuevas corredurías.

Mónica Herrera dirigirá el departamento de Ocio y Turismo de March JLT



March JLT ha incorporado a Mónica Herrera Latorre como directora del departamento de Ocio y Turismo, que está integrado en la Unidad de Grandes Cuentas, Industria y Servicios.

De esta forma, March JLT refuerza su apuesta por el negocio turístico, en el que la correduría tiene una posición líder en el mercado de los grandes grupos hoteleros baleares, y con el fin de ampliar la presencia de la firma en el mercado nacional.

Herrera es Licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, cuenta con un Máster en Derecho de Familia, por el Colegio de Abogados de Madrid, y un Máster en Prevención de Riesgos Laborales.

Antes de incorporarse a March JLT, ejerció como manager del departamento de Health & Benefit de AON. Anteriormente, entre otras cosas, ejerció como Manager de la Specialty de Turismo en AON, firma en la que acumuló 9 años de experiencia profesional.



El Colegio de Zaragoza transmite al Consejo General su modelo de gestión como alternativa

La Junta de Gobierno del **Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza** ha comunicado que “preocupada por los últimos acontecimientos en el **Consejo General**, tras el despido del responsable financiero, la dimisión el mes pasado del tesorero Ernesto Getino y su falta de comparecencia en el último Pleno celebrado en diciembre, traslada a la permanente del Consejo General su modelo de gestión en cuanto a contenidos, solvencia, transparencia y responsabilidad corporativa sostenida en el tiempo”.



José Luis Mañero, presidente del Colegio de Zaragoza, ha mostrado su preocupación por la falta de concreción en las medidas y la poca sensibilidad mostrada por la dirección del Consejo General: “Llevamos prácticamente un año de mandato de Elena Jiménez de Andrade, y a estas alturas no conocemos proyecto alguno, ni cierre de presupuestos de 2017, ni acuerdos de comisiones si es que los hay, ni novedad alguna, eso sí, hemos notado mucho malestar interno. Espero que reaccionen antes de que sea demasiado tarde”.

Por otro lado, por acuerdo de Junta de Gobierno del Colegio de Zaragoza, ha trasladado al Consejo General el interés que supondría formar parte de **Unión Profesional**, una organización donde están representadas todas las profesiones colegiadas de España.

Según Mañero, “los colegios profesionales son la garantía pública del cumplimiento de la deontología y la formación continua. La colegiación es requisito para ejercer profesiones que afectan a derechos de las personas y tiene como fin proteger a los ciudadanos, consumidores y usuarios de las malas prácticas profesionales, preservando la autonomía facultativa del profesional y evitando el intrusismo”.

Por último, señalar que el despacho de abogados **Maser Legal** está ofreciendo a los colegiados de Zaragoza y Teruel servicios de normalización, consultoría y auditoría de sus sistemas de información. El objetivo es ayudarles a adaptarse a los requisitos del nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos, que entrará en vigor en mayo.

Entre otras prestaciones, ofrecen el análisis de procesos de información, la gestión completa de trámites RGPD, la creación de documentos de seguridad y el apoyo organizativo y documental.



Marh y Codeoscopic lanzan una **herramienta online para mejorar la productividad de los corredores**

Marh y Codeoscopic han firmado un acuerdo para ofrecer a sus clientes Marh Plataforma Cloud de Gestión, una solución online dirigida a corredores con volumen de negocio mediano o pequeño. Se trata de una herramienta pensada para que los profesionales puedan hacer crecer su cifra de negocio, sin preocuparse de la gestión y conservando la propiedad de su cartera de clientes.

La Plataforma Cloud de Marh ofrece: Avant2 integrado, con más de 40 productos ya configurados y un equipo humano que permite al corredor disponer de los departamentos de una gran correduría, sin coste adicional. El personal de Marh realiza la interlocución con compañías, carga de producción, seguimiento de siniestros...

Por otro lado, Codeoscopic se ha convertido en colaborador

de EPC, la **Escuela de Práctica Profesional y Empresarial de Corredores y Corredurías de Seguro en España**.

Asimismo, Anacose (Asociación Navarra de Corredurías de Seguros), organizó una jornada para conocer el multitarificador Avant2 y ver sus posibilidades de gestión, control y emisión de pólizas.

68

Aon y Bankia asesorarán sobre **seguros especializados a grandes empresas**

Bankia, a través de su correduría de seguros SegurBankia, y Aon han firmado un acuerdo comercial con el objetivo de asesorar a grandes empresas en la contratación de seguros especializados que cubren riesgos complejos.

Esta alianza, se dirige a grandes empresas en todos los sectores. Aon implementará nuevas soluciones aseguradoras para los clientes de Bankia, que tendrán acceso a un servicio más completo con condiciones

ventajosas, gracias a su experiencia y conocimiento del sector asegurador a nivel mundial.

Aon realizará labores de seguimiento, asesoría diaria, así como la gestión de los siniestros, entre otras tareas. Asimismo, ofrecerá paquetes de soluciones aseguradoras adaptadas a sus necesidades, proporcionadas por las principales aseguradoras del mercado.





Madrid acogió la reunión semestral de Bipar con la vista puesta en el retraso en la implementación de la IDD

Madrid ha acogido la reunión semestral de la Federación Europea de Intermediarios de Seguros (Bipar), en la que **Adecose** y el **Consejo General** han ejercido de anfitriones, y en la que han participado 90 representantes de las asociaciones europeas de la federación. Las intervenciones de distintas asociaciones comentando el estado de la ejecución de la Directiva de distribución (IDD) en sus países y el retraso en la implementación de la Directiva hasta el 1 de julio y de su aplicación hasta el 1 de octubre, a falta de los trámites formales de aprobación, marcaron la reunión.



Cecas abre el plazo de inscripción del **Curso Experto en Tecnología**

El **Cecas** abre la matrícula de la 3ª edición del Curso Experto en Tecnología, que ofrece herramientas, propuestas y conocimiento sobre la tecnología aplicada a la mediación. Esta edición se iniciará el 1 de marzo de 2018 y finalizará el 14 de junio de 2018.

El objetivo del curso es descubrir la riqueza de la tecnología aplicada al sector asegurador para que cada mediador pueda crear su propio modelo, aquel que más le convenga a su estrategia y a su negocio.

Este curso es en modalidad b-learning y posee certificación universitaria de 180 horas lectivas.

La reunión fue inaugurada por la secretaria de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa, Irene Garrido, -quien estuvo acompañada en la mesa por el director general de seguros, Sergio Álvarez- quien valoró las aportaciones del sector como generador de riqueza y como inversor institucional, contribuyendo a la estabilidad y la internacionalización de la economía, mostrando un papel ejemplar durante la crisis a través de una gestión prudente y rigurosa.

La secretaria de Estado se refirió, entre otras cosas, a la Autoridad Independiente de Seguros y Planes de Pensiones como uno de los nuevos organismos reguladores independientes que se creará próximamente para la supervisión del sector.

El Consejo General y Acunsa ofrecerán una **póliza de Asistencia Sanitaria para colegiados**

El Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros y Asistencia Clínica Universitaria de Navarra (Acunsa) han suscrito



un nuevo convenio por el cual se ofrecerá una póliza de Asistencia Sanitaria a todos los colegiados y sus empleados “en unas condiciones únicas, exclusivas y preferentes”, tal como afirmaron los responsables del pacto.

“Esta propuesta viene a dotar a nuestro colectivo de varias opciones muy interesantes a la hora de contratar su póliza de asistencia sanitaria”, ha declarado José Antonio Rivas, vocal del Consejo General. Concretó también que el gabinete comercial de Acunsa se pondrá en contacto con todos los colegios con el fin de presentar a fondo las coberturas y condiciones de contratación de la póliza.

Según el convenio firmado, Acunsa ofrecerá a los colegiados un seguro de Asistencia Sanitaria en modalidad Confort con condiciones especiales relativas a coberturas, prestaciones, periodos de carencia, duración de la cobertura, edad límite para formalizar el seguro, tarifas y requisitos de formalización. Además, estos beneficios serán extensivos a los familiares directos de los colegiados y sus empleados.

La Junta General de socios de Grupo Aico ha aprobado su Plan

Estratégico Invia para los años 2018-2020, que contempla un programa de inversiones que tienen como objetivo no solo transformar su catálogo de servicios, sino también el sistema de gestión interna de la organización, pasando a ofertar una solución 360° a todos sus miembros.

Grupo Aico aprueba su **plan estratégico para los próximos dos años**

Esta transformación conllevará a la centralización de las tareas administrativa, técnica, siniestros y marketing con el propósito de liberar de dichas labores a sus miembros, lo que permitirá que estos se conviertan en oficinas 100% comerciales asesoradas y apoyadas por los recursos más adecuados para sus negocios.

Para conseguir estos objetivos se han creado los nuevos departamentos de Innovación, Expansión, Marketing, Comercial y Siniestros dentro de la central del Grupo, que cuentan con personal altamente especializado.

Grupo Aico apuesta por una nueva era, donde la innovación tecnológica, el posicionamiento de marca y el área comercial sean la columna vertebral que dirija las acciones de esta organización.





March JLT ha colaborado por tercer año consecutivo con la asociación Reyes Magos de Verdad. Se trata de un proyecto sin ánimo de lucro en el que colabora para devolver la ilusión a niños y ancianos sin recursos a través de un regalo. Este año la

iniciativa ha llegado a 10.000 niños y ancianos de diversos centros de acogida y residencias en distintos puntos de España.

March JLT participa por tercer año consecutivo con la campaña Reyes Magos de Verdad

A través de la campaña reyesmagosdeverdad.org, los empleados de March JLT han hecho llegar a cada niño un regalo en Navidad, el regalo que ellos han pedido “llenos de ilusión en su carta a SS.MM. los Reyes Magos de Oriente”, destacaban desde la asociación.

Se trata, entre otros, de niños en hogares de acogida, pequeños que han sido separados de sus familias o que se les ha quitado la tutela a sus padres, niños que viven con sus madres en la cárcel o en pisos de acogida, niños de familias desestructuradas o con grandes necesidades económicas.

Fundación Arcoiris Édos recibe el premio Solidario Espabrok

Espabrok ha entregado su VI premio Solidario que en esta ocasión ha consistido en 30 multiequipamientos para madres e hijos inmigrantes a través de la [Asociación Emet Arcoiris Édos](#).

Su objetivo es ayudar a una asociación que intenta luchar contra la trata de seres humanos, Silvino Abella, presidente de Espabrok, indicó que “la trata de seres humanos es una lacra de extraordinarias dimensiones económicas, sociales y humanas. Hablamos de una de las grandes violaciones de los más elementales derechos

humanos que reduce a la persona a simple mercancía exponiéndola a un trato vejatorio y violento, provocando importantes secuelas y daños físicos, psicológicos, exclusión social y vulnerabilidad. Se trata de una realidad a menudo invisible a nuestros ojos y en la que la vida carece de valor”. Además, llamó la atención sobre el hecho de que “uno de cada 4 víctimas sean niños. Estamos ante un auténtico modo de esclavitud y la mayor vergüenza del siglo XXI”.





Gracias por discutir

Lo que Aristóteles, Lincoln y los Simpson pueden enseñarte sobre el arte de la persuasión

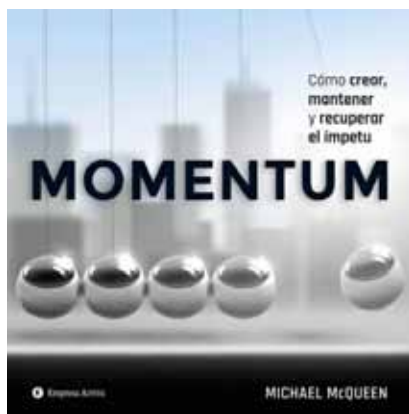
Jay Heinrichs

Editorial: Empresa activa
Precio: 23 € libro impreso
5,99 € Ebook

Este libro se ha convertido en un clásico en los Estados Unidos, con más de diez años de éxito de ventas consecutivos, y convirtiéndose en lectura obligatoria en muchísimas universidades. Ahora llega por primera vez en castellano. Es una verdadera clase maestra en el arte de la persuasión, enseñada entre otros por los Simpson, Winston Churchill o Cicerón. Este libro recoge las estrategias y técnicas para conseguir convencer a todo tipo de personas y auditorios según el contexto en el que se encuentren, rescatando la retórica de los personajes más interesantes de toda la historia.

Ya sea que quieras ganar más discusiones con tus amigos y ganar apuestas, o que seas un negociador feroz, este libro es para ti.

72



Momentum

Cómo crear, mantener y recuperar el ímpetu

Michael McQueen

Editorial: Empresa activa
Precio: 18 € libro impreso


Esta es tu guía personal sobre el arte y la ciencia del éxito. Los pequeños triunfos y las victorias momentáneas no suelen durar y eso provoca frustración. Este libro te enseña cómo cultivar un rendimiento medible sustentable y constante. Esa es la diferencia entre ganar una batalla o ganar la guerra.

Analizando casos de personas, empresas y distintas organizaciones, el autor rescata una serie de herramientas y principios que son los que permiten crear un impulso inicial y hacer lo necesario para mantener la inercia.

Proyecto TENGO HOGAR

CONTACTA:

tengohogar@gmail.com
www.tengohogar.com

 [www.facebook.com/
proyectoTENGOHOGAR](https://www.facebook.com/proyectoTENGOHOGAR)

COLABORA:

2100 2858 12 0210174735



TENGO UN FUTURO

Las circunstancias socioeconómicas actuales están creando una nueva clase de personas desfavorecidas que ven cómo repentinamente pierden sus ingresos y se ven al borde de la calle, son **los nuevos rostros de la pobreza**.

Desde el proyecto **TENGO HOGAR**, apoyamos de manera temporal a estas personas para que recuperen una vida digna. Les facilitamos el **acceso a una vivienda** y les ofrecemos un **seguimiento personalizado**

en apoyo a todas sus necesidades. Nuestra intención es **actuar preventivamente** de manera que aquellas familias que se encuentren en una situación de vulnerabilidad no caigan en la exclusión social.

PymeSeguros.com

PORTADA

NOTICIAS

EN PROFUNDIDAD

FINANCIACIÓN

CORREDORES DE SEGUROS

CONÓCEMOS

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



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

Noticias del sector

Revista

A fondo

Consultoría Legal

Twitter

facebook

LinkedIn

Aon alerta sobre los riesgos derivados de la protección de datos



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



Suscribirse gratis a la revista
Descargar N° 10 en PDF

[Leer más...](#)



INFORMACIÓN RELEVANTE PARA
PYMES Y AUTÓNOMOS

A DIARIO

Accede a las noticias que te
interesan en:

WWW.PYMESEGUROS.COM

