Premio San Francisco Javier
de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Número 71 Enero 2018

www.pymeseguros.com

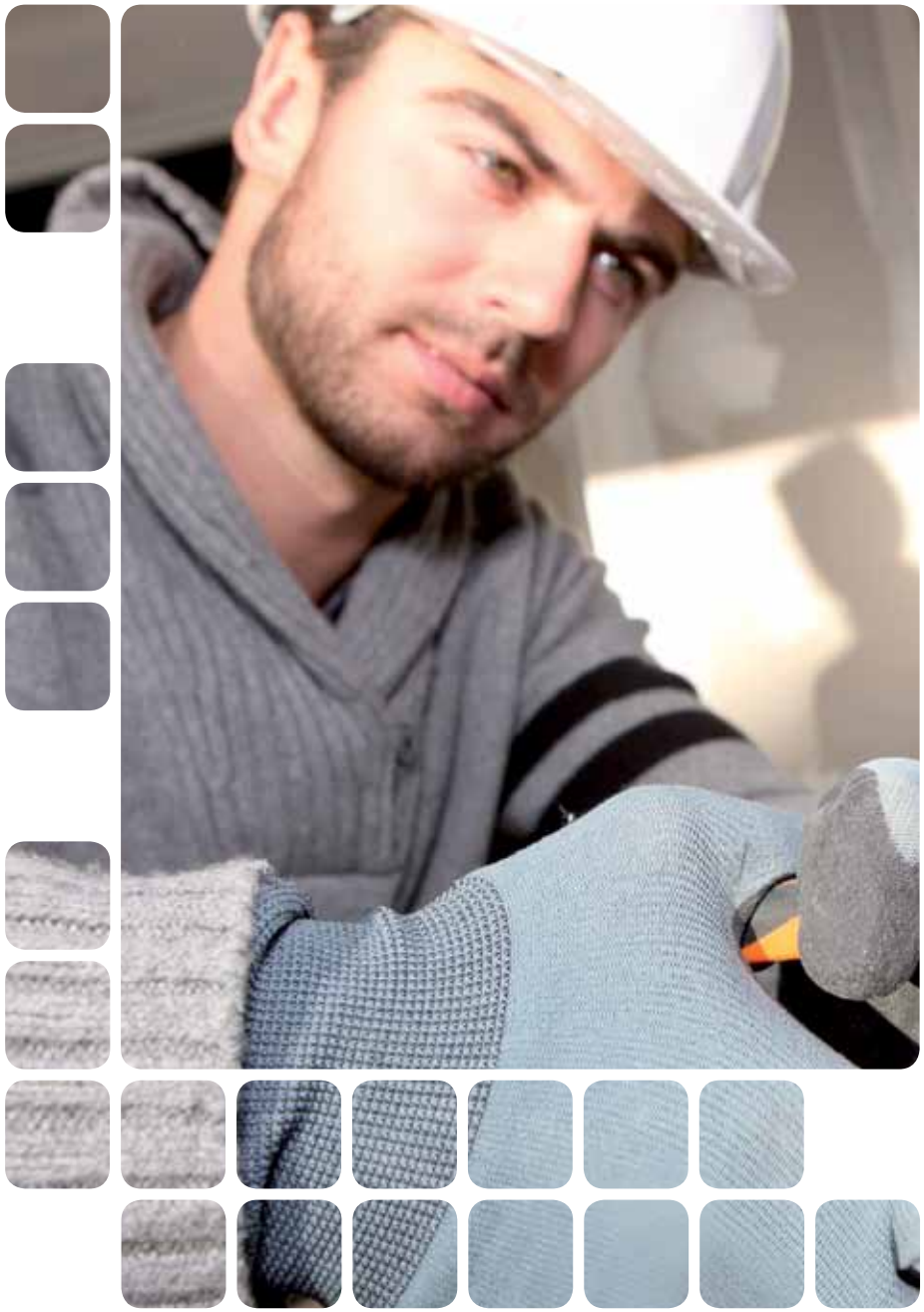
Gianluca Piscopo, consejero delegado de Berkley en España

Más oportunidades de negocio en RC con la mayor actividad empresarial

Punto de encuentro
Los corredores reclaman mayor implicación de la DGSF en el seguro Agrario

Más a fondo
Sácale todo el provecho a las redes sociales

In situ
El sector asegurador consolida su crecimiento en 2017



asefa seguros

Una empresa del Grupo Asegurador SMA

La protección de los profesionales

Responsabilidad Civil de Autónomos y Microempresas del sector de la Construcción

- Protección del patrimonio de autónomos y empresas frente a reclamaciones de terceros por daños sufridos en el desarrollo de sus actividades
- Amplio número de garantías básicas y opcionales adaptables a todo tipo de actividades y perfiles
- Los autónomos y las empresas sin empleados pueden contratar la garantía de RC Cruzada (daños personales)
- Sin límite en caso de conflicto de intereses
- Fraccionamiento semestral y trimestral de las primas

Infórmese llamando al **91 781 22 23** o visítenos en **www.asefa.es**

El sector sigue adelante

El sector asegurador consolida su crecimiento a pesar de un ligero decrecimiento en la venta de pólizas (ver In situ). A cierre de 2017, se situaron en 63.392 millones de euros. De este importe, 33.992 millones de euros correspondieron al ramo de No Vida (que creció un 3,94%) y los 29.401 millones restantes al de Vida (que decreció un 5,57%).

Entre los ramos con más crecimiento está Responsabilidad Civil que según las cifras de ICEA, subió un 7,34%. Un hecho que se debe, en opinión de Gianluca Piscopo, consejero delegado de Berkley, "a una mayor actividad empresarial, que conlleva más oportunidades de negocio" (ver Hablando claro).

Un caso diferente es el seguro agrario por el que, según los corredores presentes en la mesa redonda organizada por PymeSeguros, la DGFSP no termina de apostar por él o al menos, de implicarse en promocionarlo (ver Punto de encuentro). Esta carencia, junto con la disminución de las ayudas estatales, el impacto del cambio climático o el gran poder de la bancaseguros, suponen muchos escollos para los profesionales de la mediación de un producto vital para la supervivencia del sistema agrario nacional.

Hablemos de un seguro u otro, en todos el cliente está en el centro. Por eso, aseguradoras y corredores hacen lo posible por estar cerca de ellos. Una forma es participara en la redes sociales. El Estudio Anual Redes Sociales 2017 IAB lo deja claro: 22 millones de españoles de entre 16 a 65 años son internautas y de ellos, el 86% son usuarios diarios de las redes sociales, habiendo aumentado en un 6% con respecto a 2016. Unos datos lo suficientemente relevantes como para que corredores y corredurías no duden en utilizar estos canales para relacionarse con los clientes, divulgar sus productos y servicios y captar nuevas carteras (ver Más a fondo).

Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Sumario

Staff

Directora
Carmen Peña
carmen@pymeseguros.com

Periodista
Aitana Prieto
aitana@pymeseguros.com

Área Comercial
Carmen Paramio
616468849
carmen2@pymeseguros.com

Maquetación Y Diseño
Estudio 9C

Fotógrafa
Irene Medina

Banco De Imágenes
Fotolia

PymeSeguros
Revista online para corredores y correduría

Número 71 • Enero 2018
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

cc BY NC ND

06 **Hablando claro**
Gianluca Piscopo, consejero delegado de Berkley en España
Más oportunidades de negocio en RC con la mayor actividad empresarial

03 **Editorial**
El sector sigue adelante

30 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

32 **Al día economía**
Noticias económicas y que interesan a las pymes

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

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

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

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

12 **Punto de encuentro**

Los corredores reclaman mayor implicación de la DGSFP en el seguro Agrario

18 **Más a fondo**

Sácale todo el provecho a las redes sociales

24 **In situ**

El sector asegurador consolida su crecimiento en 2017

Gianluca Piscopo, consejero delegado de Berkley en España

Más OPORTUNIDADES de negocio en RC con la mayor actividad empresarial

Una de las características más importantes de Berkley es "la diferenciación en los productos que desarrollamos y la facilidad con la que los corredores pueden trabajar con nosotros" según su consejero delegado, Gianluca Piscopo. Además, llama la atención sobre el hecho de que haya más actividad empresarial y, por lo tanto, más oportunidades de negocio. Por eso, esta entidad apuesta por productos que tendrán muchas importancia en el futuro como el Ciber o el de Medio Ambiente.

¿Cómo se comportó el año pasado el ramo de Responsabilidad Civil?

Si tenemos en cuenta los datos de que disponemos sobre el tercer trimestre de 2017, el mercado de RC está creciendo. Berkley, en concreto, ha incrementado su facturación un 25% y tiene previsto otro crecimiento del 30% este año.

¿A qué se debe esa fuerte subida en Berkley?

Hay más actividad empresarial y, por lo tanto, más oportunidades. El 27% de los emprendedores españoles tienen un seguro de RC Profesional, un 6% más comparado con el año anterior.

¿Cómo influye **en las entidades especializadas que haya empresas generalistas que estén entrado en este ramo?**

En RC general hay mucha competencia. Por eso es tan importante la diferenciación en los productos que desarrollamos y la fa-

En la RC Sanitaria las indemnizaciones se han aumentado un 45% a causa del Baremo. Por eso aconsejamos que las primas suban como mínimo un 20% y los capitales asegurados se tripliquen

cilidad con la que los corredores pueden trabajar con nosotros. Además, el sistema informático es un valor añadido porque al ser propio, está totalmente ajustado y dirigido a los corredores del mercado español. Eso ayuda mucho en el tema de la agilidad y la flexibilidad.

¿Cree que se está empezando a salir del mercado blando en este ramo?

Yo creo que en RC general todavía estamos en un mercado blando porque hay mucha competencia. Sin embargo, en la RC profesional, especialmente en la parte sanitaria, se está notando mucho el endurecimiento del mercado.

¿A qué ries**gos se enfrenta el ramo?**

En la RC Sanitaria el mayor riesgo es el nuevo Baremo. En el resto de modalidades, la competencia y el mercado blando que da más importancia a las primas que a la calidad del producto y del servicio.

Las empresas españolas están potenciando su internacionalización. ¿Cómo está cubriendo esas necesidades Berkley?

La Libre Prestación de Servicio nos permite trabajar en otros países de la Unión Europea. De esa forma podemos seguir a nuestros clientes en sus aventuras fuera de nuestras fronteras. Además estamos empezando a construir en Latinoamérica una relación con la sección de Berkley en esa zona para poder ofrecer, en un futuro, el mismo servicio que tenemos en España.

¿Se puede decir que las pymes entienden mejor los riesgos

Berkley nunca ha sido una empresa generalista. Nuestra política es centrarnos en nichos y en productos específicos

de RC en los que se puede incurrir?

La realidad es que un 6% más de pymes está contratando la RC Profesional. Las pymes están más concienciadas y los corredores son capaces de asesorarlas mejor. Berkley en España trabaja con 350 corredores y tenemos unos 650 usuarios de nuestra web.

España es el país en el que mayor contratación de D&O se hace por parte de las pymes. ¿A qué se debe este éxito?

El 20% de las pymes dispone de un seguro de D&O. Esa cifra nos parece un buen avance, pero sigue habiendo un 80% de ellas sin este seguro. D&O está siguiendo el proceso de maduración de un producto nuevo. Empezó su comercialización en las grandes empresas que han visto la necesidad de tener pólizas de D&O (de hecho en los periódicos están apareciendo, desafortunadamente, muchos casos en los que se está usando la cobertura) y ahora lo están demandando las pymes, cada vez más concienciadas de su necesidad. Por eso, yo creo que en D&O se va a seguir creciendo.

¿Cómo está influyendo o va a influir el Baremo en la modalidad de RC Sanitaria?

Hace casi 12 años Berkley llegó a España con la RC Sanitaria, que es nuestro ADN. Gracias a esa especialización, tenemos datos que nos permiten sacar algunas conclusiones. La realidad es que hemos visto que en la RC Sanitaria las indemnizaciones se han incrementado en un 45% a causa del Baremo. Por eso aconsejamos que las primas suban como mínimo un 20% y los capitales asegurados se tripliquen (de los 1,2 millones de euros, que era el estándar antes, a los 3,6 millones de euros).

¿Y cree que se van a producir esos incrementos?

Ya se están produciendo. Sobre todo, porque debido a la incertidumbre de ese tipo de negocio, hay menos aseguradoras que se quedan en él. Creo que existe un cambio ocasionado por necesidad y el mercado se está endureciendo.

Sectorialmente la RC Sanitaria no tiene tan buen resultado, en parte, porque existe una incertidumbre sobre el coste final de los siniestros al ser de "larga cola". Sin embargo, Berkley sigue apostando fuertemente por ella...

Desde que llegamos a España fuimos muy activos en la RC Profesional de la sanidad pública, pero ahora prácticamente la hemos abandonado y nos estamos centrando en la sanidad privada donde estamos aportando toda nuestra experiencia a la hora de gestionar un siniestro y prestar un servicio de calidad.

Nos salimos en los últimos años de la sanidad pública por la insuficiencia de prima que existía, debido a los recortes presupuestarios. Preferimos la sanidad privada porque hay una negociación con un requerimiento de servicio y de calidad y se hace una valoración de las compañías que pueden prestarlo. En la sanidad privada la incertidumbre es menor porque el plazo medio de cierre de un siniestro también es más corto. Además, es más fácil gestionar el riesgo porque se puede ver cómo mejorarlo.

En la nueva estrategia de Berkley además de en la RC Sanitaria, se pone el foco en lo que denominan 'Specialties' (D&O, Líneas Financieras, Caución, medio ambiente, ciber y biotecnología). ¿Por qué se apuesta por estas modalidades?

Berkley nunca ha sido, ni a nivel de corporación ni en España, una empresa generalista y no pretendemos serlo. Nuestra política es centrarnos en nichos y en productos específicos. Por eso, hemos escogido algunos nichos específicos y los hemos empaquetado como *specialties* y los estamos perfeccionando con la ayuda de nuestros compañeros de Estados Unidos. Esta nueva línea de negocio tiene que ver con el hecho de que la especialización es muy importante para nosotros.

Berkley presentó en octubre un nuevo producto de Responsabilidad Medioambiental 'Berkley Enviro Solution'. ¿Cuál cree que será la evolución de este tipo de seguros?

Creo que es un muy buen momento para contratar una póliza de medio ambiente. A lo largo de 2018 y 2019 la legislación se va a hacer más dura con respecto al medio ambiente. Confiamos en que las pymes lo contratarán.

El producto que hemos lanzado está vinculado a una formación de los corredores. Estamos dando conferencias para explicar el producto y concienciarles de la importancia de venderlo bien. Además, les asesoramos acerca de cómo está cambiando la legislación y cómo puede afectar a las empresas.

¿Tienen previsto lanzar nuevos productos de RC en un futuro próximo?

Sí, queremos sacar el producto de ciber. Pero antes de venderlo hay que entender muy bien cómo es ese producto, qué estás cubriendo y cómo minimizar el riesgo.

Berkley ha incrementado su facturación en RC un 25% en 2017 y tiene previsto otro crecimiento del 30% este año

Además, hemos mejorado y actualizado la póliza de D&O *Commercial*, y además está prácticamente terminada la póliza de D&O para instituciones financieras. Para este segmento de negocio de *financial institucions* lanzaremos a corto plazo los productos de RC Profesional, IMI (combinada RC Profesional más D&O) y BBB.

Por otra parte, estamos dando mucha importancia a *life science* por los ensayos clínicos, la biotecnología. En Estados Unidos

Berkley quiere crecer junto a los corredores

Gianluca Piscopo, consejero delegado de Berkley en España, afirma que "solo trabajamos a través de corredores porque entendemos el valor que añade a nuestro negocio y porque apostamos por una relación a largo plazo. Por eso, aunque sean corredores generalistas, nos comprometemos a formarlos si realmente están interesados en el ramo de Responsabilidad Civil porque si tienen voluntad de aprender es una buena forma de crear un partnership y crecer juntos. En RC profesional y sobre todo en Sanitaria creo que hay pocas compañías en el mercado que tengan más conocimiento del que podamos disponer nosotros. La realidad es que les aportamos la tranquilidad de que sus clientes están bien asegurados".

A cambio, les piden que no valoren solo el precio, sino también la calidad que aporta esta entidad. En definitiva, un compromiso y una relación a largo plazo.

hemos creado una empresa que se dedica exclusivamente a *life science* de la que vamos a aprender y que nos permitirá aportar mucho al mercado español en un futuro.

¿Qué supone para los corredores la utilización BE-Net y en BE-Service?

En el Barómetro de Adecose de los últimos años Berkley ha salido entre las primeras tres aseguradoras en los ramos de RC y en Accidentes. Teniendo en cuenta que en España no somos una compañía muy grande, esa clasificación se debe claramente al servicio de calidad que estamos prestando. En este sentido, BE-Net y BE-Service son unos pilares importantes porque aportan agilidad a los corredores.

En BE- Net, que es el portal web, pueden gestionar tanto los certificados, como las cotizaciones, la emisión de pólizas, consultar siniestros... Permite al corredor trabajar prácticamente de forma autónoma porque no le hace falta mucha interacción con la compañía.

Por su parte, BE-Service se ha creado para todos aquellos corredores que no quieren o no pueden trabajar con BE-Net. Se trata de un equipo específico volcado al servicio de los corredores solo y exclusivamente. Atienden todo tipo de peticiones y las resuelven rápidamente. Tenemos unos tiempos de respuesta muy bajos.

Además, estamos prácticamente ya en EIAC y eso es un paso más hacia la conexión con nuestros corredores, porque permite un servicio más ágil y rápido.

Carmen Peña

Fotos: Irene Medina

REVITALIZA TU NEGOCIO
A TRAVÉS DEL MARKETING EMAIL

TU CORREDURÍA

GANA CLIENTES CON EL MARKETING EMAIL

TU NEWSLETTER

El video marketing al alcance de las pymes y emprendedores

El vídeo 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 publico objetivo. En Youtube se obtienen 3 billones de reproducciones cada día. El 80% de los internautas ven, al menos un vídeo al mes. Y entre los clientes online de Páginas Amarillas, los que tienen vídeo venden cuatro veces mas que los que no lo tienen. Estas cifra indican que el vídeo marketing puede ser una gran oportunidad para la mayoría de negocios si se aporta contenido relacionado con su sector. La idea es crear vídeos 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 creciendo 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 Fundetec, quieren dar prioridad a los trabajadores por cuenta propia de mas 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.

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

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

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

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

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

Los corredores reclaman mayor IMPLICACIÓN de la DGSFP en el seguro Agrario

El Agrario es un seguro complejo, muy especializado y con múltiples modalidades. Y a pesar de ello la DGFSP no termina de apostar por él o al menos, como critican los corredores, de implicarse en promocionarlo. Esta carencia, junto con la disminución de las ayudas estatales, el impacto del cambio climático o el gran poder de la bancaseguros, suponen muchos escollos para los profesionales de la mediación de un producto vital para la supervivencia del sistema agrario nacional, ya que, tras una catástrofe, actúa como garante para mantener el sustento de cerca de un millón de agricultores que hay en España.

De ahí que todos los expertos citados en la mesa redonda de Pymeseguros se mostrasen tan críticos con el papel que desempeña la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) en el seguro agrario. "Su función deja mucho que desear, porque desgraciadamente nunca ha tenido ni conocimiento ni consideración hacia él", indica Ignacio Molina, director técnico de la correduría Insufese.

Ignacio Molina.

Jesús Gustrán.

Sergio de Andrés.

Rafael Sarrión.

Juan Verano.

Y eso que, como recuerda Jesús Gustrán, director técnico del departamento Jurídico y de Seguros de Cooperativas Agroalimentarias de España, la DGSFP "no solo es regulador, sino también supervisor". En este sentido, aduce una carencia tanto de recursos humanos como económicos por parte del ente para atender correctamente al seguro Agrario.

En defensa de la DGSFP, Sergio de Andrés, director del Área de Producción y Comunicación de Agroseguro (Agrupación Española de Entidades Aseguradoras de los Seguros Agrarios Combinados), reconoce que, en materia comercial el organismo "no está muy involucrado", pero a nivel de viabilidad técnica del ramo basta señalar que dentro de Agroseguro cinco de los dieciséis consejeros son de la DGSFP.

"Pero la parte más cercana a la realidad de los corredores desconoce el sistema", incide Ignacio Molina. De hecho, arguye que desde Espanor, asociación a la que pertenece su correduría, han reclamado a través de Fecor "una actuación interna dentro de la organización para hacer valer el peso de los corredores".

Sistema sólido

A pesar de la insuficiente aportación de la DGSFP, Rafael Sarrión, director técnico de Agropelayo, considera que el actual sistema del seguro Agrario es "muy sólido", sustentado en tres pilares: las compañías que pertenecen a Agroseguro, la mediación y la Administración. "Está bien estructurado y el futuro pasa porque los mismos actores sigan apostando por él", comenta.

De hecho, la fortaleza del seguro, según Sergio de Andrés, es que todos los partícipes del sistema son los que definen el producto. "Aquí garantizamos que las necesidades de los agricultores y ganaderos están encima de la mesa", sostiene. De hecho, es el Ministerio de Agricultura el que tiene la potestad de la configuración de las pólizas, junto con Agroseguro, lo que también se discute en los grupos de trabajo, de los que forman parte las cooperativas, y que tienen un papel muy activo en el diseño de los seguros.

"Creo que es el único ramo que todos los años el condicionado especial cambia a raíz de los grupos de trabajo comentados", señala Jesús Gustrán como uno de los grandes hándicaps de un ramo que requiere de esa volatilidad toda vez que "las soluciones son vivas".

Una estructura que De Andrés valora muy positivamente. Y recuerda que se trata de un ramo que lleva funcionando casi 40 años como sistema de seguro Agrario formado, y que fue la primera ley

aprobada tras la consolidación de la Constitución de 1978, en donde ya se determinó la necesidad de regular el aseguramiento agrario mediante subvenciones estatales.

Refuerzo presupuestario

En el ejercicio de 2017 se van a pagar casi 750 millones de euros en siniestralidad, de los cuales el Consorcio de Compensación de Seguros va a cubrir casi 160 millones. "Una aseguradora por sí misma puede asumir riesgos más individuales, pero no todo el gasto que conllevan algunas catástrofes", reconoce el director del Área de Producción y Comunicación de Agroseguro.

> "El Estado necesita del seguro, porque si no, no sería viable el sistema".
> Ignacio Molina

Y es que, como subraya Rafael Sarrión, "si el seguro es caro, es difícil que el agricultor pueda pagar toda la prima. Sin el Consorcio no tendría ninguna viabilidad".

Más incisivo se muestra Gustrán: "El proyecto es sólido, pero necesita ser reforzado". Así, critica que antes del recrudecimiento de la crisis económica el Estado daba una asignación presupuestaria de cerca de 300 millones de euros al seguro agrario, a lo que había que sumar las aportaciones autonómicas. Entonces, se redujo la asignación a 211 millones.

De ahí que desde las cooperativas estén reclamando al Ministerio dotar de mayor suficiencia al presupuesto. Eso sí, destaca que el sistema mixto de ayuda pública más el pago por parte de la aseguradora debe ser equilibrado y compensado. En este sentido hace un llamamiento a las Comunidades Autónomas para que habiliten al seguro de presupuesto suficiente.

"Son seguros caros, aún con la subvención, y cuando hay una reducción de las ayudas, como ha ocurrido en los últimos años, el esfuerzo que han hecho todas las partes para que la gente no salga del sistema ha obligado a ajustar las primas", destaca Juan Verano, director comercial de seguros Agrarios de la correduría Anagán.

El seguro, garante del sistema

Con todo, los asistentes a la mesa redonda renegaron de esa corriente que critica que el seguro Agrario viva de las ayudas públicas. "Siempre se habla de que el seguro necesita de las subvenciones, pero no, el Estado necesita del seguro, porque si no, no sería viable el sistema", defiende Molina. En esta línea, valora que el sistema asegurador no sobrevive solo por las contribuciones de la Administración, sino que participa de ellas para que el sistema perviva: "El Estado es el primer garante del sistema por su propio interés, por no dar ayudas a posteriori que son inviables, son procesadas a destiempo...".

Desde las cooperativas apoyan esta idea: "La estructura del sistema es un ahorro a corto, medio y largo plazo para el Estado", sugiere el director técnico del departamento Jurídico y de Seguros de Cooperativas Agro-alimentarias de España, que aduce que al ser ayudas de concesión directa, que están presupuestadas y contabilizadas, suponen un ahorro a posteriori a la Administración, "porque si surge de pronto una helada muy grande tiene que habilitar una serie de ayudas, lo cual es farragoso y lento".

"Mientras que nosotros trabajamos para que se tase muy deprisa y el agricultor cobre muy rápido. Es la fortaleza del seguro", apostilla Sergio de Andrés, director del Área de Producción y Comunicación de Agroseguro.

Juan Verano, además, resalta que las cantidades que aporta el Ministerio al seguro "son ridículas" en comparación con el peso de esta industria en el país: "Estamos hablando de unos 200 millones a cambio de un sistema que afecta al PIB, que mantiene el empleo, el

territorio… y de un seguro que es referencia mundial".

El valor de las corredurías

Efectivamente, "el seguro agrario es altamente complejo y especializado y donde las posibilidades de aseguramiento de un agricultor son muy elevadas", ratifica Verano. De ahí que valore que las corredurías, para cubrirlo de la mejor manera posible, necesiten "equipos potentes", técnicamente muy formados a nivel humano y herramientas tecnológicas muy importantes para dar un soporte de calidad al asegurado. "De ahí que los mayores corredores en seguro agrario sean personas jurídicas", sentencia.

Coincide el director técnico de Insufese en que, si bien hay corredores a nivel individual muy buenos y su valía está en el individualismo, las corredurías cuentan con una estructura que les permite tener grandes conocimientos.

"Es que es un ramo muy complejo", confiesa Sergio de Andrés. "Hay 44 líneas de producto, con múltiples módulos, cada región tiene sus peculiaridades de contratación…", enumera.

En la misma línea, el director comercial de seguros Agrarios de Anagán recuerda que se está asegurando "el medio de vida de una persona y el hecho de que esté bien asegurado lo es todo, porque después del Agroseguro, no hay nada", concluye.

"Necesita mucha especialización", redunda Sarrión, quien destaca que se están asegurando cosas vivas que evolucionan, lo que requiere que el producto se vaya amoldando a ese desarrollo.

Competir con bancaseguros

Por todo ello, el papel de la mediación en la distribución de estos seguros es esencial. "Al ser un producto muy especializado, muy técnico, hay que tener una estructura capaz de dar ese servicio", comenta Juan Verano, director comercial de seguros Agrarios de la correduría Anagán.

"Los corredores tenemos un papel importante, con grandes números, pero no somos los que movemos el ramo", explica Ignacio Molina, director técnico de Insufese. De hecho, en la mesa redonda se expuso que tan solo una de cada tres pólizas las hacen los corredores. "Desgraciadamente está muy en las manos de las entidades financieras", añade Molina.

Y eso que, como reconocen los expertos, los profesionales de la mediación son los que están más cualificados para ofrecer el mejor servicio de asesoramiento a los clientes de este sector: "Al ser un ramo tan especializado el banco no cuenta con la formación necesaria para asesorar", pone en valor el director técnico de Agropelayo.

"La DGSFP no solo es regulador, sino también supervisor. Tiene que supervisar y monitorizar todo lo que se hace dentro del complejo sistema". Jesús Gustrán

"Nosotros tenemos el conocimiento, pero bancaseguros tiene los datos de los clientes (a través de la domiciliación de las ayudas de la PAC) y el dinero para poder hacer los negocios", se lamenta Juan Verano.

Con todo, Jesús Gustrán defiende que el canal de la mediación, por el que apuestan desde las cooperativas, cuenta con tres fortalezas fundamentales en la distribución de seguros Agrarios. En primer lugar, disponen de la experiencia de siniestro y la correduría puede hacer un acompañamiento del siniestro, "algo que el banco no hace, se va a desentender y delegar en la aseguradora". En segundo lugar, la extensa red de distribución, ya que se trabaja principalmente en el ámbito rural, gracias a las más de 3.000 sedes físicas con que cuentan las cooperativas. Y el tercer factor, es "el

conocimiento; quien está al pie de campo son las cooperativas y las correduría de las cooperativas, que están viendo el producto y saben anticiparse a las necesidades del asegurado".

Además, Ignacio Molina se alegra de que entre todos, compañías, mediación y Ministerio, se haya conseguido la entrada en el sector de un modelo alternativo a las entidades financieras "que ha dado un respiro importante": Saeca, la sociedad de avales del Estado. "Es una alternativa viable para el agricultor y el ganadero a las vinculaciones que obligan las entidades financieras".

> "Una aseguradora por sí misma puede asumir riesgos más individuales, pero no todo el gasto que conllevan algunas catástrofes".
> Sergio de Andrés

Saeca es un organismo público que financia la parte de la prima que paga el asegurado, "porque son seguros muy caros, aunque estén subvencionados, ya que se están asegurando bienes de alto valor y a la intemperie", aduce Verano, que pone en valor que haya un organismo que ayude al asegurado en la financiación de esa prima "para desvincularse de esa semiesclavitud de las entidades financieras".

Impacto del cambio climático

Respecto a cómo afecta el cambio climático al seguro Agrario, Rafael Sarrión, director técnico de Agropelayo, considera que hay un paso previo, que es cómo se van a acomodar los cultivos a ese proceso. "El seguro se tiene que adaptar a la evolución de las producciones agrícolas por este fenómeno. Surgirán nuevos periodos de cobertura, nuevos riesgos, muchos cultivos se trasladarán de zona...", comenta.

"Las cosechas ya están cambiando", afirma el director comercial de seguros Agrarios de Anagán, "se está produciendo donde antes no se sembraba, hay riesgos climáticos donde antes no ocurrían, adelantos de recolección...". Valora, eso sí, que en los grupos de trabajo ya se tiene en cuenta este aspecto, se calcula cómo están evolucionando los productos y técnicamente se ve cómo cubrirlo.

Efectivamente, Molina coincide en que no se puede identificar este ramo con el resto en el que se trabajan con productos estáticos. "El cambio climático está generando la adaptación continua. El cultivo evoluciona, no es el mismo que hace un tiempo, es similar, pero se ha tenido que amoldar a la nueva situación climática", sugiere.

Lo que es evidente, según De Andrés, es que el cambio climático produce picos muy potentes de temperaturas que afectan a los cultivos. En 2017 el problema de la sequía, hizo que fuera el segundo año de más siniestralidad de la historia.

Rafael Sarrión, director técnico

> "Las cantidades que aporta el Ministerio al seguro son ridículas en comparación con el peso de esta industria en el país. El seguro Agrario es referencia mundial".
> Juan Verano

de Agropelayo, sin embargo, no considera que muchos de los fenómenos que se producen sean por efecto del cambio climático, sino que cree que son accidentes atmosféricos, que en ocasiones generan heladas o sequías. Lo cual, a su entender, tiene un contrapunto positivo: "Eso hace recordar a los agricultores que el riesgo existe".

El director comercial de seguros Agrarios de Anagán es de la misma opinión: "La sequía del año pasado ha ayudado a reforzar la concienciación de que se puede estar varios años sin daños, pero de repente llega un siniestro gordo y es importante contar con un seguro porque es tu medio de vida".

Problemas del seguro

"Con respecto al cambio climático yo soy escéptico", señala Jesús Gustrán, quien aboga por ser "responsables" y no echarle toda la culpa a este fenómeno de los males agrarios. "Hay que ordenar la estructura productiva en España, porque ahora estamos con varias crisis estructurales, que no coyunturales, en varios cultivos". "Hay que empezar a ordenar las producciones y el seguro irá acompañando, pero la ordenación es responsabilidad del sector en colaboración con el Ministerio de Agricultura, porque es su competencia".

Rafael Sarrión ve otros problemas en el seguro agrario, por su propia idiosincrasia: "Es un producto semippúblico, en el que el Ministerio de Agricultura da ayudas para acceder a él. Si la dotación económica de la Administración baja puede ser un problema grave, porque además hay Comunidades Autónomas que no subvencionan", advierte.

Para Juan Verano, director comercial de seguros Agrarios de Anagán, existen dos factores externos a la propia industria aseguradora que la afectan sobremanera. Por un lado, el nicho de clientes, ya que existe en torno a un millón de agricultores y ganaderos en España, de los que el 65% supera los 60 años de edad, por lo que están cerca de dejar la actividad. Y por otro, la viabilidad económica de las explotaciones: "Si el agricultor no tiene unos ingresos dignos que le permitan, aparte de vivir, tener una capacidad económica como para pagar un seguro, es otro problema", señala.

Quizá eso haga que todavía muchos agricultores no apuesten por asegurar sus cosechas. Aunque depende de los cultivos, Gustrán calcula que apenas un cuarto de la producción está protegida con una solución aseguradora, porcentaje que supera, sin embargo, el 80% en la fruta, pero que apenas llega al 7% en el olivar, según el director del Área de Producción y Comunicación de Agroseguro.

"Al ser un ramo tan especializado el banco no cuenta con la formación necesaria para asesorar, como lo hacen los corredores".
Rafael Sarrión

El director técnico de Insufese incide en el problema del relevo generacional: "En este país estamos envejeciendo en el campo desde hace muchos años y los jóvenes no se incorporan. Con la crisis volvió mucha gente como medida de refugio. Pero en cuanto la situación económica ha cambiado, el medio rural otra vez se está despoblando. En España no llegamos ya al millón de agricultores activos. Es un desastre", subraya.

Aitana Prieto / Carmen Peña
Fotos: Irene Medin

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

Sácale todo el PROVECHO a las redes sociales

El Estudio Anual Redes Sociales 2017 IAB lo deja claro: 22 millones de españoles de entre 16 a 65 años son internautas y de ellos, el 86% son usuarios diarios de las redes sociales, habiendo aumentado en un 6% con respecto 2016. Unos datos lo suficientemente relevantes como para que corredores y correduría no duden en utilizar estos canales para relacionarse con los clientes, divulgar sus productos y servicios y captar nuevas carteras. Pero una cosa es estar presente en Internet y otra que éstas sean útiles para la compañía.

El 85% de las empresas españolas reconoce usar las redes sociales con fines de negocio, en concreto para mejorar la imagen de marca, aumentar la notoriedad de la entidad y promocionar sus productos y servicios, tal y como muestran los datos recogidos en el informe de Adigital, Asociación Española de la Economía Digital.

Hay que tener en cuenta que los canales habituales de captación y mantenimiento de clientela, como las llamadas telefónicas o la publicidad exterior, cada vez tienen menos impacto, ya que el cambio digital que afecta a la sociedad en general está variando nuestra forma de relacionarnos e interactuar, lo que lleva a restar efectividad a los métodos tradicionales. Además, la propia clientela se está adaptando a los nuevos recursos y cada vez hace un uso más habitual de los canales digitales frente a los analógicos. Por no hablar de las nuevas generaciones que prácticamente no conocen otra forma de comunicarse.

Pero el corredor de seguros no siempre sabe sumergirse correctamente en ese mundo online, a veces por falta de conocimientos y otras simplemente por no disponer de tiempo. Estos escollos hacen que los profesionales no aprovechen todo el potencial que tiene su presencia en las redes sociales, lo que conseguirían de dedicarles la atención necesaria y de no subestimar su papel comercial y para relacionarse con los clientes.

Dedicarle tiempo

Y eso que en la mediación de seguros el interés por las redes sociales tiene que ser aún mayor que en otros sectores, toda vez que cuenta con una competencia creciente y la fidelidad de los clientes va en descenso ante otras ofertas online más inmediatas. Las redes sociales pueden aportar ese toque diferencial, al proporcionar un plus de confianza, ya que facilita al usuario la interacción con su corredor, que puede atender sus peticiones sin necesidad de la presencia física y puede suministrarle contenidos de utilidad y

que realmente le interesen sobre sus productos o servicios.

Sin embargo, este gran hándicap se suele volver en uno de los principales errores en el uso de las redes sociales por parte de las corredurías. Aunque la predisposición inicial de los profesionales suele ser envidiable, a lo largo del tiempo es habitual encontrarse con transcripciones literales de notas de prensa corporativas sin interés para el cliente, cuentas desatendidas, quejas o dudas que no son contestadas, una combinación de temas personales y profesionales que no generan confianza…

En estos casos, las redes sociales se convierten en un auténtico perjuicio; si no se le dedica tiempo e interés, es mejor no contar con ellas, ya que de hacerlo el cliente espera una serie de atenciones que, de no ser colmadas, pueden llevar a su alejamiento.

Elegir las redes

Uno de los aspectos claves que tiene que tener en cuenta el corredor a la hora de zambullirse en Internet es elegir las redes sociales más adecuadas, ya que cada una tiene sus propias peculiaridades y un público concreto. Además, habrá que adaptar el mensaje que se quiera publicar a cada entorno, tanto en el formato como en el estilo de exposición. Es uno de los aspectos donde más tropiezan los corredores, que tienden a crear perfiles en las que más conocen, sin analizar en profundidad cuál les resultará más útil.

Facebook resulta muy interesante para el corredor, debido a su gran y heterogéneo seguimiento: cuenta con más 2.000 millones de usuarios activos, mujeres y hombres en proporciones similares, y llega tanto a generaciones jóvenes como a audiencias mayores. Entre sus ventajas está el generar relaciones más dinámicas con los clientes, actualizaciones detalladas y la facilidad y amplitud para hacer networking.

Muy distinta es **Linkedin**, que es una red profesional, por lo que disponer de un perfil aquí reporta seriedad. Es útil para buscar nuevos clientes, crear círculos de contactos donde integrar profesionales cualificados y expertos del sector y dar a conocer la empresa y obtener información relevante para ella a través de preguntas a distintos grupos que pueden crearse.

Twitter cada vez tiene más tirón y es excelente para generar conversaciones entre marcas y seguidores en tan sólo 280 caracteres (la concisión en la exposición es clave). Es ideal para los corredores que no cuentan con mucho tiempo, pero desean estar conectados, averiguar lo que se está hablando de la marca, permitiendo dar respuesta directa a dudas de clientes, críticas, así como promocionar productos, brindar servicio al consumidor, investigación de mercado, etc.

Las redes sociales pueden aportar ese toque diferencial, al proporcionar un plus de confianza, ya que facilita al usuario la interacción con su corredor

Youtube es diferente de base, ya que, gracias a los tutoriales y video blogs, esta plataforma para compartir vídeos se ha convertido en pieza clave para atraer consumidores. Es muy interesante para conseguir una promoción dinámica, a través de vídeos.

Google+ G+ permite interactuar dinámicamente con los usuarios, como Facebook, pero con el hándicap de que se puede dirigir

el contenido a usuarios específicos, dándoles mayor relevancia a los mensajes. Aunque su audiencia es bastante menor que el resto de redes, es recomendable para el posicionamiento web y para hacer negocios con consumidores jóvenes (la mayoría de sus usuarios están entre los 18 y los 34 años).

Hay que valorar en profundidad las redes donde se quiere tener presencia, ya que cada una tiene sus propias peculiaridades y un público concreto

Existen muchas otras redes sociales (Instagram, Pinterest...), pero estas son las más interesantes para los profesionales del sector, tanto por su audiencia, como por sus especificaciones propias, a nivel comercial y relacional. Eso sí, hay que valorar detenidamente cuáles son las más idóneas y no introducirse en una sin haber sopesado los objetivos que se persiguen.

Definir el posicionamiento

En el uso de las redes sociales es fundamental ser activo, ya que mucho tiempo sin actualizar el perfil puede generar abandono de los seguidores. Por eso hay que publicar de manera periódica (sin abusar, porque se puede saturar a los internautas) e interactuar con otros usuarios. En este sentido es muy importante dejar clara la política de empresa y en qué aspectos se quiere incidir, no ya solo por los mensajes publicados, sino por los seguimientos a otros usuarios, con "Me gusta" o retuits, por ejemplo. En estos casos es fundamental el trabajo de segmentación de público.

El problema de este posicionamiento es que se pueden mezclar cuestiones personales con las meramente profesionales: no hay que olvidar que los perfiles que se abren en las redes sociales son de la correduría, no de un particular miembro de ella, por lo que las interacciones deben cumplir exclusivamente con los objetivos marcados por la compañía, dejando a un lado cuestiones políticas, creenciales y polémicas. Otra cosa es hacer referencia a temas lúdicos, ya que pueden servir de excusa para cumplir con los fines comerciales de la compañía. Por ejemplo, hacer referencia a un espectáculo, como forma de promocionar una póliza que cubra la asistencia a eventos, o a una noticia sobre el envejecimiento de la población para destacar las bondades de los planes de pensiones.

Además, hay que saber detectar a los usuarios más interesantes para nuestra misión en las redes, los denominados influencers, haciendo menciones a sus comentarios y enviándoles contenidos de interés, ya que son una plataforma para que nuestros mensajes lleguen a más gente y a través de personas de prestigio en el mundo digital.

Contratar un community manager

El problema que les surge a muchos corredores es que no disponen de tiempo suficiente para dedicárselo a la gestión de las redes sociales. Ni siquiera pueden permitirse, en muchos casos, que una persona de su equipo se encargue de ello relegando otro tipo de tareas. De ahí que la mejor opción para conseguir una dedicación integral sea externalizar el servicio. Contratar a profesionales de la comunicación no solo garantiza que se le dedique el tiempo y atención que requieren, sino que se profesionaliza el servicio, que lo

llevará una persona experta en la materia que sabrá qué publicar, la mejor manera de contestar a los interrogantes de los usuarios, la periodicidad adecuada de las publicaciones y, en definitiva, controlará que estos canales estén siempre operativos, actualizados y al servicio de los clientes. Lo que, a la larga, se convierte, además, en un aporte comercial.

Eso sí, hay que recordar que el community manager es un profesional de la comunicación, pero que seguramente no tenga amplios conocimientos de seguros. De ahí que tenga que tener siempre una persona de contacto en la correduría que le asesore sobre determinadas respuestas o interacciones con los clientes cuando se aborden cuestiones aseguradoras, para no incurrir en errores. En este sentido, la coordinación entre ambos expertos (cada uno en su campo) resulta fundamental para obtener los mejores resultados en las redes sociales. Se trata, en definitiva, de integrar estos canales en las tareas diarias de la correduría, saber que se cuenta con ellos para ganar en visibilidad y contacto con los clientes y sacarles el mayor provecho.

Eso sí, antes de desembarcar de lleno en las redes sociales, la correduría debe comenzar por crear una página web, sencilla, de carga rápida, adaptada a todo tipo de terminales y con una exposición clara de los productos y servicios que se ofrecen. En este campo, también es importante contar con un experto que asesore e, incluso, diseñe y gestione el site de cara a hacerlo lo más productivo posible.

Crear el plan de actuación

Además, este community manager será el encargado de elaborar un plan de actuación en redes sociales, que tenga en cuenta el plan de marketing de la correduría y aconseje los mejores momentos y formas para promocionar algún producto (es muy importante crear un calendario de publicaciones) y la manera más efectiva de

A DIARIO

PymeSeguros es una publicación pensada por y para la pequeña y mediana empresa y los autónomos

Todo lo que te interesa saber a un clik

PymeSeguros.com

Accede a las noticias de seguros y economía que te interesan

hacerlo, además de tener la capacidad de elaborar mensajes específicos para cada tipo de red.

Su trabajo dependerá, en cualquier caso, de los objetivos del mediador, que puede querer estar presente en estas plataformas solo para atender a clientes actuales y captar a futuros con

Si no se le dedica tiempo e interés, es mejor no contar con las redes sociales, ya que el cliente espera una serie de atenciones que, de no ser colmadas, pueden llevar a su alejamiento

promociones publicitarias. En estos casos, la estrategia en redes sociales es más sencilla y se enfocará al plano meramente comercial.

Pero también es posible que el corredor tenga la necesidad de construir un perfil y tener reconocimiento del entorno profesional en Internet. Entonces, el community manager tiene que establecer foros de debate sobre temas de interés, compartiendo experiencias y métodos de actuación, promoviendo cambios normativos y consiguiendo un seguimiento real de profesionales y clientes.

Lo más habitual, en cualquier caso, es que la presencia en las redes sociales busque afianzar las relaciones con los clientes, proporcionándoles un nuevo canal de comunicación con sus asesores que genere confianza. En este caso la estrategia tendrá un componente más emocional, y el community manager deberá conocer en profundidad a su público y saber abordarle, sin saturarle.

En todos los casos, el corredor debe estar inmiscuido en la estrategia a llevar a cabo; contar con un community manager no significa desentenderse de las redes sociales porque ya las va a llevar un profesional, sino que esta área debe formar parte de la estructura de la compañía, dotarla de los recursos necesarios y prestarle la supervisión apropiada.

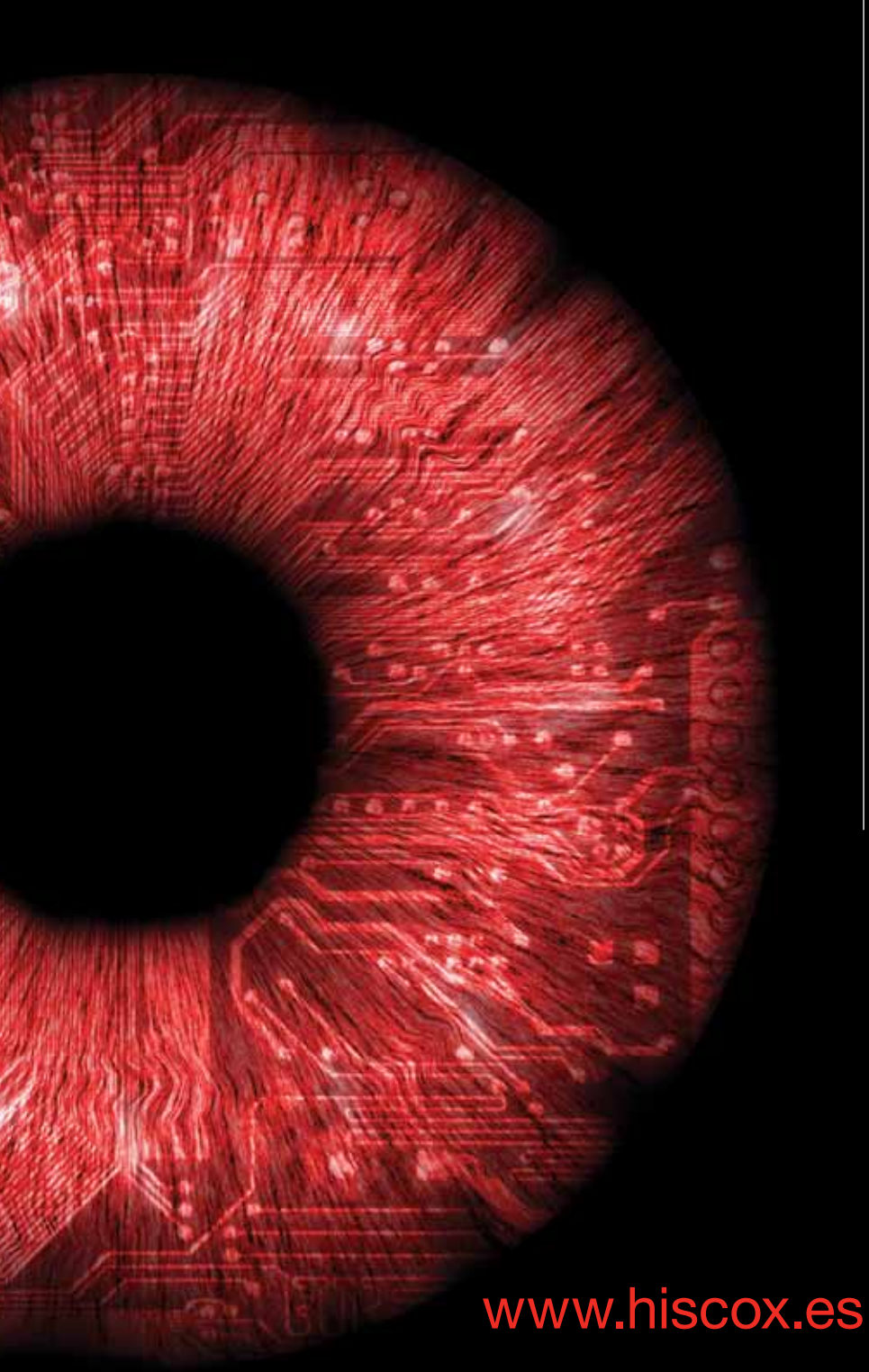
Hacer un buen análisis

Finalmente, es importante hacer un buen análisis del impacto de las acciones que lleve a cabo la correduría en las redes sociales. El community manager será el encargado de aportar toda la información relativa a cuánta gente ha visto los mensajes, el nivel de seguimiento, el tipo de seguidores, el volumen de interactuaciones… Unos resultados que habrá que analizar para replantear nuevas estrategias, ver aspectos a mejorar y valorar la eficacia de la presencia en redes.

Un grave error en el que se suele incurrir, es que en ocasiones se tiende a mirar solo el dato inmediato, sin apreciar otro tipo de repercusiones a más largo plazo en las que se está trabajando. La presencia en las redes sociales y su impacto debe ser valorado como parte de una estrategia de marketing en la que lo fundamental es que el corredor consiga notoriedad y afiance las relaciones con sus clientes, aspectos que pueden tardar tiempo en producirse.

Por eso, es importante no tomar decisiones drásticas, cambiando totalmente de estrategia o apostando por algunas redes, porque en otras no se está obteniendo el resultado esperado. Lo importante es afianzar la presencia en la red, mantener una postura y dinámica constante y generar lazos con los clientes, que vean en estos canales una forma más (y estable) de comunicarse con su corredor.

Aitana Prieto



HISCOX

CYBERCLEAR®

MILES DE OJOS TE VIGILAN EN LA RED, SOLO HISCOX TE PROTEGE.

En el complejo mundo del ciberriesgo, la experiencia y la simplicidad marcan la diferencia.

www.hiscox.es

Hiscox CyberClear

El seguro cibernético más claro y completo del mercado

Los ingresos de las aseguradoras por la venta de pólizas a cierre de 2017 ascendieron a 63.392 millones de euros, prácticamente lo mismo que un año atrás (-0,7%). Una cifra que lejos de parecer negativa, José Antonio Sánchez, director general de ICEA, calificó como buena durante su intervención en la 'Jornada de Perspectivas del Seguro y de la Economía para el año 2018'. "Es una prueba de que el sector asegurador consolida su crecimiento", afirma Sánchez. De este importe, 33.992 millones de euros correspondieron al ramo de No Vida (que creció un 3,94%) y los 29.401 millones restantes al de Vida (que decreció un 5,57%).

Jornada Perspectivas del Seguro y de la Economía para el año 2018

El sector asegurador CONSOLIDA su crecimiento en 2017

Mirenchu del Valle, secretaria general de Unespa, calificó estas cifras de buenas porque supone que el sector está en una senda de consolidación de crecimiento puesto que prácticamente ha mantenido las cifras que se alcanzaron en 2016, que fue un año excepcional e irrepetible. "Todos éramos conscientes de que era imposible mantener las elevadas tasas de crecimiento que produjo, y es por ello que estas cifras saben a mucho. Lejos de trazar el perfil de un sector estancado o que pierde terreno, lo que marcan es el perfil de un sector que ha sido capaz de mantener los grandes avances de meses anteriores y eso tiene un gran valor. Estas cifras son, por lo tanto, testigo de la consolidación de procesos de creciente importancia social y económica del seguro".

A esto hay que unir, según José Antonio Sánchez, que "se mantienen buenos márgenes de rentabilidad y la solvencia se sigue

afianzando con 29.000 millones por encima de los que Solvencia II requiere de media al sector".

Según muestran los datos provisionales recabados por Investigación Cooperativa de Entidades Aseguradoras (ICEA), el ahorro gestionado en productos de seguro de Vida, medido a través de las provisiones técnicas, alcanzó los 183.519 millones de euros en el año. Este importe supone un incremento interanual del 3,21%, de acuerdo con las estimaciones de ICEA.

José Boada, presidente de ICEA, presentó la jornada hablando del horizonte optimista que se avecina "debido a que la economía y el PIB parece que se están recuperando y los seguros les ha acompañado en esa evolución favorable".

Tomó la palabra Mirenchu del Valle, que sustituyó a Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa, que no pudo asistir por estar recuperándose de una intervención, para hacer una valoración de la evolución del sector asegurador en 2017.

El seguro de Vida, en el que lo adecuado es analizar la evolución del ahorro gestionado, ha cerrado el año 2017, según las estimaciones de ICEA, con una cifra de 183.519 millones de euros, lo que supone una expansión del 3,2%.

El seguro del Automóvil terminó el año con unas primas de 10.922 millones de euros (un crecimiento del 3,4%). Algo más moderado que el de 2016, "que parece sugerir una estabilización del sector después de unos años de rentabilidad comprometida", indica Del Valle.

El seguro de Salud con 8.058 millones de euros de primas estimados para el mercado español en 2017 situaría la tasa relativa de evolución en el 4,2%, "ligeramente inferior a la del ejercicio anterior pero, en todo caso, parte de una sólida evolución que se aprecia en los últimos años", explica la secretaria general de Unespa.

Multirriesgos muestra también una sólida tendencia estructural al crecimiento. En 2017 se estiman para este conjunto de productos

Evolución del sector

Ramos	Volumen estimado para el total del sector		(%) Crecimiento
	Enero a diciembre 2016 (Datos provisionales)	Enero a diciembre 2017 (Datos provisionales)	
Provisiones de vida	177.818	183.519	3,21
Primas ramos no vida	32.703	33.992	3,94

Datos en millones de euros. Fuente ICEA.

El sector asegurador factura 63.392 millones hasta diciembre, un 0,7% menos que en 2016

6.881 millones de euros en primas, con un crecimiento del 2,2%.

Del resto de seguros No Vida, que creció un 6% de media con 8.131 millones de euros en primas, destaca Accidentes con un incremento del 12,94%; Asistencia, con una aumento del 10,16%; Decesos, con una subida del 4,86%; Defensa Jurídica, con un crecimiento del 8,02%; Transportes (7,67%); Responsabilidad civil (7,34%); y Caución que con un 2,17% consigue aumentar su negocio, mientras que en 2016 decreció.

"El seguro de Vida ha conseguido mantener la tendencia de su rentabilidad, pero al mismo tiempo también está mostrando cierta dificultad a la hora de conseguir tasas crecientes. Es evidente que el entorno financiero no es el mejor de todos los posibles y que el gran reto del seguro de Vida en estos momentos es cómo conseguir ser atractivo e ilusionar al mercado cuando desde el flanco financiero del negocio son tan pocas la buenas noticias que llegan. Es importante reflexionar sobre las necesidades del cliente y nuestra capacidad de oferta sobre su jubilación", afirmó Mirenchu del Valle.

"La tarea de los aseguradores es entender que hay una inquietud entre sus posibles clientes y que deben diseñar productos que la colmen, que la eliminen. Como aseguradores, 2018, va a ser el año de las rentas vitalicias. Vamos a hacer un esfuerzo especial por defender, explicar y difundir un mecanismo financiero actuarial para disolver la angustia por el bienestar presente o futuro: las rentas

En 2018 continuará el crecimiento en No Vida

Tras la explicación de las 'Perspectivas económicas y financieras' por parte de Emilio Ontiveros, presidente de Analistas Financieros Internacionales (AFI), llegó el turno de saber las perspectivas para este año de los ramos de Vida y Pensiones; de Salud; de Multirriesgos; y de Automóviles.

Vida y pensiones

Andrés Romero, director general de Santalucía, comenzó su exposición diciendo que el ahorro se ha ido a los fondos de inversión que han acumulado 21.410 millones de euros de suscripciones netas positivas (7.590 millones más que el año anterior). La realidad es que el consumidor está empezando a buscar productos de rentabilidad variable. Por un lado, se está produciendo una desaceleración de los PPA, mientras que los unit linked están creciendo. En los planes de pensiones, también están disminuyendo los de rentabilidad fija en favor de los de renta variable.

Entre los retos de futuro está la creación de productos para la cuarta edad puesto que se va a producir una prolongación de la duración de la etapa de jubilación. En 2061 la esperanza de vida será de 88 años para los hombres y 91 para las mujeres. En 2050 en España habrá 76 jubilados por cada 100 personas en edad de trabajar.

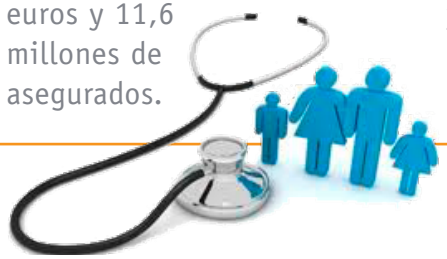
Tanto las instituciones como el sector asegurador tienen que colaborar para crear un sistema complementario de ahorro para la jubilación.

El 90% de los españoles cree que planificaría mejor su jubilación si conociese la pensión pública estimada. El 96% piensa que el Estado debería informar de la pensión pública estimada. Al 94% le preocupa que la previsión pública que perciba no sea suficiente. Y el 76% piensa que cuando se jubile la pensión pública será peor que la actual.

En opinión de Romero, "2018 será un año de crecimiento moderado pero de incrementos en torno al 4% en provisiones matemáticas".

Salud

Jesús Carmona, director del área de Vida, Salud y Accidentes de AXA, habló de la concentración que existe en el ramo de Salud, en donde el 83% del negocio está en manos de los 10 primeros grupos aseguradores y 3 de ellos detentan el 60% de seguro privado de Salud en España que supone 8 mil millones de euros y 11,6 millones de asegurados.



En 2017 se ha producido un crecimiento del 4,24% en el ramo de Salud. Por modalidades, Asistencia sanitaria aumentó un 4,94%, en Reembolso un 1,15% y Subsidio decreció un 5,24%.

Para 2018 se espera un crecimiento de entre el 4 y el 4,5%, se producirán nuevos productos dirigidos a nuevas necesidades de los clientes y habrá un incremento de competencia con incursión en el ramo de compañías que tradicionalmente no operaban en él.

Multirriesgos

Ignacio Mariscal, consejero delegado de Reale Seguros, explicó que en Multirriesgos existe mucha competencia, sobre todo en Hogar, pero también en Pymes y Comercio. Algo que repercute en la prima y no en el aumento de servicios.

No obstante, existen buenas perspectivas puesto que en Hogar se prevé que entrarán 120.000 viviendas nuevas en el mercado. En este momento el porcentaje de viviendas aseguradas se sitúa en el 75% pero se va a incrementar en 2018. Pero teniendo en cuanta que la competencia no permite que las primas medias sean altas, el crecimiento vendrá por el mayor número de pólizas.

Mariscal prevé que Hogar crecerá entre el 3 y el 4% en 2018; Comunidades, entre el 2 y 2,5%; Comercio, entre el 1,5 y 2%; y Pymes y empresas, entre el 2 y 3%. En total los Multirriesgos se incrementarán en un 2,5 y 3%.

Automóviles

David Capdevila, consejero delegado de Plus Ultra Seguros, explicó que en 2017 se ha producido una clara recuperación de parque automovilístico asegurado. A cierre de diciembre, el crecimiento interanual de circulación de vehículos ha sido del 2,6%.

Sin embargo, pronostica que la frecuencia de siniestralidad va a subir porque las matriculaciones crecen pero se mantienen los vehículos viejos, que son los que provocan una mayor siniestralidad.

Además hizo referencia al aumento de las indemnizaciones medias debido a la implantación del baremo, que ha impactado en las primas entre el 4 y 5%.

En 2018 estima un crecimiento de entre el 2,5 y 3%.

Primas no vida | Volumen y crecimiento

Ramos No Vida	Volumen estimado de primas		(%) Crecimiento
	Enero a diciembre 2016	Enero a diciembre 2017	
Automóviles	10.566	10.922	3,37
Salud	7.730	8.058	4,24
Multirriesgos	6.734	6.881	2,17
Resto no vida	7.673	8.131	5,96
Total ramos no vida	**32.703**	**33.992**	**3,94**

Datos en millones de euros. Fuente ICEA

Diversos, Salud y Autos, los ramos que más crecieron en 2017

vitalicias", concluyó la secretaria general de Unespa.

Posteriormente, tomó la palabra José Antonio Sánchez, que ahondó en las cifras expuestas por Mirenchu del Valle. Así pues dijo que "en No Vida se había crecido un 3,9% frente al 4,7% del año anterior, un año excepcional. Unas cifras que están bien si se tiene en cuenta que hemos batido al PIB".

"Vida riesgo mantiene un comportamiento plano pero hay que tener en cuenta que el año pasado se produjo un crecimiento de casi el 12%. Las cifras están muy sesgadas por alguna operación importante de prima única que se produjo el año pasado y este año no. Si obviamos esa operación, el crecimiento del ramo hubiera sido del 5%", apunta el director general de ICEA.

"En cuanto a Vida ahorro es verdad que las primas han decrecido en este ejercicio. Caen un 6,4%, pero hay que tener en cuenta que el año pasado crecieron un 24% y si nos retrotraemos a las cifras del tercer trimestre, donde las primas de ahorro cedían un 4%, hay que considerar un aspecto positivo y es que las primas periódicas crecían un 12% y las primas únicas decrecían un 13%. Eso es positivo porque está creciendo el negocio recurrente", considera Sánchez.

Del año pasado, el director general de ICEA destacó que a tercer trimestre "mejoran todos los indicadores, tanto los de renta-

Evolución por ramos y modalidades Enero a diciembre de 2017		
Línea de negocio	Crecimiento (%)	Cuota de mercado del estudio (%)
Total seguro directo	-0,70	97,19
Total vida	-5,57	98,58
Total no vida	3,94	95,98
Automóviles	3,37	98,74
Automóviles responsabilidad civil	3,78	98,55
Automóviles otras garantías	2,93	98,93

Las primas de No Vida obtienen un incremento interanual del 3,94%

bilidad como los de solvencia". Sin embargo, el tamaño y la especialización condicionan el crecimiento. El tamaño hace que las compañías sean más rentables ya que el 10% de las entidades tienen el 73,3% del beneficio y el 59,4% de las primas.

En cuanto a las previsión para 2018, Sanchez aventuró que para No Vida habrá un 3,5% de crecimiento. Algo que supone una pequeña desaceleración pero que seguirá por encima del PIB (2,7%) y de la inflación media (1,4%). Se mostró optimista de cómo será el comportamiento del negocio en los próximos años. "Esperamos crecimiento de negocio por encima de la economía para los 3 o 4 ejercicios siguientes".

Terminó su intervención haciendo referencia al futuro del sector. Las nuevas tecnologías y la digitalización van a expandir el negocio asegurador. Permitirán ofrecer productos y servicios a través del móvil de forma personalizada y rentable con independencia del tamaño del nicho del mercado.

Es un mundo con más posibilidades y a la vez más incierto. Un hecho que nos favorece porque al haber más incertidumbre hay más apetito para estar más asegurado y el producto asegurador cada vez va a ser más necesario.

La clausura de la jornada la realizó Sergio Álvarez, director general de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP). Durante su intervención hizo una valoración de los dos años que lleva implantada Solvencia II. En este momento el ratio de solvencia de las compañías españolas está en el 238% del exigido por Solvencia II. Se encuentra por encima de la media de los países europeos, que se sitúa en el 228%.

En cuanto al mercado, comentó que, entre 2007 y 2017, se ha producido un 24% de reducción en el número de entidades (-30% en sociedades anónimas, -16% de mutuas de seguros y -6% de mutualidades de previsión social), hasta situarse en 230 entidades.

Sobre los cambios normativos, llamó la atención a cerca de las sentencias del tribunal europeo sobre la definición del hecho de circulación, que llevarán a una revisión del seguro de Automóviles. También dijo que en Decesos hay trabajo por delante sobre los aspectos relacionados con las provisiones contables.

En cuanto a la supervisión de las conductas de mercado, señaló que se tiende a poner a los asegurados en el centro de los intereses del sector asegurador. Ahí estaría el reglamento PRIIPS.

Entre las normas en tramitación más destacadas se encuentran: el Anteproyecto de ley de distribución de seguro y reaseguros, con un nuevo plazo de aplicación (1 de octubre de 2018) y Reglamentos delegados sobre requerimientos de vigilancia y gobernanza de productos y de información y reglas de conducta de mercado aplicables a la distribución de productos de inversión basados en seguros; y el Real Decreto de modificación del Reglamento de Planes y Fondos de Pensiones en materia de: reducción de comisiones máximas de gestión y depósito, regulación de la liquidez a los 10 años y actualización del régimen de inversiones.

INTERNATIONAL SOS

WORLDWIDE REACH. HUMAN TOUCH.

Servicios Médicos y Sanitarios

Un alcance global para garantizarle la mejor asistencia allá donde esté

En International SOS contamos con los Servicios Médicos más completos, con cobertura a nivel mundial, para que vaya donde vaya cuente siempre con la mejor asistencia médico-sanitaria.

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

www.internationalsos.es

'Allianz Negocio Plus', para pymes y comercios

Allianz Seguros ha creado 'Allianz Negocio Plus', una solución aseguradora adaptada a los nuevos escenarios y mercados en los que se desenvuelven las pymes y comercios. Este nuevo seguro empresarial incorpora prestaciones como la asistencia informática (telefónica e in situ), el servicio de recuperación de datos, la geolocalización o la consulta de subvenciones.

Este seguro garantiza protección integral y seguridad para cualquier tipo de negocio en los sectores industrial, servicios, agrario, comercios y oficinas con una flexibilidad que permite al tomador decidir el grado de protección que quiere para su patrimonio. Hay tres modalidades: Básico, Óptimo y Extra, con garantías obligatorias y opcionales que facilitan al asegurado adaptar la contratación a sus necesidades reales.

Todas las modalidades incluyen asesoramiento y protección jurídica, que proporciona a los asegurados defensa frente a sanciones administrativas, defensa supletoria de la responsabilidad civil, reclamación extrajudicial de facturas impagadas o defensa penal, entre otros. Además, Allianz ha previsto soluciones para eventuales incidentes en el entorno digital en el que se desarrollan negocios y transacciones e incorpora a los servicios de su nuevo producto con asistencia informática telefónica e *in situ*, recuperación de datos, geolocalización, borrado de información y protección digital.

El acceso y conocimiento de ayudas y subvenciones es otro de los nuevos beneficios para los asegurados, que podrán recibir alertas *ad hoc* sobre subvenciones.

Además, 'Allianz Negocio Plus' tiene nuevas coberturas como robo y vandalismo en vehículos en reposo, bienes de clientes y empleados o derrame de mercancías y amplía los límites en reparaciones estéticas, reposición de archivos, honorarios, objetos de valor o robo en edificaciones.

Seguro de Responsabilidad de Transitarios y Daños a la Mercancía Transportada

La agencia de suscripción Alea ha lanzado un seguro específico de Responsabilidad de Transitarios y Daños a la Mercancía Transportada, para el que recibe la capacidad de suscripción de XL Insurance. A lo largo de los próximos meses, la compañía espera poder ofrecer nuevos productos, tras cerrar capacidades de suscripción en Contingencias y Responsabilidad Civil Profesional.

"Somos una agencia de suscripción orientada a los nichos de mercado. Desde ese punto de vista, estamos siempre abiertos y preparados para diseñar productos a medida, como el que ahora presentamos para transitarios, o para desarrollar junto a mediadores de seguros específicos que se ajusten a las necesidades del mercado", explica José Luis Latorre, director técnico de Alea.

Seguros Bilbao ha lanzado los nuevos 'PIAS Confianza', 'PPA Confianza' y 'Plan de Ahorro Confianza (Sialp)' que incluyen, como novedad, una serie de ventajas ligadas a la permanencia de los clientes y una rentabilidad acorde a los tipos de interés de cada momento.

PIAS, PPA y Plan de Ahorro que premian la fidelidad de los clientes

Los nuevos productos de Seguros Bilbao han sido diseñados para flexibilizar la capacidad de ahorro a largo plazo y premiar a los clientes más fieles. 'PIAS Confianza', 'PPA Confianza' y 'Plan de Ahorro Confianza (SIALP)' cuentan con un bono de permanencia que tiene como objetivo revalorizar el dinero acumulado en la póliza y que resulta especialmente atractivo para quienes sumen más de 10 años con cualquiera de estos tres productos.

Asimismo, la rentabilidad de estos productos va ligada a la evolución de los tipos de interés y, por tanto, si estos suben aumentará su rendimiento.

Además, permiten que las contribuciones se puedan realizar en función de las necesidades de cada cliente, con formas de pago mensuales, bimestrales, trimestrales, semestrales y anuales. Las primas aportadas están garantizadas incluso cuando los tipos de interés se encuentran en negativo. También, incluyen como garantía un capital adicional al ahorro en caso de fallecimiento.

Nuevo ciberriesgos para las pymes

Seguros Catalana Occidente ha lanzado un seguro de ciberriesgos, destinado a cubrir los principales inconvenientes que las pymes sufren como consecuencia de los ataques informáticos, entre los que destacan las pérdidas de datos, la paralización de la actividad y la responsabilidad frente a terceros.

En concreto, el seguro de ciberriesgos ofrece tres tipos de garantías: cobertura de los datos y de los costes derivados de la pérdida de los mismos; amparo ante posibles responsabilidades civiles en las que pudiera incurrir la empresa; y cobertura de las pérdidas económicas derivadas de la paralización de su actividad.

Este producto es flexible porque permite que cada compañía pueda seleccionar y contratar otras coberturas que se ajusten mejor a sus necesidades.

El seguro también incorpora un conjunto de servicios destinados a incrementar la prevención con distintas herramientas, como la actualización de los equipos informáticos y la configuración de un sistema para poder restablecerlos; la formación ante posibles secuestros de información; el soporte sobre aplicaciones y navegadores; la geolocalización de smartphones, tablets y portátiles; o la configuración de antivirus, firewall, anti-spyware y malware.

Además ofrece el Portal Ciberriesgos, una plataforma web exclusiva con la que las empresas aseguradas podrán indicar las posibles incidencias y recibir asistencia profesional. También tendrán acceso a una aplicación informática que les permite evaluar si cumplen con la Ley de Protección de Datos (LOPD), gracias a la generación de informes y a la realización de evaluaciones y controles.

España termina 2017 con 2,23 afiliados por pensionista, el peor dato desde 1999

España ha cerrado 2017 con 2,23 afiliados por pensionista, la menor cifra desde 1999. El sistema de Seguridad Social contaba el año pasado con 19.455.384 cotizantes y 8.705.707 pensionistas. El equilibrio entre cotizantes y pensionistas ha empeorado ligeramente respecto a 2016, cuando se situaba en 2,27 cotizantes por jubilado, debido a que mientras que el número de pensionistas ha aumentado en más de 96.000, el de cotizantes (trabajadores y desempleados) ha disminuido en 129.271 personas.

A cierre de 2017, el balance anual que facilita el Ministerio de Empleo y Seguridad Social muestra que hubo un total de 19,45 millones de afiliados, de los cuales 18,33 millones eran trabajadores y los otros 1,12 millones eran desempleados, que contribuyen al sistema a través de las cotizaciones que incluye el subsidio de paro.

Al tener en cuenta tanto a trabajadores como a desempleados, el número total de cotizantes al sistema se ha reducido en 129.271 personas en el último año.

Por su parte, el número de pensionistas no ha parado de crecer hasta aumentar en más de un millón en la última década, y sólo durante 2017 sumó casi 100.000 personas.

De los 8,7 millones de pensionistas a cierre de 2017, la mayor parte, 5,7 millones, eran perceptores de una pensión de jubilación, mientras que 1,7 millones eran de viudedad, 942.000 de incapacidad permanente, 323.000 de orfandad y casi 40.000 a favor familiar.

Las mujeres ganan terreno en emprendimiento

La presencia de mujeres en el ámbito emprendedor es cada vez mayor en todos los países europeos, así lo constata un informe realizado por la Red Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sobre emprendimiento femenino en el que se refleja que, entre 2014 y 2016, la brecha de género entre emprendedores y emprendedoras se ha rebajado. En el caso español, esta reducción es del 6,5%. Si se observan los últimos 10 años, la cifra alcanza el 36%.

La Tasa de Actividad Femenina Española se sitúa en el 4,7%, una cifra inferior a la media europea, que asciende al 6,3% pero es superior a la de potencias económicas vecinas como Francia (3,4%) o Italia (3,3%).

El estudio, elaborado en 74 países del mundo, analiza las causas que llevan a las mujeres a iniciar un proyecto empresarial. De las mujeres encuestadas en España, un 25,1% confiesa haberlo hecho por necesidad. Por lo tanto, más del 70% están comenzando negocios motivadas por las oportunidades del mercado. Y el 13,4% de ellas esperan contratar a 6 o más personas en los próximos años.

Un estudio denominado "Las pymes españolas con forma societaria 2011-2015 y avance 2016", elaborado por el Colegio de Registradores, desvela cifras positivas en materia de rentabilidad a todos los tamaños de pymes existentes en España durante el último ejercicio. Ellas apoyan la sensación de creciente rentabilidad que se viene cuantificando desde 2013.

La rentabilidad crece en todos los tamaños de pymes

Si nos fijamos en el crecimiento en términos de rentabilidad, entre 2015 y 2016, las pequeñas empresas (de entre 11 y 50 empleados) aumentaron un 7,7%, un punto más que un año antes. El segundo lugar del ranking fue para las empresas medianas (de más de 50 trabajadores) que pasaron del 7,5% al 8,3%. En las micropymes se pasó del 4% al 4,7%, en ese periodo.

El estudio compara también el beneficio neto y el volumen de negocios, en donde han mejorado sus cifras casi todas las mercantiles españolas. Teniendo en cuenta el beneficio general, las microempresas han registrado una "significativa y sostenida subida", que en el avance de 2016 comparado con el año anterior fue del 17,4%; del 7,6% en las pequeñas y del 3,8% para las medianas.

Las microempresas son las únicas con resultados positivos en volumen de negocio registrando una cifra de crecimiento mínimo del 0,7%. La contrapartida se la llevan las empresas medianas, con un descenso del 4,9% en el total de negocio generado. En el caso de las pequeñas, descendió un 5,5% en el último año.

Un entramado de empresas ficticias para defraudar 400.000 euros a la Seguridad Social

La Policía Nacional, en colaboración con la Inspección Provincial de Trabajo y Seguridad Social, ha destapado un entramado de empresas ficticias que habrían defraudado más de 400.000 euros a la Seguridad Social en la provincia de Sevilla, y que ha culminado con la detención de 110 personas.

La investigación comenzó con un informe realizado por la Inspección Provincial de Trabajo y Seguridad Social remitido a la Policía en el que comunicaban supuestas irregularidades detectadas en torno a tres empresas. Pronto se pudo confirmar que las tres empresas no habían ejercido actividad laboral y que habían sido utilizadas de forma instrumental para cometer un fraude continuado a la Seguridad Social con falsos contratos de trabajo.

A cambio de fingir una relación laboral, ofrecían a terceras personas contraprestaciones económicas, así estos se beneficiaban de prestaciones indebidas por desempleo, prestaciones por incapacidades temporales, beneficios penitenciarios o trámites en las oficinas de extranjeros con el fin de conseguir un permiso para residir legalmente en España.

También se utilizaban las empresas ficticias para dar de alta a trabajadores, de forma que varios empresarios se aprovechaban de ellas para dar de alta a empleados que realmente iban a trabajar en empresas legalmente establecidas y así no hacer frente a los gastos de los seguros sociales de los mismos.

La Cámara de Comercio destinará 12,3 millones para apoyar a pymes exportadoras

Las Cámaras de Comercio presentaron a finales de diciembre un plan de apoyo destinado a relanzar a aquellas pequeñas y medianas empresas españolas que quieran incentivar su actividad exportadora durante 2018. El Plan Cameral de Internacionalización contará con un presupuesto de 12,3 millones de euros para desarrollar 618 actuaciones de apoyo a estos negocios con el objetivo de aumentar y consolidar la base exportadora de nuestro país.

Del programa, 429 acciones serán para promoción exterior, 145 para actividades formativas y 44 para información. Las acciones absorberán el 87% del presupuesto hasta alcanzar los 10,75 millones de euros. Las actividades que se destinarán a la Unión Europea representan en 2018 el 33% del total. Las Cámaras de Comercio apuntan que el objetivo es diversificar geográficamente la base exportadora española y para ello pretenden potenciar las iniciativas en África, Asia y América del Sur. Las primeras absorben un 13% respectivamente y América del Sur el 10%. América del Norte y Oriente Medio un 8%, Centroamérica un 7% y los países europeos no pertenecientes a la Unión Europea un 3%.

Las misiones comerciales directas van a protagonizar buena parte de las actividades de promoción que se han programado. Se llevan a cabo encuentros entre empresas españolas y extranjeras, con un total de 56 encuentros, y visitas a ferias internacionales. También hay que destacar la formación, con sesiones sobre comercio exterior, talleres para mostrar cómo iniciarse en la exportación y seminarios sobre países en concreto, además de cursos sobre fiscalidad y aranceles, gestión de comercio exterior y documentos comerciales. Se van a poner en marcha de manera paralela jornadas y foros de sensibilización para aquellas pymes y compañías que nunca se han aventurado a vender a otros países.

UPTA impulsa el emprendimiento

UPTA está llevando a cabo una serie de sesiones formativas para mpulsar el autoempleo. La organización apuesta así por promover el espíritu del emprendimiento entre profesionales que pueden estar potencialmente interesados en poner en marcha su propio negocio.

Estas jornadas se están celebrando en Cantabria, Galicia, Navarra, Castilla-La Mancha, La Rioja y Madrid con gran acogida entre la audiencia potencial. Estas sesiones van dirigidas a personas que quieran emprender, especialmente a autónomos que en estos momentos estén arrancando su proyecto y se encuentren en la fase de consolidación. También, explican desde UPTA, quieren llegar a aquellos usuarios que están iniciando una nueva etapa y que optan por una segunda oportunidad en lo que a emprendimiento se refiere.

La idea es facilitarles las herramientas que sean necesarias para poder gestionar inicialmente sus proyectos.

DAS Seguros mejora su póliza de Impago de Alquiler Vivienda

DAS Seguros ha mejorado su póliza de Impago de Alquiler de Viviendas y tanto los mediadores como sus clientes cuentan con un nuevo formato de póliza con dos modalidades, Estándar y Premium, y que supone más y mejores prestaciones.

Así, la variante Estándar incorpora tres nuevas garantías, entre las que se encuentran la indemnización por impago de suministros, la compensación por impago de rentas a causa de incendio u otros y la reclamación de daños no contractuales. Además, se ha mejorado la asistencia en gestión de documentos legales. A efectos de la cartera, las garantías incluidas en la Modalidad Estándar se aplicarán de forma automática a las pólizas de 'DAS Impago de Alquiler Vivienda', sin que se modifique la tasa actual. Por otro lado, con la aplicación de una tasa adicional, se podrá contratar la modalidad Premium, que suma tres garantías adicionales además de las Estándar: la indemnización por daños al contenido por actos vandálicos, limpieza de la vivienda en caso de desahucio y gestión de cambio de suministros. Como última novedad, para la garantía de Compensación por impago de Alquiler que se encuentra en las dos modalidades de DAS Impago de Alquiler, se podrá contratar las opciones de 6, 9, 12, y 18 meses.

Véronique Brionne liderará el negocio de Salud y Accidentes en Europa Continental de Chubb

Chubb ha anunciado el nombramiento de Véronique Brionne como senior vicepresident, Accident & Health para Europa Continental, efectivo desde el 2 de enero de 2018. En esta posición, será la responsable de liderar todo el negocio de Seguros de Accidentes y Salud en Europa Continental.

Actualmente, Brionne es presidenta de Chubb para España y Portugal, y continuará compaginando este puesto con el de su nueva función hasta que se nombre a su sucesor. Reportará a Jeff Moghrabi, presidente de Chubb para Europa Continental, y a John Thompson, Division President Accident & Health de Chubb Overseas General. Brionne se unió a Chubb en 2014 como presidenta para España y Portugal. Anteriormente, estuvo 16 años en AXA desempeñando varios cargos de responsabilidad, incluyendo el de directora de Daños y Responsabilidad Civil para el Norte, Centro y Este de Europa.

Los españoles destinan el 17% de su ahorro a planes de pensiones y seguros de Vida, por el 40% de media de los europeos

Carlos Esquivias, gerente de la Comisión de Vida y Pensiones/ Inversiones de Unespa, analizó cómo ahorrar suficiente, de manera adecuada y con criterio para la jubilación en el último Desayuna con Inade de 2017. Esquivias destacó que "mientras que en Europa el porcentaje de ahorro en planes de pensiones y seguros de Vida es del 40%, en España es del 17%".

Esquivias comenzó desgranando el alcance del problema de las pensiones en España para luego proponer vías para contribuir a asegurar que se pueda ahorrar lo suficiente, de manera adecuada y con criterio para su jubilación, siguiendo las recomendaciones de Insurance Europe, la federación europea de las asociaciones nacionales de seguros y reaseguros.

Según los datos presentados en la jornada, España es uno de los países de la UE con menor tasa bruta de natalidad, que se situaba en 8,8 nacidos por cada 1.000 habitantes en junio de 2017. Además, recordó que "la proporción de afiliados/pensionistas se situaba en agosto de 2016 en 2,25".

El ponente afirmó que "según la Comisión Europea España es el país en el que va a disminuir más la tasa de sustitución". Si a día de hoy el sistema público de pensiones asegura un 80% del sueldo que cobraban las personas que tienen una pensión, se calcula que en 2060 será un 50%, reduciéndose un 30%, lo que supone el mayor descenso de la Unión Europea. Según estos datos, si hacemos una estimación de nuestro déficit de previsión, cada persona debería ahorrar 7.700 euros/anuales para garantizar su pensión. A este respecto, Esquivias destacó que "mientras que en Europa el porcentaje de ahorro en planes de pensiones y seguros de Vida es del 40%, en España es del 17%".

Carlos Esquivias insistió en la necesidad de que los ciudadanos sean conscientes de que deben ahorrar y, para ello, propuso algunas medidas pendientes, que desde Unespa se vienen reclamando. Así, afirmó que "el Gobierno debería dar cumplimiento a la Ley de 2011 e informar a la ciudadanía mediante una carta de sus expectativas de pensión para que puedan tomar decisiones al respecto". En segundo lugar, propuso adoptar el sistema de Reino Unido. Según el cual, todas las compañías estarían obligadas a desarrollar un plan de pensiones para sus trabajadores, que se inscriben automáticamente en el mismo, aunque éstos tienen la opción de salir si así lo expresan explícitamente, con lo que no habría aportaciones desde su nómina y desde el empleador. "Es una forma de incentivar las bolsas de ahorro", indicó. Por último, mantuvo que "el Estado debería dar estímulos fiscales

a los sistemas de pensiones privados y que estos deberían ser estables".

A continuación, Esquivias se refirió a otras medidas para mejorar el futuro de las pensiones y que pasan por fomentar el segundo pilar, el relativo a la previsión social empresarial; mejoras en la fiscalidad de las prestaciones; tomar medidas para autónomos; incentivar la cobertura de otros riesgos; fomentar el cobro en forma de renta vitalicia asegurada; y reforzar la educación financiera.

En una segunda parte, Carlos Esquivias explicó las novedades normativas a nivel europeo y español en protección de inversores minoristas. Sobre la normativa europea PRIIPs, explicó su ámbito de aplicación y los principales cambios que supone al ofrecer una mayor información al cliente sobre los riesgos del producto contratado. En este sentido, desde el 1 de enero de 2018 se debe aportar al cliente un documento informativo (documento de datos fundamentales - KID) en el que se indican el índice de riesgo del producto, los escenarios de rentabilidad (una rentabilidad tipo para un cliente tipo, no se trata de nada personalizado) y un indicador agregado de costes. Según la Orden ECC/2316/2015 de información y clasificación de productos financieros, se debe aportar también una nota informativa previa en la que sí se incluyen datos personalizados acerca del producto en cuestión.

En cuanto a las posibilidades de que los mediadores y corredores de seguros opten por dar prioridad a aquellos productos que les suponen mayor comisión o rentabilidad, el ponente esgrimió que "hay campo de juego para todos, lo que hace falta es mayor formación porque hay un nicho importante de negocio en el segundo pilar, el más centrado en las empresas. Es ahí donde los corredores podrían tener un papel importante en la gestión de cantidades mayores".

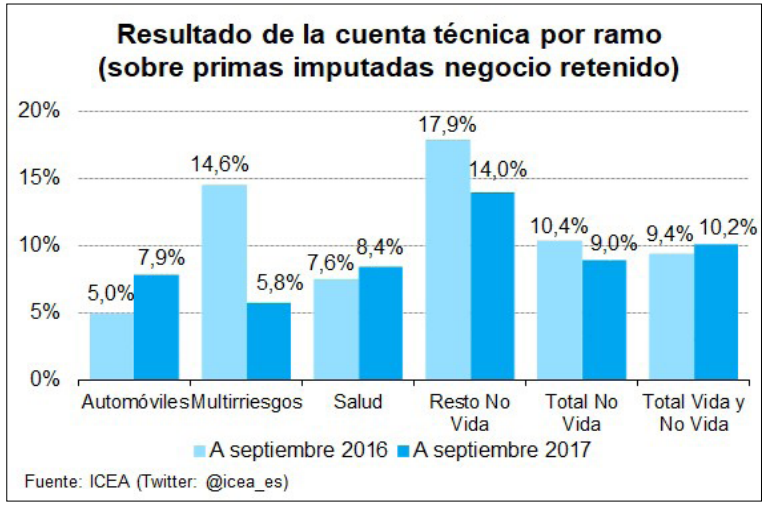
MGS Seguros rediseña su web corporativa

MGS Seguros ha rediseñado su página web corporativa para mejorar la experiencia de usuario en cualquier dispositivo. El diseño adaptativo o responsive ajusta automáticamente la nueva página de la compañía al dispositivo desde el que se consulte, sea un ordenador personal, un teléfono móvil o una tableta, sin perder calidad a la hora de navegar por el sitio web.

El cambio en los hábitos de navegación de los usuarios acelera la transformación digital de las empresas. Dado que la web es el principal canal de comunicación online de MGS con sus clientes, además de un diseño más atractivo y visual, ofrece un acceso rápido y fácil a los servicios y soluciones que la aseguradora pone a su disposición, con una mejora en la velocidad de carga de los contenidos.

Los clientes de MGS disponen, también, de la aplicación móvil de la entidad, considerada la mejor app del sector asegurador por la publicación Innovación Aseguradora, gracias al abanico de servicios que facilita, entre otros, la comunicación con la entidad y la asistencia inmediata en caso de siniestro, a través del dispositivo Auto Guardián.

El resultado de la cuenta técnica del sector se eleva al 10,2%



El resultado de la cuenta técnica del sector alcanzó el 10,2% a septiembre de 2017. El conjunto de ramos de No Vida arrojó un índice del 9% de las primas imputadas retenidas, un punto y cuatro décimas inferior al que hubo a septiembre de 2016, según datos de ICEA.

En cuanto a su tasa de siniestralidad, presentó un ratio algo más de un punto y medio superior al existente un año atrás, dando lugar a un 68,3% de sus primas imputadas directas y de reaseguro aceptado.

Por su parte, el resultado de la cuenta técnica del ramo de Vida, para los negocios directo y aceptado, obtuvo un índice del 1,09%, cerca de una décima y media inferior al obtenido a septiembre de 2016.

Cigna ofrecerá asistencia médica a través de la Clínica Universidad de Navarra

Cigna ha alcanzado un acuerdo de asistencia médica con la Clínica Universidad de Navarra, gracias al cual una gran parte de sus asegurados podrán acceder al servicio médico de este hospital universitario. El acuerdo incluye un total de 46 especialidades médicas.

La nueva sede de la Clínica en Madrid está dotada de equipos de medicina con tecnología de última generación para el diagnóstico y tratamiento de enfermedades. Los pacientes pueden obtener un diagnóstico en menos de 24 horas e iniciar tratamientos de una forma rápida, eficaz y coordinada. La Clínica Universidad de Navarra es el hospital privado con mejor reputación de España por cuarto año consecutivo, según el ranking del Monitor de Reputación Sanitaria.

El 87% de los españoles asume que perderán poder adquisitivo tras la jubilación

Prácticamente la totalidad de la ciudadanía, el 98%, cree que la sostenibilidad del sistema público de pensiones está en riesgo, por lo que se hace fundamental introducir reformas estructurales en el modelo. Esta es una de las conclusiones que se han extraído del estudio "Jubilación y hábitos de ahorro de los españoles", elaborado por el Instituto Santalucía, en donde se dice que el 87% de los españoles está convencido de que perderá poder adquisitivo tras la jubilación.

Entre los principales factores que los españoles creen que amenazan la sostenibilidad del sistema público de pensiones se encuentra en, primer lugar, la calidad del empleo, refiriéndose a la temporalidad y los bajos salarios, según destaca un 68,4%. A continuación, un 66,3% apunta a las cifras de desempleo, que han reducido significativamente el número de cotizaciones, como principal riesgo. Por su parte, un 59,4% de los españoles cree que el envejecimiento de la población (bajos índices de natalidad y aumento de la esperanza de vida) también juega un papel fundamental. Además, en cuarta posición, el 48,6% de los encuestados cree que la economía sumergida es uno de los factores de riesgo y un 42,2% señala a la falta de consenso político como una de las amenazas a la sostenibilidad de las pensiones.

Ante el futuro de las pensiones, los españoles lo tienen claro: el 87,3% de los ciudadanos asume que las prestaciones por jubilación serán más bajas en el futuro o perderán poder adquisitivo. Un porcentaje también muy significativo (83,5%) piensa que las pensiones se financiarán con una subida de impuestos o bien se creará un impuesto nuevo específico para ello, mientras que un 81,9% da por sentado que la edad de jubilación seguirá aumentando por encima de los 67 años.

Del mismo modo, un 63,1% cree que las futuras reformas obligarán a las empresas a ofrecer planes de pensiones a sus empleados, como ocurre en Reino Unido, y hasta casi la mitad de la población (48,7%) cree que las pensiones de viudedad desaparecerán con el tiempo.

Además, un 85,5% se muestra a favor de incentivar los productos de ahorro finalista con una mayor desgravación y ocho de cada diez querrían poder compatibilizar al 100% el cobro de una pensión y el trabajo.

Asimismo, siete de cada diez ciudadanos creen que las empresas deberían ofrecer a sus empleados planes de pensiones, mientras que el 61% ve bien que se obligue a ahorrar para la jubilación mediante la retención de un porcentaje de la nómina. Precisamente, un 93,7% da por hecho que le hará falta complementar de alguna forma su prestación pública.

AIG ofrece su solución aseguradora a las empresas afectadas por la Ley de Responsabilidad Medioambiental

AIG ofrece su póliza de Responsabilidad Medioambiental como solución a la inquietud que está detectando en algunos clientes ante la publicación el pasado 30 de octubre de la orden ministerial que desarrolla la obligatoriedad de que las compañías de mayor riesgo suscriban la garantía financiera establecida por la ley que regula este ámbito.

La principal novedad de la citada orden es que señala la fecha a partir de la cual será exigible la constitución de la garantía financiera obligatoria, antes del 1 de noviembre de 2018 para las actividades clasificadas con el nivel de prioridad 1, y antes del 1 de noviembre de 2019 para las consideradas con el nivel de prioridad 2.

La propia ley establece tres modalidades de garantía financiera: "una póliza de seguro suscrita con una aseguradora; un aval, concedido por alguna entidad financiera; o una reserva técnica mediante dotación de un fondo, con materialización en inversiones financieras respaldadas por el sector público". Deberá cubrir tanto la prevención de daños como la reparación de los que origine la actividad de la empresa.

La póliza de AIG permite a cada empresa contratar la póliza según sus necesidades. La cobertura básica contempla: contaminación accidental y gradual, costes de limpieza, daños a terceros (personales y/o materiales), costes de aminoración/evitación, costes de prevención, daños a los recursos naturales, costes de defensa y fianzas. De forma opcional, se puede contratar: transporte, interrupción del negocio y actividades en instalaciones de terceros.

Unión Madrileña sella un acuerdo con el Grupo Interfuneraria

Unión Madrileña (UM) ha alcanzado un acuerdo con Interfuneraria para garantizar la máxima calidad de los servicios funerarios de su seguro de Decesos a nivel nacional.

Los directores comerciales Sara Revilla, por parte de Interfuneraria, y Pablo Latorre, de UM, trataron acerca de aquellos servicios que mejor son percibidos más allá de los propios que se generan frente a una defunción.

"En nuestro viaje, queremos ir acompañados por los mejores, independientemente de su origen nacional e internacional. Pero sin duda con el Grupo Interfuneraria nos unen infinidad de aspectos que logran que la identificación entre ambas empresas sea máxima, y esta gran sintonía en cuanto a valores y orígenes se traslada a la atención que reciben los asegurados de UM", apuntó Latorre.

AXA renueva su estructura directiva de cara a 2018

AXA cuenta con nueva estructura directiva operativa desde el 1 de enero, con la que pretende acelerar la transformación de la compañía, haciendo hincapié en sus ejes estratégicos: orientación al cliente, onmicanalidad y agilidad.

Así, al nuevo Comité de Dirección se incorporan las funciones del Canal Directo y Negocio Corporativo; Dirección de Transformación; Dirección de Data y Actuariado P&C; y Dirección de Comunicación, Responsabilidad Corporativa y Relaciones Institucionales.

Los nuevos miembros del Comité de Dirección, máximo órgano de la compañía, que se incorporan tras una dilatada carrera dentro del grupo son:

Rodrigo Figueroa, nuevo director de Desarrollo Cliente, es licenciado en Administración de Empresas y Marketing y se incorporó a la entidad en 2009 en París, momento desde el que ha desarrollado diferentes responsabilidades en Marketing, Distribución, Transformación Secretaría General, tanto en Francia como en España.

Gema Reig, directora de Canal Digital y Negocio Corporativo, acumula más de 20 años de experiencia en el sector financiero y se incorporó a Direct Seguros en 2011; es licenciada en Económicas y Empresariales, con amplia formación en entornos digitales y de gestión.

Esther Villar, nueva directora de Data y Actuariado P&C, pertenece a la aseguradora desde 2000 cuando se incorporó como directora de Estadística; licenciada en Matemáticas, ha tenido responsabilidades en AXA España y en Direct Seguros.

Thomas Esclavard, ingeniero de formación, toma las riendas de la Dirección de Transformación; se incorporó a AXA en 2010 con responsabilidades en IT y Transformación en varias compañías del grupo.

Josep Alfonso, licenciado en Empresariales y con amplia experiencia en comunicación y relaciones institucionales, es director de Comunicación, Responsabilidad Corporativa y Relaciones Institucionales desde 2006, tras su incorporación procedente de Winterthur. Asimismo es el director de Fundación AXA.

En otro orden de cosas, Antonio Jiménez, director del canal Corredores de AXA, ha reconocido que 2017 ha sido un año clave en la aceleración del proyecto de conectividad con los corredores, consiguiendo arrancar 2018 a la cabeza de EIAC.

Por último señalar que la aseguradora y Womenalia han suscrito un acuerdo para trabajar en el desarrollo de la protección financiera de las mujeres.

Casi siete de cada diez personas que usa el seguro de viaje de esquí lo hace por la asistencia sanitaria

Casi siete de cada diez personas que utiliza el seguro de viaje de esquí lo hace para solicitar asistencia sanitaria, según se desprende de un estudio de Mapfre sobre su propia cartera de clientes.

Además, es frecuente que en las pistas de esquí, donde comparten instalaciones deportistas de distintos niveles, se produzcan situaciones inesperadas como incidentes por exceso de velocidad o la imprudencia de los esquiadores. Tanto es así que en un 3% de los casos se utiliza el seguro para la localización y salvamento de los esquiadores, elevándose hasta el 20% los casos por traslados desde la estación de esquí al hospital, e incluso produciéndose la repatriación sanitaria en los casos ocurridos en el extranjero.

En menor medida, pero igualmente importantes le siguen con un 4% los casos en que se indemniza al asegurado bien por el hecho de tener que anular el viaje o bien por tener que interrumpirlo y no poder disfrutar de todos los servicios contratados.

Caser ha presentado a sus más de 2.200 mediadores profesionales la aplicación móvil Lanzadera, una herramienta enfocada al apoyo en el asesoramiento personalizado de productos de Vida y pensiones. Disponible para Android, iOS y Windows, está diseñada de acuerdo a las necesidades de los usuarios, junto a quienes se ha trabajado en su desarrollo.

Caser presenta a sus mediadores una app de apoyo en el asesoramiento de productos de ahorro

A través de la aplicación Lanzadera, el mediador recoge, en pocos y sencillos pasos, información acerca de los objetivos y la capacidad de ahorro, las preferencias y el perfil de riesgo del cliente final. Cuenta además con simuladores de Ahorro, Renta y Jubilación.

Mapfre recibe el certificado de calidad de Aenor para su área Técnica de Emisión y Suscripción No Vida

El área Técnica de Emisión y Suscripción No Vida de Mapfre España ha recibido el Certificado de Calidad conforme a la Norma UNE-EN ISO 9001/2015 que otorga Aenor para el proceso de suscripción de la nueva producción de Autos, Particulares y Hogar, y que confirma la calidad con la que se lleva a cabo la labor de suscripción y selección de riesgos en Mapfre España.

El certificado de Calidad de Aenor está basado en la norma internacional ISO 9001, la herramienta de gestión de la calidad más extendida en el mundo y acredita que Mapfre cumple con los requisitos establecidos y que ha implantado un sistema de gestión que apuesta por la eficacia, calidad y mejora continua como camino adecuado para alcanzar la excelencia en el servicio al cliente.

Por otro lado, Mapfre ha restructurado sus territoriales con nuevos directores generales y directores territoriales, que han asumido esta responsabilidad desde el día 1 de enero de 2018.

Antonio Vigil-Escalera ha sido designado director general territorial de Mapfre en Centro. En Canarias es nombrado nuevo director general territorial Luis Caballero. Francisco José Ortiz, hasta ahora director territorial en Málaga y Melilla, ha sido nombrado director territorial de Mapfre en Cádiz, Ceuta y Huelva, en sustitución de Luis María Macarro, quien tomará el relevo de la compañía en Málaga y Melilla.

A su vez, Antonio Sánchez, que hasta ahora era director territorial de Mapfre en Alicante, ha sido nombrado director territorial en Ávila, Guadalajara, Segovia y Soria, en sustitución de Luis Manuel Hernández, que ha sido designado director territorial de la compañía en Alicante.

Asimismo, el Consejo de Administración de la compañía ha aprobado el nombramiento de Pilar Perales como consejera independiente en sustitución de Adriana Casademont i Ruhí desde el 1 de enero de 2018, que renuncia a su cargo por motivos personales.

Perales es catedrática de Derecho Mercantil en la Universidad Carlos III de Madrid y cuenta con una extensa experiencia y conocimiento del sector mercantil y del marco regulatorio.

Asimismo, Ana Isabel Fernández ha sido designada vocal del comité de Auditoría y Cumplimiento y José Antonio Colomer, vocal del Comité de Nombramientos y Retribuciones.

El seguro ofrece asistencia legal a los conductores 200.000 veces al año

El seguro del automóvil cada año presta asistencia letrada a los conductores en más de 200.000 ocasiones. Esta es una de las conclusiones del "Informe sobre el seguro de defensa jurídica en el automóvil", elaborado por Estamos Seguros, iniciativa de Unespa.

Los conductores echan mano de la cobertura de defensa jurídica para atender los gastos legales que surgen tras tener un accidente de tráfico. Ya se trate de su defensa civil o penal, o de la reclamación civil de los daños sufridos.

En 2016, el seguro del Automóvil efectuó 202.399 prestaciones de defensa jurídica (una asistencia cada 2 minutos y 36 segundos). La inmensa mayoría de estos percances fue protagonizada por conductores de turismos (174.674). Le siguen en importancia los casos que involucraron a motos (8.958) y furgonetas (6.464).

Un análisis por franjas de edad desvela que los jóvenes son los más propensos a echar mano de los servicios legales de su aseguradora. Aunque las personas entre 18 y 35 años apenas representan el 14% de los conductores que hay en España, generan cerca del 22% de los siniestros de defensa jurídica.

Un análisis del reparto territorial de los casos desvela que Barcelona es la provincia donde los conductores son más propensos a echar mano del seguro de Defensa Jurídica. En concreto, lo hacen 22.445 veces al año. Le siguen Madrid (17.595 asistencias) y Sevilla (13.134). A la cola de esta clasificación figuran Soria (306), Ceuta (442) y Segovia (516).

IMA Ibérica Asistencia hace balance de 2017

IMA Ibérica ha hecho balance de 2017 y ha tratado los proyectos de Grupo durante su evento de cierre de año. Desde el Comité de Dirección se hizo un balance positivo del ejercicio pasado y se presentaron los datos de la temporada de verano, el punto álgido del año, que cerró con un incremento en el volumen de expedientes de más de un 5%.

Durante el acto se rindió homenaje asimismo a varios trabajadores que, durante 2017, han cumplido 20 y 25 años en IMA Ibérica, una compañía con 28 años de historia. Este hecho demuestra, como se puso de relieve durante el evento, la voluntad de IMA de crear un lugar al que pertenecer, un ambiente en el que crecer tanto a nivel profesional como a nivel personal.

Sanitas, la aseguradora de Salud con mejor reputación

Sanitas se sitúa por cuarto año consecutivo como la aseguradora de Salud con mejor reputación de nuestro país según el Monitor de Reputación Sanitaria (MRS) 2017, elaborado por Merco.

La primera parte del informe, que evalúa a los hospitales privados con mejor reputación, incluye a los Hospitales Universitarios Sanitas La Zarzuela y Sanitas La Moraleja y al Hospital Sanitas CIMA entre los 15 hospitales privados con mejor reputación en España, en cuarta, octava y decimoquinta posición respectivamente. El Monitor también ha evaluado tanto las aseguradoras de Salud con mejor reputación, entre las que Sanitas se sitúa en primer lugar.

Por otra parte, Sanitas y Santalucía han llegado a un acuerdo para el desarrollo conjunto de pólizas de seguro de Salud. La relación entre ambas compañías no es nueva, ya que colaboran desde julio de 2015 en otro acuerdo de distribución de seguros de Salud.

Esta colaboración se aplicará a las contrataciones de seguros de Salud que Santalucía Vida y Pensiones realice a partir de 2018. Los productos serán comercializados a través de los mediadores de Santalucía Vida y Pensiones, lo que amplía la oferta de seguros para sus clientes. Los servicios ofrecidos son 'Sanitas Más Salud' (dirigido a particulares) y 'Sanitas Profesionales' (con coberturas específicas para autónomos). Estos seguros se comercializarán como 'Más Salud Santalucía Vida y Pensiones', y 'Salud Profesionales Santalucía Vida y Pensiones'. Son seguros de cuadro médico y asistencia sanitaria completa, con acceso a todas las especialidades médicas y hospitalización, con seguro dental incluido, sin copago. En ambos casos, existe la posibilidad de contratar la modalidad Plus, con copagos progresivos.

Allianz Partners España, nueva identidad de Allianz Worldwide Partners España

Allianz Worldwide Partners España ha cambiado su identidad de marca convirtiéndose en Allianz Partners España. Este proceso de rebranding respalda la estrategia del Grupo para 2020 enfocada en reforzar su liderazgo y consolidarse como una marca orientada al cliente y a la innovación.

Allianz Partners

En España, la marca corporativa cambia a Allianz Partners, y operará bajo la marca comercial Allianz Assistance. Este cambio de marca es parte de un plan internacional de rebranding que culminará en 2019 con la adopción de la nueva identidad por todas las unidades de negocio del Grupo.

MPM Software designa a David Millet nuevo director general de Marketing

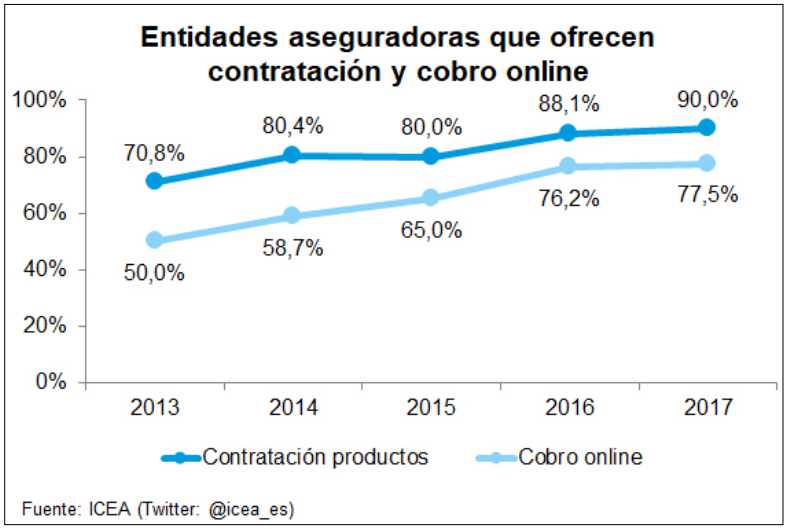
MPM Software ha incorporado a su equipo directivo a David Millet como director general de Marketing (CMO). Liderará esta área con énfasis en el lanzamiento al mercado de seg Elevia (la nueva plataforma tecnológica en la nube para el sector asegurador de la compañía), el programa de migración de los clientes hacia la nueva solución y la estrategia de expansión de la compañía.

Con más de 15 años de experiencia en el sector del software en diferentes puestos directivos, el nuevo CMO ha ejercido como director de Estrategia en Europa y vicepresidente de Product Marketing en Sage durante los últimos 5 años.

Isidre Mensa, CEO y fundador de MPM Software, ha dicho que la experiencia de Millet les va a aportar "un alto nivel de enriquecimiento en el posicionamiento diferencial de MPM y sus productos y servicios" en los diferentes mercados en los que actúan.

La contratación online, una opción que ya ofrece el 90% de las compañías

El porcentaje de aseguradoras que ofrecen contratación de productos online, aumentó de un 88,1% en 2016 a un 90% en 2017. Según ICEA, los productos que más ofertan las aseguradoras son los de Multirriesgos, ofrecidos por un 50% de las mismas, seguidos muy de cerca por los de Vida y Automóviles, con un 47,2% en los dos casos.



El cobro online también ha aumentado ligeramente, pasando a estar disponible por un 77,5% de las aseguradoras, frente a un 76,2% el año anterior. La domiciliación en cuenta bancaria (83,9%) y el pago por tarjeta (74,2%), son las opciones más frecuentes..

Codeoscopic y Te-sis Soluciones han firmado un acuerdo para aumentar y mejorar la conectividad entre sus respectivos productos: el multitarificador Avant2 y el programa de gestión para Corredores Te-sis Seguros.

Codeoscopic y Te-sis mejoran la conectividad de sus productos

Con este acuerdo tanto los clientes de Te-sis Seguros como los de Avant2 se beneficiarán de tarifas preferentes, así como unas condiciones de sincronización bidireccional.

"Te-sis ha sido un partner de referencia durante toda nuestra trayectoria y con este acuerdo queremos reforzar esta relación y asegurar a nuestros clientes la mejor experiencia en su labor diaria. Actualmente compartimos más de 150 clientes, que poseen tanto Avant2 como Te-sis Seguros y el feedback que recibimos cada día nos anima a potenciar esta relación con nuevos servicios que iremos desvelando durante este año 2018", ha comentado Ángel Blesa, director comercial de Avant2. "De esta forma reforzamos nuestra alianza estratégica y podemos brindar a nuestros clientes comunes las mejores soluciones tecnológicas del mercado, asegurando una sincronización total entre Te-sis y Avant2", ha apoyado Pau Maya, director general de Te-sis Soluciones.

Asefa Seguros ofrece la venta de servicios médicos en el Clubdelosporsiacaso

Asefa Seguros ha ampliado las prestaciones ofrecidas en el Clubdelosporsiacaso con la venta de servicios médicos, tanto para personas que no cuentan con seguro de Salud, como para asegurados Asefa Salud, los cuales dispondrán de un descuento adicional por ser clientes de la compañía en todos los servicios no cubiertos en póliza.

A través del Club se podrá acceder a consultas de diferentes especialidades, pruebas diagnósticas, servicio de fisioterapia, medicina deportiva, tratamientos dentales, entre muchos otros.

La contratación y gestión de estos actos médicos se realizará íntegramente online a través de la web del Club www.elclubdelosporsiacaso.es.

Estos servicios se prestarán exclusivamente en el Centro Médico Magariños, en Madrid y en el Centro Médico La Boreal, en Barcelona, aunque en el futuro se ampliaran.

Además de este nuevo apartado, a través del Clubdelosporsiacaso los usuarios tendrán a su disposición consejos saludables, el blog de los remedios de la abuela, acceso a concursos, fechas de los eventos y jornadas gratuitas realizadas por la compañía, entre otros.

David Salinas, tesorero provisional del Consejo General tras la dimisión de Ernesto Getino

Durante el último pleno del año del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros se aprobó la designación de David Salinas como Tesorero provisional de la institución hasta el próximo Pleno tras la dimisión del anterior tesorero, Ernesto Getino.

En el último Pleno, que contó con la asistencia de representantes de 43 de los 50 colegios de mediadores de seguros que forman parte de la institución, se acordó la designación de David Salinas, sin ningún voto en contra, como Tesorero provisional hasta el próximo Pleno, en el cual deberá ser ratificado, tras la dimisión del anterior tesorero, Ernesto Getino, "por motivos personales y profesionales, los cuales le requieren de una atención importante y plena", según indicó él mismo en su carta de renuncia.

Elena Jiménez de Andrade, presidenta de esta institución, agradeció y ensalzó la intensa labor de Getino, "quien ha ejercido durante todo este tiempo el cargo con absoluta profesionalidad", poniendo de manifiesto su lealtad, responsabilidad y entrega a la institución.

Por otro lado, el Consejo General ha presentado un nuevo marco de comunicación con los presidentes de los colegios, con el ánimo de digitalizar la gestión del gobierno corporativo. El proyecto se basa en una plataforma digital de gestión interna corporativa que permitirá una comunicación más ágil, fluida y eficaz además de suponer un considerable ahorro en costes de papel.

Cada miembro del Pleno podrá acceder a toda la información y documentación al instante, siempre en aras de la transparencia y buen gobierno corporativo que propone la Comisión Permanente. Además, se podrá disponer de un apartado de propuestas concretas, en las que cada presidente podrá interactuar con los demás miembros con el objetivo de ser más eficientes y agilizar la gestión del Consejo General.

Así se dio a conocer durante el último pleno del año, que el que faltaron representantes de siete colegios de mediadores de seguros que forman parte de la institución. La nueva Comisión permanente vio de esta forma refrendada su gestión durante los últimos meses con más del 83% de los votos del colectivo.

En este pleno se presentó la reformulación de cuentas del ejercicio 2016, que fue aprobada por unanimidad sin ningún voto en contra y únicamente con la abstención de siete colegios.

La vocalía de Prácticas de mercado informó de una novedad importante. Se trata de la puesta en marcha, en los próximos días, del Observatorio de malas prácticas del mercado. Se habilitará un correo electrónico a través de cual se recibirán las reclamaciones o solicitudes que se formulen ante el Consejo para que se puedan estudiar y en su caso interponer las quejas que correspondan ante la Administración u otros órganos responsables.

En otro orden de cosas, esta institución y Codeoscopic han alcanzado un acuerdo para ofrecer el multitarificador Avant2 a todos los colegiados en condiciones preferentes durante el periodo 2018-2019.

Por último señalar que el Consejo General ha reconocido la labor del ex presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de

Lleida, Joan Miquel Vicente, quien ha recibido la Medalla al Mérito en un acto en el que también se valoró la función de Enrique Huerta, ex CEO del Grupo Liberty Seguros, al que se le concedió la Placa de Honor.

En ese mismo acto, Carlos Ordóñez, Digital Insurance director en Everis, realizó una radiografía del entorno digital que rodea al seguro y las oportunidades de negocio que plantea. El consultor se ha referido en particular a la irrupción de nuevas tecnologías como el Big data o la inteligencia artificial en el mundo asegurador y que están detrás de muchos proyectos insurtech. Ordóñez ha dicho que ve a los colegios de mediadores de seguros como posibles "aceleradoras de startups", por lo que ha recomendado que investiguen cómo funciona este nuevo ecosistema de innovación empresarial para llevar este modelo al canal de la mediación.

Finalmente, ha pedido al colectivo que no vea el insurtech como un pequeño competidor "sino como una palanca para innovar, para que los inversores nos compren un modelo de negocio". "Es una oportunidad que hay que trabajar: id a las compañías y entended lo que están haciendo", ha concluido.

Adecose cierra el año con la vista puesta en las reformas normativas de 2018

Adecose celebró su última Junta Directiva de 2017 en la que se hizo balance de la intensa actividad normativa de este año, tanto a nivel nacional como europeo, previo a la entrada en vigor de las próximas legislaciones hipotecaria, de protección de datos y de distribución de seguros.

De la futura Ley Hipotecaria se destacaron especialmente las reuniones mantenidas con los responsables económicos de los grupos parlamentarios para que sea presentada una propuesta de enmienda que plantea que los seguros de las hipotecas ofrecidos por las entidades financieras sean obligatoriamente anuales.

La próxima Guía de Cumplimiento Normativo que ya está ultimando los detalles para su lanzamiento este año resultará de gran ayuda para los socios a la hora de adaptar sus negocios a los nuevos requisitos legales.

Finalmente, la Junta Directiva de la Asociación aprobó las altas como nuevos socios de AyF Correduría, de Pontevedra, y Perea Group, de Hospitalet de Llobregat.

Por otro lado, el Barómetro de la asociación, que este año cumple su novena edición, cierra su periodo de recogida de información entre los empleados de las corredurías asociadas con un nuevo récord de participación, alcanzando las 950 encuestas completadas entre los socios.

Fecor presenta su nueva Junta de Gobierno y áreas de apoyo

El nuevo presidente de Fecor, Maciste Argente, ha conformado la Junta de Gobierno con la que desarrollará el plan de acción.

Esa Junta de Gobierno va a estar dotada de tres vicepresidencias:

- Vicepresidencia de Finanzas y Tesorería, a cargo de Silvia Manjón, presidenta de Anacose.
- Vicepresidente de Tecnología e Innovación, a cargo de Alberto Ocarranza, presidente del Grupo HIB.
- Vicepresidente de Formación, a cargo de Néstor Díaz, presidente de la Asociación Cántabra.

Además, con el objeto de contar con un mayor potencial para atender temas estratégicos de la federación, se crean dos áreas delegadas: Un área Internacional, asignada a Sebastián Cordero, presidente de ACSA; y un área de Prácticas de Mercado y Marco Legislativo, asignada a Miguel Antonio Álvarez, presidente del Grupo Intercor.

Precisamente ACSA fue la última asociación que se ha incorporado a la federación. Su solicitud fue aceptada por unanimidad por el Pleno de la federación y ha tenido efecto el 1 de enero de 2018. Con esta incorporación, son 11 las organizaciones que forman parte de la federación en la actualidad y supone el incremento en 64 corredurías más.

Conflictos relacionados con los daños eléctricos

El Colegio de Mediadores de Seguros de Lleida ha organizado una ponencia referente a conflictos relacionados con los daños eléctricos, impartida por Jordi Duran, responsable de la actividad pericial y reparadora del Grupo ACM España.

La primera parte consistió en explicar los conceptos básicos físicos de la electricidad como voltaje, potencia e intensidad continuando con los conceptos de circuito eléctrico; acumuladores de energía, interruptores, resistencias. Una vez aposentadas las bases del funcionamiento de la electricidad, se definió los conceptos de daños directos y daños consecuenciales, así como la diferenciación de daño eléctrico y daño electrónico.

También se destacó la diferencia entre sobreintensidad (origen externo) y sobrecarga (origen interno) concluyendo con un coloquio con diversidad de casuística aportada por los asistentes y debatida conjuntamente con el ponente para dar solución a la controversia de la garantía de daños eléctricos.

¿Qué peso tienen las insurtech en la transformación del sector asegurador?

La digitalización e innovación tecnológica está transformando las empresas aseguradoras. El fenómeno insurtech no es una simple moda, sino una realidad que se está consolidado en la industria aseguradora. Por esa razón, ha sido analizada en la sexta edición del Willis Towers Watson Forum.

Esta transformación digital está obligando al sector asegurador "a adaptarse para poder ofrecer una respuesta estratégica adecuada, basada en tres pilares: un nuevo paradigma de interacción social, la transformación del riesgo y la aceleración de la revolución tecnológica", ha señalado Magdalena Ramada, senior economist Willis Towers Watson's Research and Innovation Center.

Una de las principales modificaciones que ha experimentado la industria aseguradora ha sido la llegada de los comparadores, que han cambiado la naturaleza del contacto con el cliente, así como el enfoque en las estrategias de competencia entre las compañías.

Las tecnologías que tendrán un mayor impacto de dos a cinco años serán la inteligencia artificial y las técnicas de data-analytics cognitivas que integren datos del internet de las cosas. En el mediano plazo, se agregará el impacto de tecnologías como blockchain y nuevos modelos de negocios basados en economías compartidas e interacciones peer-to-peer. Alessandro Santoni, P&C Sales and Practice leader continental Europe and Ireland de Willis Towers Watson, ha recordado que la mayoría de las starp-ups de insurtech se centran en la distribución, plataformas online que sustituyen al agente, mercado o intermediario y enfocadas a líneas personales y soluciones para pymes, con incipiente interés en líneas comerciales. Por ello, y para combatir el atractivo que representan para los consumidores, "las aseguradoras tradicionales se están viendo obligadas a establecer sus propios canales de ventas digitales". Por otro lado, Magdalena Ramada destacó que "la última ola de capital inteligente yendo hacia las insurtech, ha comenzado a alejarse de la distribución y a estar alineada con otras áreas de la cadena de valor, especialmente en el back-end y la parte de análisis de riesgo y automatización del manejo de siniestros".

Ahora bien, la adaptación y aplicación de estas nuevas tecnologías al sector asegurador también está poniendo sobre la mesa preguntas como qué vía permite comprobar quiénes son los intermediarios que generan mayor valor para una organización, cómo reducir los costes de interpretar los datos o adaptar un producto a las diferentes demandas del mercado, así como determinar los canales para garantizar la seguridad de los datos de los clientes.

E2K ingresa en el consorcio basado en tecnología blockchain Alastria

E2K ha sido admitida como miembro de la asociación Alastria, primer consorcio multisectorial promovido por empresas e instituciones para el establecimiento de una infraestructura semipública permisionada de tecnología blockchain, que dará soporte a servicios con eficacia legal en el ámbito español y acorde con la regulación europea.

Alastria tiene como objetivo habilitar un espacio de cooperación digital basado en una red independiente y neutra en la que los miembros desarrollen sus servicios y productos basados en tecnología blockchain mediante la habilitación de una infraestructura tecnológica que soporte los modelos más avanzados de smartcontract con un enfoque completamente multisectorial y con garantía de privacidad.

E2K participará en Alastria a través de la plataforma tecnológica Ebroker, que ya trabaja en la implementación de un nodo activo de la red que permitirá a sus más de 600 corredurías de seguros beneficiarse de las ventajas de nuevas funcionalidades y capacidades basadas en blockchain.

"Desde este mismo momento estamos en disposición de desarrollar experiencias y proyectos basados en blockchain y compartir y cooperar con las aseguradoras presentes en Alastria", ha declarado Higinio Iglesias, consejero delegado de E2K.

Red Mediaria pone la vista en el refuerzo de la venta cruzada para 2018

Red Mediaria Correduría de Seguros ha dado a conocer algunos de los objetivos previstos para 2018, como la apertura del departamento de Suscripción de Ramos Técnicos, la implantación de un call center para reforzar la venta cruzada y la incorporación de cuatro nuevos asociados.

Durante su última Asamblea del año se trataron diversos asuntos, como las cifras previstas al cierre de 2017. Según palabras de Carlos Carrasco, presidente de Red Mediaria "se prevé una emisión de nueva producción por encima de los cuatro millones de euros en seguros generales y 2.300.000 euros en Vida (riesgo y ahorro".

Por otro lado, Red Mediaria ha presentado la web especializada en arte y objetos de colección Arteseguro para acercar a grandes distribuidores, como museos, colecciones y grandes exposiciones, a restauradores, galeristas, marchantes o transportistas este seguro para facilitar su asesoramiento y contratación.

Álvaro Olmos asume la presidencia de ACS-CV para "defender los intereses del pequeño y mediano corredor"

Álvaro Olmos, que ha tomado posesión de la presidencia de ACS-CV el pasado 1 de enero, se ha fijado como objetivos, entre otros, "defender los intereses del pequeño y mediano corredor", así como el aumento del volumen de asociados, "especialmente en las provincias de Alicante y Castellón".

La junta que acompaña a Álvaro Olmos en esta legislatura está formada por Jesús Valiente como vicepresidente; Mari Carmen Bautista, como secretaria; e Ismael Marugán, como tesorero. Como responsable mercantil continúa Aurelio Gil, mientras que Salvador Bautista asume el área de Formación y Salvador Ramos será responsable de Marketing. Además, se han formado dos vocalías de trabajo: la de Jóvenes, compuesta por Paula Albiol y Pedro Pacheco; y la de Informática, gestionada por Antonio Conejos.

En el ámbito formativo Olmos avanza que "parte de los recursos económicos de la asociación se van a destinar a la formación de los asociados ya que nuestro sector está cambiando continuamente y es importante reciclarse para mantenernos competitivos".

Aprocose estrena Junta Directiva

Aprocose ha arrancado 2018 con una nueva Junta Directiva, encabezada por Martín Julián Rojo, que toma el relevo a Maciste Argente, que ha presidido la asociación desde su constitución hace ocho años.

A Rojo, que es gerente de Massera Consulting, le acompañará Alejandro Mocholí (Ferrándiz y Mocholi), como vicepresidente primero. La vicepresidencia segunda recae en Mario Quílez (SegurQuilez), mientras que Isaac Joares, (Joares Consultores), asume el cargo de secretario. Como responsable de la tesorería se integra en la junta Mónica Quílez (Grupo Quilez). La vocalía de formación es asumida por Juan Miguel López (Correduría Juan Miguel López) y por Juan José Gómez (Correduría Juan José Gómez), en tanto que las relaciones institucionales tendrán como vocal responsable a Pascual David Joares (Joares Consultores).

March JLT refuerza su Unidad de Marítimo y Aviación

March JLT ha culminado la integración del equipo de Gerencia de Riesgos Marítimos L. Baroja, correduría de seguros especializada en seguro Marítimo, que adquirió en 2016. De esta manera, March JLT consolida su Unidad de Marítimo y Aviación a nivel internacional con un equipo de profesionales con larga trayectoria y especialización en el sector, convirtiéndose en uno de los principales pilares de la correduría.

Gerardo Berjano, anterior director en Gerencia Riesgos Marítimos L. Baroja, y con una dilatada experiencia en el sector (licenciado en Marina Civil y Capitán de la Marina Mercante), estará al frente de la Unidad como director y contará con el apoyo del ingeniero naval Fernando Fernández, como director adjunto.

De la mano de Berjano se integra el resto del equipo de la antigua correduría, que ya trabaja conjuntamente con los profesionales de March JLT en el asesoramiento y acompañamiento de las principales empresas españolas de sectores como el remolque, la construcción naval, el Atunero de Gran Altura y el conservero, en sus proyectos nacionales e internacionales, así como, con la vocación de desarrollar otras áreas del negocio marítimo en colaboración con el equipo de marítimo de JLT en Londres, líder mundial del sector.

Centerbrok se refuerza con la incorporación de tres nuevas correduría

Cuatrovientos Olaiz, A.E.J. Leyre y Abascal Mediación, con sede en Pamplona, se han integrado en CenterBrok, que continúa su plan de expansión controlado y orientado a reforzar su presencia en la zona Norte.

"De cara a 2018 vamos a reforzar nuestra red, saneando una parte, integrando otra en la estructura central e incorporando nuevos miembros en zonas preferentes. Pamplona era uno de nuestros objetivos por lo que la incorporación de Cuatrovientos, Leyre y Abascal colman nuestras aspiraciones en la zona y nos garantizan una representación profesional y empresarial acorde a los estándares de nuestra organización", ha declarado José María López Torrijos, presidente de CenterBrok.

Esta institución dispone ya de 63 miembros, 48 correduría y 15 franquicias, tiene presencia en 35 provincias e intermedia un volumen de primas de 136 millones de euros.

S4 analiza los riesgos empresariales

S4 Correduría de Seguros y Gerencia de Riesgos y el Grupo ADV han impartido una jornada sobre los riesgos a los que se enfrentan las empresas, haciendo especial hincapié en la protección frente al recargo de prestaciones de la Seguridad Social, así como las novedades legislativas frente a la Responsabilidad Penal de las Personas Físicas y Jurídicas.

El evento contó con la intervención de Gabriel Beiro, miembro del departamento de Consultoría Legal de S4, que explicó las ventajas y beneficios que puede suponer para las empresas estar protegidas frente al recargo de prestaciones de la Seguridad Social.

Como él mismo indicó, "si tenemos en cuenta que cada año ocurren en España unos 3.500 accidentes de trabajo graves, es fundamental protegerse frente a esta realidad".

En este sentido, el consultor también analizó los seguros de D&O, "que cubren gastos de defensa, de fianza, de recuperación de la reputación, etc. según cada caso", así como los llamados corporate compliance program, para garantizar el cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente y como valor añadido en un mercado muy competitivo.

Marsh España renueva su web

Marsh España ha renovado su web, que consta de tres pestañas destacadas: Insight, que alberga Research & Briefings, donde se pueden encontrar informes y guías necesarias para comprender mejor la volatilidad actual del riesgo, el riesgo emergente, su complejidad y las oportunidades que conlleva. En segundo lugar, la pestaña que divide la actividad de Marsh por Industrias y Servicios. Y en tercer lugar la que desplega toda la información corporativa de la compañía.

Después, a la derecha, se encuentra el Menú de la web, en el que aparecen las pestañas: Sala de Prensa, Carrera Profesional y Contacto general.

Además, dentro de la pestaña Insight ahora se aloja su Blog de riesgos renombrado Risk in Context, en el que se publican cada semana artículos relacionados con todos los riesgos globales y firmados por especialistas y expertos de Marsh. También se puede acceder a este contenido a través del perfil de LinkedIn de Marsh España.

La correduría Bango elige a Ebroker socio tecnológico

Bango ha elegido a Ebroker como socio tecnológico en su proceso de transformación digital. La correduría asturiana desarrollará una evolución de sus sistemas y procesos de trabajo para potenciar sus niveles de eficiencia y competitividad a través del uso intensivo de la conectividad con sus aseguradoras y una dinamización de la relación con sus clientes a través de herramientas de CRM, Business Intelligence y una APP.

"Esta relación con Ebroker nos permite adaptar nuestro modelo de negocio y soporte tecnológico al cliente del Siglo XXI", ha comentado Manuel Bango, socio de la correduría.

Asimismo, el Colegio de Mediadores de Seguros de Guipúzcoa ha decidido promocionar entre sus colegiados la plataforma Ebroker.Higinio Iglesias, CEO de Ebroker, considera que "este acuerdo demuestra el compromiso del Colegio en lograr que sus colegiados den un paso más hacia la transformación digital, para disminuir cargas administrativas, liberando recursos y reorientándolos hacia la labor comercial que fomente la interacción con el cliente".

Por último señalar que Ebroker ha presentado su nueva página web. El visitante puede realizar un tour a través de los cuatro pilares de la solución tecnológica de Ebroker: un ERP especializado, conectividad sectorial con las aseguradoras, marketplace Ebroker Store para conectar aseguradoras y corredores, y servicios 360° que aportan valor adicional al corredor.

El 91,4% de las pymes aragonesas contratan su seguro a través de un mediador

El "Estudio de la cultura aseguradora de las pymes" elaborado por Sigmados para Liberty Seguros entre 900 pymes y autónomos de toda España, refleja que Aragón es la única comunidad autónoma en la que el 2% de sus pymes de menos de 50 empleados no tiene seguro. Entre las principales conclusiones de esta investigación, destaca que el 91,4% de las pymes aragonesas contrató su seguro a través de un mediador, frente al 88,3% de la media nacional.

Un 86% de las pymes de Aragón gestiona sus seguros en persona. Asimismo, esta comunidad es la única en la que las pymes encuestadas aseguran no contratar sus seguros de modo online.

Por otro lado, son las que más importancia otorgan a la cuestión de la rapidez en la respuesta de las aseguradoras y a la adecuada gestión de los siniestros.

Dentro de los productos más contratados, destaca Accidentes (52,7%); Multirriesgo (41,9%) o Robo (34,4%). Además, son los que más contratan el seguro de Salud de toda España, en un 14%, lo que supone casi cinco puntos por encima de la media nacional.

Uniteco Profesional hace balance de 2017

Uniteco Profesional ha hecho repaso de 2017, un año en el que la correduría presidida por Gabriel Núñez ha introducido dos novedades: sus asegurados disponen gratuitamente de la aplicación elconsentimiento.es y ha comenzado a comercializar la primera póliza de Responsabilidad Civil médica íntegramente online.

Elconsentimento.es es una herramienta online de gestión y control de consentimientos informados, donde se puede encontrar todos los consentimientos informados actualizados y revisados por abogados especializados en derecho sanitario.

Por otra parte, en octubre se comercializó la primera póliza de RC médica íntegramente online que permite al médico firmar una póliza de RC a través de la web. Núñez ha destacado que "esta automatización permite centrar los esfuerzos de la correduría en el asesoramiento del cliente".

En otro orden de cosas, Uniteco Profesional ha celebrado en Madrid su convención anual de oficinas de red externa y comerciales de 2017. En la actualidad cuenta con 15 oficinas repartidas por gran parte del España y Ecuador. El siguiente paso será potenciar el crecimiento a través de nuevas oficinas y nuevos acuerdos de colaboración en otras zonas del país.

Por último señalar que Uniteco Profesional ha renovado su acuerdo de colaboración con la Alianza de la Sanidad Privada Española (ASPE). Los asociados de ASPE podrán acceder a seguros de todos los ramos, tanto los centros como su personal.

Las corredurías asociadas a Cojebro se integran en Aemes

Cojebro ha acordado que todos sus socios se integren en Aemes, la patronal del sector de la mediación de seguros.

"Las razones que han llevado a Cojebro a impulsar este acuerdo son, por una parte, para intentar que nuestra decisión sea secundada por otras organizaciones de mediadores; y por otra, para la propia sostenibilidad de la patronal. Aemes representa a todos los mediadores, y no es lógico que sea sostenida sólo por algunos", ha sostenido Antonio Muñoz-Olaya, presidente de Cojebro.

Por otro lado, Aemes ha presentado su nuevo blog oficial, integrado dentro de su web, en el que, de forma regular, publicará contenido de especial interés para los profesionales de la mediación y el seguro en general.

"Desde la patronal queremos analizar y reflexionar sobre muchos de los temas que más interesan a nuestros asociados y a todo el sector de la mediación y el seguro. Por otro lado, consideramos que ésta es una herramienta ideal para acercarnos también a esa ciudadanía que desea conocer un poco más sobre nosotros y nuestra labor", ha señalado el presidente de Aemes, Jorge Benítez Verdejo.

Ruiz Re inaugura una nueva oficina en Vigo

La correduría murciana Ruiz Re ha abierto una nueva oficina de atención al público en Vigo. Al frente de ella se encuentran José María Ferreiro y Emilio Novoa, corredores de seguros con dilatada experiencia en el sector.

En la oficina se pueden encontrar algunas de las guitarras construidas por José María Ferreiro. Por eso dice que "en esta oficina he conseguido unir mis dos grandes pasiones, el mundo de los seguros y las guitarras eléctricas. Creo que tenemos una oficina personal, cercana y diferente, algo que diferencia a Ruiz Re como correduría".

Ruiz Re cuenta con una Dirección Territorial en Vigo, que es la responsable del crecimiento en los últimos meses en el área noroeste de nuestro país. "En las próximas fechas tendrá lugar la inauguración de una segunda oficina en Galicia, ubicada en Pontevedra", ha afirmado Recouso. "Ruiz Re, con su modelo de negocio de Mediadores PRO, ha crecido en los últimos años, atrayendo a un gran número de profesionales del seguro, gracias a un modelo de negocio ventajoso y una filosofía empresarial inclusiva y de equipo", comenta.

Se alcanza consenso en el cambio de posición mediadora

Las cuatro organizaciones representativas de la mediación (Adecose, Aunna Asociación, Fecor y Consejo General) han llegado a un acuerdo respecto al cambio de posición mediadora, en virtud del cual la decisión fehaciente del cliente de cambio de mediador de seguros tendrá efectos inmediatos en cuanto a la gestión de las pólizas; la retribución al nuevo mediador por su parte será efectiva al siguiente vencimiento anual de la póliza. Asimismo, Aunna Asociación suma a este acuerdo el apoyo expreso de CIAC, a la que representa en distintas iniciativas sectoriales.

El acuerdo tiene como consecuencia la desaparición de los plazos de comunicación de dos meses o un mes que actualmente figuran en los diferentes acuerdos suscritos en el sector. El consenso alcanzado en esta materia, que ha sido objeto de amplio debate durante tiempo, adquiere especial relevancia por dos motivos: el momento en el que se produce, cuando el sector vive una concentración importante de vencimientos; y por su alcance, puesto que se trata de un acuerdo único a nivel europeo.

Las cuatro organizaciones se felicitan por la estabilidad que este acuerdo proporciona a la mediación de seguros española, y envían un mensaje claro y contundente de unidad en los aspectos más relevantes que afectan a toda la mediación.

Tempu advierte de los riesgos en el sector de talleres a los profesionales

Tempu Correduría de Seguros ha participado, a invitación de la patronal de los talleres de Orense (Atave), en una jornada en la que se analizaron los retos a los que se enfrentan los propios asociados y otras empresas, en el ámbito del convenio de colaboración que mantienen ambas instituciones desde hace más de 10 años.

Enrique Ubeira, director de Tempu, habló de las responsabilidades a las que debe hacer frente el empresario del sector de talleres de reparación de automóviles, la transferencia de dichos riesgos a las aseguradoras, así como el análisis objetivo sobre la póliza de seguros para la automoción desarrollada por la correduría y cómo transformar los cambios en oportunidades.

Los asociados pusieron de manifiesto sus dudas, planteándose soluciones a las mismas, y haciendo constar la necesidad de optimizar los contratos de seguro celebrados por los asociados con las distintas aseguradoras, acudiendo para ello al asesoramiento necesario e independiente de un corredor de seguros.

Willis Towers Watson Iberia nombra a Alberto Gallego nuevo CEO de la compañía

Alberto Gallego ha sido nombrado CEO de Willis Towers Watson Iberia, cargo que ha asumido el 1 de enero de 2018. Antón Serrats, después de 34 años como vicepresidente y consejero delegado, continúa en la Vicepresidencia y seguirá vinculado al desarrollo del negocio de la compañía, enfocado a la captación y retención de clientes y a la relación con los mercados.

Con una dilatada carrera dentro de la compañía, Gallego se incorporó a ella en 1990, asumiendo diferentes cargos de gran responsabilidad tanto a nivel nacional como internacional.

Por otro lado, la empresa ha organizado, junto a la agencia de rating española Axesor, una jornada sobre la importancia del seguro de Crédito y las diferentes soluciones aseguradoras del mercado.

De cara a conocer la manera en la que una empresa gestiona el riesgo de su crédito comercial es fundamental llevar a cabo una exhaustiva auditoría de su seguro de Crédito, analizando para ello sus condiciones generales, particulares y especiales. Solo así, “es posible determinar qué áreas se deben mejorar, detectando potenciales riesgos no cubiertos”, ha señalado Manuel Palencia, director Crédito Levante-Sur de Willis Towers Watson.

Por último señalar que Grupo10 Mediabroker se ha unido a Willis Towers Watson Networks.

El Colegio de Valencia dispone de una nueva newsletter de asesoría jurídica

El Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia ha estrenado una newsletter de asesoría jurídica que, quincenalmente, en el que quincenalmente da cabida a las principales dudas formuladas por los profesionales de la provincia de Valencia.

Este servicio, cuyo responsable es el despacho jurídico del Colegio Beneyto Abogados, recoge las consultas más frecuentes que los colegiados remiten al despacho jurídico colegial, como las consecuencias jurídicas del impago de la prima o la nueva figura del colaborador externo.

Por otro lado, el Colegio ha convocado la segunda edición del Curso Experto +Salud +Vida, que dará comienzo el próximo 30 de enero con carácter semipresencial. El objetivo de esta acción formativa es propiciar el conocimiento de estrategias y de aspectos técnicos en el negocio de Salud y Vida, además de desarrollar un perfil de experto en Vida dentro de la empresa de mediación. Con ello se pretende capacitar al profesional en el desarrollo de estrategias de negocios y como técnico de este tipo de producto.

En otro orden de cosas, Grumesa ofrecerá asesoramiento y el apoyo necesario en el ámbito de la prevención de riesgos laborales al sector de la mediación de la provincia de Valencia gracias al protocolo firmado con el Colegio. Entre los servicios que Grumesa prestará se encuentran los cursos de formación a las plantillas de los despachos para concienciarlos sobre los riesgos laborales. Además, proporcionará un seguimiento en la salud de los trabajadores, a través de la realización de las revisiones médicas, así como una labor de promoción de la salud en el trabajo.

La correduría Albroksa crece un 40% en 2017

La correduría Albroksa ha conseguido en este ejercicio un fuerte crecimiento. La cartera total se sitúa en 14 millones de euros (+40%), con 32.250 pólizas (+33%). La nueva producción asciende a 6,6 millones de euros, de los que 1,9 millones de euros corresponden a Vida y pensiones.

Además, gracias a la expansión nacional iniciada en septiembre de 2015, mediante un sistema de delegaciones franquiciadas, al cierre de 2017, cuenta con 50 delegaciones en 23 provincias, destacando la apertura de cinco en Cataluña.

Para 2018, Albroksa tiene como objetivo la consolidación de todas sus delegaciones y continuar con la apertura de 20 nuevas que se benefician de la capacidad aseguradora, recursos humanos, herramientas y procesos operativos diseñados para su crecimiento.

Apromes obtiene el certificado de calidad de QSIM

Apromes ha recibido el certificado de calidad de QSIM, según Norma de Agrupaciones de Mediadores de Seguros, siendo esta regla específica para colegios y asociaciones de mediadores de seguros.

Este certificado, cuenta además con el aval del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, así como de las principales compañías de seguros a nivel nacional.

Por parte de QSIM, han asistido al acto de entrega Íñigo Zornoza y Gorka Aguirre, como directores técnicos de certificación, quienes destacaron de Apromes la profesionalidad en su gestión, así como el trato y servicio que dispensa a sus asociados.

Por parte de Apromes, intervinieron su presidente, Javier García-Bernal, quien destacó la importancia de tener una certificación de calidad específico para el sector de la mediación de seguros, siendo esta, la primera asociación a nivel nacional en obtenerla. También estuvo presente la secretaria ejecutiva Itziar Pernía. Por esta organización profesional se resalta la importancia, de que, a partir de ahora, podrán contar todos los asociados que lo deseen con dicha certificación de calidad, en reconocimiento a su actividad profesional.

Espabrok refuerza su presencia en Levante con la incorporación de cuatro corredurías

Espabrok consolida su presencia en Levante incorporando con efecto 1 de enero cuatro corredurías a su red: Quilis & Flames, Romero & Vila y MVB Correduría de Seguros, ubicadas en la ciudad de Valencia; y José Luis Sanchez Galiano, del municipio valenciano de Oliva.

"Primando la calidad frente a otras alternativas seguimos integrando destacados profesionales a nuestra red, y nos sentimos muy ilusionados con estas cuatro corredurías, convencidos de que nos aportarán mucho valor, así como experiencias de éxito. En la zona de Levante también nos hemos hecho fuertes, con 17 corredurías asociadas que apoyan activamente en la zona nuestro proyecto de éxito" ha asegurado Luis López Visús, director general de Espabrok.

La correduría Sánchez-Castañón dona alimentos a una ONG

La correduría Sánchez-Castañón, socio de Cojebro, ha hecho entrega de una donación de alimentos que se ha destinado a la ONG Zafra Solidaria, en estas Navidades.

"Esta acción se enmarca en la política de RSC de nuestra empresa. Se trata del resultado de una campaña celebrada durante tres semanas en noviembre y que consistió en que por cada póliza contratada en la correduría se donaría un kilo de alimentos para la ONG zafrense", ha explicado Jorge Sánchez, gerente de la correduría. En total se han entregado 124 kilos de tomate triturado, alimento de primera necesidad para la asociación. Además, se dio en Nochebuena 40 cajas de polvorones para las familias usuarias de Zafra Solidaria.

Nanda Sánchez, presidenta de Zafra Solidaria, ha agradecido a la empresa su generosidad y ha explicado: "La correduría Sánchez-Castañón ha colaborado con nuestra ONG, desde siempre, incluso los seguros con los que cuenta la asociación son también una donación que Sánchez Castañón nos realiza. La razón, en este caso, de elegir el tomate triturado es porque nos ofrece muchas posibilidades en la cocina, sobre todo para los niños: actualmente damos comida para unas 120 personas».

El Auditorio Mar de Vigo ha acogido la celebración del 5º Concierto Solidario de Navidad 'Por ellos', organizado por S4 Correduría de Seguros y Gerencia de Riesgos, y cuya recaudación íntegra se dona a la asociación Vigo contra el Cáncer, para la investigación de esta enfermedad a través del Proyecto Europeo Requite y para realizar actividades con los niños de la sección de Oncología del Hospital Álvaro Cunqueiro.

La correduría S4 celebra su 5º Concierto Solidario de Navidad

El evento, que se celebró por primera vez en Vigo, contó con las actuaciones de Ardentía junto al Orfeón Mariñeiro do Berbés, Moncho Borrajo y Luar Na Lubre, culminando las actividades desarrolladas por S4 en materia de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) a lo largo del año 2017.

Alfredo Blanco, director general de S4, y Manuel Fidalgo, director comercial de S4, hicieron entrega del cheque solidario a Rosa Soliño, presidenta de Vigo contra el Cáncer, y a María Amoedo, vicepresidenta de dicha asociación. La cantidad recaudada el miércoles 20 de diciembre fue 8.870 euros a los que se sumaron las ventas del mismo día. Rosa Soliño explicó que "el 90% de la recaudación será donada al Proyecto de Investigación Requite y el 10% restante, para realizar actividades con los niños que padecen esta enfermedad".

La acción 'Queridos Reyes Magos' de Fecor entrega juguetes a casi 800 niños

Corredor solidario (la línea de RSC de Fecor) ha dado a conocer los resultados de la última acción de 'Queridos Reyes Magos' en la que se repartieron regalos a 783 niños de familias que están pasando momentos difíciles, designados por la Fundación Mensajeros de la Paz. En el mismo acto, Maciste Argente, presidente de Fecor, informó de que la federación prestará asesoría gratuita para la tramitación de siniestros de las personas que designen la fundación.

Un año más 'Queridos Reyes Magos' ha cumplido con el objetivo de mantener la ilusión de los Reyes Magos entregando a los niños de familias que están pasando por un mal momento un regalo que ellos mismos han pedido en una carta a los Reyes Magos. Por eso, es tan importante que los juguetes sean nuevos y no usados. "Porque la solidaridad es compartir, no dar lo que te sobra", recordó el Padre Ángel, de la Fundación Mensajeros de la Paz.

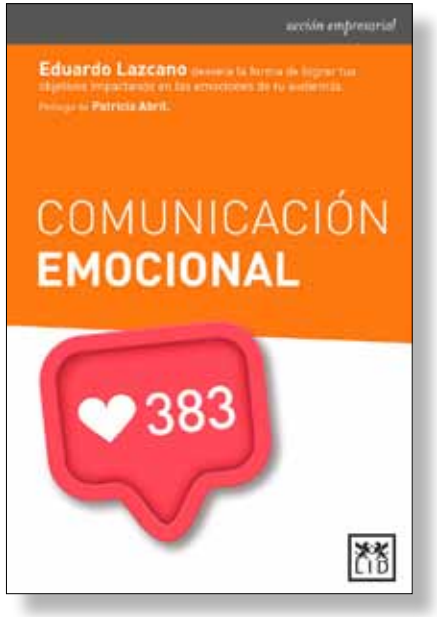
Esta acción social, que empezó en 2012 entregando 144 juguetes ha ido creciendo año tras año hasta llegar a los casi 800 niños en 2017 y para el año que viene se plantean alcanzar los 1.000 niños.

Dentro de su línea de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en 2018 la federación se ha implicado un poco más con esta fundación y van a dar asesoría gratuita para la tramitación de siniestros a todos aquellos que Mensajeros de la Paz establezca.

NB21 culmina su campaña solidaria de recogida de juguetes

NB21 ha entregado los juguetes recaudados por las oficinas de A Coruña y la Oficina Central de la correduría durante la campaña solidaria #ningunniñosinjuguetes, que la compañía ha realizado entre los empleados y clientes de sus 30 oficinas en las últimas semanas. La organización benéfica receptora ha sido El Club de Leones de A Coruña.

Los juguetes recaudados por las distintas oficinas se han ido entregando a distintas organizaciones benéficas, siempre a nivel local. La participación ha superado con creces los registros de la anterior campaña de juguetes, por lo que Álvaro Rodríguez, director general de NB21, ha calificado como "un enorme éxito" la iniciativa, agradeciendo de forma simultánea "a empleados y clientes su apoyo a la misma, y más en estas fechas tan difíciles para muchos niños". También aprovechó para felicitar a "todas las organizaciones benéficas participantes, por su magnífica labor, siempre en apoyo de los más necesitados".



Comunicación emocional

Cómo lograr tus objetivos impactando en las emociones de tu audiencia

Eduardo Lazcano

Editorial: LID Editorial
Precio: 19,90 € libro impreso
8,99 € Ebook

¿Qué diferencia hay entre la comunicación racional y la emocional? La respuesta está en que una nace para cambiar las ideas y la otra para variar las emociones. Y es que todos sabemos que un estado de ánimo, de tristeza o de euforia, condiciona nuestra capacidad de raciocinio. Estamos viviendo una época en la que las emociones se están apoderando de nuestras decisiones y eso provoca imprevisibilidad a todos los niveles que hace que se den acontecimientos sin precedentes en la política, la economía y la sociedad. La toma de decisiones cada vez están más basados en las emociones. Este libro analiza la situación para entender qué está pasando y para explicar por qué hacemos las elecciones que hacemos.

Marketing digital que funciona

Planifica tu estrategia e invierte con cabeza

Nacho Somalo

Editorial: LID Editorial
Precio: 19,90 € libro impreso
8,99 € Ebook

La disrupción que están provocando las tecnologías digitales conlleva profundos cambios en la manera de hacer negocios y, por ende, en cómo desarrollar planes de marketing. Las empresas se tienen que adaptar a esta nueva forma de comunicar y de relacionarse con los consumidores. Ante este nuevo panorama, el marketing digital ha tenido que replantear no sólo las técnicas a emplear, sino sobre todo cómo debe ser programado y gestionado.

"Este libro está creado para ayudar a comprender bien los fundamentos y técnicas que nos permiten conectar con el nuevo consumidor y acceder a nuevos mercados y clientes", explica Nacho Somalo.

FOTOGRAFÍA PROFESIONAL

Comunicación
Prensa
Foto corporativa
Reportaje.....

IM
fotografía

Irene Medina
677 552 881

irene@irenemedina.com
www. irenemedina.com

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Información especializada

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

Dirigida a corredores

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

Buscamos la participación

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

SUSCRIPCIÓN GRATUITA

A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA WEB

WWW.PYMESEGUROS.COM