Premio San Francisco Javier de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Número 83 Marzo 2019

www.pymeseguros.com

Visión de experta
María Ameijeiras, directora general de AF Correduría: **Es vital para las empresas hacer un buen análisis de riesgo**

Punto de encuentro
M&A, el gran desconocido que empieza a despegar

Más a fondo
Retrocede levemente la satisfacción de los corredores con las aseguradoras

In situ
Es importante transformar la información en algo útil para el corredor

Juan Cuerdo, director de Negocio del área de Empresas y Reaseguro de Allianz Seguros

Seguros **MULTIRRIESGOS** cada vez más adaptados y personalizados

MGS
Seguros
www.mgs.es
Tú sigue disfrutando
Porque los días perfectos, que de repente dejan de serlo,
son cosa nuestra
Sencillamente seguros

El corredor sabe adaptarse al entorno y enfrentarse a los retos

La XVIII Encuentro Nacional de Corredores y Correduría (ver In situ) se habló de la capacidad que tienen los corredores para adaptarse al entorno y enfrentarse a todos los retos que hay en este momento. Posiblemente muchos morirán en el intento, pero los que sobrevivan serán más fuertes que antes. Existen nuevos riesgos y nuevas oportunidades y el corredor no debe desaprovecharlas.

Entre ellas figura el seguro M&A, que tiene un gran recorrido por delante en el mercado español. Se trata de una solución que apenas se ha desarrollado en nuestro país hasta hace pocos años, pero que a través fundamentalmente de operaciones inmobiliarias ha experimentado un empuje, con mayor profesionalización de compañías y mediadores. Aunque la sofisticación de los procesos y lo específico de los requisitos no lo hacen óptimo para todo tipo de transacciones, los profesionales confían en que educando a todos los agentes implicados se amplíe el mercado y llegue hasta las pymes (ver Punto de encuentro).

También se encuentran nuevas oportunidades en ramos tradicionales como el de Multirriesgos. Existen múltiples mejoras: incorporación de nuevas coberturas, más niveles de asistencia, nuevos servicios, mejor acceso de nuestros clientes a estos servicios... La digitalización que las compañías están llevando a cabo seguirá avanzando y haciendo que se puedan dar servicios aseguradores cada vez más adaptados y personalizados. De hecho, el Internet de las Cosas (IdC) tendrá un papel preponderante en el futuro del seguro industrial en el que, a tiempo real, se podrá simplificar el proceso de contratación o de verificación (ver Hablando claro).

La realidad es que las modalidades Industrial y Comercio de Multirriesgos siguen creciendo, pero existe una competencia por el precio que no ayuda a que las empresas se concienciencien de lo vital que es hacer un buen aseguramiento. Al empresario hay que trasladarle la importancia que tiene protegerlo haciendo un buen análisis del riesgo, porque afecta directamente a su cuenta de resultados. El reto por parte de las aseguradoras, es llegar a tener la capacidad de ser flexibles y escapar de los condicionados de adhesión. Contar con suscriptores preparados y con el talento necesario para poder negociar cláusulas y textos libres dentro de los condicionados, además de capacidad de reaseguro (ver Visión de experta).

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
616 468 849
carmen2@pymeseguros.com

Diseño y maquetación
Estudio 9C

Fotógrafa
Irene Medina

Banco De Imágenes
Fotolia

06 Hablando claro
Juan Cuerdo, director de Negocio del área de Empresas y Reaseguro de Allianz Seguros: Seguros Multirriesgos cada vez más adaptados y personalizados

12 Visión de experta
María Ameijeiras, directora general de AF Correduría: Es vital para las empresas hacer un buen análisis de riesgo

03 Editorial
El corredor sabe adaptarse al entorno y enfrentarse a los retos

38 Productos
Los últimos seguros del mercado

42 Al día economía
Noticias económicas que interesan a las pymes

44 Al día seguros
Noticias del sector asegurador

68 Al día distribución
Noticias de los corredores de seguros

89 Algo más que negocio
Acciones de RSC realizadas por corredores

90 Rincón de lectura
Libros útiles para la empresa

PymeSeguros
Revista online para corredores y correduría

Número 83 { **Marzo 2019** }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

CC BY NC ND

18 Punto de encuentro
M&A, el gran desconocido empieza a despegar

24 Más a fondo
Retrocede levemente la satisfacción de los corredores con las aseguradoras

30 In situ Corredores
Es importante transformar la información en algo útil para el corredor

33 In situ AXA
Nuevos riesgos y oportunidades para el corredor

36 Riesgos en la empresa
¿Están obsoletos los procedimientos de asegurar Multirriesgos?

Juan Cuerdo, director de Negocio del área de Empresas y Reaseguro de Allianz Seguros

Seguros Multirriesgos cada vez más adaptados y PERSONALIZADOS

Las mejoras en el ramo de Multirriesgos son múltiples: incorporación de nuevas coberturas, más niveles de asistencia, nuevos servicios, mejor acceso de nuestros clientes a estos servicios... Juan Cuerdo, director de Negocio del área de Empresas y Reaseguro de Allianz Seguros, afirma que "la digitalización que las compañías estamos llevando a cabo seguirá avanzando y haciendo que podamos dar servicios aseguradores cada vez más adaptados y personalizados". De hecho, "el Internet de las Cosas (IdC) tendrá un papel preponderante en el futuro del seguro industrial en el que, a tiempo real, podremos simplificar el proceso de contratación o de verificación", indica Cuerdo.

¿Cuál es su valoración del comportamiento de Multirriesgos Comercio e Industria en 2018?

Las expectativas de crecimiento se vieron ligeramente frenadas a mediados del 2018 con la disminución de los indicadores macroeconómicos y un entorno de precios en mercado blando. Eso se ha traducido en que la contratación se haya resentido, aunque sigue siendo positiva. En Allianz nuestro crecimiento en el sector se sitúa por encima de la media del mercado.

¿Qué piensa que ocurrirá este año en el ramo Multirriesgos Pymes?

La perspectiva parece apuntar a una ligera desaceleración gradual de la Economía, que podría ser más intensa en función de cómo se efectúe la transición del Brexit y por ser año de elecciones, dada la influencia que la contratación pública tiene en el sector pyme. Nuestra previsión es que los Multirriesgos pyme crezcan menos que en 2018 aunque en Allianz apostamos por darle un nuevo impulso, como en años anteriores, y batir al mercado.

¿Qué provoca la competitividad en Multirriesgos Pyme?

Existe mucha competencia pues hay muchos actores en juego ya que es un sector por el que casi todas las compañías, en mayor o menor medida, están apostando. Esto ha hecho que sea un segmento de mercado muy dinámico y con una concurrencia creciente, los productos cada vez son más innovadores, tanto en coberturas como en el lanzamiento de nuevos tipos de aseguramiento muy adaptados y versátiles.

Las pymes tienen su mapa de riesgo con diferentes características cada una, ¿el futuro del seguro pasa por que las compañías den soluciones que se adapten a las necesidades de cada cliente?

Actualmente ya nos adaptamos con productos muy especializados al complejo mapa de riesgos y sectores dentro del mundo de las pymes. La digitalización que las compañías estamos llevando a cabo seguirá avanzando y haciendo que podamos dar servicios aseguradores cada vez más adaptados y personalizados.

Nuestro principal reto en Allianz es tener productos que den soluciones globales y particulares con procesos lo más simples y transparentes para el cliente, perfectamente adaptados a las necesidades que nos solicitan.

En la jornada de Perspectivas de ICEA se llamó la atención sobre la situación de Comercio e Industria que terminó 2018 con un ratio combinado de más del 104% y donde la situación comienza a ser insostenible. ¿Qué medidas se deben adoptar para revertir esta tendencia?

La fuerte competencia y un mercado muy blando han dado lugar a soluciones muy ajustadas de rentabilidad en el mercado para poder competir. Además, la evolución de la siniestralidad en determinadas actividades industriales, como las relacionadas con el reciclaje, continúa siendo negativa. Sin embargo, la siniestralidad de Allianz se ha mantenido en los últimos años muy estable.

La fórmula de Allianz para revertir estas situaciones ha sido siempre

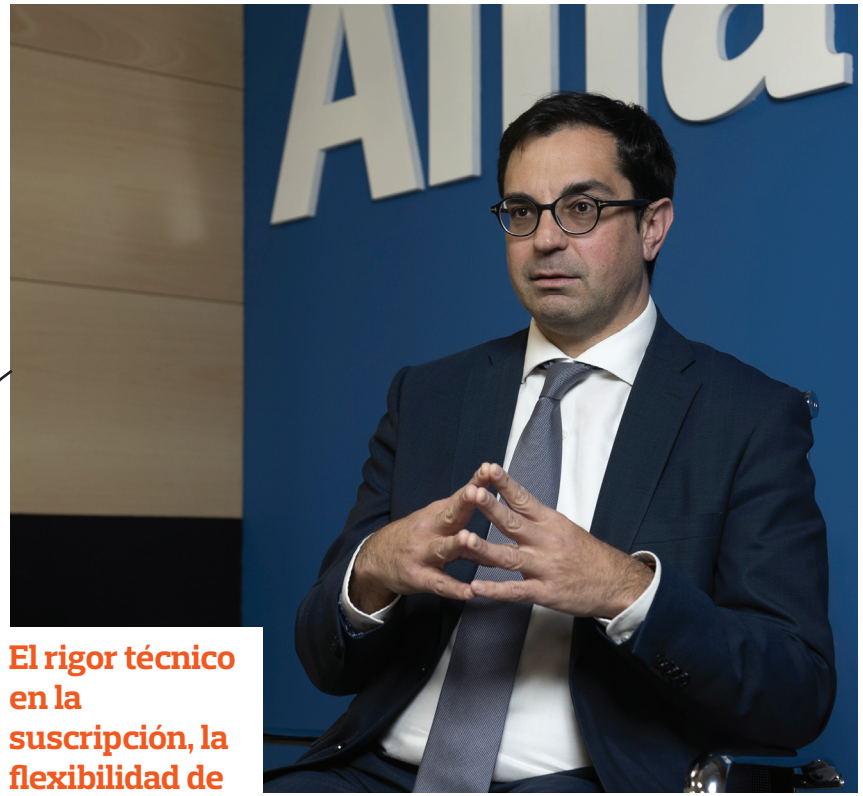
preventiva realizando una suscripción con rigor técnico unido a un proceso continuo de mejora de nuestra oferta, adaptándola a las necesidades reales de nuestros clientes.

¿Qué se está haciendo para mantener una buena rentabilidad en el ramo?

En el caso de Allianz una política de suscripción rigurosa y consistente en el tiempo hace que la siniestralidad sea moderada.

Como mencionaba antes, las

Los productos cada vez son más innovadores, tanto en coberturas como en el lanzamiento de nuevos tipos de aseguramiento muy adaptados y versátiles



El rigor técnico en la suscripción, la flexibilidad de nuestros productos digitales y la adecuada gestión de los siniestros, han conseguido que nuestra rentabilidad sea muy buena

pymes son cada vez más conscientes de su mapa de riesgos. Esta mayor concienciación y conocimiento del riesgo por parte de los asegurados influye positivamente en los niveles de contratación. Esto unido al rigor técnico en la suscripción, la flexibilidad de nuestros productos digitales y la adecuada gestión de los siniestros, han conseguido que nuestra rentabilidad sea muy buena.

Estamos en un mundo cambiante. ¿Por dónde va la demanda de los clientes?

Un nuevo sector de los clientes pymes, más joven, demanda servicios más digitales.

En Allianz iniciamos ya en 2016 un completo proceso de digitalización de nuestros productos, lo que los hace más atractivos, facilita la contratación y comprensión por parte de nuestros clientes y nos convierte en la opción más ágil y flexible para adaptarnos a sus necesidades.

¿Qué es lo que más valora la pyme en este tipo de seguros?

Lo que nuestros clientes pyme nos demandan y lo que más valoran es la cercanía y facilidad de comunicación con su aseguradora, una buena calidad de servicio y un producto completo a precio competitivo.

¿Cree que los ciberriesgos se terminarán cubriendo en las pólizas Multirriesgos Pymes?

El fenómeno de los ciberriesgos, y con él de los ciberseguros, es reciente. Evidentemente en pocos años vamos a vivir todavía grandes cambios en su configuración. Hasta la fecha, el mercado asegurador se ha centrado en dar soluciones específicas de mayor o menor alcance en pólizas específicas dentro de las denominadas líneas financieras. Esa solución es parcial y, como tal, parece ineludible que otras pólizas, como la de Multirriesgos pyme o cualquier otra línea de negocio, tenga que plantearse en un futuro si el fenómeno "cyber" requiere mayor espacio dentro de sus productos.

Ahora bien, en nuestra opinión esto no supondrá una cobertura integral de los ciberriesgos dentro de las pólizas tradicionales, al menos a medio plazo, sino que más bien complementará la soluciones específicas para ciberriesgos en lo que a los "riesgos tradicionales" se refiere.

Es decir, de un lado tendremos las pólizas específicas de Cyber (que cubrirán los daños de tipo intangible, protección de datos, etc.) y de otro una revisión de las pólizas tradicionales para dar cabida a algunos fenómenos cyber (por ejemplo daños materiales derivados de incendio o explosión

causado por un hecho cibernético).

Que estas garantías puedan incluirse dentro de un solo producto a modo de Multirriesgos, es posible, pero parece lógico que se haga de manera diferenciada, con primas individualizadas y con un control de la parte tecnológica. Pensemos que la inmadurez actual del mercado deviene también de una falta de experiencia que solo la observación individualizada podrá paliar.

¿De qué modo se están mejorando los seguros Multirriesgos para pymes?

Las mejoras son múltiples: incorporación de nuevas coberturas, más niveles de asistencia, nuevos servicios, mejor acceso de nuestros clientes a estos servicios. En el caso de Allianz, al ser la mediación nuestro canal preferente, un servicio cada vez más profesional y con más capilaridad que hace llegar todas estas mejoras y nuestros productos al cliente.

¿A qué amenazas o retos se enfrenta la modalidad de Multirriesgos Pyme?

La principal es la continuidad de un mercado tan blando que hará que la rentabilidad caiga en los próximos años. Constituye un reto importante conservar nuestra cuota de mercado manteniendo nuestra suscripción técnica.

En un contexto de cambio climático, los siniestros por riesgos de la Naturaleza no consorciables son cada vez más frecuentes y la pyme, por su tamaño, puede ser muy vulnerable

Por otra parte, en un contexto de cambio climático, los siniestros por riesgos de la Naturaleza no consorciables son cada vez más frecuentes, donde la pyme puede ser más vulnerable a estos eventos que empresas de mayor tamaño. El reto de responder a este riesgo creciente y difícil de gestionar es uno de los principales desafíos en esta modalidad de seguros.

A largo plazo, la principal amenaza sería la aparición de nuevos actores provenientes de sectores tecnológicos (GAFA, Google-Apple-Facebook-Amazon) que podrían irrumpir en la distribución de Multirriesgos, con el riesgo de banalizar la contratación de un seguro por precio.

¿Para cuándo se utilizará el internet de las cosas en el seguro de las pymes? ¿Cómo se integrarán en las pólizas?

Despedimos 2018 con la noticia de que la "medalla de bronce" era para España como objeto de ciberataques (solo por detrás de EEUU y Reino Unido). Además, nuestro país tiene un oro absoluto en los denominados "ataques de fuerza bruta contra dispositivos IoT", siendo víctimas del 80% de los ataques a nivel mundial (informe F5 Labs) en un mundo con más de 100 billones de dispositivos conectados (y en aumento).

En este contexto, sin duda parece que el Internet de las Cosas tendrá un papel preponderante en el futuro del seguro industrial en el que, a tiempo real, podremos, entre otras cosas, simplificar el proceso de contratación o de verificación (¿para qué requerir un cuestionario o realizar una visita si podemos testear la realidad de la empresa mediante IoT?), tener inputs sobre la realidad del riesgo durante la vida del contrato (por ejemplo agravaciones derivadas del inadecuado mantenimiento o reducciones en la exposición tras obras de mejora) o declarar / tramitar siniestros a través de dichos dispositivos (declaración del siniestro o envío de datos automatizados, a modo de ejemplo).

EL CLIENTE DE MULTIRRIESGOS VALORA LA CERCANÍA Y EL ASESORAMIENTO

Los mediadores siguen distribuyendo casi el 70% de las primas de Multirriesgos. Juan Cuerdo, director de Negocio del Área de Empresas y Reaseguro de Allianz Seguros, explica que "el cliente Multirriesgos valora la cercanía y el asesoramiento: la confianza en el mediador que asesora adecuadamente encontrando para el cliente la mejor opción, la más completa, la que mejor se adapta a sus necesidades y, como no, la que resulta más adecuada económicamente". En Allianz ponen a disposición de los corredores que trabajan con la aseguradora, todas las herramientas que necesitan para fomentar sus carteras en este ramo. Les ofrecen la tramitación de siniestros de forma eficiente, les conectan a los servicios que tienen estos productos de forma inmediata y les facilitan los medios tecnológicos para ello, sin olvidar una formación continua y actualizada que contribuye a que puedan aportar el mejor asesoramiento a sus clientes. De hecho, Allianz Seguros es la primera aseguradora que pone a disposición de los mediadores las cuatro principales funcionalidades EIAC. A aquellos que ya trabajan con Allianz y saben de su sistemática de trabajo "les instamos a que nos sigan poniendo a prueba y nos exijan todo aquello que el mercado les demande para poder ofrecer soluciones concretas a nuestros clientes", afirma Cuerdo.

Allianz es la primera aseguradora que pone a disposición de los mediadores las cuatro principales funcionalidades EIAC

Creemos que será un fenómeno gradual que, en todo caso, tendrá que venir acompañado no solo de los procesos y equipos necesarios (en aseguradoras, mediación e industrias), sino también de reformas legislativas que recojan y regulen estos nuevos fenómenos y realidades; y siempre con un cumplimiento escrupuloso de aspectos de tipo normativo como pudieran ser los relativos a la protección de datos o la de seguridad de la información, entre otros.

¿En qué consiste el modelo de negocio de Allianz en la modalidad de Multirriesgos Pymes?

En Allianz partimos de un modelo que gira en torno al cliente, con productos muy fáciles de contratar, con condicionados legibles y muy sencillos. Un gran rigor técnico en la suscripción con un servicio postventa en el momento del siniestro altamente eficiente y valorado gracias a nuestras asistencia y profesionalidad de los equipos de tramitación.

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**

María Ameijeiras, directora general de AF Correduría

Es **VITAL** para las empresas hacer un buen análisis de riesgo

Las modalidades Industrial y Comercio de Multirriesgos siguen creciendo, pero existe una competencia por el precio que, según María Ameijeiras, directora general de AF Correduría, no ayuda a que las empresas se conciencien de lo vital que es hacer un buen aseguramiento. "Al empresario hay que trasladarle la importancia que tiene protegerlo haciendo un buen análisis del riesgo, porque afecta directamente a su cuenta de resultados". El reto por parte de las aseguradoras, es "llegar a tener la capacidad de ser flexibles y escapar de los condicionados de adhesión. Contar con suscriptores preparados y con el talento necesario para poder negociar clausulas y textos libres dentro de los condicionados, además de capacidad de reaseguro".

María Ameijeiras, directora general de AF Correduría, aporta los datos de ICEA sobre el crecimiento en volumen de primas en Industrial, con un aumento del 7,58% (algo que contrasta de forma positiva con el 0,58% de 2017) y en Comercio con un incremento del 1,91%, también ligeramente por encima del año anterior. En su opinión, "parece una buena noticia. Sin embargo, aún estamos más de un punto por debajo de los volúmenes que se registraban en años anteriores a la crisis de 2007 y es que la pérdida de tejido empresarial ha sido tan importante en esta década que está costando alcanzar el suelo perdido, a pesar de que España esté creciendo por encima de la media".

Para este año, los datos que maneja Ameijeiras le hace pensar que iremos en la línea de lo expuesto anteriormente. El crecimiento en AF Correduría en este ramo está alrededor de un 8% y sus objetivos, reconoce que "ambiciosos", es pasar de dos dígitos. "Nos preocupa la situación coyuntural y la incertidumbre económica derivada del contexto internacional, sobre todo Europa, con el brexit; y también la inestabilidad política de nuestro país, que está afectando al estado de la economía. La producción industrial en Europa ha sufrido un batacazo a finales de 2018, peor incluso que en 2012. Sin embargo, España está resistiendo y sigue creciendo por encima de la media. Pero, inevitablemente, si la debilidad de nuestros vecinos continúa, el contagio puede llegar. Aun así, somos optimistas en cuanto a las previsiones para este ramo ya que llevamos una serie de años poniendo el foco en clientes con perfil empresa y eso al final da sus frutos".

Es importante que las aseguradoras inviertan en tecnología, pero también en la formación aseguradora de sus empleados

CRECIENDO EN EL NEGOCIO DE EMPRESAS

AF Correduría es una compañía de segunda generación, fruto de la evolución de una empresa familiar con presencia en el sector desde 1958. Históricamente, ha tenido una cartera con un peso importante en particulares. Sin embargo, la evolución del mercado, la competencia, la transformación digital que afecta a los hábitos de consumo les hizo reflexionar ya hace años sobre dirigir su estrategia hacia productos en dónde la labor como corredores de seguros, consultores y asesores de riesgos, aportase más valor. Su directora general explica que como "algunos productos dirigidos al cliente particular se estaban convirtiendo en *commodities*, pusimos el foco, sin abandonar al particular, en perfiles de clientes empresas y autónomos a los que podemos ofrecerles un gran valor añadido. En España en general y en Galicia en particular, nos encontramos con un tejido empresarial en donde hay muy poca cultura del riesgo, con pequeñas empresas, que son las que están más expuestas. Cualquier eventualidad en el ejercicio de su actividad puede llegar a cerrarles el negocio y nosotros como correduría especialista en gerencia de riesgos, podemos aportar un amplio abanico de soluciones. Yo prefiero siempre, hablar de consultoría y análisis integral de riesgos que, de ramos o productos de seguros, esta es la parte final de nuestro trabajo, la solución aseguradora para transferir el riesgo y el Multirriesgos

Pyme es una solución más, entre otras".

Su apuesta por este negocio les ha llevado a que, en estos momentos, suponga entorno al 18% de su cartera y creciendo… Tienen un departamento especialista en empresa, pero siguen manteniendo la línea de negocio de particulares.

La realidad es que los mediadores siguen distribuyendo casi el 70% de las primas de Multirriesgos, según datos de ICEA. Eso se debe, según María Ameijeiras porque es necesario "el asesoramiento de un experto. Hay muchos factores y muy diversos en la actividad de una pyme que se deben de tener en cuenta a la hora de transferir un riesgo. Hay coberturas que se han de analizar muy bien, por ejemplo las pérdidas consecuenciales (pérdidas de beneficio) o la responsabilidad civil patronal, en dónde los sublímites pueden ser muy bajos o la de productos en dónde esté contratada, pero que al final no se cubra la retirada del producto. Por otro lado, está el seguimiento y actualización de estos contratos ya que el riesgo de la empresa es un riesgo vivo, que se modifica continuamente porque su actividad también lo hace, y el canal que está preparado en la actualidad para dar este tipo de asesoramiento es el de la mediación".

Multirriesgos, como el resto del sector, se enfrenta al reto de que su capacidad de innovación y adaptación vaya acorde a la rapidez de los cambios en nuestra sociedad y las necesidades de transferencia de los riesgos emergentes

LIMITACIONES DE COBERTURAS PARA CIERTAS ACTIVIDADES

A la hora de realizar su trabajo, los corredores se encuentran, apunta Ameijeiras, "con limitaciones de las aseguradoras en ciertas actividades en las que no quieren entrar por tener un mayor nivel de riesgo. Las aseguradoras tradicionales a veces no dan coberturas y tenemos que buscar otro tipo de soluciones". Además, se queja de la "lentitud de respuesta en la suscripción y los problemas en conectividad con las plataformas de las aseguradoras que llevamos sufriendo en otro tipo de ramos, que se van superando, pero muy lentamente".

Uno de los problemas del ramo es que existe una fuerte competencia y cree "que se está heredando el error que se ha cometido en otros productos de particulares y es que parece que no hay tarifa. Se compite bajo el prisma del precio, algo que no favorece que las empresas se conciencien de lo importante que es hacer un buen análisis del riesgo y no solo del precio. Al empresario hay que trasladarle la importancia que tiene el construir bien un programa de seguros, de protegerlo, porque afecta directamente a su cuenta de resultados, haciendo un buen análisis del riesgo, encajando bien la actividad o las actividades de la empresa, con franquicias, muy denostadas pero

tan necesarias en algunos riesgos, con segundas capas… En definitiva, definir muy bien la política aseguradora. De estas cosas tenemos que hablar los corredores".

Cada empresa tiene un mapa de riesgos diferente y en el mercado, a veces, hay limitaciones por parte de las compañías para poder encontrar el encaje necesario a distintos riesgos. El reto por parte de las aseguradoras, según María Ameijeiras, es "llegar a tener la capacidad de ser flexibles y escapar de los condicionados de adhesión. Contar con suscriptores preparados y con el talento necesario para poder negociar clausulas y textos libres dentro de los condicionados, además de capacidad de reaseguro. Pero yo creo que muchas veces por parte de las aseguradoras falta personas preparadas para esto, es importante que inviertan en tecnología, pero también en formación aseguradora de sus empleados".

Los contratos de Multirriesgos Pyme suelen tener cláusulas que a veces no son fáciles de interpretar

ASESORAMIENTO Y SERVICIO RÁPIDO Y EFICIENTE

Estamos presenciando cambios en la demografía, geopolítica, energía, tecnología y experimentando lo que llamamos transformación digital. La exposición al riesgo aumenta de manera exponencial, tanto en particulares como en empresas. La evolución social hace que emerjan nuevos riesgos, los cambios en la manera que tenemos de comunicarnos y acceder a la información nos mantienen en una exposición continua a sufrir ciberataques. Todo lo relacionado con la inteligencia artificial, la robótica, el internet de las cosas que hace que se transforme nuestra manera de trabajar. El desarrollo y la evolución de estos riesgos hace que la industria aseguradora tenga que actualizar sus productos. Sin embargo, la directora general de AF Correduría advierte de que "no debemos perder de vista a los riesgos tradicionales ya que ponen en peligro la sostenibilidad del sistema".

Todo ello, sin dejar de aportar todo aquello que valora la pyme: "el servicio rápido y eficiente en el momento del siniestro y el asesoramiento antes de realizar el contrato y en el momento de una eventualidad, si llega a existir. Este tipo de contratos suelen tener cláusulas que a veces no son fáciles de interpretar y hay que estar acostumbrado a ello, a fijarse muy bien en cada figura del contrato, en cada definición, en los límites y sublímites, en los ámbitos territoriales y temporales etc. Por ello, es importante el asesoramiento de alguien con experiencia en este tipo de ramos y no aquellos distribuidores que solo comparan precio".

Los Multirriesgos para pymes están en continua actualización. De hecho, Ameijeiras comenta que "últimamente algunas compañías, por ejemplo, han adaptado su oferta de pólizas de todo riesgo de daños materiales (producto destinado tradicionalmente a grandes riesgos o empresas medianas) a pymes. El concepto cambia radicalmente ya que en este tipo de pólizas los riesgos no tienen que estar nominados y la carga de la prueba recae en el asegurador no en el asegurado, limitándose a cubrir todo excepto lo que está excluido expresamente. Además, las compañías están añadiendo garantías opcionales continuamente, adaptándose a los nuevos riesgos y evolucionando las existentes como es el caso de la responsabilidad civil que

en el terreno de la RC patronal se han subido los sublímites, el introducir la RC de contaminación accidental, la garantía para los bienes en custodia, la infidelidad de los empleados, la RC de directivos que algunos Multirriesgos la contemplan, etc.".

Este ramo, como el resto del sector, se enfrenta, según la directora general de AF Correduría, "al reto de que su capacidad de innovación y adaptación vaya acorde a la rapidez de los cambios en nuestra sociedad y las necesidades de transferencia de los riesgos emergentes".

NUEVA CULTURA CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS

Hablando del futuro, María Ameijeiras comenta que "diversos informes de consultoras y tecnológicas apuntan a que en 2025 más del 50% de la fuerza laboral estará en manos de los *millennials* (los nacidos entre 1977 y 1994), que viven continuamente conectados y que tienen unos valores diferentes, preocupados por el medio ambiente, por el trabajo colaborativo, buscando un nuevo equilibrio entre trabajo y vida personal, dándole más importancia a experimentar que a poseer, con lo que esto supondrá para la cultura corporativa de las empresas. Mi percepción y experiencia es que la revolución digital está llegando al sector, pero poco a poco y hoy en día de una manera superficial. Las aseguradoras están invirtiendo en colaboraciones con startups, con insurtechs (unión de tecnología y seguros), pero aún están muy ancladas en el modelo de negocio tradicional. Considero una barrera muy grande el tema de la seguridad, se tiene que avanzar mucho en este sentido para que los consumidores y empresas se lancen de manera masiva a un cambio de modelo total y se irá realizando de forma paulatina hasta que este inconveniente, entre otros, se vaya superando". La directora general de AF Correduría cree que "tendremos que ir modelando entre todos los actores del sector el nuevo modelo del futuro que queremos tener, pero considero que por el bien del consumidor, sobre todo en productos de empresas, deberá de estar integrado el asesoramiento independiente del corredor. En mi opinión, es la tercera pata del modelo (asesoramiento, tecnología y servicio) y no es para nada incompatible con la transformación digital. Las compañías que apuesten por ello, colaborando con este canal sin medias tintas, por ejemplo, en la conectividad con sus APIs, desde mi punto de vista, serán las que mejor posicionamiento mantendrán en el segmento pymes".

El asesoramiento y el servicio no es incompatible con la transformación digital

En relación a la incorporación de la tecnología a productos para pymes, considera que "como en el caso de seguros para particulares la conectividad que ofrece el internet de las cosas y la inteligencia artificial, favorecerá la prevención de riesgos de la naturaleza o los de robo. El blockchain permitirá la trazabilidad en transportes de mercancías, en responsabilidad de productos, etc. por citar algunos". Pero insiste que "aún veo poco proclive al sector y poco madura esa tecnología. Se debe superar además el tema de la seguridad y la gran resistencia al cambio que hay en el sector por parte de toda la fuerza laboral".

Carmen Peña
Fotos: Irene Medina

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

M&A, el gran desconocido empieza a despegar

El seguro M&A tiene un gran recorrido por delante en el mercado español, ya que se trata de una solución que apenas se ha desarrollado en nuestro país hasta hace pocos años, pero que a través fundamentalmente de operaciones inmobiliarias ha experimentado un empuje, con mayor profesionalización de compañías y mediadores. Aunque la sofisticación de los procesos y lo específico de los requisitos no lo hacen óptimo para todo tipo de transacciones, los profesionales confían en que educando a todos los agentes implicados se amplíe el mercado y llegue hasta las pymes.

Como reconoce Francisco Almeda, director de Suscripción de la correduría **Aunna Broker**, "la verdad es que no es un seguro muy conocido", ya que se trata de un producto "complicado" por el tipo de intervinientes, algunos procesos confidenciales o con competencia internacional, las relaciones entre compradores, corredores y compañías…

María José Cruz, responsable de M&A de **AIG** para el Sur de Europa, redunda en la idea de que es un seguro "relativamente desconocido" en España. Con todo, reconoce que desde hace unos dos años el producto "ha experimentado un boom" en nuestro país, lo que ha permitido a los actores del mercado asegurador madurar y que los despachos de abogados lo testeen, sepan cómo funciona y se sientan tranquilos para determinadas operaciones, por lo que los propios compradores y vendedores lo han empezado a probar. "Creo que cada vez es menos complicado, porque se ha estandarizado y se han flexibilizado mucho las coberturas en los procesos", asegura. "Evidentemente es un seguro muy específico que está diseñado para determinado tipo de operaciones, pero creo que evolucionará", considera.

Alicia Sánchez, suscriptora senior M&A de **Sompo**, liga mucho la evolución de este seguro con la situación del mercado: "Quizás hace unos años el tipo de transacciones que se llevaban a cabo en España no eran adecuadas a lo que es el producto en sí, porque no es un tipo de seguro que valga para cualquier transacción de compraventa de empresas o de activos", confiesa.

Además, María José Cruz añade que ha sido el interés mostrado por varias compañías y brókers lo que ha propiciado que el mercado haya evolucionado como lo ha hecho: "Que ahora haya competencia en todos los ámbitos, es lo que ha conseguido que esto crezca y que el mercado confíe", afirma.

María José Cruz (AIG).

Enrique Pérez del Castillo (Howden).

Francisco Almeda (Aunna Broker).

Alicia Sánchez (Sompo).

EXPLICAR EL PRODUCTO

"Y la credibilidad también", apostilla Alicia Sánchez, ya que al provenir del mercado anglosajón ha habido mucho desconocimiento de cómo funciona: "Tienes que educar, porque no cualquier transacción es ideal para lo que hacemos", sentencia.

Efectivamente, todos los expertos congregados en torno a la mesa redonda de Pymeseguros están de acuerdo en que el principal reto al que se enfrenta este seguro es el de que gane un mayor peso dentro del mercado, para lo cual es imprescindible darlo a conocer. De ahí que Sánchez insista en que para lograr una mayor penetración hay que apostar por la profesionalización y la educación, "para conseguir que la calidad de las negociaciones, la transacción, el contrato de compraventa sea lo mejor posible, que facilite el poder colocar una póliza".

"El reto fundamental es la evangelización", coincide Enrique Pérez del Castillo, director de M&A de **Howden**, aunque advierte de que los profesionales tienen que entender que es un producto muy útil, pero que no sustituye a un proceso de revisión, es decir, no se trata de contratar un se-

guro para cubrir aquello que no se ha revisado.

Y es que, como aduce Cruz, "hasta en la operación mejor revisada cabe la posibilidad de que surja algo que nadie había previsto. Y ese es el concepto por el que nace este producto".

"Tiene que haber una sofisticación en la operación, una *due diligence* robusta y un proceso real de negociación entre vendedor y comprador, porque al final el asegurador se va a situar en la posición de responsabilidad del vendedor". Enrique Pérez del Castillo

EL VALOR DE LAS DUE DILIGENCE

"El producto surge como una necesidad del fondo", considera Enrique Pérez del Castillo, ya que "el fondo quiere vender limitando su responsabilidad y a partir de ahí surge el boom", aunque ya han surgido nuevos actores que ven interés en el producto y empiezan a requerirlo. Coincide, eso sí, en que este seguro no vale para todo tipo de operaciones, ya que para empezar tiene que tener unos importes mínimos para que compense. "Pero, sobre todo, creo que tiene que haber una sofisticación en la operación, con unos informes de *due diligence* que sean robustos, porque al final el asegurador se va a situar en la posición de responsabilidad del vendedor", aclara.

Para la responsable de AIG las pólizas de seguros de M&A no se pueden comparar hoy por hoy con ninguna otra línea de seguros, ya que cubre la responsabilidad de un vendedor en el caso de un incumplimiento de las manifestaciones dadas en un contrato por hechos pasados desconocidos para el cliente, pero no por hechos futuros. "Si la foto que le da al comprador no es verdad, al final responde la póliza, pero cada foto es distinta", sostiene, por lo que no hay un cuestionario estándar en base al cual se puedan establecer las coberturas". Además, el coste o el análisis de riesgo tan concreto y específico hace que sea un producto que no se adecúa a todo tipo de operaciones, como las pequeñas.

Para que la aseguradora sienta ese confort tiene que apreciarlo en el conjunto de la operación: quiénes son las partes, quiénes les han asesorado, qué tipo de *due diligence* se han llevado a cabo desde el punto de vista financiero, legal, fiscal, de cumplimiento normativo, etc. En cualquier caso, reconoce que en los últimos años "a base de la experiencia" las entidades han ganado esa comodidad, lo que les permite "ser más flexibles, dar mejores coberturas".

Incide la suscriptora senior M&A de Sompo que desde una perspectiva aseguradora es muy importante la calidad de la documentación que se recibe: "Es un proceso de suscripción complejo porque es mucha información y tenemos que tener las garantías de que aquello que estamos cubriendo es correcto", asegura, por lo que la valía de la transacción debe ser adecuada para los efectos de la póliza.

UN PRODUCTO PARA EL VENDEDOR

Acerca del principal usuario de este producto, el director de M&A de Howden comenta que "el que en un principio tiene necesidad de contratar un seguro es siempre el ven-

dedor, porque es el que va a salir de la ecuación de responsabilidad", ya que el comprador piensa que si el vendedor le va a manifestar lo que él quiere y es responsable por el contrato, sólo puede tener un problema, que es la solvencia del que vende, "si bien puede exigir garantías bajo el contrato al vendedor para asegurar esa responsabilidad".

"También depende mucho del ciclo económico en el que estás", apuntilla María José Cruz, quien asegura que en uno como el actual, con mucha liquidez en el mercado y dinero para invertir, "al final los vendedores tienen mayor poder negociador porque se están encontrando con distintos compradores dispuestos a competir por la misma sociedad o activo".

"El mercado necesita evolucionar mucho para que algún día se pueda encontrar un producto que sea adecuado para las pymes. Aunque confiamos en que con el tiempo se pueda ofertar". Alicia Sánchez

Francisco Almeda añade, además, que a veces hay fondos que vienen con despachos anglosajones "que tienen el seguro de M&A como un punto que hay que incluir siempre". A su entender, en determinados sectores, como *real state* o valoración de activos, es importante contratar este tipo de pólizas, así como en procesos de subastas, y últimamente se está dando mucho en la industria tecnológica y de seguros. "Es verdad que el comprador, para evitar reducciones de precios o que haya pasivos ocultos, cosas difícilmente cuantificables a través de una *diligence*, puede exigir la póliza para cerrar la operación, porque además sirve muchas veces para desbloquear posiciones", considera.

Eso sí, "la siniestralidad siempre vendrá por un incumplimiento de una manifestación del vendedor y será el comprador el que se lo comunicará a la aseguradora", sostiene el director de M&A de Howden, quien puntualiza que las manifestaciones que más se incumplen en España son las financieras, fiscales y laborales, aunque María José Cruz puntualiza que a nivel internacional este último aspecto se sustituye por el de propiedad intelectual e industrial.

En cualquier caso, Enrique Pérez del Castillo, director de M&A de Howden, incide en la importancia de que también el asegurado se sienta cómodo con lo que va a recibir del seguro: "Hay que analizar los documentos de transacción y comunicar con franqueza qué va a ser posible asegurar y qué no", insiste.

"En este caso es importante que el asegurado vaya de la mano de la aseguradora, porque los siniestros que vemos a veces son muy complejos", asegura Alicia Sánchez, suscriptora senior M&A de Sompo, que pide la implicación del cliente para discernir si se trata de una cuestión que está en riesgo y tiene derecho de indemnización o no, porque parte no esté asegurado.

EL CORREDOR, A POR LA MEJOR OPCIÓN

En este sentido, Almeda pone en valor el papel del corredor en todo el proceso, que debe buscar "qué puede encajar en la operación según el perfil de la compañía". Considera, eso sí, que el principal escollo es en muchas ocasiones interpretar la legislación, ya que España es un país muy regulado sobre las obligaciones

de las empresas. Y hay veces que es difícil incluso para el corredor estar en una operación y tener toda la información, por lo que hay que "buscar alternativas y si no puede ser con una póliza de M&A, a través de garantías directas, cauciones u otras soluciones para tu cliente".

"Se va a tener mejor cobertura y el proceso va a ser mucho mejor si hay un mediador involucrado".
María José Cruz

Coincide Enrique Pérez del Castillo en que el corredor debe ser también creativo y buscar la mejor opción. Ahora bien, advierte que en las operaciones hay dos grandes paquetes: los riesgos desconocidos y los conocidos, que ya están encima de la mesa y se han identificado. Es imprescindible realizar una diligence potente, que dará confort al asegurador en relación con los potenciales riesgos desconocidos, y, a su vez, permitirá detectar riesgos para los que existen productos específicos de cobertura. Eso sí, cree que el corredor también debe ser sincero con el cliente y decir si la operación no tiene encaje o, si la tiene, si le va a compensar.

Efectivamente, Alicia Sánchez aprecia que muchos clientes no llegan a entender el producto y quieren una cobertura que replique lo que son los acuerdos en el contrato, pero en ocasiones la falta de confort provoca que no se puedan llevar a cabo. "Al final, intentas respetar al máximo las partes a negociar, pero a veces tienes que encontrar la forma para dar una solución, siempre con unas garantías de cobertura paralela al contrato", menciona.

Cruz se une a las alabanzas hacia los corredores y su papel para cribar y hacer una buena selección de las operaciones. Otra cosa, es que en ocasiones la operación tenga sentido desde el punto de vista comercial, pero no encaje a nivel asegurador, por factores como que los asesores no hayan hecho una *diligence* suficiente para el seguro.

MÁS BRÓKERS Y MÁS CAPACITADOS

Se trata de un producto que se comercializa mayoritariamente a través de los corredores, de quienes destaca el trabajo de filtrar y de educar, así como de gestionar la expectativa del cliente, "que es fundamental para traducir el lenguaje más técnico para que el asegurado se sienta cómodo. Van a tener mejor cobertura y el proceso va a ser mucho mejor si hay un mediador involucrado".

No obstante, aunque el director de Suscripción de la correduría Aunna Broker reconoce que no son muchas las corredurías que tengan a todos los profesionales para valorar una operación de M&A en su conjunto, en la actualidad en España existen más que hace unos años, por lo que "hay muchas posibilidades de colocación con compañías en España".

Anteriormente había menos brokers especializados con presencia local, recuerda la responsable de M&A de AIG para el Sur de Europa, para quien también se trata de un problema de tiempo, toda vez que cuanto más pequeño es el bróker más multidisciplinar es y no le puede dedicar tantas horas a convertirse en

experto en M&A. "Cuanto más especializado esté, mejor servicio le puede dar al cliente".

"Aquí es donde se ve la evolución del mercado: hace cuatro años había muy pocos brokers y muy pocas aseguradoras en el mercado español y ahora han crecido, están más especializados", valora Sánchez, para quien es una ventaja para el cliente contar con suscriptores españoles que conocen el mercado, las dinámicas, los intervinientes…

CUBRIR PYMES, ASIGNATURA PENDIENTE

"Nosotros desde nuestra experiencia llevamos años pensando que es la asignatura pendiente. Hay que dar una solución aseguradora a esa franja del mercado a la que, ahora mismo por cómo está diseñado el producto, no somos eficientes", señala María José Cruz, responsable de M&A de AIG para el Sur de Europa, sobre la posibilidad de que este seguro evolucione y pueda cubrir transacciones entre pymes. Con todo, tal y como está concebida ahora mismo no es viable a corto plazo. A su entender hay que conseguir dar respuesta y satisfacción a ese nicho de mercado, y a la vez proteger los intereses de las aseguradoras: "Yo soy muy optimista; ojalá seamos capaces de conseguir esa fórmula que nos permita atacar ese nicho y darles una solución aseguradora", afirma.

"Ahora mismo hay muchas posibilidades de colocación de M&A con compañías en España".
Francisco Almeda

La suscriptora senior M&A de Sompo comenta que en el mercado anglosajón ya hay alguna solución con unas primas bajas, con un perfil de sociedad pyme concreto, pero en España aún "queda mucho recorrido", aunque también confía en que con el tiempo se pueda ofertar. A día de hoy, eso sí, sostiene que el producto no podría cumplir las expectativas ni de la compañía ni del asegurado.

A pesar de que el director de M&A de Howden, tampoco lo ve como una *commodity*, ya que "el contrato de compraventa modelo para todo no existe, cada operación es diferente", sí cree que es un producto que puede valer para una pyme, dependiendo de los parámetros y de la sofisticación de la operación.

Efectivamente, María José Cruz certifica que el que la operación sea con una pyme "automáticamente no lo descarta", aunque ha de cumplir una serie de requisitos para que encaje. Además, que las aseguradoras tienen que ser selectivas, por la carga de trabajo y deben valorar la rentabilidad de cada actuación: "Al final el mercado se da cuenta de que el producto está diseñado para que funcione mejor para un determinado volumen de operación y es dónde nos sentimos más cómodos", arguye.

Y es que, como defiende Alicia Sánchez, suscriptora senior M&A de Sompo, no por ser una operación más pequeña el trabajo del suscriptor es menor: "Le dedicamos exactamente el mismo tiempo que a una transacción diez veces mayor", dice.

Aitana Prieto / Carmen Peña
Fotos: Irene Medina

Para leer más sobre la mesa redonda **pulse aquí**

Retrocede levemente la **SATISFACCIÓN** de los corredores con las aseguradoras

X Barómetro Adecose 2018

La satisfacción de los corredores con el servicio que les prestan las aseguradoras se ha resentido ligeramente en el último año, tal y como demuestra la X edición del Barómetro Adecose. Este ejercicio la nota media se ha situado en el 6,67 (por el 6,76 que se registró doce meses antes), con lo que se rompe una tendencia de cuatro años consecutivos de alzas.

En esta ocasión han participado 933 empleados de un total de 99 corredurías, lo que supone más el 80,3% de los socios de Adecose. "El nivel de participación de los socios en cuanto al número de empleados sigue manteniéndose en niveles muy elevados, con cifras que otras iniciativas del sector no alcanzan", ha manifestado Martín Navaz, presidente de Adecose, en la presentación de los datos del Barómetro.

De ellos un 57,5% consideran como "total" o "bastante favorable" su grado de satisfacción con la calidad del servicio que les ofrecen las aseguradoras, una valoración inferior a la del año anterior, que se situó en el 61,4%.

Tanto las compañías que están en régimen de establecimiento o libre prestación de servicio (LPS), como las que tienen sede social en España han experimentado caídas en cuanto a la satisfacción de los corredores (las primeras han pasado del 64,9% de 2017 al 61,8 y las segundas del 59,1% al 55,4%).

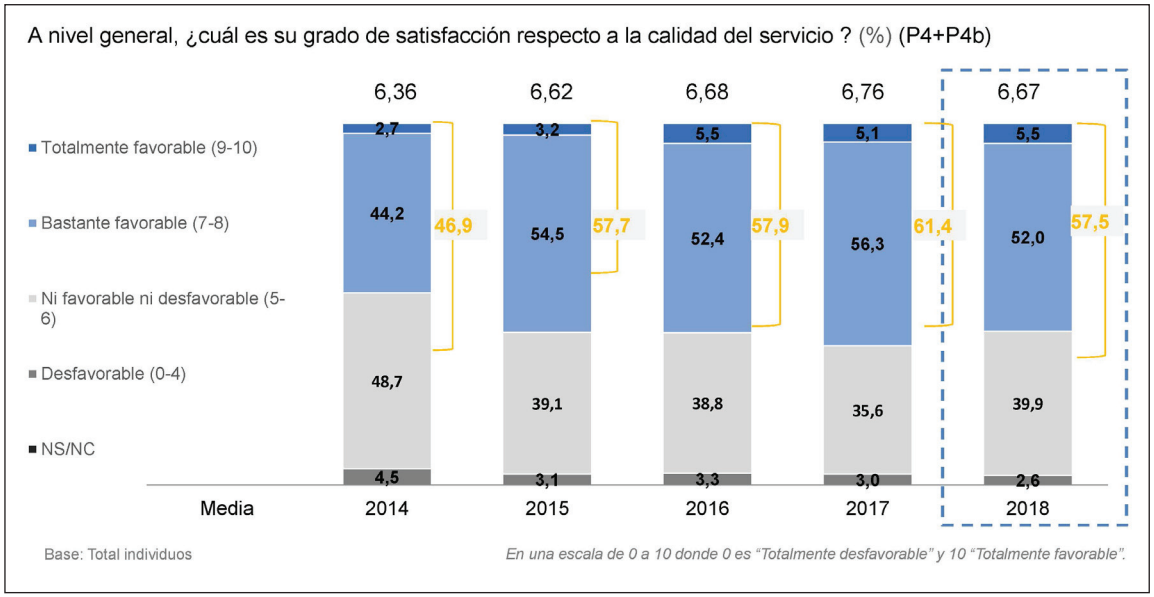


GRÁFICO 1. Satisfacción global con la calidad del servicio según ramo de trabajo

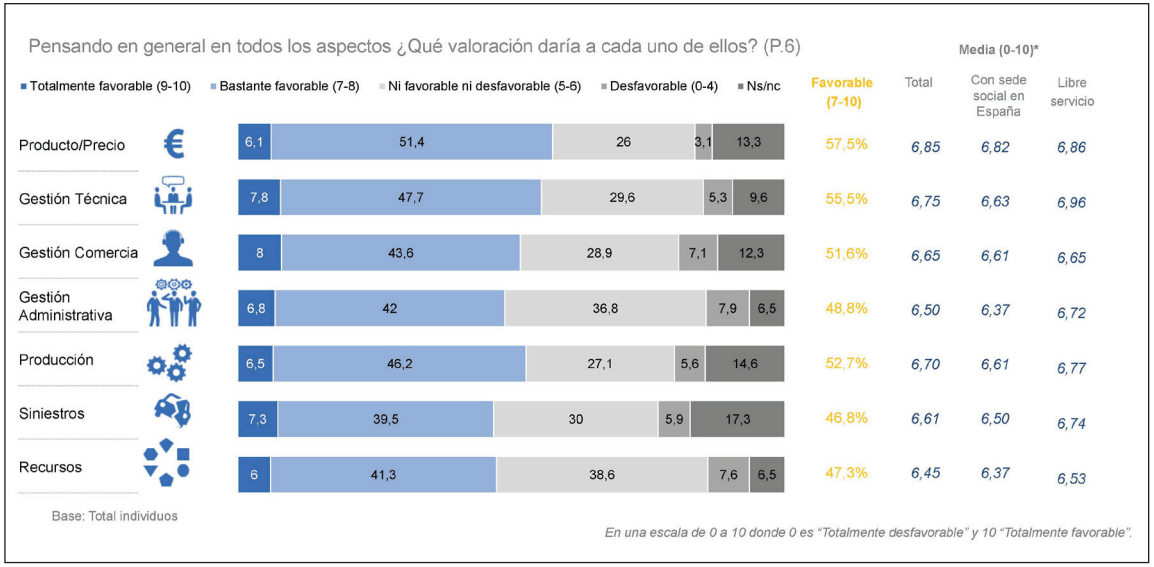


GRÁFICO 2. Valoración de las aseguradoras en aspectos concretos del servicio

RAMOS MEJOR VALORADOS

69,95%
Asistencia en Viaje

65,95%
Responsabilidad Civil

ASISTENCIA EN VIAJE REPITE COMO RAMO MÁS VALORADO

De nuevo, Asistencia en Viaje ha sido el ramo más valorado por los profesionales, con un crecimiento espectacular desde el 63,1% del año anterior al 69,9% que este año le han dado una puntuación entre "bastante" y "totalmente favorable" (con una puntuación entre 7 y 10). Mantiene el segundo lugar Responsabilidad Civil, con un 65,95%, mientras que Defensa jurídica ocupa el tercer puesto con un 61,2% y desbanca en el podio a Salud, que con un 57,4% baja hasta la quinta posición, por debajo de Patrimoniales (58,8%). Cabe destacar que la media de valoración del conjunto de los ramos es muy positiva, ya que todos, excepto Pérdidas pecuniarias, están por encima del 6 sobre 10, y es en Defensa jurídica donde se producen las mayores diferencias entre la aseguradora mejor valorada y la peor (de un 4,4 a un 7,8).

Entre los aspectos concretos del servicio, un año más la relación entre Producto-precio sigue siendo la mejor valorada, con un 6,85 sobre 10 (subiendo ligeramente respecto a 2017, cuando obtuvo un 6,80). Tras él se colocan Gestión Técnica, con un 6,75;

Producción, con un 6,70; y Gestión comercial, con un 6,65. Gestión administrativa (6,50) y Recursos (6,45) son los que peores resultados obtienen.

En Producto/precio se vuelve a estimar, por encima de todo, la claridad para entender los contratos de seguros, y lo que menos, la adaptación de la cartera de productos. En Gestión técnica/comercial se aprecia la capacidad técnica y conocimiento de suscripción, mientras que la agilidad de respuesta a las nuevas necesidades ofreciendo soluciones vuelve a obtener la menor puntuación. En Recursos repite como lo más apreciado la facilidad de contacto con personas con capacidad de decisión, mientras que la utilidad del sistema informático para agilizar el trabajo sigue siendo lo peor visto. En Gestión administrativa y Producción destaca la ausencia de errores en los documentos, siendo el volumen de carga administrativa que se traslada al empleado, lo que logra la menor puntuación. Por último, en Siniestros, lo más valorado es la actitud en la resolución de siniestros y pago de las indemnizaciones, mientras que un año más lo menos considerado es el acceso a la información sobre el siniestro.

RAMOS MEJOR VALORADOS

61,2%
Defensa jurídica

58,8%
Patrimoniales

57,4%
Salud

LAS ASEGURADORAS PIERDEN VALORACIÓN

Respecto a la satisfacción global con la calidad del servicio de cada una de las aseguradoras con las que trabajan, este año se erige por encima de todas Reale, con un 7,43, que relega a la segunda posición a Hiscox (7,39), que había liderado el Barómetro Adecose las dos ediciones anteriores. Les siguen en la clasificación Arag (7,21), Liberty Seguros (7,13), ERV (7,12), Surne (7,11) y Zurich (7,07). Mientras que en el ejercicio anterior hasta un total de 10 compañías alcanzaron el notable, este año esa cifra ha retrocedido en 3.

Por ramos, en Autos/Flotas la mejor valorada es Liberty Seguros; en Patrimoniales, Allianz; en Transportes, Chubb; en Responsabilidad civil, Markel; en Ramos técnicos, Asefa Seguros; en Defensa Jurídica, Arag; en Asistencia en Viaje y Pérdidas pecuniarias, ERV; en Salud, DKV; en Vida riesgo/accidentes, Surne; en Vida ahorro/pensiones, Allianz; en Crédito/caución/político, Solunion; y en Decesos, Fiatc.

En los aspectos concretos del servicio, Arag se ha erigido como la com-

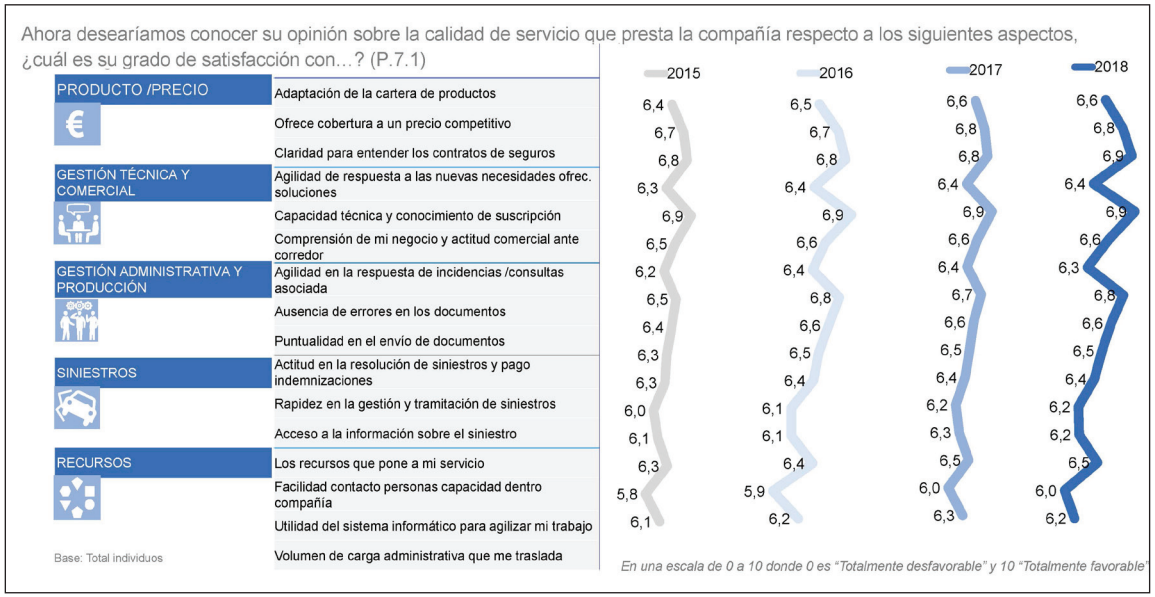


GRÁFICO 3. Satisfacción con los aspectos del servicio. Evolutivo

GRÁFICO 4. Ranking de aseguradoras. Satisfacción con las aseguradoras según ramos de trabajo

#

57,5% de los socios valora como "total" o "bastante favorable" su grado de satisfacción con la calidad del servicio que les ofrecen las aseguradoras

pañía mejor considerada en todos ellos. En Producto/ precio le siguen Markel y Allianz; en Gestión Técnica, Markel y Liberty Seguros; en Gestión Comercial, Liberty Seguros y Asefa; en Gestión Administrativa y Producción, Liberty Seguros y Markel; en Siniestros, Chubb y Liberty Seguros; y en Recursos, Liberty Seguros y Sanitas.

Respecto al grado de fidelidad de los corredores hacia las aseguradoras, las compañías con los que los profesionales están dispuestos en mayor medida a seguir trabajando son Hiscox, Arag, Surne, ERV, Liberty Seguros, Allianz, XL y Chubb, que obtienen todas ellas una valoración por encima del 7 sobre 10. En 2017 el número de aseguradoras que alcanzaron el notable se elevó hasta 12.

LOS CORREDORES MANTIENEN SU APUESTA POR EIAC

Otro de los aspectos más destacados del Barómetro de Adecose de los últimos años es la inclusión en el cuestionario de preguntas para determinar el conocimiento, uso y limitaciones del Estándar de Intercambio de Comunicación (EIAC). Un 87,6% ya disponen de un proveedor tecnológico, cifra significativamente superior a

ASEGURADORAS CON MEJOR PUNTUACIÓN

REALE SEGUROS	7,43
HISCOX	7,39
ARAG	7,21
Liberty Seguros	7,13
ERV	7,12
surne seguros & pensiones	7,11
ZURICH	7,07

#

Mejora el número de corredores con proveedor tecnológico para implementar EIAC y la satisfacción con los mismos

la del ejercicio anterior (84,7%).

También ha mejorado el grado de satisfacción con el servicio prestado por las tecnológicas con el tema del EIAC. El 58,9% dan una puntuación por encima del 7 sobre 10 (en 2017 fue el 57% de los encuestados), con una nota media de 6,94 sobre 10 (baja levemente, desde el 7,04 de 2017). Este año también ha subido significativamente (un 12,9% más, para un porcentaje total de 71,9% de corredores) el número de encuestados que afirma que su proveedor tecnológico le ha informado de que su correduría puede realizar la comunicación utilizando el estándar EIAC. De estos, ya lo utilizan un 56,5%. Destacan sobre los aspectos a mejorar que la descarga de ficheros esté más automatizada (el 51,7% lo ven totalmente o bastante necesario), que se implementen nuevos procesos de descarga con nueva información (48,8%), que mejore la calidad actual de los datos en los procesos existentes (48,2%) y que aumente la información contemplada actualmente ya que es insuficiente para sus necesidades (44,1%).

EL EMAIL ES EL CANAL PREFERIDO PARA CONTACTAR CON EL CLIENTE

Sobre el canal que utilizan los asociados de Adecose para comunicarse con sus clientes de empresas, cuestión que fue incorporada por primera vez en el Barómetro de 2016, ha caído considerablemente el trato personal, que ha pasado del 50,5% al 41,4% y sigue siendo el menos extendido entre los profesionales. La vía telefónica, se mantiene en porcentajes similares a los del año anterior (69,9% en 2018 por un 69,3%), mientras que el canal digital, online o email sigue siendo el preferido, ya que es empleado por el 77,4% de los encuestados algo por debajo del informe precedente, cuando lo usaban el 79,6%.

Finalmente, se ha abordado el uso que las aseguradoras hacen de los datos de los clientes para cosas diferentes a la razón por la que se aportan. Ha decrecido la percepción de que las compañías los usan frecuentemente o con bastante frecuencia para otros temas (del 34,1% al 31,6%).

Este año el estudio ha sufrido un cambio metodológico. Si bien se ha pedido a los profesionales que siguiesen destacando las mejores compañías con una puntuación de al menos un 7 de apreciación global, las valoraciones por diferentes items de servicio y ramo se han circunscrito a las aseguradoras que mayor cuota tienen con los corredores (penetración superior al 75% y un número superior de 50 encuestas (con excepciones en los ramos de Asistencia en viaje, Defensa jurídica, Pérdidas pecuniarias, Salud, Vida riesgo/accidentes, Vida ahorro/pensiones, Crédito/Caución/Político y Decesos, pues las aseguradoras especialistas no llegan a dicho porcentaje).

Aitana Prieto

902 400 900 / www.reale.es

REALE SEGUROS

REALE GROUP

TOGETHER MORE

Es importante TRANSFORMAR la información en algo útil para el corredor

XVIII Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías

La XVIII Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías, celebrada en el entorno de la Semana del Seguro, organizada por Inese, se habló de la capacidad que tienen los corredores para adaptarse al entorno y enfrentarse a todos los retos que hay en este momento. Posiblemente muchos morirán en el intento, pero los que sobrevivan serán más fuertes que antes. Hay que tener en cuenta que la transformación digital aporta mucha información pero es importante transformarla en algo útil para los corredores.

Tras la presentación de la jornada por parte de Juan Manuel Blanco, director editorial de Inese, tomó la palabra Rafael de Lecea, CEO de Abiloba Internacional, que habló del papel del corredor de seguros ante los riesgos del siglo XXI. En su exposición, De Lecea se centró en cuatro riesgos: el seguro de Autos, en donde hay que valorar el impacto en la responsabilidad civil cuando se

producen los siniestros; el cambio climático, donde las aseguradoras aún tienen poca información para poder hacer cálculos; la longevidad, en donde urgen las soluciones porque las consecuencias están encima de la mesa; y los ciberataques, donde según el Lloyd's, el 86% del coste económico de los daños por ciberataques no tiene hoy cobertura de seguros. En opinión de De Lecea, "los ciberataques tiene un riesgo de mutación constante y eso nos obligará a estudiar cada año los riesgos con nuestros clientes".

En cuanto al desafío comercial, Rafael de Lecea piensa que "es necesario recuperar la confianza de los clientes, porque ya no se creen nada".

Posteriormente, tomó la palabra José Manuel Fonseca, CEO de MDS y chairman de Brokerslink, que explicó '¿Cómo está cambiando la profesión del broker de seguros? Una visión internacional'. En su opinión, "los corredores tienen una gran capacidad de adaptación al entorno y en este momento hay muchos retos. Muchos morirán, pero los que sobrevivan serán más fuertes que antes".

El 86% del coste económico de los daños por ciberataques no tiene hoy cobertura de seguros

Fonseca afirmó que "además de colocar el riesgo, el corredor debe ofrecer más y dar una buena calidad de servicio. El asesoramiento, que es esencial, implica información, gente, inversión y data. Deben ser empresas completas (con departamentos de todo tipo) y no solo centradas en los negocios".

Entre los desafíos de los corredores se encuentran: la consolidación; el cambio de los clientes; la especialización en nuevos riesgos, que nos exigen mucho conocimiento para asesorar; la transformación digital, los corredores tienen mucha información pero no lo transforman en algo útil; y la globalización.

El corredor del futuro tiene que ser digitalmente sofisticado, consultivo, con una visión multidisciplinar del riesgo, orientado al servicio / nuevo paradigma, estratégico profesional y 'glocal' (global y local).

Sobre el modelo Brokerslink

explicó que es una plataforma de servicios, adaptada a las distintas culturas regionales donde trabaja.

PAGO DE COMISIONES POR ADELANTADO

Pedro Guiñales, Country Manager de FWU Life, habló del 'Presente y futuro del corredor en la distribución de productos de ahorro. Un cambio de tendencia'. Guinales señaló que "el papel del corredor tiene mucho futuro en fomentar el ahorro entre los españoles. Tiene que ayudar a decidir a sus clientes, que no quieren ser expertos en mercados financieros. Solo buscan que alguien le ayude a identificar sus objetivos y descubrir cómo llegar a ellos" y ahí tiene que estar el corredor: en dar una solución para cada objetivo, de forma personalizada. "El rol del corredor no será ser un centro de información (ya la tiene en Internet), sino un asesor", sentencia Pedro Guiñales.

Para fomentar el ahorro se debe remunerar el esfuerzo comercial en el momento en el que se produce. Por eso, desde FWU Life se aboga por el pago anticipado de comisiones. Esta empresa lo está realizando desde hace años con 300 corredores en toda Europa. "Eso certifica este modelo" afirma su Country Manager.

Los clientes de Vida ahorro no quieren ser expertos en mercados financieros, solo buscan que alguien les ayude a identificar sus objetivos y descubrir cómo llegar a ellos

Tras la pausa para el café, Asunción Carrasco, Managing Director de Coverontrip, expuso 'La internalización de una compañía española de mediación'. Habló de su empresa, un distribuidor de seguros internacional exclusivamente digital. En ella se hace una oferta distinta en función de la tipología del viaje. Además apuestan por tener comunidades en Instagram y en Facebook, para estar en la vida del cliente de una forma no invasiva. En opinión de Carrasco, "ser un canal digital te ayuda a la internacionalización".

Posteriormente tomó la palabra Joan Carles Martínez, director de Inese Cataluña, para hablar de las 'Ventajas de una comunicación eficaz con los clientes'. A la hora de contactar con él, según Martínez, es esencial: tener objetivos claros (qué quiero decirle y qué quiero conseguir); una audiencia clara (saber a quién voy a hablar); escoger el canal más adecuado para obtener el resultado querido (teléfono, mail, videoconferencia, whatsapp…); y preparar el mensaje con el estilo adecuado.

Para finalizar la jornada, se contó con Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, que presentó a los miembros que componen la recién renovada Comisión Permanente del organismo que preside.

Nuevos **RIESGOS** y oportunidades para el corredor

En el entorno de la Semana del Seguro, AXA celebró la jornada "Nuevos riesgos, nuevas oportunidades". En ella se habló de la necesidad del sector asegurador de buscar nuevas formas de negocio. Porque de lo contrario, vendrá un intruso y cambiará las reglas de juego al sector. En la actualidad, para sorprender a un cliente, debemos observar más y escuchar menos. De esta forma podremos darle lo que necesita antes de que él sepa lo que quiere.

Con Antonio Jiménez, director del Canal Corredores de AXA, como maestro de ceremonias, la jornada comenzó con una interesante ponencia de Marcos Urarte, presidente de Pharos y consultor estratégico, quien advirtió de la necesidad del sector asegurador de "buscar nuevas formas de negocio. Porque de lo contrario, vendrá un intruso y cambiará las reglas de juego al sector. De ahí la importancia de saber adelantarse e, incluso, de convertirse uno mismo en un intruso de la industria aseguradora". Aunque también comentó que cuanto más especialista de un tema, menos innovador eres.

Además, llamó la atención sobre el hecho de que "digitalizar un modelo de negocio no es lo mismo que tener un modelo de negocio digital. La transformación digital no va de tecnología sino de personas".

Urarte considera que "conocer al cliente nos permite estar en el mercado, pero no consigue sorprenderle. En la actualidad, para sorprender a un cliente, debemos observar más y escuchar menos", ha asegurado. De esta forma podremos darle lo que necesita antes de que él sepa lo que quiere. Uno de los mercados que más va a crecer es el de los seniors (la tercera y cuarta edad).

El 2,7% de la población española es solicitante de ayuda a la dependencia, y solo el 58% de ellos recibe algún tipo de respuesta por parte del Estado

EL CLIENTE DESCONOCE SUS NECESIDADES ASEGURADORAS

En ese mismo sentido se ha pronunciado Luis Sáez de Jáuregui, director de Distribución y Ventas de AXA, para quien "el cliente desconoce sus necesidades aseguradoras". Sáez de Jáuregui ha querido incidir con ello en el papel fundamental que va a jugar en el futuro del sector asegurador la mediación profesional independiente. "¿Cuántos clientes saben que el seguro de Auto cubre fundamentalmente los daños corporales a terceros, o el abanico de posibilidades que abre la retribución flexible de las empresas para los ramos de Salud o Pensiones?", se ha preguntado el directivo de AXA.

Además, Sáez de Jáuregui, ha señalado las enormes posibilidades que ofrece un sector, el asegurador, "cuya materia prima, los riesgos, es una fuente inagotable". Finalmente, sobre el potencial que tiene la mediación ante sí, ha querido señalar la "hiperregulación" a la que está sometido el sector, "lo que nos protege de los intrusos"; el "uso intensivo de capital" que requiere; y "el margen que nos da el hecho de que el sector español represente el 5,4% del PIB, frente al italiano, que supone el 8,6% del suyo". "Aquí hay una gran oportunidad", ha concluido.

Digitalizar un modelo de negocio no es lo mismo que tener un modelo de negocio digital

NUEVAS PROPUESTAS

Francisco Javier Parra, director comercial de Vida, Salud y Pensiones Particulares de AXA ha participado junto a Florent de la Fuente, director comercial de Empresas, Autónomos y Previsión Social Colectiva AXA, en la mesa que ha abordado las propuestas de la aseguradora para las nuevas tendencias en el siglo XXI. Parra ha recordado que el 2,7% de la población española es solicitante de ayuda a la dependencia, de la que solo el 58% recibe algún tipo de respuesta por parte del Estado. "La necesidad existe", ha señalado.

El director comercial de Vida, Salud y Pensiones Particulares también ha advertido de que, "pese a que el 50% de las personas tiene algún tipo de cobertura de Vida riesgo, el capital medio asegurado es de 38.000 euros, cuando las hipotecas medias están en 121.000 euros". Para concluir: "Las oportunidades de crecimiento son importantes".

Por su parte, Florent de la Fuente, ha analizado los efectos que puede tener un riesgo emergente como es el relacionado con la ciberseguridad. Así, ha señalado la facilidad que tiene la organización de un ciberataque; su bajo coste, lo certeros que pueden llegar a ser, y la dificultad en la detección de sus autores y la ubicuidad de los mismos. Tanto es así que "el año pasado España fue el tercer país del

La 'hiperregulación' a la que está sometido el sector asegurador, lo protege de los intrusos

mundo con mayor número de ataques". Y en relación a la mediación, ha afirmado la escasa sensibilización y conocimiento que tienen las empresas sobre la responsabilidad civil en que puede derivar el lanzamiento de un ataque sobre su actividad, especialmente "en la responsabilidad que lleva aparejada los datos de terceros que manejan o el incumplimiento del compromiso de contrato". "Y ahí, el asesoramiento de la mediación es vital", ha afirmado.

Eduardo Guinea, director comercial de AXA XL, señaló las oportunidades que va a suponer para AXA la reciente compra de XL en tres ámbitos fundamentales: el seguro al segmento de grandes empresas, el reaseguro y los servicios de ingeniería.

Guinea ha indicado el objetivo que comparten en todo el mundo todas las subsidiarias del Grupo AXA: "Pasar de ser un *payer* a ser un *partner*. Tenemos que ser más proveedores de servicios, además de pagadores en caso de un siniestro, para que se palíe y reduzcan los riesgos", ha dicho Guinea.

PREPARADAS PARA EL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN

La última mesa de la jornada ofreció el testimonio de tres corredurías que han demostrado con hechos estar preparadas para el proceso de transformación en que se encuentra sumido el sector. En ella han participado Alberto de Lope, consejero delegado y cofundador de New Insurance Broker Web; Manuel López, consejero delegado y cofundador de Vidahorro; y Sergi Martí, director de Innovación y Acuerdos Especiales de Ribé Salat.

En opinión de Martí, la "estrategia de futuro para la correduría pasa por la innovación y la digitalización, pero también advirtió que en innovación no se puede buscar resultados inmediatos".

López habló del caso concreto de Vidahorro, que nace por la necesidad de buscar nuevas alternativas basadas en herramientas informáticas que ya existen. Trabajan ya 130 compañías de primer nivel (gasolineras, ropa, alimentación…).

Por su parte, Alberto de Lope expuso lo que supone para el sector los seguros temporales (por días o por horas). En su opinión, "toda la disrupción viene por la mediación profesional, porque sabemos valorar el riesgo, tenemos un buen equipo y conocemos las necesidades del cliente. Al asegurado le gusta estar con un mediador que esté a la moda".

¿Están **OBSOLETOS** los procedimientos de asegurar Multirriesgos?

José Manuel Pérez, responsable de Daños de Berkley España

En el ramo de Multirriesgos es importante replantearse los procedimientos y maneras de aseguramiento que quizás quedaron obsoletas con el tiempo que hemos pasado de mercado blando, pero que sin duda nos hacen volver, de forma que consigamos un negocio a largo plazo, dando soluciones rentables para todos. Ya no vale comprar capacidad por comprar, vienen nuevos tiempos, donde capital, garantías y prima, deben ir muy equilibradas de forma que den valor añadido a nuestros clientes. Es muy importante la renovación de productos, ofrecer seguros online para los corredores, eliminar el servicio telefónico automático, ofrecer el acceso directo a los suscriptores...

En los últimos años el sector Seguros ha crecido de manera exponencial y, en parte, es gracias al crecimiento de los seguros de No Vida.

Tras la crisis de 2007, en el último lustro, de nuevo, ha vuelto a repuntar la Construcción, situándose prácticamente en las mismas cifras que hace 15 años.

Con esta situación, los seguros de Multirriesgos para Comunidades, Comercios e Industrias, cada vez se solicitan más, y es por ello, que se han ido profesionalizando más y más, convirtiéndolos en seguros especialistas.

En la situación actual del mercado, el punto de inflexión ha llegado ya, empezando a marcar nuevas tendencias después de una tormenta donde ha habido riesgos sin capacidades, *slips* de Multirriesgos donde al final se asegura todo; convirtiendo un Multirriesgos en un "todo riesgo" y mostrando un desconocimiento del producto y de las necesidades del cliente.

DOS RIESGOS NUNCA SON IGUALES

El ramo de Daños debe estar en continuo desarrollo, siendo un ramo muy basado en el soporte técnico, entendiendo que dos riesgos nunca son iguales, debiendo evaluar las diferentes medidas de protección, entendiendo que la base siempre es el incendio y que además del cumplimien-

Se ha convertido al Multirriesgos en un "todo riesgo" y se muestra un desconocimiento del producto y de las necesidades del cliente

to de la normativa, debe haber unos condicionantes que hacen que el riesgo sea o no asegurable y sin dejar de lado el grado de riesgo que puede aportar cada tipología de actividad.

En el ramo de Multirriesgos es muy importante la renovación de productos, ofrecer productos online para los corredores, eliminar el servicio telefónico automático, ofrecer el acceso directo a los suscriptores…

Es importante replantearse los procedimientos y maneras de aseguramiento que quizás quedaron obsoletas con el tiempo que hemos pasado de mercado blando, pero que sin duda nos hacen volver, de forma que consigamos un negocio a largo plazo, dando soluciones rentables para todos. Ya no vale comprar capacidad por comprar, vienen nuevos tiempos, donde capital, garantías y prima, deben ir muy equilibradas de forma que den valor añadido a nuestros clientes.

SER UN "SASTRE ASEGURADOR"

La evolución del ramo de daños es el resultado de la filosofía de las aseguradoras especialistas, en constante crecimiento, esperando ser las compañías *partner* de los corredores que quieran crecer.

Desde Berkley España, queremos ser el "sastre asegurador" enfocando un Multirriesgos a la actividad que queremos asegurar, dando un valor añadido a la actividad. No queremos ser una aseguradora más. Por eso, hace un año y medio empezamos a introducir en BE-Net productos de daños, ampliando nuestro abanico de productos Multirriesgos de daños focalizados en cada actividad. Cada año que pasa es un reto para nosotros, queremos ser la compañía de daños del comercio y a la pyme especializada.

Seguro para viajes de empresa más flexibles

ERV ha mejorado su producto para desplazamientos corporativos en 2019, aportando mayor flexibilidad a empresas y empleados con su nuevo seguro 'Business Star Modular'.

El producto ofrece la posibilidad de elegir las sumas aseguradas de importantes garantías, aplicar franquicia o modificar la comisión del intermediario, consiguiendo mejorar la protección de empresas y trabajadores con las coberturas necesarias, y estudiando soluciones globales, adaptadas a las necesidades de cada compañía y la legislación local de cada país.

La nueva estructura del producto modular permite al cliente elegir las sumas aseguradas de las garantías de gastos médicos en el extranjero, repatriación de heridos y enfermos, y pérdidas materiales. Además, ofrece la posibilidad de aplicar franquicia a estas garantías si el cliente lo desea, y a la cobertura de Responsabilidad Civil, conformando una alternativa más flexible en su forma de contratación.

El seguro para viajes de negocios 'Business Star Modular' dispone de dos modalidades: una anual, para el personal de la empresa que viaja con frecuencia; y otra temporal, para los que se desplazan puntualmente.

Vida Riesgo para jóvenes, con prestación de Decesos

Santalucía ha lanzado una nueva póliza de Vida Riesgo para jóvenes que incluye prestación de Decesos. Se trata de un seguro unipersonal dirigido a personas de entre 18 y 40 años.

'PlanVida Joven' es un producto que incluye una garantía para la prestación del servicio funerario donde el cliente podrá elegir la modalidad que desea entre: inhumación o incineración. Se trata de un seguro unipersonal dirigido a personas de entre 18 y 40 años que están interesados en vincular la prestación del servicio funerario a un capital de vida. Incluye garantías de: muerte por cualquier causa, enfermedad terminal y decesos.

"Con el lanzamiento de este nuevo producto, Santalucía busca ayudar a jóvenes que no están interesados en contratar un seguro de Decesos tradicional, pero no quieren dejar un gasto extra a sus seres queridos y son conscientes de que con un seguro de Vida tradicional no cubrirá todas sus necesidades en el momento del fallecimiento. Se trata de un seguro que es muy conveniente para aquellas personas que, dados los altos costes de ayudas médicas a domicilio, quieren protegerse personalmente en caso de sufrir una invalidez o dependencia en vida", ha detallado Javier Campos, director de Desarrollo de Negocio de Santalucía.

Proteger a las pymes frente a los impagos

Solunion ha lanzado la póliza 'Py', desarrollada específicamente para pequeñas empresas que tienen que hacer frente a la morosidad de sus clientes, con facturación asegurable de hasta cuatro millones de euros, que buscan crecer de forma sostenible.

Solunion adapta la operativa del seguro de crédito a las necesidades de aquellas empresas con estructuras más pequeñas. 'Py' ofrece diferentes módulos en función de las necesidades de la empresa y el coste que quiera asumir. Proporciona tres servicios en un mismo producto: prospección y seguimiento de clientes (gestión proactiva del riesgo comercial), recobro de impagados e indemnización de impagos, para asegurar la continuidad y el crecimiento del negocio. Además, incluye designación de beneficiario, lo que constituye una ventaja a la hora de conseguir financiación externa.

"En la póliza 'Py' pueden encontrar todos los beneficios del seguro de Crédito, sin tener que dedicar presupuestos y recursos extraordinarios para la gestión de la póliza" ha indicado José Luis Iranzo, director comercial y de Marketing de Solunion España.

Las empresas con un plus de seguridad en ciberriesgos

Unión Alcoyana Seguros lanza 'Unión Ciber', un nuevo seguro empresarial para hacer frente al ciberriesgo. Nace como una nueva propuesta de valor de la compañía, para aquellos autónomos, empresarios y pymes, que necesitan un plus de seguridad para su negocio.

'Unión Ciber' ofrece desde el momento de la contratación, un refuerzo en todo el sistema de seguridad informático del negocio, para minimizar al máximo cualquier brecha de seguridad y con un servicio 24/7. "En el caso de que ocurriera un incidente, el equipo de expertos de la aseguradora se pondría a trabajar en la recuperación de los datos y los daños propios que sufra la empresa, en la normalización de la gestión después del ataque y por supuesto, cubriríamos las indemnizaciones frente un tercero, tras el robo de la información", ha destacado Roberto López, responsable de Suscripción.

Seguro de Viaje modurable

IMA Ibérica diversifica su oferta y lanza su nueva propuesta de seguro de Viaje, posicionándose como un nuevo actor en el mercado español en este segmento. Este producto incorpora garantías de asistencia domiciliaria, un ámbito en el que la compañía es un referente. El producto 'Vida Diaria' incluye, entre otras, coberturas de asistencia en viaje para mascota.

Bajo el lema 'Todos tenemos derecho a viajar seguros', IMA Ibérica ha creado un producto con oferta modulable que incluye diferentes niveles de cobertura en garantías como anulación, gastos médicos, demoras y pérdidas de servicio, asistencia médica y legal, equipajes, accidentes o responsabilidad civil privada, entre otros.

Inés Hervella, Product Manager de la nueva oferta, ha destacado que "al crear los productos a medida, hemos podido introducir garantías adaptadas a los diversos modos de viajar dentro de nuestras coberturas. La forma en que se ha definido este seguro hace de él un producto con grandes posibilidades, donde la eliminación de ciertas limitaciones habituales e inclusión de diversas garantías en el domicilio es sin duda una gran ventaja respecto a otras propuestas del mercado".

RC Profesional para profesiones técnicas

Berkley España potencia su línea de RC Profesional creando un nuevo producto para Profesiones Técnicas. Este seguro está enfocado a gabinetes multidisciplinares de ingeniería. Cuenta con cobertura integral de la responsabilidad civil con amplias coberturas y diferentes opciones de franquicia.

Mediante un sistema de coberturas opcionales y límites personalizados permite ajustar la solución aseguradora a las necesidades del cliente, con un condicionado sencillo y claro para facilitar a los asegurados la compresión de sus cláusulas.

María Medina, responsable de RC Profesional en Berkley España, afirma que "es un producto muy preciso con coberturas y tarifas para posicionarnos en un mercado de pymes, tanto para ingenierías que buscan tener una cobertura básica, como para aquellas que quieren tener mejoras adicionales con coberturas modulares, como Project Management, UTE, Contaminación accidental…".

PlusUltra Seguros

Seguridad que se comparte

En Plus Ultra Seguros queremos ayudarte a **crear un espacio de tranquilidad y seguridad** en el que puedas compartir las risas, los sueños y las ilusiones de quienes te rodean.

Para ello contamos con un gran equipo de profesionales que harán lo posible por compartir seguridad contigo para que tú solo tengas que preocuparte de ser feliz.

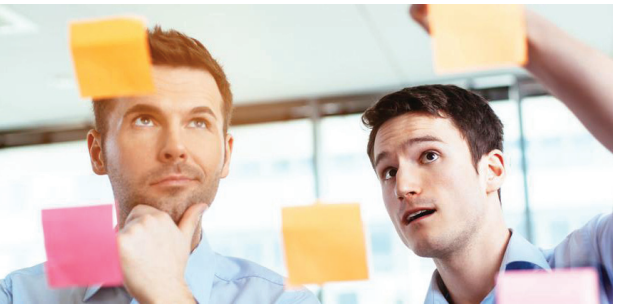
Plus Ultra Seguros.
Seguridad que se comparte.

#SeguridadCompartida

/SegPlusUltra **@SegPlusUltra** **#SegPlusUltra**

Patronales de las pymes solicitan mejorar las ayudas a la competitividad de las empresas

Cepyme y **SMEunited** han pedido mayor apoyo europeo para mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas. Han solicitado fórmulas alternativas de financiación a los poderes públicos, ya que, según han recordado, las pymes deben enfrentarse a importantes **retos.**



Para la presidenta de la patronal europea de las pymes (SMEunited), Ulrike Rabmer-Koller, la digitalización, el acceso a los recursos financieros necesarios y la falta de trabajadores cualificados son algunos de los retos a los que se enfrentan las pymes europeas.

Por su parte, el presidente de la confederación española de la pequeña y mediana empresa, Gerardo Cuerva, ha coincidido con la presidenta de SMEunited en la trascendencia de estos retos y ha recordado la necesidad de que las regulaciones comunitarias "tengan más en cuenta las necesidades de las pymes y los efectos que estas normas pueden tener sobre su actividad".

La presidenta de SMEunited ha señalado que todavía existe un exceso de burocracia que dificulta la creación y el desarrollo de las empresas. Por ello, ha reclamado un marco regulatorio que favorezca la internacionalización de las pymes y que se propicien acuerdos de comercio y medidas para favorecer el acompañamiento a estas empresas en su salida a los mercados exteriores.

El precio de la potencia energética y los peajes no se han visto afectados por el mercado, son costes regulados, lo que supone que en la factura final la subida se aplica casi en la totalidad sobre el consumo y no sobre la potencia contratada, denuncian desde **UPTA**.

Los autónomos denuncian que los costes energéticos se hayan disparado un 23% en el último año

Un comercio tradicional con una potencia contratada de 4,6 kW y un consumo de 10.900 kW pagaba en el año 2016 unos 1.300 euros; en 2017, unos 1.600 euros; en 2018 tuvo que soportar un coste de 1.900 euros; pasando a pagar en 2019, 2.185 euros.

"Las grandes compañías continúan repercutiendo a los consumidores, y en especial a los más de tres millones de autónomos, los platos rotos de una política energética nefasta, en la que tan sólo se han puesto pequeños parches, que, además, en ningún caso benefician a nuestro colectivo", afirman desde UPTA.

España necesitará 10 millones de cotizantes más para pagar las pensiones en 2050

España necesitará tener 28,5 millones de cotizantes a la Seguridad Social en 2050 para poder pagar los 15 millones de pensiones previstas a esa fecha, lo que supone que en 31 años el sistema tendrá que sumar casi 10 millones de afiliados más de los que hay actualmente, según cálculos de BBVA Research.

Ante el previsible aumento del número de pensionistas, se pueden adoptar tres caminos alternativos: aumentar la presión fiscal (introduciendo más impuestos o recortando el gasto público en otras partidas presupuestarias); acometer reformas estructurales para reducir la tasa de paro; y fomentar el ahorro complementario.

El sistema de cuentas nocionales por el que apuesta el servicio de estudios de la entidad contaría con aportaciones de empresas y trabajadores; sería de contribución definida, como en Suecia y otros países europeos; de reparto y progresivo, y su implantación sería gradual. Este sistema introduciría transparencia e incentivaría la demanda y oferta de trabajo y las decisiones planificadas sobre la carrera laboral.

Industria lanza el "cheque Brexit" para empresas que operan en Reino Unido

El Ministerio de Industria, junto con la Secretaría de Estado de Comercio, ha lanzado el denominado "cheque Brexit". Se trata de un descuento en el pago de los Servicios Personalizados, que prestan las oficinas económicas y comerciales de España en el exterior, que podría reducir hasta el 80% del importe en el caso de las pymes y hasta el 60% de las empresas afectadas por el Brexit en Reino Unido.

Podrán acceder al cheque todas las empresas españolas que cuenten con filial, delegación o sucursal en Reino Unido o que hayan exportado al Reino Unido en el último año. Para los Servicios Personalizados ofertados por la Oficina Económica y Comercial en Londres, se podrán beneficiar todas las empresas que lo soliciten.

Mapfre crece en España más de un 10%

Mapfre ha tenido en 2018 un comportamiento positivo en España, con unas primas de 7.524 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 10,3%. De esta forma, el área Regional Iberia, mercado en el que se inició la estrategia basada en el crecimiento rentable, se consolida como motor del crecimiento del Grupo.

Mapfre ha generado un resultado operativo de 702 millones de euros en 2018, un 0,3% más que el año anterior. Sin embargo, al cierre de 2018, la compañía ha decidido fortalecer su balance dedicando 173 millones de euros al deterioro parcial de fondos de comercio de las operaciones aseguradoras en Estados Unidos, Italia e Indonesia. Contabilizado este efecto, el resultado del ejercicio se ha situado en 529 millones de euros, un 24,5% inferior al de 2017.

La caída de los ingresos financieros por los bajos tipos de interés, la depreciación de las monedas, el coste de los eventos catastróficos y la reexpresión por hiperinflación de las filiales en Argentina, han influido negativamente en el resultado.

Los ingresos totales del Grupo ascendieron a 26.590 millones de euros, lo que representa un descenso del 5%, debido fundamentalmente a la depreciación de las monedas de los principales países en los que opera Mapfre, sobre todo el dólar, el real brasileño, el peso mexicano y la lira turca, así como a la caída de los rendimientos financieros. Las primas, por su parte, se situaron en 22.537 millones de euros (-4%), influidas también por el efecto de la depreciación de las divisas. A tipo de cambio constante, las primas habrían crecido un 2,1%.

En el área Regional Iberia (España y Portugal), el incremento del negocio fue del 10%, hasta alcanzar unas primas totales de 7.658 millones de euros, con un beneficio de 481 millones de euros (-6%). No obstante, si se eliminan los extraordinarios del año 2017 y 2018, el beneficio crecería un 5,3%. Destaca el buen comportamiento de España, cuyas primas se incrementan un 10,3%, hasta los 7.524 millones de euros, y el ratio combinado se sitúa en el 93,7%, un porcentaje que es incluso todavía mejor en el negocio de Automóviles, al situarse en el 90,8%.

Las primas de Automóviles ascendieron a 2.283 millones, con un crecimiento del 2,2%. El número de vehículos asegurados supera los 5,7 millones, lo que representa un incremento de 132.000 respecto al año anterior. El negocio de seguros generales creció un 13,5%, hasta los 1.877 millones de euros, y el de Salud y Accidentes, aumentó un 5,4%, hasta los 578 millones de euros.

El negocio de Mapfre Vida, por su parte, creció un 16,4%, hasta los 2.627 millones de euros de primas. Este incremento está impulsado por la buena evolución del negocio en todos los canales. El patrimonio de los fondos de inversión se situó en 3.237 millones de euros, mientras que los fondos de pensiones se situaron en 4.875 millones de euros.

Por otro lado, Mapfre ha presentado Savia, una plataforma digital de servicios de salud centrada en la inmediatez, la disponibilidad, la prevención y en el control de la salud personal mediante planes de cuidado focalizados en el usuario. Además acompaña a sus usuarios en sus inquietudes, les asesora y les facilita tomar

el control de su salud, estén donde estén.

Savia da acceso a más de 40 especialidades médicas y permite reservar pruebas médicas, tratamientos y cirugías, buscar centros para concertar citas, acceder a un médico a través de videollamada, chat, etc., e incluye contenidos relacionados con la salud para todo tipo de edades y demandas.

Savia es un servicio que puede ser usado por cualquier persona, tenga o no seguro de salud, y al que puede acceder eligiendo distintas modalidades de pago: por servicio contratado o mediante planes de suscripción. Cada usuario decide qué quiere usar y cuánto paga durante cuánto tiempo, siempre de la forma más flexible.

Asimismo, Mapfre dispone de un nuevo servicio de reconocimientos médicos en sus centros de salud. Desde 60 euros cualquier persona (asegurados o no de la compañía) puede realizarse un chequeo a medida para diagnosticar posibles enfermedades, así como detectar factores de riesgo o hábitos tóxicos perjudiciales para la salud.

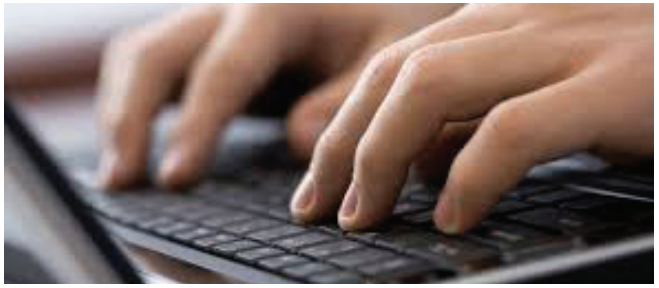
En otro orden de cosas, Mapfre ha aprobado la incorporación a su Comité Global de Negocios de Fernando Pérez, Leire Jiménez, Luis Gutiérrez y Mónica García.

También ha dado a conocer que ofrece bonos para la utilización de vehículos eléctricos Zity a los clientes de sus Centros de Servicio del Automóvil en Madrid. El objetivo de esta iniciativa es ofrecer una nueva solución de movilidad, contribuyendo a la reducción de emisiones contaminantes y ayudándoles a sortear las restricciones de tráfico por razones medioambientales. La duración del bono será acorde al tiempo de la reparación.

Por último, señalar que Mapfre Global Risks, Mapfre RE y las Direcciones de Prestaciones y Proveedores No Vida de Mapfre España han obtenido el certificado del Sistema de Gestión de la Continuidad del Negocio, según la Norma UNE-EN ISO 22301, que otorga Aenor. De esta forma, se acredita que la compañía aplica un sistema de gestión de continuidad de negocio que prepara a la aseguradora para que, frente a un desastre, pueda recuperar su operativa en un tiempo previamente establecido y consiga minimizar el impacto de esos acontecimientos adversos.

Helvetia Seguros incorpora un proceso para digitalizar el alta de los contratos de mediadores

Helvetia Seguros ha incorporado un nuevo procedimiento de digitalización y automatización para la tramitación de todo el proceso de altas de contratos de sus mediadores.



De esta forma, se puede tramitar el alta de clave y contrato de mediación de manera digitalizada desde su inicio, archivando los documentos aportados por el mediador. En este proceso se incluye la firma electrónica.

Con esta herramienta, el personal comercial de Helvetia Seguros podrá solicitar el alta de clave y contrato y desde cualquier lugar, a través de la aplicación CRM.

Por otro lado, la aseguradora ha inaugurado instalaciones en San Sebastián.

Christian Coletta será el nuevo director general interino de RSA España

Christian Coletta ha sido nombrado nuevo director general Interino de RSA España, porque Ignacio Almazán, que ocupaba ese cargo hasta ahora, dejará la compañía después de 11 años, a finales de marzo, para explorar nuevas oportunidades. Coletta asumirá esta nueva función además de sus responsabilidades actuales como director comercial, hasta el nombramiento de un sucesor permanente.

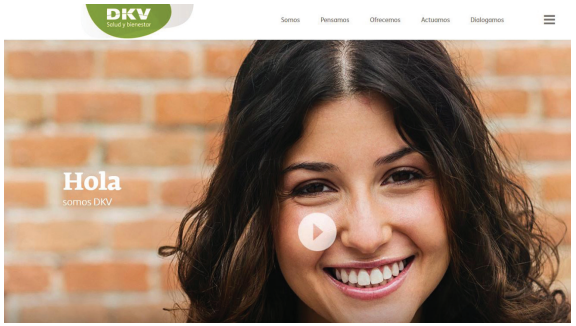
Coletta asume el papel de director general a partir del 1 de abril, pero empezará de forma inmediata a trabajar conjuntamente con Almazán para asegurar una transición óptima y así garantizar una continuidad de servicio a sus clientes y corredores. Christian se incorporó a RSA España en 2014 como Sales & Distribution Leader, aportando una experiencia de más de 15 años en el sector asegurador.

Por otro lado, la aseguradora ha anunciado la incorporación de Alfonso Martínez a su equipo de Risk Consulting, como risk engineering consultant. Es Ingeniero Industrial por ICAI-Universidad Pontificia de Comillas y posee el Grado en Económicas por la UNED, así como la certificación PMP® en Gestión de Proyectos.

Asimismo, se ha realizado el nombramiento como director de Marine de Francisco Granados, profesional que cuenta con una amplia experiencia de casi 25 años en el sector asegurador y un profundo conocimiento en el sector marítimo. Es licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Pontificia de Salamanca y cuenta con un Graduado Superior Universitario, Ciencias del Seguro, por la misma Universidad.

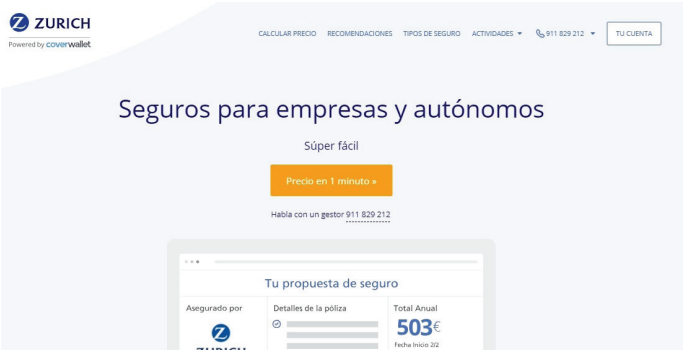
DKV renueva su web corporativa

DKV ha creado una nueva web corporativa, www.dkvsalud.com, que incluye información relativa a la marca, responsabilidad social corporativa y reputación. Se trata de un espacio que mejora la experiencia del usuario, más conceptual y emotivo, y supone un paso más en el avance digital de la compañía.



Este nuevo espacio permitirá reforzar una serie de valores de marca y activos de innovación de la compañía; centrar el actual site en la operativa y consulta diaria con un enfoque más transaccional, comercial y de negocio, y alojar información más vinculada a la marca.

Zurichempresas.es acapara el 20% de las nuevas pólizas de comercios y autónomos del Grupo



La plataforma digital de distribución de seguros Zurichempresas.es, que ha cumplido un año desde su lanzamiento, ha generado el 20% de las nuevas contrataciones de pólizas para comercios y autónomos suscritas por el grupo asegurador en nuestro país.

Esta plataforma es fruto de la colaboración entre Zurich y CoverWallet, insurtech pionera con sede central en Estados Unidos, que está reinventando el sector de los seguros para empresas combinando datos, diseño y tecnología.

Zurichempresas es un portal que permite a las pymes, comercios y autónomos analizar sus necesidades aseguradoras, seleccionar la póliza de seguros adecuada a su negocio, y contratarla desde su dispositivo móvil. También se pueden realizar las gestiones posteriores, como consultar las coberturas o notificar un siniestro, a través de la aplicación para móviles MiZurich y del área de clientes de la web, así como contactar por teléfono o correo electrónico para ser atendidos por un agente exclusivo de Zurich Seguros.

Los nuevos clientes de Zurich que acceden a través de la plataforma provienen mayoritariamente de profesiones a los que hasta ahora la aseguradora no accedía mediante los canales tradicionales, como emprendedores que ponen en marcha un negocio y precisan de la mayor agilidad posible al contratar sus seguros.

El objetivo es que la plataforma siga creciendo en la captación de negocio y llegue al 30% de la entrada de pólizas para empresas gestionadas por Zurich. Para ello, se está ampliando la oferta del portal con la incorporación de nuevos productos y servicios, que permitirán aumentar el volumen de negocio y facilitar aún más la experiencia de los usuarios.

Por otro lado, Zurich Seguros amplía su negocio a través de la cesión de capacidad a agencias de suscripción, donde ya tiene una fuerte presencia en varios mercados internacionales como Estados Unidos y Reino Unido y ha invertido a nivel global en esta área con mayores capacidades y servicios. Las operaciones en España se inician en 2019 como una apuesta más de crecimiento y rentabilidad.

Según indica Beatriz Valentí, directora de Empresas de Grupo Zurich en España, "a través de las agencias de suscripción accedemos a una distribución mucho más amplia y diferente a la que estamos acostumbrados a trabajar, haciendo uso completo de nuestras capacidades y fortalecemos nuestra especialización enfocándonos a nuevos nichos y productos".

Por último comentar que la aseguradora ha anunciado dos nuevos nombramientos en la Dirección de Finanzas, Transformación y Tecnología, creada por la aseguradora el año pasado con el fin de impulsar la evolución de su modelo de negocio. Se trata de Marcos Rodríguez, que se incorpora como director de Transformación de la compañía en España; y de Stefano de Liguoro, que pasa a asumir el cargo de Global Lead de la iniciativa de Ecosistemas de Movilidad de Grupo Zurich.

NorteHispana Seguros se marca como objetivo de este año consolidar su crecimiento en Decesos

NorteHispana Seguros ha celebrado en enero sus jornadas comerciales, en las que el director general de la entidad, Augusto Huesca, destacó la buena evolución de la compañía en 2018, especialmente en términos de facturación. Además, señaló como objetivo para el presente ejercicio la consolidación del posicionamiento de la aseguradora en Decesos.

"Uno de los retos que afronta el seguro de Decesos es conseguir que este producto sea más atractivo para los clientes. Por este motivo, en NorteHispana Seguros hemos centrado nuestros esfuerzos en mejorar la flexibilidad en la contratación de manera que cada asegurado, dentro de la misma unidad familiar, pueda escoger la cobertura que más se ajuste a sus necesidades", explicó el director general de la compañía.

NorteHispana Seguros prevé ampliar nuevos productos y servicios en 2019. En el transcurso de las jornadas comerciales se expusieron otros retos de la compañía, entre los que se encuentra la adaptación al entorno digital, donde espera lanzar distintas herramientas para su red comercial a lo largo de este año.

Desde el 1 de enero, está disponible para todos los asegurados de **Assistència Sanitària** un cuadro médico de atención rápida que agiliza los tiempos de espera para 20 especialidades médicas. Los más de 400 médicos incluidos han adoptado el compromiso formal de atender a los asegurados que lo soliciten el mismo día o en un plazo máximo de dos días laborables.

Assitència Sanitària pone en marcha un cuadro médico de atención rápida

El cuadro médico de atención rápida complementa al cuadro médico general y las visitas rutinarias y de seguimiento habituales. La voluntad de esta nueva oferta es reducir aún más los tiempos de espera de los asegurados para ser atendidos, ya que en ocasiones los pacientes de determinadas especialidades necesitan acceder a visitas en consultorio en un período de espera más breve de lo ordinario.

En concreto, las especialidades disponibles en el nuevo cuadro médico de atención rápida son: alergología, aparato digestivo, cardiología, cirugía general y digestiva, cirugía maxilofacial, cirugía pediátrica, cirugía vascular, dermatología, endocrinología y nutrición, medicina general, medicina interna, nefrología, neurocirugía, neurología, oftalmología, otorrinolaringología, neumología, reumatología, traumatología y urología.

Hiscox refuerza su equipo para responder a su red de colaboradores

Hiscox ha decidido evolucionar su equipo de suscripción a un modelo organizacional más ágil para dar respuesta a su red de colaboradores. Amplía así su porfolio, y ofrecerá y desarrollará tanto soluciones aseguradoras como servicios complementarios a la póliza, que ayuden al asegurado a gestionar su nivel de riesgo y mitigar el impacto de potenciales incidentes.

Desde finales de febrero, el actual equipo de suscripción adopta una organización en la que por un lado un equipo Técnico de Suscripción, liderado por Nerea de la Fuente, se enfocará en desarrollar productos y soluciones para empresas y clientes privados; y por otro lado, otro de Suscripción y Desarrollo de Negocio, se orientará a dar servicio al colaborador. Esta división analizará periódicamente el mercado asegurador y sus demandas, y diseñará soluciones aseguradoras acorde a estas necesidades y tendencias.

Por otro lado, el área de Suscripción y Desarrollo de Nuevo Negocio, liderada por Miguel Ángel Aguilar, atenderá las necesidades del creciente número de colaboradores de la compañía y ampliará el vínculo e implicación de la compañía con el sector.

Además, al departamento de suscripción y desarrollo de nuevo negocio, se incorporan dos nuevos profesionales, Ignacio Checa Allegue y Miriam Cuenca Ramos.

Con más de 15 años de experiencia en

el sector asegurador, Ignacio Checa se ha especializado en la gestión de riesgos y de desarrollo de negocio. Miriam Cuenca es licenciada en empresariales por la Universidad Complutense de Madrid, y tiene más de 8 años de experiencia como suscriptora.

En otro orden de cosas, Hiscox y el diario Expansión han organizado la mesa de debate 'El ciberriesgo en el sector industrial', en el que se han analizado cuáles son los principales retos a los que se enfrentan, qué medidas se están llevando a cabo o cuales son las novedades del marco normativo.

Durante la jornada se ha puesto de manifiesto la necesidad de que la ciberseguridad entre en los consejos de administración de las empresas, en generar sensibilización en las personas que forman parte de las compañías, sobre todo aquellas que desempeñan su labor en puestos críticos, y en como la transformación digital se está produciendo a dos velocidades: mientras que la adopción tecnológica se realiza de manera exponencial, la cultura de la ciberseguridad va a menor velocidad.

Respecto al papel de la administración, se ha puesto en valor la autorregulación de las compañías frente a una normativa que limite la actividad de las empresas, mientras que se ha exigido un mayor compromiso financiero, por parte de los organismos públicos, para desarrollar soluciones de seguridad cibernética que ayuden al tejido empresarial español en su transformación a esta nueva economía digital.

La siniestralidad agraria supera los 755 millones en 2018

La siniestralidad agraria ha superado los 755 millones de euros en 2018, siendo el segundo año de mayor siniestralidad en la historia del seguro agrario, tan solo por detrás de 2012, aunque muy cerca.

Tras un 2017 que registró una elevada siniestralidad por la sequía, 2018 se ha comportado de forma distinta, pero igualmente negativa, encadenando dos ejercicios consecutivos de alta siniestralidad.

En total, la superficie siniestrada alcanza los 1,4 millones de hectáreas, la mitad por pedrisco, que ha causado daños por valor de más de 300 millones de euros, es decir, casi el 40% del total de siniestralidad.

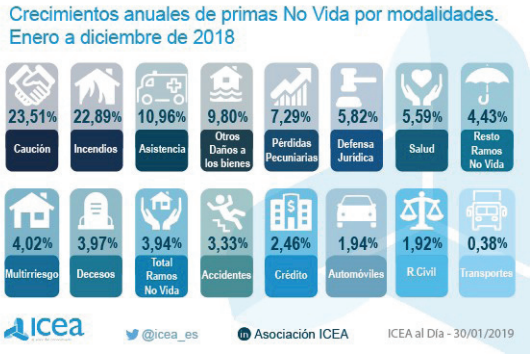
También han sido protagonistas los episodios de heladas ocurridos los primeros meses de invierno, y las precipitaciones y fuertes vientos, que provocaron daños de más de 156 millones de euros.

Estos eventos climáticos han afectado especialmente a los cultivos de frutales, herbáceos, uva de vino, ajos y caqui. Las producciones de fruta, con más de 188 millones de euros de siniestralidad suponen el 25% del total; seguidas de los cultivos herbáceos, con más de 85 millones de euros; y de la uva de vino, que supera los 55 millones.

Por comunidades autónomas, Comunidad Valenciana, Región de Murcia, Aragón y Castilla-La Mancha han sido las más afectadas. Estas dos últimas regiones han llegado a registrar sus mayores índices de siniestralidad de la última década, con 90 y 92 millones de euros, respectivamente.

Por su parte, la Comunidad Valenciana y Murcia rondan, cada una, los 89 millones de euros de siniestralidad.

En otro orden de cosas, el presidente de **Agroseguro**, Ignacio Machetti, y el consejero de Medio Rural de la Xunta de Galicia, José González, han firmado un nuevo convenio de colaboración para el fomento de los seguros agrarios en la comunidad autónoma de Galicia. Este acuerdo sustituye al convenio suscrito por ambos organismos en 2013 y tiene una vigencia de cuatro años.



Caución es la modalidad No Vida que más creció en 2018

Durante el año 2018, la modalidad de seguros de No Vida que más creció fue Caución, con una subida del 23,51%.

A continuación se sitúa Incendios, con un 22,89%, según un estudio de **ICEA**.

Pelayo obtiene un beneficio neto de 3 millones en 2018, un 13,7 % más

La facturación de Pelayo en 2018, matriz del Grupo, se ha situado en 367,2 millones de euros, con un ligero descenso de un 1,8% respecto a 2017. El beneficio neto ha alcanzado los 3 millones de euros, lo que supone un aumento del 13,7% sobre los 2,6 millones de euros del ejercicio anterior.

La cartera total de pólizas alcanza casi 1,4 millones, con un volumen de clientes próximo a un millón y una cuota en el mercado de Autos de un 2,7%.

La mutua mantiene un excelente nivel de solvencia, situándose 2,7 veces por encima de la cuantía de solvencia exigida. El capital disponible se ha situado en 361,8 millones de euros.

La facturación de Autos, la más importante para Pelayo, alcanzó los 303,8 millones de euros, un 2,2% inferior a 2017, y la cartera de este ramo obtuvo 864.717 pólizas.

El ratio de siniestralidad se ha situado en un 70,8%, frente al 71,3% de 2017. Esta leve mejora se debe a los esfuerzos que se están haciendo en el control de costes, así como a la apuesta de Pelayo por una cartera de calidad.

Agropelayo, sociedad constituida con los negocios agrarios de Pelayo y Agromutua, se ha mantenido como unos de los líderes del sector agrario, con una cuota de mercado del 16,3%. En el ejercicio 2018 ha habido, al igual que en 2017, fenómenos meteorológicos muy adversos que han provocado unos resultados muy negativos a nivel sectorial en este ramo asegurador.

Por otro lado, se ha aprobado un nuevo Plan Estratégico 2019-2021, cuyos objetivos prioritarios se enfocan a incrementar beneficios, fidelizar a los clientes de mayor valor, implantar un modelo de omnicanalidad y seguir aumentando la diversificación del negocio. Todo ello manteniendo el objetivo de ser líderes en calidad percibida por el cliente, con un servicio más personalizado, cercano y comprometido, para aumentar la fidelidad.

La compañía de Vida, de la que Pelayo es socio al 50% con Santalucía, ha alcanzado un beneficio neto de 1,7 millones de euros y una facturación de 12,2 millones de euros.

En otro orden de cosas, Pelayo Mutua de Seguros ha elegido a Aracnofobia para desarrollar su estrategia de contenidos digitales y reestructurar las diferentes áreas en la que está llevando a cabo su transformación digital.

Por último, comentar que la aseguradora se ha aliado con Kairós Digital Solutions para continuar con su plan de transformación digital con la búsqueda de tres objetivos fundamentales: situar al cliente en el centro de la gestión, ganar en agilidad y tiempo de respuesta y proporcionar una excelente experiencia al cliente de Pelayo.

Reale Seguros ha presentado su nueva organización interna de la compañía que afecta, fundamentalmente, al área comercial, con el objetivo de hacer compatible la mejora de su modelo de negocio actual junto con el desarrollo de nuevos modelos y líneas de negocio que contribuyan a incrementar el volumen y la solidez de Reale **Group en España.**

Reale Seguros crea las áreas de Marketing y Nuevos Negocios

La nueva estructura incluye la reorganización de la actual Dirección Comercial, que continua bajo la dirección de Javier Espinosa como director comercial, y que asume la responsabilidad directa sobre las 7 direcciones territoriales, la unidad de Grandes Brokers, las funciones de Planificación y Administración Comercial, y la unidad de expatriados con el objetivo de focalizarse en el desarrollo comercial de este segmento.

Por otro lado, se crea la Dirección de Marketing, cuya misión será la propuesta e implementación de la estrategia y políticas de marketing y canal de mediación (agentes, corredores y bancaseguros) y para ello, integrará las actuales áreas de Clientes, Oferta, Promoción y los canales de Agentes, Corredores y Bancaseguros, garantizando el alineamiento de las distintas funciones de marketing y de los canales de distribución mediados.

Al frente de esta nueva dirección se ha nombrado a Víctor Ugarte, que en la actualidad ocupaba la dirección técnica de Vida, y que con este nombramiento también pasa a formar parte del Comité de Dirección.

Por último, se ha creado la Dirección de Nuevos Negocios, que tendrá como misión potenciar la estrategia digital de la compañía, el desarrollo del negocio asegurador no tradicional, así como identificar y desarrollar nuevas oportunidades de negocios complementarios o alternativos al negocio asegurador. Al frente de ella se sitúa Miguel Cruz, hasta ahora director de Marketing y Estrategia de Clientes.

Premaat nombra a Jordi Nadal nuevo responsable territorial de Zona Noreste

Premaat continúa reforzando su equipo comercial con el objetivo de consolidar e incrementar la red de corredurías de seguros con las que trabaja. En esta ocasión, se refuerza la zona noreste con el nombramiento de Jordi Nadal como responsable territorial. Sus áreas de actuación serán Cataluña, Islas Baleares, Comunidad Valenciana y Aragón.

Nadal es un profesional con más de 30 años de experiencia en el sector asegurador. A lo largo de su carrera ha desempeñado funciones de responsabilidad en entidades como Asisa, Sanitas, Mussap o Europa-Nórdica, entre otros. Es graduado social por la Universidad Rovira i Virgili.

Plus Ultra Seguros ha celebrado su Convención anual comercial en la que se expusieron los retos para 2019. Entre ellos se encuentra el crecimiento en los distintos canales de distribución; incrementar la eficacia operativa y avanzar en la orientación al cliente.

Plus Ultra Seguros pone el foco en el desarrollo de su red de distribución para 2019

El consejero delegado de Plus Ultra Seguros, David Capdevila, fue el encargado de abrir la jornada con un repaso general de la actividad de la compañía durante el año pasado. Capdevila también aprovechó su intervención para recalcar algunos de los retos más importantes para la aseguradora como son el crecimiento en los distintos canales de distribución; incrementar la eficacia operativa y avanzar en la orientación al cliente.

Al mismo tiempo, subrayó que para impulsar el crecimiento de Plus Ultra Seguros es fundamental incrementar la "capacidad de atracción y relación con nuestros mediadores dado que, al final, se traduce en mejores resultados en todos los ámbitos".

Por su parte, el director general adjunto comercial de Plus Ultra Seguros, Luis Vallejo, marcó las líneas generales de este año cuyo foco es el desarrollo de la red de distribución; mejorar el equilibrio de cartera, aumentar la facturación o consolidar la evolución de la mediación.

Por otro lado, en las jornadas comerciales de la aseguradora en Madrid dirigidas a su red de mediadores, además de avanzar todas estas novedades que la compañía lanzará en 2019, se presentaron las principales iniciativas en materia de conectividad que se pondrán en marcha a lo largo de este ejercicio. También se subrayó la apuesta de la aseguradora por la formación diferencial al recordar que el año pasado Plus Ultra Seguros desarrolló más de 3.600 horas de formación en materia de los productos y servicios, procesos y herramientas de la compañía con el objetivo de impulsar el desarrollo de los mediadores.

En otro orden de cosas, José Luis Mauri, director de sucursal de la aseguradora, ha vuelto a visitar el Aula de Formación del Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña con motivo de la tercera jornada presencial del Curso Grupo B intensivo, correspondiente al contrato del seguro y obligaciones de las partes.

Los accidentes de chapa, en cotas máximas de los últimos ocho años

En 2018, se produjeron 1,93 millones de accidentes leves de tráfico en España. Esta cantidad supone un incremento interanual del 0,11%. Se trata del mayor número de incidentes de circulación sin heridos registrado desde 2010. Los datos han sido recabados por Tirea y divulgados por Estamos Seguros.

Los golpes de chapa tocaron suelo en España en 2013 y desde entonces no han dejado de crecer. Las comunidades autónomas donde más aumentaron las colisiones el pasado año fueron Melilla (5,91%), Castilla y León (2,59%), y Canarias (2,28%). Los accidentes sólo bajaron en cuatro regiones: Asturias (-2,05%), País Vasco (-0,96%), Castilla-La Mancha (-0,64%) y Navarra (-0,59%). Si este análisis se efectúa por provincias, destacan las subidas de Segovia (8,12%), Melilla (5,91%), Soria (5,33%) y Salamanca (4,38%). Igualmente, merece la pena mencionar los descensos registrados en Albacete (-2,69%), Teruel (-2,29%), Guipúzcoa (-2,12%) y Asturias (-2,05%).

Si se analiza la cantidad de accidentes por cada 100.000 habitantes, las provincias donde resulta más complicado conducir son Melilla (5.320 colisiones), Baleares (5.220), Málaga (5.080), Cantabria (5.030) y Santa Cruz de Tenerife (4.650). Los lugares donde la siniestralidad en relación al tamaño de su población es más baja son Teruel (2.780), Zaragoza (3.210), Ceuta (3.300) y Guipúzcoa (3.320).

Ciberalarma y AXA Partners ofrecen un servicio de navegación digital segura 360º

AXA Partners y Ciberalarma, empresa de vigilancia en internet, han firmado un acuerdo para ofrecer a sus clientes 'Safe Navigation 360º', un servicio 24/7 de navegación digital segura, que incluye vigilancia online y defensa jurídica digital.

Ciberalarma utiliza "escudos de protección" conectados a una central de ciberseguridad gestionada por un equipo de expertos las 24 horas del día, actuando si se detecta alguna amenaza para el cliente.

Los servicios específicos de 'Safe Navigation 360º' van desde el bloqueo de publicidad, el antihacker o anti-robo de identidad y el almacenaje de datos seguros, hasta la navegación segura para niños que permite personalizar el acceso a la red (de estudio, colegio u ocio) y protege a los más pequeños de webs inadecuadas.

Además, incluye defensa Jurídica 24/7 especializada en el ámbito digital y dirigida contra cualquier problema que se pueda originar en la red como ciberbullying, daño reputacional, conflicto en la compra online...

Allianz, primera aseguradora en ofrecer las principales funcionalidades EIAC

Allianz Seguros es la primera aseguradora que pone a disposición de los profesionales las cuatro principales funcionalidades EIAC. De este modo, todos los proveedores y corredores que hayan habilitado su acceso tienen ya disponible la descarga automatizada de la información de pólizas, recibos, siniestros, y la bidireccionalidad de recibos, en formato EIAC.

La apuesta por el EIAC es un paso más del proyecto Digital Brokers de la compañía, cuya ambición es acompañar y apoyar a corredores en su transformación digital aportando funcionalidades, herramientas y productos que deriven en la mejora de la experiencia del cliente al tiempo que incrementan la eficacia del mediador.

El apoyo de Allianz a la transformación digital de su mediación se ha traducido en que más del 25% de las pólizas emitidas por los corredores en Turismos, Motos y Hogar durante 2018, lo fueron a través de plataformas con conectividad. Esto supone un incremento del +51,6% respecto a 2017.

"Estamos firmemente convencidos de que el crecimiento a futuro va a venir de la red mediadores y queremos apoyar este crecimiento facilitando su transformación digital", ha apuntado Cristina del Ama, directora general de Allianz Seguros y responsable del Área Comercial y Market Management.

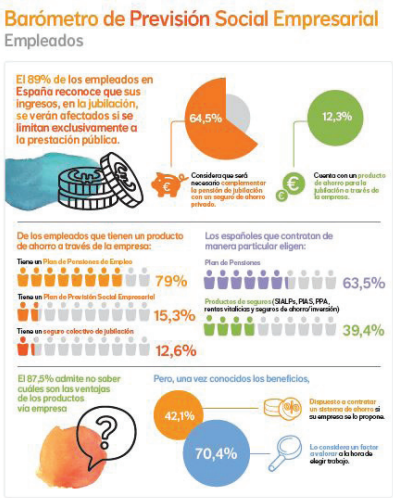
En otro orden de cosas, la aseguradora reunió a parte de sus corredores en su XII Jornada de Corredores. En él el equipo directivo de Allianz Seguros hizo balance del pasado ejercicio y se marcaron las líneas de acción para 2019.

En las jornadas, el consejero delegado de Allianz Seguros, José Luis Ferré, señaló como ejes vertebradores de 2019 "seguir obsesionados con el cliente y la simplificación de procesos, procedimientos y productos que contribuyan a continuar mejorando la experiencia del asegurado. Todo ello con un crecimiento sólido, acompañados de nuestra red de agentes y corredores".

Por último señalar que casi uno de cada tres clientes de Allianz Seguros elige la peritación digital para gestionar sus siniestros. Su red de peritos digitales realiza más de 100.000 vídeo peritaciones al año en Hogar/Comunidades/Comercio, fortaleciendo su liderazgo en la peritación digital en España. "Los peritos incrementan más de un 60% su eficiencia, lo que repercute sobre la eficacia de los reparadores y, por tanto, sobre la experiencia de cliente", señala Jordi García, director de Siniestros de Allianz Seguros.

El objetivo de la compañía no es suprimir las tradicionales peritaciones: el cliente siempre podrá elegir la opción que prefiera, pero las cifras muestran la gran aceptación que el nuevo sistema está teniendo entre los asegurados. "Desde que arrancara el proyecto un 30% de los clientes de Allianz han optado por la peritación digital" apunta Jordi García.

Toda la información que se maneja sobre el siniestro y el cliente está encriptada, garantizando así por completo la seguridad de los datos.



Más de la mitad de los empleados españoles no cuenta con ningún plan de ahorro complementario para su jubilación

El 56,2% de los empleados en España no cuenta con un plan de ahorro o inversión complementario a su jubilación pública, así lo indica el Barómetro de Previsión Social Empresarial, de Nationale-Nederlanden.

Entre los que cuentan con algún producto de ahorro para su jubilación, el 12,3% lo han contratado a través de su empresa y el 35,9% de forma particular. El 79% de los empleados tiene un Plan de Pensiones de Empleo, seguido por el Plan de Previsión Social Empresarial (15,3%) y el seguro colectivo de jubilación (12,6 %).

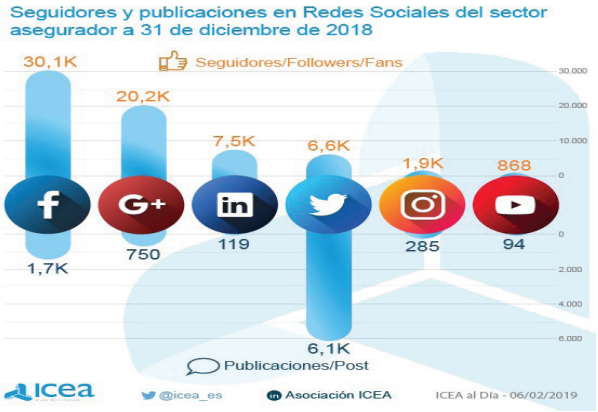
El plan de pensiones es el producto elegido por un 63,5% de los que lo contratan de manera particular, seguido de los Sialps, PIAS, PPA, rentas vitalicias y seguros de ahorro/inversión, con un 39,4%. Por detrás están las cuentas de ahorro/depósito (32,7%) y los fondos de inversión y acciones (26,8%).

El 64,5% de los encuestados considera que será necesario complementar la pensión con un seguro de ahorro privado y el 89,5% reconoce que sus ingresos se verán afectados si se limitan exclusivamente a la prestación pública.

Sin embargo, sigue habiendo frenos a su contratación: el 35% apunta a una falta de planificación como principal motivo para no dar el paso. También mencionan la carencia de recursos económicos (27,3%) y la lejanía temporal (16%) como razones.

Entre los empleados que ya tienen un plan de ahorro a través de su empresa, los que disfrutan de un seguro de ahorro colectivo son los que se declaran más satisfechos (69,3%), seguidos de los que tienen un plan de previsión social empresarial (55,6%) y de los que participan de un plan de pensiones de empleo (48,5%).

Es llamativo que el 42,1 de los empleados estaría dispuesto a contratar un sistema de ahorro si su empresa se lo propusiese.



Twitter y Facebook, las redes sociales preferidas en el sector

A cierre de 2018, Twitter y Facebook siguen siendo las redes sociales que aglutinan más aseguradoras, superando las 90 con, al menos, un perfil, según datos de ICEA.

En cuanto a la actividad, Twitter sigue siendo el canal de comunicación por excelencia frente al resto de redes sociales, generando 949 publicaciones de media en el año 2018, seguido por Facebook, cuyas publicaciones representan aproximadamente una tercera parte.

Si se analizan los seguidores, Facebook es la plataforma donde más fans por entidad tiene el sector, llegando hasta los 30,1 mil seguidores (de los 2.408 que fueron generados en el año 2018).

Unespa se une a AEB, CECA, Inverco y Unacc para crear el Centro Financiero para la Sostenibilidad en España

En el marco del proyecto Financial Center for Sustainability (FC4S) de la ONU Unespa, AEB, CECA, Inverco y Unacc han acordado la creación del Centro de Finanzas Responsables y Sostenibles en España (Finresp), con el fin de promover y acelerar el cumplimiento de los compromisos financieros ligados a los Objetivos de Desarrollo Sostenibles impulsados por las Naciones Unidas a través de propuestas de valor para la economía española y sus ciudadanos.

Esta iniciativa se enmarca en el proyecto de las Naciones Unidas para crear Centros Financieros para la Sostenibilidad (FC4S) que actúen como una red internacional de apoyo y promoción de las finanzas verdes y sostenibles. Estos centros ofrecen un marco adecuado a las instituciones financieras y a otros colectivos interesados para debatir y fomentar productos y servicios innovadores con el sello común de la sostenibilidad. Bajo el paraguas de este proyecto de las Naciones Unidas, se han creado ya en la Unión Europea nueve Centros Financieros para la Sostenibilidad.

En España el Centro de Finanzas Responsables y Sostenibles (Finresp) nace con la vocación de atender, en particular, las dificultades y necesidades que tiene el tejido empresarial y, en particular, las pequeñas y medianas empresas de nuestro país para adaptarse a los requerimientos de la próxima Ley de Cambio Climático y a las propuestas normativas sobre finanzas sostenibles presentadas recientemente por la Comisión Europea. Con este objetivo, Finresp quiere promover soluciones de financiación e inversión innovadoras para facilitar este proceso de adaptación de las pymes españolas, incorporándolas así al pujante movimiento de finanzas sostenibles que las grandes corporaciones mundiales han emprendido siguiendo el mandato del Acuerdo de París.

Como se recordará, el Acuerdo de París, firmado en 2015 por más de un centenar de países, fijó tres acciones concretas sobre el cambio climático: mantener el aumento de la temperatura media mundial por debajo de 2°C con respecto a los niveles preindustriales; aumentar la capacidad de adaptación a los efectos adversos del cambio climático y elevar las corrientes financieras a un nivel compatible con un desarrollo económico resiliente al clima. Sólo en Europa, la Comisión Europea estima que el cumplimiento de estos objetivos requerirá una inversión anual adicional de 177.000 millones de euros entre 2021 y 2030.

MIC Insurance-Millenium incrementa un 20% su cifra de negocio en 2018

MIC Insurance-Millennium ha tenido un incremento de la cifra de su negocio de un 20%, con un total de 71.715.374 de primas brutas a 31 de diciembre de 2018 frente a los 59.864.031 de hace un año.

Además, esta compañía de Caución, destaca por su crecimiento también en fondos propios, pasando de ser de 32.723.833 euros a 38.029.736 euros, un crecimiento de un 16,21%.

También hay que señalar la evolución en Activos, cifra que ha pasado de 164.923.509,00 euros a 176.758.282,00 euros, lo que supone un incremento de un 7%.

Por otro lado, MIC Insurance-Millennium ha vuelto a liderar el ranking de volumen de primas correspondiente a la anualidad 2018 en el ramo de Caución, que anualmente elabora ICEA.

MIC Insurance ha emitido en seguros de Caución en 2018 primas por valor de 14.029.381,39 euros, con una cuota de mercado del 17,78%. Con estos valores la compañía se reafirma por sexto año consecutivo como compañía líder en el ramo de Caución en España, y ha vuelto a experimentar un crecimiento con respecto a los valores de 2017.

MIC Insurance-Millennium ha tenido un incremento global de su cifra de su negocio de un 20,2%, con un total de 71.958.206,00 millones de primas brutas a 31 de diciembre de 2018 frente a los 59.864.031,00 millones de hace un año.

Los mediadores de MGS Seguros reciben formación para mejorar sus resultados comerciales

La Fundación MGS ha organizado una nueva sesión de su ciclo de jornadas formativas dirigido a mediadores de **MGS Seguros**, con el título 'Seres excepcionales, organizaciones excelentes'.

Esta nueva jornada impartida por el economista, escritor y conferenciante y reconocido investigador e innovador, Fernando Trías de Bes, mostró a los asistentes el camino a seguir para mejorar profesionalmente e incrementar sus resultados comerciales.

Esta iniciativa tendrá continuidad a través de una segunda jornada en la que los asistentes compartirán la mejora en los resultados de su actividad, a partir de las observaciones y consejos recibidos en este evento.

Berkley España materializa la conectividad de pólizas y recibos basados en EIAC de la mano de Ebroker

Berkley España y Ebroker han finalizado los desarrollos de los procesos de conectividad Siapol y Movimiento de Recibos EIAC, encontrándose ya en producción para los corredores usuarios de la plataforma.

Los procesos de conectividad Siapol y Movimiento de Recibos basados en el estándar EIAC permiten la gestión y tratamiento de pólizas y recibos de manera automática con la compañía, reduciendo las cargas administrativas de la correduría.

Mediante estas acciones, Berkley España y Ebroker han impulsado la cooperación tecnológica y acuerdos alcanzados en el contexto de conectividad entre ambas entidades, completando el ciclo de desarrollos conjuntos entre los que también se encuentran la renovación de sus productos de RC Profesional y RC de Administradores y Directivos (D&O) en Ebroker Store, entorno de comercialización donde las aseguradoras ponen a disposición de los corredores usuarios productos singulares y especializados, apoyados por información comercial y de marketing que hace posible su oferta y contratación de una manera sencilla gracias a la simplificación de cuestionarios de petición de datos.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha lanzado la iniciativa "El sabio del seguro", una campaña que premia los conocimientos técnicos sobre el sector con un apple watch o un google home. Ha lanzado preguntas eliminatorias cada dos días a todos aquellos participantes que se inscribieron en el concurso antes del viernes 8 de febrero.

Durante el mes de febrero se hicieron unas 10 preguntas sobre RC, Responsabilidad Medioambiental, Accidentes, Caución, etc. Cada pregunta era eliminatoria, de tal manera que aquellos que mejor demostraron sus conocimientos sobre el seguro pasaron a las siguientes rondas hasta llegar a la pregunta final, donde los concursantes que la acierten participarán en el sorteo de un Apple Watch Series 4, o un Google Home.

Por último señalar que Ebroker y Berkley España han celebrado en las instalaciones del Colegio de Mediadores de Seguros de Asturias una jornada formativa sobre el refuerzo teórico y práctico de los procesos de tarificación y contratación de los productos de R.C. Profesional y R.C. Directivos (D&O), desde el punto de vista de la conectividad y de negocio en Ebroker Store, así como la presentación de los procesos Siapol y Movimiento de Recibos de la compañía basados en el estándar EIAC.

Juan Manuel Rueda liderará el área de Personas, Organización y Comunicación de Santalucía

Santalucía ha incorporado a Juan Manuel Rueda como nuevo director general de Personas, Organización y Comunicación de la compañía, quien formará parte del Comité Ejecutivo. Desde su posición pondrá foco en las personas del grupo asegurador, impulsando el cambio cultural y organizativo, el desarrollo de las capacidades digitales y garantizando la adecuada difusión de las políticas y la estrategia de la entidad entre empleados, clientes y sociedad en general.

Rueda cuenta con amplia experiencia en Recursos Humanos y gestión de personas. Es licenciado en Derecho, especialidad de Empresa, por la Universidad de Sevilla y MBA en Dirección Comercial y Marketing por el Instituto de Directivos de Empresa. Cuenta además con formación en el IESE Business School de la Universidad de Navarra, donde cursó un Programa de Alta Dirección; un Global Management Program en Economía y nuevas tendencias digitales, así como un Executive Program en Administración y Gestión de empresas. Adicionalmente, ha realizado el Programa de Alta dirección en Digital Business en The Valley.

Por otro lado, Rubén Muñoz se ha incorporado a Santalucía como director general de Tecnología y Operaciones. Desde su nuevo puesto, liderará la transformación digital de la compañía centrada en el fortalecimiento de la relación con el cliente, así como la de facilitar la integración con socios, clientes y proveedores.

Muñoz cuenta con experiencia en el sector financiero y nuevas tecnologías y su aplicación práctica. Licenciado en Ingeniería industrial por la Universidad de Valladolid, PDG por el IESE Business School y MBA por Esden Business School, es también miembro del consejo asesor de Cionet España.

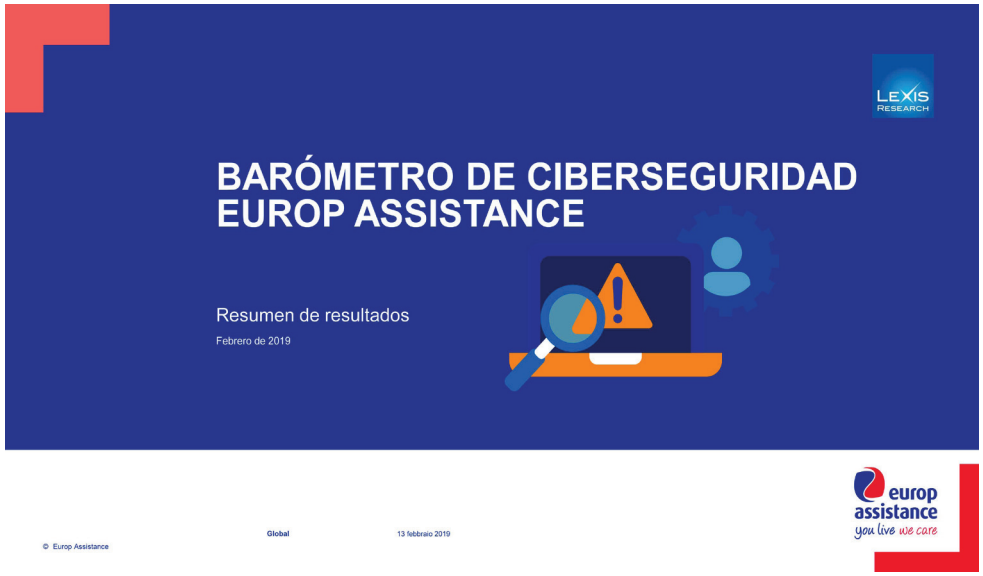
Correduidea celebra el I Microforo Mediadores de Seguros

El centro de negocios Urban Lab Madrid ha acogido el I Microforo Mediadores de Seguros, organizado por Correduidea a través del área de Seguros de Aemme (Asociación Española Multisectorial de Microempresa).

La jornada finalizó con una breve exposición de Aemme sobre los siguientes eventos relacionados directamente con el sector, como jornadas de ciberseguridad, la continuidad de este Microforo en siguientes ediciones o el mantenimiento por parte de la asociación de dar cabida constante y visibilidad a corredores y agentes, razón por la que se creó el área de Seguros en la asociación.

El 47% de los consumidores tiene miedo de ser víctima de un robo de identidad

Según la edición 2019 del Barómetro de Ciberseguridad de Europ Assistance, realizado por Lexis, sobre los sentimientos de los consumidores hacia los riesgos informáticos, el 47% de los consumidores indica que el ciberriesgo que más les preocupa es ser víctima de un robo de identidad, detrás de los virus y el malware como los riesgos informáticos más conocidos por los consumidores.



La principal tendencia recogida en el estudio de este año es que, la conciencia de los consumidores acerca de las amenazas y las soluciones al robo de identidad ha aumentado, aunque todavía no están seguros de cómo proteger sus datos personales. En España, el 69% están preocupados por la ciberdelincuencia y el 52% declaran su intención de comprar un producto que les proteja.

El delito informático ya se ha colocado en el séptimo lugar del ranking, por delante del tráfico de drogas. El robo de identidad es tan preocupante para los consumidores que ya se sitúa por delante de preocupaciones más comunes, como tener un accidente de coche. Si bien el 47% de los encuestados indicaba que les preocupa ser víctimas de un robo de identidad, este número aumenta cuando se incluyen los padres mayores (49%) y los niños (54%). Este dato se ve reforzado por el hecho de que casi un tercio de los encuestados se sienten expuestos a la ciberdelincuencia y robo de identidad, especialmente cuando se trata de la identidad de sus hijos (38%).

Menos de un tercio de los encuestados declaran que no cambian con frecuencia sus contraseñas y credenciales digitales. Más preocupante aún es el hecho de que, mientras la mayoría indica que tienen una solución antivirus o antimalware en su ordenador, sólo la mitad dice tener un servicio similar en su móvil o tablet, una estadística alarmante ya que estos dispositivos representan la mitad del tráfico web en todo el mundo.

Estas estadísticas son aún más preocupantes cuando vemos que el 45% de los encuestados dice que no sabría cómo resolver la situación si sus datos personales se vieran comprometidos. Esto explica el hecho de que un número similar de encuestados (44%) declara sentir una falta de control sobre la información personal a la que pueden acceder otros en Internet.

Arag, mejor compañía de Defensa Jurídica y la tercera mejor valorada por los corredores

Los corredores han vuelto a elegir a Arag como mejor compañía de Defensa Jurídica en el X Barómetro de Adecose. Las corredurías de la asociación también la han posicionado segunda mejor valorada en Asistencia en Viaje.

Entre las compañías del sector asegurador analizadas en este Barómetro, Arag es la tercera mejor valorada con 7,21 puntos. Además, es una de las diez aseguradoras con las que más trabajan las corredurías de Adecose.

Arag vuelve a ocupar la primera posición respecto a todos los aspectos analizados referentes a la calidad de servicio que presta

(producto/servicio, gestión técnica, comercial y administrativa, producción, siniestros y recursos).

En otro orden de cosas, un total de 11 estudiantes de Ingeniería en Telecomunicaciones y de Ciencias Computacionales de la UPC, conjuntamente con alumnos del "Master of Science in Innovation and Entrepeneurship", de Esade, participan en un challenge que tiene como objetivo dotar a la mediación de nuevas herramientas para llegar al consumidor digital de manera más eficiente.

La aseguradora, Esade y la Universidad Politécnica de Barcelona (UPC) se unen para que estos alumnos aborden retos reales planteados por Arag y ofrezcan soluciones y respuestas prácticas, imaginativas y creativas. Los 11 jóvenes trabajan en equipos interdisciplinares, con supervisión de sus asesores y consultores expertos, y a principios de junio presentarán sus propuestas.

AIG crea el Club del Mediador

Con motivo de su centenario, AIG ha creado el Club del Mediador en el que integrará a los corredores que trabajen con ella. Sus miembros podrán disfrutar de una serie de ventajas, como una atención y un servicio más personalizados.

En palabras de Daniel García, responsable del Club del Mediador AIG, "nuestro objetivo es estar más cerca de nuestros corredores y ofrecerles un mejor servicio". La aseguradora lanzará mensualmente campañas de información sobre los productos más demandados en la actualidad. Con ello pretende potenciar y acercar las características de sus productos a los corredores y clientes.

En esta línea, una de las ventajas más importantes para los mediadores será la participación en formaciones impartidas a través de la AIG Academy. En ellas, los profesionales de la compañía, así como expertos externos, ofrecerán a los participantes toda su experiencia y soluciones innovadoras.

Vidahorro ha alcanzado un acuerdo con Fnac para que los usuarios de la plataforma destinen a su plan de pensiones de AXA un 3,5% de sus compras en música y cine, 5,6% en libros y el 2,1% en electrónica.

Los usuarios de Vidahorro harán aportaciones a su plan de pensiones AXA con sus compras en Fnac

Gracias a la alianza entre Vidahorro y AXA, los usuarios de Vidahorro disponen de un plan de pensiones de forma gratuita y sin ningún tipo de vinculaciones, en el que irán acumulando de forma automática el dinero de las bonificaciones de las compras en los establecimientos asociados a esta iniciativa.

Por otro lado, la aseguradora ha señalado que asegurar el coche y la vivienda es la principal preocupación aseguradora de los autónomos españoles. Según datos de AXA, el 38% cuenta con un seguro de Auto; y el 17% con uno de Hogar. A estas les siguen los seguros de Responsabilidad Civil (con el 8%) y de Comercio (con el 7%).

Otra de las conclusiones de los datos analizados por AXA es que el 14% de las autónomas tienen seguro de Comercio, frente al 8% de los hombres; lo que induce a pensar que la mayor parte de la actividad del pequeño comercio está en manos de las mujeres.

Por su parte, los seguros de Salud, Vida y de Caución son los que menos contratan los autónomos, tanto hombres como mujeres.

Euroins inicia de la mano de Ebroker su expansión en el mercado español

Euroins y Ebroker ya operan desde el mes de enero con un proyecto de colaboración a través del cual la aseguradora búlgara iniciará un plan de implantación en el mercado español que arranca con la comercialización de un seguro de Automóviles distribuido exclusivamente a través del canal de corredores que trabaja con Ebroker.

Esta compañía que tiene 330 millones de negocio, en principio están trabajando en libre prestación de servicios (LPS) pero no descartan establecerse en un futuro. Evgeny Ignatov, CEO de Euroins, afirma que "no queremos una gran expansión en España. Preferimos una segmentación". Euroins ha optado por el acompañamiento de partners como DAS para las prestaciones de protección jurídica y asistencia en viaje, Carglass en el servicio de reparación de lunas, Glarus Ibérica en el soporte de la gestión integral de siniestros, y Ebroker como tecnológica, convirtiendo a su red en la base de su red de distribución en España.

Según Higinio Iglesias, CEO de Ebroker, "la operativa de este seguro de Autos, llamado 'Autoway' la lleva toda el corredor porque cuenta con todos los recursos para hacerlo". Para Iglesias, se trata de "una innovación en la forma de relacionarse la aseguradora con el corredor".

Más de 26.700 personas transforman su patrimonio en rentas vitalicias

Las rentas vitalicias aseguradas ganan terreno como sistema de previsión complementario. A cierre del pasado año, 26.711 personas mayores de 65 años transformaron el dinero logrado con la venta de una segunda vivienda, fondos de inversión, acciones, etc. en una fuente garantizada de ingresos de por vida. Estas rentas vitalicias acumulan un volumen de ahorro bajo gestión de 2.282 millones de euros.

Los datos recopilados por ICEA muestran cómo, al acabar 2018, las aseguradoras velaban por 229.646 millones de euros de sus clientes, tras anotar un incremento interanual del 1,38%. De esa cantidad, 188.467 millones corresponden a productos de seguro, un 2,65% más. Los restantes están en planes de pensiones cuya gestión ha sido encomendada a entidades del sector. Este último importe es un 3,91% inferior al anotado el ejercicio anterior.

Las rentas vitalicias y temporales constituyen el producto más relevante en términos de ahorro gestionado. Acumulan unas provisiones técnicas de 88.383 millones de euros, un 1,31% más que un año atrás. Por otra parte, destaca la pujanza de seguros individuales de ahorro a largo plazo (Sialp), que movían 3.769 millones al acabar 2018 y crecen un 27,29% con carácter interanual.

La evolución de los PIAS también es llamativa porque al cierre de diciembre alcanzaban 13.161 millones y registran un crecimiento interanual del 8%. Mientras, los capitales diferidos anotan un alza del 3,24% y acumulan 49.824 millones.

Metlife ha nombrado a Óscar Herencia como responsable del sur de Europa confiando en él la supervisión de la operación en estos países europeos, que se suman a la de la región de Iberia, que ya dirigía desde 2012.

Óscar Herencia asume el liderazgo del Sur de Europa de Metlife

En 2007, Herencia pasa a dirigir la filial de Portugal como director general. En marzo de 2012 es nombrado director general de MetLife en España y desde noviembre de ese mismo año, tras la integración de España y Portugal en una única operación, se convierte en director general de MetLife en Iberia.

Licenciado en Derecho y Graduado Superior en Ciencias Jurídicas por la Universidad Pontificia Comillas Icade y MBA por la Universidad Complutense de Madrid, Herencia se ha formado en gestión, organización y liderazgo por Harvard Business School, y en inteligencia emocional y desarrollo directivo por Insead. Se incorporó a MetLife en 1995 y desde entonces ha ocupado puestos clave en la compañía

El Grupo Catalana Occidente compra Antares a Telefónica por 161 millones

El Grupo Catalana Occidente ha comprado el 100% de Antares, compañía de seguros personales de Telefónica, por 161 millones de euros. La operación permite al Grupo reforzar su posición estratégica en el mercado español.

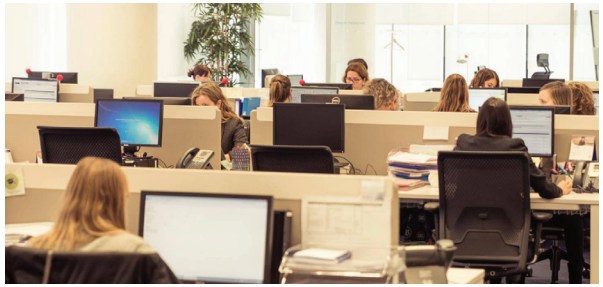
Con esta transacción, que está pendiente de recibir la autorización por parte de las autoridades regulatorias, el Grupo Catalana Occidente aumenta su peso en el ramo de Salud hasta la novena posición, con un 2% de cuota de mercado y con 160,3 millones de euros de facturación.

En el marco de esta operación, Telefónica se compromete a mantener con el Grupo Catalana Occidente la distribución de las pólizas colectivas del Grupo Telefónica de forma exclusiva durante 10 años.

Antares es una compañía que opera en los ramos de Salud, Vida Riesgo, Accidentes y Vida Ahorro para clientes particulares y colectivos de empresas. Aunque su actividad se centra en los colectivos de empleados del Grupo Telefónica, también comercializa seguros a particulares y colectivos de otras empresas.

DAS Seguros restructura su organización para potenciar el enfoque en el cliente y la innovación

DAS Seguros ha reorganizado su estructura organizativa para fortalecer su enfoque hacia el cliente y la innovación. La nueva organización se estructura bajo cuatro ámbitos: el área de Oferta Clientes, el de Servicio Clientes, Distribución y áreas de Soporte.



Esta nueva estructura, que se enmarca dentro de la estrategia para el trienio 2019-2021, permitirá también impulsar el desarrollo de soluciones legales que den respuesta a las nuevas necesidades de los clientes.

El área de Oferta Clientes está enfocada a generar propuestas de valor atractivas e innovadoras, adaptadas a las necesidades reales de los clientes. Esto es tanto el diseño de productos y servicios novedosos, como herramientas que faciliten su gestión diaria. Al frente de ella se sitúa Aitor Cruz. En el área de Servicio Clientes, liderada por Pablo Lorán, incorpora a Xavier Jonama, quien lidera el departamento de Gestión de Prestaciones, con el objetivo de mejorar los niveles de servicio.

Caser celebra su XVI Convención Comercial del Negocio Corredores

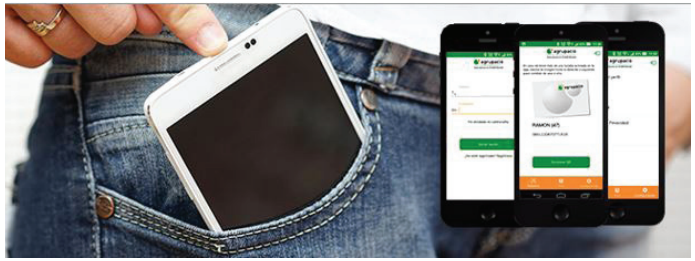
Caser Seguros ha celebrado la XVI Convención Comercial anual del Negocio Agentes y Corredores. Ignacio Martín, director del Negocio, analizó los hitos de 2018 y avanzó los principales ejes de actuación y los retos para este año.

Por su parte, los integrantes de las distintas direcciones territoriales y de la Red de Desarrollo expusieron sus principales objetivos y líneas de actuación para 2019 en lo que se refiere a la eficiencia comercial y operativa, el desarrollo de negocio, la optimización del resultado y la digitalización. En todas las intervenciones se puso de manifiesto los avances en el desarrollo de la digitalización de la mediación profesional como elemento diferenciador y generador de oportunidad de negocio. Asimismo, se presentaron algunas de las herramientas para alcanzar los objetivos planteados: la directora de Desarrollo Comercial expuso los detalles del Plan de Venta Cruzada para 2019; el director de Multirriesgos Particulares detalló las principales novedades en los productos de este ramo; y el director de Acierta Asistencia habló de las oportunidades de negocio que presentan los servicios de esta empresa del Grupo.

El director general de Caser, Ignacio Eyriès, destacó las fortalezas de la compañía, así como las herramientas que esta pone a disposición de la red comercial para afrontar con éxito los retos actuales y futuros.

Agrupació lanza su tarjeta virtual

Agrupaciò ha lanzado su tarjeta virtual accesible desde la app de la compañía, que realiza las mismas funciones que la tarjeta sanitaria de banda magnética en las visitas al médico. De este modo, se evitan los problemas de extravíos, rayaduras y desmagnetización de las tarjetas físicas y se obtiene una vista unificada de todas las tarjetas de los asegurados menores de la familia desde la pantalla del móvil.



Una vez en la consulta del médico, al abrir la aplicación y entrar en ella tras identificarse, el cliente selecciona su tarjeta. El profesional médico, por su parte, genera un código QR en su ordenador que permite la identificación instantánea del asegurado al acercar el móvil al mismo.

La tarjeta virtual está disponible para la totalidad de las modalidades de salud de la compañía que anteriormente requerían de tarjeta física y, para obtenerla, tan solo es necesario ser cliente, asegurado o tomador de una póliza, mayor de 16 años, y con un número de teléfono móvil informado.

Liberty Seguros invita a sus mediadores expatriates a su Workshop & Fun 2019

Liberty Seguros ha celebrado su Workshop & Fun 2019, uno de los eventos con los que la compañía busca estar más cerca de sus mediadores expatriates como piezas claves de su estrategia de negocio.

Este evento supone el marco perfecto para hacer balance del ejercicio 2018 y marcar la nueva actuación comercial que definirá 2019. Álvaro Iglesias, director de Negocio Mediado de Liberty Seguros, hizo un breve repaso de los hitos que marcaron 2018, y cerró con la visión y planes para 2019.

Además, en el evento participaron distintos directivos y empleados de la compañía cuyas áreas tienen que ver con el canal mediado para contar detalladamente el plan, los resultados y los objetivos de cara al próximo año, así como los mediadores expatriates.

En su exposición Iglesias incidió en el significado del lema de la Convención 'Back to Basics, apuntamos alto', con las siguientes palabras: "Apuntar Alto significa batir el mercado, innovar en nuestro modelo comercial para ofreceros un servicio más personalizado, así como mejorar nuestras capacidades digitales con iniciativas concretas que nos ayuden a poner la tecnología a vuestro servicio. Todo ello, para que vuestra relación con nosotros sea diferenciadora dentro del sector".

Dos mediadores, Andrew Turner y Mark Seviour, compartieron sus propuestas acerca de la oportunidad que supone la adaptación a los cambios demográficos y las nuevas tecnologías y las redes sociales como claves para seguir apuntando alto y mejorando la experiencia de los clientes en el negocio Expatriates.

Sanitas abre una nueva oficina en Toledo

Sanitas ha abierto una nueva oficina en Toledo. Un espacio que supone un importante empuje para la compañía en la ciudad ya que incrementa su capacidad de gestión con el objetivo de ofrecer un servicio más completo y mejorar la experiencia del cliente en sus trámites presenciales.

Con esta son ya 6 las oficinas de Sanitas en Castilla-La Mancha y 143 en toda España. Gracias a esta apertura, Sanitas da un paso más en su apuesta por el crecimiento de la comunidad autónoma, donde la compañía continúa con la ampliación de su oferta de calidad y diferenciación de los servicios prestados en la atención a clientes.

Aemes presenta su plataforma en la comisión negociadora del convenio del sector de la mediación

Los sindicatos y Aemes han intercambiado y presentado cada una de sus plataformas en la comisión negociadora del convenio del sector de la mediación. A pesar de que a priori las posturas parecen alejadas, la patronal confía en que las próximas negociaciones las partes puedan llegar a entendimientos.

La patronal apuesta por medidas que contribuyan a garantizar el empleo y la estabilidad del sector. En este sentido, considera que la revisión salarial variable debe ir vinculada a los resultados de las empresas, y no únicamente a los beneficios, ya que éstos no tienen por qué ser un fiel reflejo de la situación económica de la empresa.

Por otro lado, Aemes considera crucial tomar medidas que contribuyan a reducir las faltas injustificadas en el trabajo, pues el absentismo voluntario es un problema real que afecta al clima laboral de las empresas y reduce la productividad, lo cual afecta también a las condiciones laborales de todos los trabajadores.

Por ello, Aemes propone a los sindicatos una batería de medidas orientadas a reducir el absentismo, a potenciar la productividad y a eliminar la competencia desleal entre los compañeros de trabajo. Así, entre otras, propone limitar el complemento por Incapacidad temporal y crear políticas que contribuyan a que las faltas de asistencia queden justificadas.

Por otra parte, la patronal es consciente de que el mundo tecnológico tiene en la actualidad un gran impacto en las empresas y también en sus trabajadores, y que los métodos de trabajo y las herramientas han variado mucho en los últimos tiempos, por lo que considera importante posibilitar a las empresas su adaptación al mundo tecnológico. Para focalizar el trabajo y limitar los tiempos de la negociación, las partes han acordado dividir las materias a negociar en bloques de trabajo.

Por su parte, CC.OO. ha presentado en la reunión de la comisión negociadora, una batería de propuestas para mejorar el actual convenio de mediación de seguros privados. El sindicato propone incluir un nuevo apartado que regule la subcontratación de procesos o servicios, para que se siga aplicando el convenio al personal afectado.

En cuanto al ámbito temporal, propone una duración de cuatro años y la recuperación de la ultra-actividad de manera que, una vez denunciado el convenio, éste mantenga su contenido normativo hasta que tome efecto legalmente el nuevo convenio que lo sustituya. Desde el sindicato se plantea también un aumento del tiempo de formación a 30 horas anuales.

En el capítulo de tiempo de trabajo, vacaciones y permisos CC.OO. reivindica: Reducción de la jornada máxima anual a 1.712 horas; El horario de salida del trabajo no debe superar las 20:00; Extender el derecho a la compensación por comida a todas las jorna-

das partidas; Ampliar el periodo estival desde el 15 de junio hasta el 30 de septiembre; Aumentar a 26 días las vacaciones e incrementar 2 días más para el personal entre 60 y 62 años de edad y 4 días más desde los 63 años hasta la jubilación; Que los 2 días de permiso del art. 30 apartado b) sean siempre días laborables; Añadir 1 día más de permiso por fallecimiento de familiares hasta el 3er grado; Reducir el límite a 150 Km para la consideración de desplazamiento; Los días de permiso deben empezar a computar una vez finalizada la jornada laboral; En los asuntos particulares, incluir la posibilidad de recuperar en tiempo, descontar de vacaciones o sin derecho a remuneración.

En el aspecto económico, CC.OO. plantea incluir anticipos de hasta 4 mensualidades para víctimas de violencia de género. En materia salarial las propuestas del sindicato se sitúan en los niveles descritos en el IV Acuerdo para el Empleo y la Negociación Colectiva suscrito por CC.OO., UGT, CEOE y Cepyme, incorporando cláusula de revisión salarial vinculada al IPC e incrementos adicionales ligados a la variación de los ingresos por comisiones de las empresas. Respecto al incremento salarial fijo, la propuesta de CC.OO. es un 2% para cada año de vigencia y, adicionalmente, un mínimo de un 1% consolidable para el incremento salarial variable, entre otras cosas.

Los colegiados valencianos reciben formación sobre protección de datos

Todo lo relacionado con el nuevo Reglamento de Protección de Datos, en vigor desde el pasado año, sigue generando un gran interés entre los profesionales, como ha quedado demostrado en el taller práctico organizado por el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia.

El taller fue impartido por José Javier Ivars, CEO de Ivarstec, quien destacó que la adaptación de los mediadores a este nuevo texto normativo ha sido "muy positivo ya que empresas y profesionales han acogido muy bien la norma y se están poniendo al día muy rápidamente". No obstante, señala que "falta mucho recorrido aún, por lo que debemos ir adaptándonos a los nuevos procedimientos y protocolos tanto legales como técnicos y organizativos".

El Colegio de Valencia ofrece un servicio gratuito de protección de datos a sus colegiados, que lo emplean "en un porcentaje altísimo". En este sentido Ivars concluye que "existe una gran concienciación en la práctica totalidad del sector y he podido observar durante todos estos años que se han dado cuenta de los beneficios del correcto cumplimiento de la protección de datos. La información que manejamos es nuestro activo más importante", subraya el CEO de Ivarstec.

Por otro lado, el Colegio de Valencia ha vuelto a tener presencia en el XVIII Foro de Empleo y Emprendimiento de la Facultad de Economía de la Universidad de Valencia, donde atendió a los estudiantes en un stand en el que se presentó la oferta formativa del Colegio y se aportó las ventajas de la colegiación para los futuros profesionales. Además, el Colegio ofreció la charla 'Mediador de seguros, tu opción laboral'. En ella se enfatizó sobre el hecho de que durante la crisis económica, el sector Seguros "ni destruyó empleo ni rebajó los salarios".

Los mediadores toledanos se instruyen sobre los beneficios en la comercialización de los seguros personales

El Colegio de Mediadores de Seguros de Toledo, que preside Enrique García Mérida, llevó a cabo en su sede la jornada 'Los seguros personales y los beneficios de su comercialización para la correduría', en la que se analizaron las ventajas que ofrece este tipo de seguros para el cliente y el modelo de venta por asesoramiento con los métodos, técnicas y herramientas específicas, entre otros asuntos.

La jornada, patrocinada por Asisa, ha sido impartida por el consultor en Formación de Seguros y fundador de Idecide, Alberto Hoyos, quien ha señalado la importancia de cumplir con las expectativas de los clientes. Asimismo, Hoyos ha afirmado que "es necesario que todos los mediadores conozcan el modelo de venta por asesoramiento en seguros personales con los métodos, técnicas y herramientas específicas de este modelo y proporcionen una metodología comercial para la correduría que ayude en la comercialización de estos seguros".

El consultor se ha apoyado en la propuesta de valor y el Elevator Pitch para el contacto con el cliente, el análisis de riesgos personales y la determinación de las necesidades del cliente, pasando por la oferta y el cierre de los seguros personales.

Las corredurías Cercós &Ariño y Afis Sabadell se adhieren al Club Catalán de Corredores de Seguros

El Club Catalán de Corredores de Seguros (CCC), siguiendo su plan estratégico de desarrollo y expansión, ha incorporado en el segundo semestre de 2018 dos nuevas corredurías: Cercós & Ariño y Afis Sabadell.

Cercós &Ariño ha valorado la necesidad de unirse a una organización como el CCC que le ofrece: productos exclusivos, soluciones tecnológicas de primer nivel y acuerdos estables con aseguradoras.

Para Albert de la Cruz, gerente de Afis Sabadell, los objetivos, las inquietudes y el perfil de los corredores del CCC se corresponden con su propia filosofía y visión del sector.

Cojebro reestructura su staff

Cojebro ha retomado el cumplimiento del plan estratégico de su actual legislatura, lo que conlleva la reorganización de funciones y cargos del actual staff. Estos cambios de modelo y estructura conllevan una mayor implicación para todos sus componentes del staff, por lo que Isidre Martínez, hasta ahora, director de Operaciones y director de Campus Cojebro, ha trasladado a la Junta Directiva su imposibilidad de simultanear sus otras ocupaciones profesionales con la exigencia que esta nueva etapa implica.

El actual staff de Cojebro está constituido por Diego Fernández, director-gerente, y Roberto del Olmo, director comercial. En breve, se incorporarán los profesionales que completarán la configuración del nuevo staff. La asociación ha comenzado 2019 con unas cifras nunca alcanzadas: 500 millones de euros en primas intermediadas y 40 corredurías asociadas. Para este año, apuesta por el retorno a sus socios y a sus aseguradoras del panel.

Antonio Muñoz-Olaya, presidente de Cojebro ha hecho balance de 2018, año de celebración del 25º aniversario. Asimismo, comentó que para 2019 se pondrá el foco en la puesta a disposición de procedimientos tecnológicos para la más fácil adaptación de las corredurías asociadas a la futura ley de distribución, el seguimiento en el cumplimiento de los planes comerciales, la implantación de campañas comerciales *ad hoc*, la incorporación de nuevos productos exclusivos, el desarrollo de una plataforma de suscripción de riesgos y nuevos desarrollos tecnológicos. También, de cara a las aseguradoras del Panel, están conformando una más amplia oferta de valor, que contempla el reforzamiento del acompañamiento y seguimiento de la actividad comercial, la resolución de incidencias, un empujón de calidad al Barómetro territorial de Aseguradoras de Cojebro, los webinars de formación para la red comercial y la creación de nuevas palancas para mejorar la rentabilidad y el crecimiento.

Por otra parte, en su última Asamblea General se aprobó la incorporación de las corredurías de la provincia de Zamora Gallego Iglesias y López y Segurado a la asociación.

Por último, comentar que Cojebro ha iniciado su Programa de Dirección General (PDG) con el 100% de todas las plazas disponibles cubiertas en las dos sedes de Barcelona y Madrid. Los alumnos han recibido la formación del primer módulo, 'Liderazgo y dirección', impartido por Àngels Paredes, asesora de proyectos formativos, psicóloga y profesora de la FUB Universidad de Manresa, experta en la consultoría para el desarrollo de personas y organizaciones. Durante las dos jornadas, además, se impartieron otras materias, como la comunicación asertiva, la gestión del liderazgo y los planes personales de desarrollo.

Aon lanza NOA, su nueva plataforma digital de contenidos

Aon España ha lanzado NOA, su nueva plataforma digital de contenidos exclusivos. Su objetivo es ayudar a las organizaciones compartiendo conocimientos y tendencias, respondiendo a todos los momentos y cambios que el futuro demanda.

NOA está centrada en las áreas de riesgos, personas, salud y ciberseguridad, todas ellas clave para el desarrollo tanto estratégico como operativo de las empresas. Las informaciones, datos y experiencias tratados en NOA están generadas por especialistas de Aon y colaboradores líderes de opinión en sus áreas de conocimiento.

Por otro lado, Aon ha decidido ubicar en Madrid la sede de su Centro de Especialistas en Ciberseguridad para la región de EMEA (Europa, Oriente Próximo y África). Este grupo de nueva creación, que comenzará su actividad a lo largo del primer trimestre de 2019, estará integrado por un equipo de especialistas en ciberseguridad cuyo objetivo será ayudar a las empresas a gestionar su exposición a los riesgos cibernéticos a través de servicios cualificados de testing y respuesta ante incidentes complejos.

Por último, señalar que Aon ha reforzado su apuesta por el área de Health & Benefits en España con la incorporación de Carmen Burgos, como directora de Health Solutions para el área Centro; y de Javier Flores, como director de Movilidad Internacional. Desde sus nuevas posiciones se encargarán de ayudar a los clientes en la gestión de las soluciones de salud y bienestar de sus empleados, así como en implementación de soluciones locales y globales relacionadas con el desplazamiento de trabajadores al extranjero y la recepción en España de los mismos.

2ª Convención Nacional de Emprendimiento en la Profesión de Corredor de Seguros, el 20 de junio

Newcorred celebrará el próximo 20 de junio en Madrid su 2ª Convención Nacional de Emprendimiento en la Profesión de Corredor de Seguros.

"Esta nueva convención contará con un programa de interés y actualidad para los nuevos corredores y correduría y para las aseguradoras que apuestan por nuestro canal con proyección de futuro", ha señalado Jorge Campos, presidente de Newcorred.

El futuro de las aseguradoras pasa por reconvertirse en proveedores de servicios

José Manuel González, CEO mundial de Howden, que participó en el Foro de Alta Dirección Aseguradora (enmarcado en la Semana del Seguro 2019 organizada por Inese), habló de la posible reconversión de aseguradoras y brokers en futuros prestadores de servicios, más que en meros proveedores de coberturas.

José Manuel González participó en el panel de debate titulado "Desaparición de fronteras entre las industrias: ¿el futuro del seguro está en la prestación de servicios?", donde se abordaron los nuevos retos a los que se enfrenta el sector de los seguros, tales como la innovación, la transformación digital, los cambios organizativos y culturales, y la desaparición de las fronteras entre las distintas industrias. En esa misma mesa de debate participaron también Sergio Torrijos, director del área de Seguros y Banca de Google; y Jordi Escruela, director de Innovación de Correos.

González habló de la irrupción de los gigantes tecnológicos en el ecosistema financiero y las posibles alianzas que podrían establecer estos nuevos competidores con las firmas tradicionales. En este sentido, González abogó por una colaboración entre las aseguradoras y las grandes empresas tecnológicas, entendiendo que estas pueden ser un socio más que un competidor. Una idea que también suscribió Sergio Torrijos, de Google, al afirmar que la tecnología puede ser un elemento clave a la hora de buscar nuevas áreas de negocio para las aseguradoras, lo que hará posible que las grandes tecnológicas se conviertan en buenos partners de las firmas tradicionales e impulsen su transformación digital.

Por otro lado, acerca de la posible reconversión de aseguradoras y brokers en futuros prestadores de servicios más que en meros proveedores de coberturas, González señaló que el futuro del sector pasa por ofrecer un valor añadido a los clientes, lo que provocará una transformación hacia modelos de prestación de servicios más amplios con los que hacer frente a los nuevos escenarios y retos del sector.

"En un entorno de constantes cambios tecnológicos y evolución de los modelos de consumo, podríamos decir que la fortaleza de los brokers se encuentra en la relación a largo plazo con sus clientes", aseguró González durante su intervención.

Por otro lado, Howden Iberia ha participado como patrocinador y ponente en la jornada informativa 'A qué se enfrenta el profesional de la sanidad', organizada por el Hospital Casa de Salud (HSC) en Valencia. En ella se abordó los crecientes riesgos informáticos a los que tienen que hacer frente los hospitales, clínicas y consultas médicas. Riesgos como los que podemos encontrar en la Deep Web (internet profunda), donde los datos médicos robados de pacientes registrados en clínicas y hospitales se encuentran entre los más cotizados, con precios de venta 10 veces mayores que los números de DNI o tarjetas de crédito.

Apromes se une a Sanfi e Idecide para desarrollar el programa Tour Académico

Francisco Javier Martínez, director general de la Fundación Uceif y Sanfi, junto con Javier García-Bernal, presidente de Apromes y Alberto Hoyos, fundador y director de Idecide, han firmado el convenio de colaboración que une a las tres marcas en una alianza estratégica para la promoción y desarrollo de los Tours Académicos 2019.

El Tour Académico combina formación continua especializada con visitas a empresas e instituciones referentes en el sector de banca y de seguros. Además, se diseñan programas a medida de cada colectivo.

Por otro lado, Apromes Canarias ha incorporado la correduría de Tenerife Rahn Correduría Canarias Siglo XXI, alcanzando 23 asociados entre corredores y corredurías de seguros, presente prácticamente en todas las islas.

Por último, señalar dos acuerdos de colaboración entre Apromes y la insurtech Gira Dental y Azul Marino Viajes. En el primero de ellos, se distribuye el servicio dental Dentista de Empresa. En una primera fase, la totalidad de los asociados de la organización, sus empleados y las cuatro personas que ellos deseen podrán beneficiarse de manera totalmente gratuita de las ventajas de este servicio dental. Posteriormente, una vez conocidas por lo asociados de Apromes estos servicios, se articulará su distribución para sus clientes de Comercio y Pymes.

En el segundo de ellos, todos los asociados y entidades colaboradoras contarán con un 6% de descuento en todos los viajes con sus touroperadores propios y un 6% de descuento con sus mayoristas preferentes contratando los viajes con 60 días de antelación. También ofrecerán viajes exclusivos con su producto Club Viajeros AM.

Nueva incorporación a Red Mediaria

Francisco Trejo Fernández de Montijo, de Badajoz, se ha incorporado a Red Mediaria, que continúa su proyecto de expansión afianzando su presencia en Extremadura. De esta manera, ya cuenta con 20 oficinas abiertas al público en Galicia, Castilla y León y Extremadura.

"Considero que unirme a Red Mediaria me reportará grandes beneficios: más seguridad, seré más competitivo y fortaleceré mi negocio para el futuro", ha destacado Trejo.

El 3 de abril Adecose elige a la Junta Directiva

Adecose ha convocado el proceso electoral para la renovación ordinaria de cargos a la Junta Directiva para el periodo 2019/2023. Las elecciones se celebrarán el miércoles 3 de abril de 2019 coincidiendo, como es habitual, con la celebración de la próxima Asamblea General Ordinaria y la entrega de los Premios Estrella.

El plazo de presentación de candidaturas ha finalizado el 4 de marzo. Tras la reforma de los estatutos de la asociación en abril de 2009, la nueva Junta se elige por un periodo de cuatro años. Se trata por tanto de unas elecciones ordinarias, ya que el anterior proceso de renovación se celebró en el año 2015.

En él podrán salir elegidas 15 corredurías, las más votadas del total de aquellas que se postulen a la elección de cargos, número que se corresponde con los miembros que componen la Junta Directiva de Adecose.

En otro orden de cosas, desde Adecose se congratulan de que el Congreso de los Diputados haya aprobado de forma definitiva la Ley reguladora de contratos de créditos inmobiliarios en el que se incluyen diferentes propuestas de la asociación.

En concreto, el texto recoge la aceptación por la entidad financiera de una póliza alternativa presentada por el cliente, sin que eso suponga un empeoramiento de las condiciones del préstamo, y se prohíbe que la entidad bancaria cobre gastos suplementarios al cliente por realizar un estudio comparativo de estos seguros alternativos.

Sin embargo, en este último trámite de la aprobación de la Ley Hipotecaria, el Congreso ha rechazado la enmienda transaccionada del PP y Ciudadanos, derivada de la propuesta de Adecose, que obliga a las entidades a ofrecer al cliente la posibilidad de contratar pólizas de carácter anual renovable. La asociación está sorprendida por la falta de sensibilidad en el Congreso al rechazar una medida que buscaba evitar que los consumidores se vieran limitados a pólizas de prima única y por diez años, haciendo imposible buscar mejores condiciones del seguro en las renovaciones.

Por otro lado, la delegación de Adecose (formada por Juan Ramón Pla, vocal extraordinario y presidente entrante de Bipar; Borja López-Chicheri, director gerente; y Marta Mariño, responsable de Relaciones Institucionales y Proyectos) asistió a la reunión semestral de la Federación Europea de Intermediarios de Seguros (Bipar). En ella se habló, entre otras cosas, del Brexit y sus consecuencias. Asimismo se presentó el manual sobre distribución transfronteriza que llevan a cabo los mediadores de seguros. La aplicación del Reglamento de Protección de Datos también ocupó un espacio importante durante la jornada pues se expusieron varias herramientas diseñadas para agentes y corredores con el fin de ayudar al cumplimiento normativo relativo a los datos.

Willis Towers Watson y Sagardoy Abogados se alían para ofrecer soluciones de previsión social complementaria

La Unidad de Retirement de Willis Towers Watson y Sagardoy Abogados han firmado una alianza para ofrecer estrategias integrales de previsión social complementaria y sus derivadas, promoviendo soluciones que logren mejorar las condiciones de empresas y empleados.

La presentación de soluciones conjuntas por parte del área de Retirement de Willis Towers Watson y Sagardoy Abogados permite optimizar costes y tiempo, así como evitar la duplicidad de tareas. Esta alianza supone la creación de equipos integrados multidisciplinares facilitando las sinergias entre el diseño jurídico y los cálculos técnicos.

Entre las diferentes áreas de negocio donde esta alianza va a poder prestar servicio, además de la previsión social, se encuentran las soluciones de redimensionamiento de plantilla, la remuneración a ejecutivos, la internacionalización y las fusiones y adquisiciones. Por otro lado, dos soluciones de Willis Towers Watson han recibido el premio de la publicación Insurance ERM: ResQ como 'Mejor solución para el análisis de las reservas' y Data Validator como 'Mejor solución para la gestión de datos'.

Coinbroker crece un 14,2% en 2018

Coinbroker ha celebrado su XVI Convención, en la que compartió sus resultados del 2018. El pasado año la correduría cerró con un volumen de primas intermediadas de 79,3 millones euros, lo que representa un incremento del 14,2% con respecto al año anterior.

Según indica la propia correduría, estas cifras son fruto del plan de acción, que sigue apostando por el crecimiento de la red comercial, a la que se han incorporado 8 nuevas oficinas distribuidas por todo el territorio nacional.

El objetivo para este año, enmarcado en el plan estratégico de 2019-2021, prevé un cierre con una facturación de 89 millones de euros, que se espera alcanzar por medio del desarrollo de las sucursales ya establecidas y de la implantación estratégica en diversas áreas geográficas en las que aún no tiene presencia.

Espabrok apostará de lleno por la implementación tecnológica en 2019

Espabrok ha aprovechado el marco de su primer Congreso Nacional de 2019, celebrado a primeros de febrero, para hacer balance del año 2018 y presentar la fuerte apuesta tecnológica a disposición de su red de distribución.

"Nos planteamos 2019 como un ejercicio para reforzar nuestra oferta de valor en tecnología a nuestra red de asociados con muchas iniciativas en marcha", declaraba Luis López Visús, director general de la asociación, quien destacó de 2018 los muy buenos resultados cosechados gracias a la fuerza de una marca (que transmite confianza, compromiso y fiabilidad), pero también por la fuerza del equipo.

Indicó que Espabrok ha alcanzado una facturación de 200 millones de euros, 87% en No Vida y 13% en Vida, con un crecimiento de cartera del 11%. Y su correduría propia intermedia ya 4,4 millones de euros en primas. En cuanto al mix de cartera, precisó que el 55% corresponde a Autos, mientras que el resto se reparte entre Multirriesgo (15%) y Empresas (30%). "Estamos trabajando en todos los planos de riesgo con asesoramiento de ramos técnicos. En este sentido, la actividad en este negocio ha crecido un 38%, con un ratio de conversión del 45%, cotizándose más de 2 millones de euros por la correduría de la central.

Han sumado 14 nuevas corredurías en 2018, y 3 nuevas en lo que llevamos de año (la última de ellas es Giralt & Moreno en Badajoz) conformando ya una red con 85 corredurías, en 11 provincias.

Con la vista puesta en 2019, los esfuerzos se dirigirán hacia el desarrollo de su intranet, de la nube I Cloud, del tarificador TarifEspabrok, así como una nueva herramienta de gestión de riesgos.

El cierre de las jornadas se realizó bajo el formato de 'Dialogando con el Consejo de Administración', donde se pusieron en común las distintas iniciativas de 2019 con una posterior escucha activa a su red de corredurías identificando nuevas oportunidades.

Posteriormente se celebró la VII edición del Premio Solidario Espabrok (ir a la sección Algo más que negocio) en la que Silvino Abella, presidente de esta asociación, no desaprovechó la ocasión para criticar "la carencia de apoyo por parte de las administraciones y poderes políticos" a la mediación profesional. No solo "obvian de forma importante nuestro valor y unidad social, sino que además parecen favorecer a quienes utilizan la coacción y el conocimiento del cliente por motivos ajenos al asegurador", afirmó. El presidente de Espabrok también se quejó de que "parece evidente que el nivel de exigencias legales y facilidades para disponer de presencia en el mercado es a la carta, y en función del peso social y el valor político que pueda tener cada figura".

Abella cree "no ser el único que considera que la nueva legislación no sólo genera una gran imprecisión sobre las diferentes figuras mediadoras, sino que además no proporciona las garantías necesarias para el cliente final". Es más, comentó "la gran imprecisión de las diferentes figuras mediadoras" y destacó "la permanente huida de los criterios técnicos, la reducción en el nivel de servicio y la masificación de figuras mediadoras como solución a las necesidades productivas".

Riescontrol ofrecerá soluciones aseguradoras a las estaciones de servicio de Pontevedra

El Grupo Alvariño, a través de su correduría de seguros Riescontrol, ofrecerá productos y servicios exclusivos y en condiciones preferentes en seguros y gestión de riesgos a las estaciones de servicio de la provincia de Pontevedra.

Riescontrol diseñará y ofertará a través de la Asociación Provincial de Empresarios de Estaciones de Servicio de Pontevedra (AEESP) a todas sus empresas integradas la gerencia de riesgos y su transferencia a la industria aseguradora, orientadas específicamente a la cobertura de los riesgos en estaciones de servicio y/o derivados de esta actividad, tanto pólizas de suscripción colectiva como seguros individuales adaptados a necesidades específicas que pudieran darse para una determinada firma asociada.

El Índice de Revalorización de las Pensiones (IRP) para el 2019 mejora los datos con respecto a los de hace un año. Si en 2018 este indicador se situaba en un –2,58%, el último informe presentado por el Observatorio de Pensiones de Willis Towers Watson y el Grupo de Investigación en Pensiones y Protección Social de la Universidad de Valencia y Extremadura, lo fija en un –2,38%. Tras la ejecución presupuestaria del tercer trimestre del 2018, los análisis permiten valorar como positivo este avance en el IRP para 2019.

Mejora levemente la salud financiera del sistema de pensiones para 2019

La mejora en el IRP adelantado para el 2019 indica un mejor escenario en el sistema de pensiones español como consecuencia de un aumento de gastos previsto para 2018 (4,7%) inferior al aumento de ingresos previsto (5,8%). Este saldo positivo ha sido posible por la novedosa transferencia corriente de casi 1.334 millones de euros del Estado, bajo el supuesto de que se consolidará en el futuro. En cualquier caso, el valor de -2,38% no deja de ser preocupante en lo que a sostenibilidad financiera del sistema de pensiones se refiere, sobre todo cuando la Administración contempla volver a situar al IPC como índice de revalorización, sin una clara estrategia de aumento de ingresos.

Reconocida la gestión empresarial de Cicor

AXA ha galardonado al broker Cicor como la 'Mejor gestión en empresas' en la Convención Anual de Corredores Partners organizada por la aseguradora. Se destaca la gran capacidad de la correduría en la intermediación y la aportación de soluciones para las partes.

Angelo de Benedetto, director general de Cicor, ha afirmado que "esta distinción nos fortalece: es garantía de estar haciendo bien nuestro trabajo". Miguel Ángel Cortés, director adjunto de Cicor, destacó el trabajo del conjunto de trabajadores de la correduría: "Este premio es de todos los que somos Cicor. Los que vimos nacer la correduría y conocimos etapas difíciles otorgamos doble valor a este reconocimiento y nos motiva para seguir trabajando".

En otro orden de cosas, Cicor, correduría especializada en el sector joyero, ha patrocinado el concurso de diseño de joyas organizado por Galería Kosmima, que fue presentado en Madrid Joya, el evento profesional de referencia, celebrado entre el 7 y el 10 de febrero.

Comienza el segundo bloque del curso superior en Gestión de Riesgos y Seguros

En febrero ha dado comienzo el segundo bloque del curso superior en Gestión de Riesgos y Seguros impulsado por Aprocose y el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia e impartido por Agers en la Escuela de Negocios de la Universidad Cardenal Herrera-CEU.

Este segundo bloque trata la parte de seguros en todas sus variantes con el objetivo de que los alumnos "conozcan las tareas para detectar posibles riesgos de naturaleza asegurable o no asegurable", como apunta Alicia Soler, gerente de Agers. Esta parte cuenta con un carácter práctico en el que la teoría se complementará con ejemplos.

La primera edición de este curso de posgrado acabará el 12 de abril, aunque Soler subraya que "empezamos a introducir al alumno en una forma diferente de entender el riesgo. Nuestra intención es ofrecer soporte a todos los alumnos que pasen por este modelo formativo y no dejarlos solos en su evolución profesional".

Esta actividad se enmarca en el objetivo fundacional de Aprocose que, según su presidente, Martín Julián Rojo, "es aportar a los corredores de seguros y al sector, conocimientos por el bien común del colectivo, así como asesorar a los clientes y que estos aprecien el valor de contratar a través de un corredor de seguros".

S4 adquiere la correduría Agtecse

S4 Correduría de Seguros y Gerencia de Riesgos ha adquirido la correduría Agtecse Mediadores, situada en Madrid, afianzando así su presencia en la capital española.

Agtecse pasa a formar parte del Grupo S4, que ha convertido Madrid en un punto estratégico para "llevar a cabo grandes proyectos que poco a poco iremos haciendo públicos", ha indicado Alfredo Blanco, director general de S4.

Por su parte, Manuel Fidalgo, director comercial de S4, está convencido de que "haremos grandes cosas en Madrid ya que trabajaremos para ofrecer la mejor gestión integral de los riesgos empresariales, incluyendo los servicios que se ofrecen desde el departamento de Consultoría Legal en materia de Protección de Datos, Corporate Compliance Program y Blanqueo de Capitales. Por supuesto, no nos olvidamos de los seguros de particulares y, en especial, aquellos que tienen que ver con la protección y cuidado de las personas".

Por otro lado, siguiendo con sus planes de expansión S4 y el corredor Ricardo Cagigas han inaugurado una nueva oficina en Almendralejo (Badajoz), afianzando su presencia en Extremadura.

En otro orden de cosas, la Asociación Bicos de Papel ha entregado a Grupo S4 un galardón como reconocimiento a su compromiso con la infancia y, en especial, con la investigación contra el cáncer infantil.

Grupo Intercor hace balance de 2018

En la reunión mensual de enero de Grupo Intercor, en la que se estudiaron posibles acuerdos de colaboración con distintas aseguradoras, se contrastaron las cifras de producción y cierre de 2018 en relación al objetivo anual propuesto, siendo muy satisfactorias en general.

Al final de la sesión, recibieron a la representación de Liberty, asistiendo la nueva directora Regional Centro Patricia Hernández, así como su antecesor en el cargo, Sergio Benito, y el director de zona Leonardo Alonso.

La derogación de la Ley del Alquiler dispara la demanda de seguros de Impago, según Arrenta QP

El vaivén jurídico que se ha producido por la aprobación y posterior derogación del Real Decreto Ley de Alquileres ha disparado la demanda de seguros de Impago del Alquiler, según está percibiendo Arrenta QP. El interés por estas pólizas reguladas que garantizan el cobro de las rentas en caso de impago es creciente, tanto entre propietarios, como inquilinos.

El sector del alquiler está viviendo una situación de desorientación después de que no se haya convalidado el Decreto Ley de Alquileres en el Congreso de los Diputados a finales de enero. Se está produciendo una situación de desorientación que está desviando la atención hacia los seguros de Impago del Alquiler, productos consolidados que garantizan plenamente las operaciones, beneficiosos tanto para los propietarios como los inquilinos. Así lo explican desde Arrenta QP, correduría del sector de Seguros de Impago del Alquiler: "desde la misma tarde en la que no se convalidó el Decreto Ley comenzamos a recibir peticiones constantes de información y percibir un aumento de contrataciones. Esperamos que febrero sea un mes récord en la contratación de seguros de Impago del Alquiler".

Ruiz Re Seguros, es la correduría de seguros que más pólizas vendió en enero de 2019 a través del software multitarificador Codeoscopic, según datos aportados por la propia entidad y los responsables del software.

La correduría Ruiz Re lidera la contratación de seguros a través de Codeoscopic

Ruiz Re nació en Lorca (Murcia) hace casi 50 años, pero hoy en día tiene presencia nacional con más de 30 puntos de atención al cliente en todo el país, lo que le está permitiendo alcanzar estas cifras de negocio.

Por otro lado, la correduría ha concluido su presencia en la Semana del Seguro 2019, en la que por su stand de la zona Espacios de Negocio han podido acercarse numerosos corredores. "Este año hemos querido transformar nuestro espacio en la feria en un tren de alta velocidad, en una clara alusión a cómo estamos siendo capaces de acelerar los negocios de los corredores que se integran con nosotros", han confesado desde Ruiz Re.

Uniteco alerta sobre las pólizas RC Profesional que no cumplen con las mínimas garantías

Uniteco Profesional ha alertado sobre la existencia de pólizas de Responsabilidad Civil que "no cumplen con las mínimas garantías de un seguro que debe cubrir indemnizaciones cada vez más altas".

Para la correduría, la situación actual está provocando una volatilidad muy alta con la entrada y salida de aseguradoras sin experiencia en Responsabilidad Civil Sanitaria.

El Baremo de Tráfico de 2016, que se utiliza por analogía en los casos médicos que llegan a los juzgados, ha provocado un aumento de las indemnizaciones por incapacidad y por muerte. Actualmente ya se están viendo sentencias superiores a los dos millones de euros, lo que está motivando la diáspora de aseguradoras y su retirada ha abierto un hueco que otras compañías y mutuas tratan de ocupar ofreciendo pólizas a precios 'sospechosamente' bajos a costa de reducir la protección del asegurado.

Juan Pablo Núñez, director de Desarrollo de Negocio y Clientes de Uniteco, ha señalado que "ésta es una vieja táctica comercial: se bajan los precios, se gana cuota de mercado, y cuando se tiene un volumen suficiente, se echa a los clientes menos rentables, subiéndoles el precio". "Estas empresas que ofrecen productos low-cost están jugando con las carreras y el patrimonio de los médicos, ya que no ofrecerán coberturas adecuadas cuando es necesario", ha lamentado Núñez.

En otro orden de cosas, la correduría ha ampliado las coberturas de su seguro de RC Profesional en dos aspectos que impactan en el patrimonio del médico. Se trata de la defensa ante expedientes disciplinarios en el ámbito privado y la ampliación de 18 a 30 meses de la garantía de subsidio por inhabilitación.

Gabriel Núñez, presidente de Uniteco Profesional, ha dicho que "con esta ampliación en las coberturas de RC Profesional protegemos mejor a médicos y dentistas".

Los colegiados coruñeses se forman sobre el coaseguro

Fernando Grela Rumbo, gerente territorial comercial de Pelayo Mutua de Seguros, ha estado en el Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña para impartir la segunda clase presencial del Curso Grupo B semipresencial, correspondiente a los temas 'La institución aseguradora, el coaseguro y el reaseguro'.

Esta acción formativa se ha organizado para facilitar a los mediadores el acceso al Grupo B de sus empleados y colaboradores antes del cambio de normativa, y así poder cumplir las exigencias de los programas de formación niveles 2 y 3, recogidos en la futura Ley de Distribución de Seguros y Reaseguros.

Los mediadores navarros aprenden a gestionar de forma positiva su actividad diaria

El Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra ha organizado la segunda jornada de coaching con la formadora Ana Apesteguía, que giró en torno a cómo gestionar de forma positiva los problemas que surgen en el día a día

Apesteguía incidió en la idea de que la actitud positiva pasa por ser realista con la situación y, a partir de ahí, actuar de la mejor forma posible: "Una persona con actitud positiva deber saber qué puede cambiar y aceptar aquello que no puede cambiar". En la jornada se trabajó en grupos, con el objetivo de definir y concretar la situación deseada, identificar las herramientas que uno tiene al alcance y planificar las acciones para acercarse a la situación deseada.

Así, los asistentes se agruparon para debatir sobre la sensación de inmediatez, la frustración por no poder resolver situaciones que no dependen de uno mismo, el enfado del cliente ante hechos no cubiertos por el seguro, la sensación de hacer el trabajo de terceros y la presión de sentirse imprescindible.

Por otro lado, el Colegio de Navarra, bajo el eslogan 'Te recibimos como en casa', ha lanzado una campaña en redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn y YouTube) para dar a conocer el organismo a un mayor número de personas. A través de vídeos y diverso material multimedia, se explica qué es el Colegio, cuál es su función y por qué es importante la colegiación, entre otros aspectos.

Los colegiados de Córdoba, Huelva y Sevilla reciben formación sobre la Ley de la Mediación

Representantes de la AIE Pool de RC Corredores de Seguros han celebrado dos sesiones formativas, una de ellas en la sede de los Colegios de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla, y la segunda en el Hotel Ayre de Córdoba, para que los colegiados aprendieran más sobre la actividad del sector bajo la Ley de la Mediación.

Para ello se contó con la presencia de Óscar Bustos y Miguel Lanchares, gerente y responsable de Siniestros de la entidad, que explicaron algunos datos de interés para los colegios, como estadísticas sobre errores que se producen en todos los tipos de seguros, número de frecuencia siniestral en España y Andalucía, o tendencias sobre ingresos, asegurados y siniestros.

Ana de Gregorio, nueva directora de la Unidad de Grandes Cuentas de Industria y Servicios de March JLT

March JLT ha incorporado a su equipo a Ana de Gregorio Garnica como directora de la Unidad de Grandes Cuentas de Industria y Servicios.

Licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid también posee un Máster en Derecho Comunitario por la Universidad Antonio de Nebrija. Además, De Gregorio cuenta con más de dos décadas de experiencia en el sector asegurador.

Esta incorporación se produce tras una reestructuración de algunas de las principales áreas de la compañía, con la finalidad de potenciar este negocio se ha reforzado la Unidad de Grandes Cuentas de Flotas, bajo la dirección de Álvaro de Olazábal, antiguo director de la Unidad de Grandes Cuentas de Industria y Servicios, quien a su vez asume la Dirección Territorial del área Expansión (Madrid, Norte, Levante, Andalucía y Canarias).

Adicionalmente y por los mismos motivos, la dirección de Unidad Grandes Cuentas de Ocio y Turismo y la Dirección Territorial de Baleares y Cataluña recae sobre Jaime Nicolau, anterior director de Middle Market de la compañía.

La herramienta Iverfy, reconocida con el premio Gema 2019

La correduría Iverfy ha sido galardonada con el premio Gema en la categoría de Emprendimiento que ha clausurado la XXVI de la Semana del Seguro, por su herramienta Iverfy Wallet.

Iverfy Wallet nace desde la mediación con la voluntad de ser una herramienta de ayuda útil para la propia mediación. En este sentido, y desde el principio, ha sido diseñada para encajar perfectamente en una propuesta colaborativa abierta a cualquier mediador, una propuesta disruptiva y absolutamente innovadora que desde la premisa del *win-win*, ha sido pensada para dar respuesta a todas las cuestiones sensibles que los mediadores quieren salvaguardar, y a todos los desafíos, las dudas y las incertidumbres que la irrupción tecnológica plantea en el sector.

El Colegio de Zaragoza y Teruel presenta el proyecto de atracción de talento Sum@t

A mediados de febrero, el Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza y Teruel presentó las claves de la iniciativa Sum@t, un proyecto encaminado a atraer talento, servir de altavoz y dar a conocer la actividad de la institución entre los más jóvenes del sector.

José Luis Mañero, presidente del Colegio de Zaragoza y Teruel, cree que "esta iniciativa es vital para el futuro de la institución. Para que los jóvenes sepan todo lo que el Colegio puede hacer por ellos y que se impliquen en su funcionamiento". También estuvieron presentes los responsables del proyecto, Esperanza Santiago y Jorge Belsué que incidieron en que se pretende que sea un producto vivo en el que se puedan proponer ideas y actividades nuevas.

Sum@t está enfocado en el relevo generacional y tiene como objetivos principales establecer un acercamiento, fomentar la profesionalización y ser un espacio de reflexión entre los jóvenes.

Por otro lado, gracias al asesoramiento del Colegio de Zaragoza y Teruel se ha conseguido una sentencia favorable para el cliente de un colegiado afectado por un abuso de su entidad bancaria. El magistrado ha fallado a favor del demandante, a quien Ibercaja había impedido devolver un recibo de una póliza de Autos.

Con anterioridad al juicio, el Banco de España dictó una resolución que estimaba que la actuación de Ibercaja era "contraria a las buenas prácticas y usos financieros". Pese a ello, se negó a devolver el recibo de su cliente, obligando a éste a tomar la vía judicial.

Centerbrok incorpora cuatro nuevas correduría a su red

Centerbrok, que en la actualidad cuenta con 64 miembros en su red territorial, continúa su proceso de expansión incorporando correduría: Seguralia Astur (Gijón), López Olarán (Valencia), Asenor (Salamanca) y Asimac (Pontevedra).

"Hemos cerrado un ejercicio excelente y vamos a repetirlo en 2019 donde nos centraremos en la mejora permanente de nuestros servicios, la integración de carteras en Centernet y el desarrollo de las franquicias a través del modelo 'La central franquicias' sin descartar operaciones de crecimiento inorgánico mediante compras o alianzas comerciales", ha destacado Mariano Gómez, presidente de Centerbrok.

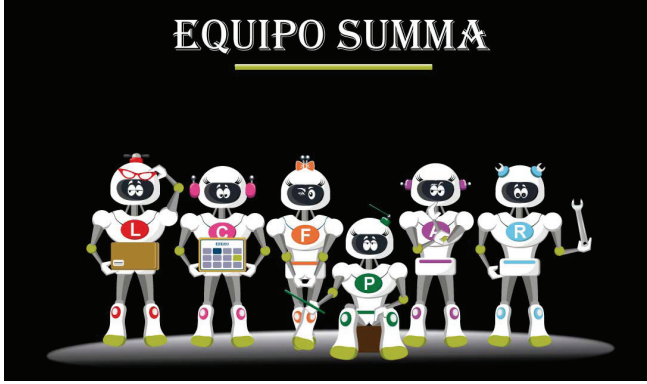
ACS-CV apuesta por la mejora de las habilidades comerciales de sus asociados

Los corredores valencianos apuestan por la mejora de sus habilidades comerciales, como se ha constatado en el curso 'Oportunidades comerciales proactivas', organizado por la Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV).

El taller, que impartió Pablo Surdo, consultor de Dextra Consultores, supuso una continuidad de la jornada desarrollada el pasado mes de noviembre, y profundizó en cuestiones no abordadas con anterioridad.

Esta acción formativa tuvo como objetivo continuar con el desarrollo de una actitud proactiva hacia el "rol comercial" dentro de las oficinas, además de incorporar nuevos conocimientos y habilidades para aprovechar las distintas oportunidades comerciales que se dan en las oficinas como la venta cruzada, llamadas de fidelización y actualización de bases de datos o llamadas a "clientes amigos".

Por otro lado, ACS-CV ha comenzado el año incorporando cuatro nuevas correduría a su colectivo de las provincias de Alicante y Valencia. Los nuevos corredores que se han unido a la asociación son Hilario Gimeno, de Valencia; José Redondo Gómez, de Sagunto; Dorado Seguros, de Valencia; y Oleza 2014,



Summa ha dado a conocer a su red de oficinas sus sistemas de robótica aplicados a la mediación. De momento son seis robots diferentes que, desde hace un año, la correduría utiliza como parte de la automatización, racionalización y simplificación de los procesos internos de manera completamente autónoma permitiendo la eliminación de errores y tareas repetitivas, mejorando sustancialmente la eficacia de los empleados al poderse centrar en actividades más cualificadas y de mayor valor, siempre relacionadas con la proximidad y las relaciones con el cliente.

La correduría Summa presenta sus sistemas de robótica aplicados a la mediación

Esos robots, con sus algoritmos, son capaces de generar más de 50 acciones destinadas a conseguir, no solo interactuar con el cliente más frecuentemente, cuando, como y donde quiere, estar más cerca de él e interactuar con más frecuencia, sino que además son capaces de llegar al corazón de cada cliente, hacerle sentir realmente único y levantar emociones.

La utilización de robots unida a las acciones de marketing proactivo, crean experiencias en el cliente que consiguen atraerle hacía la correduría poniendo en valor el servicio frente a as-

Francisco José Cáceres y Santiago Macho se postulan como presidentes de Aunna Asociación

Francisco José Cáceres y Santiago Macho son los dos candidatos que se presentarán a las elecciónes que Aunna Asociación celebrará el 14 de marzo para designar la Junta Directiva que estará al frente de la organización durante los próximos cuatro años.

El pasado 22 de febrero terminó el plazo de presentación de candidatos a conformar este órgano de gobierno de la asociación y se recibieron dos candidaturas.

Por otro orden de cosas, el responsable del Área Legal de Aunna, Justo Arroyo, ha impartido la charla 'Visión general de la nueva Ley de Distribución de Seguros y casos prácticos'. En ella se explicó el impacto de la IDD y se aclararon todas las dudas que la misma sigue generando entre el colectivo de mediadores.

Se hizo un recorrido por todos los cambios que implica la nueva ley -desde el concepto de mediación y distribución, a la formación, la remuneración…-, poniendo el foco en las cuestiones que afectan al día a día del mediador, y especialmente del pequeño y mediano corredor, y ofreciendo recomendaciones precisas acerca de las nuevas obligaciones informativas para los clientes, el uso de las dos cuentas diferenciadas, las distintas formas de venta según el tipo de producto o la nueva situación de los colaboradores externos, entre otras.

Sum Broker gana el premio Gema 2019 de Marketing y Comunicación

El jurado de los Premios Gema, que distinguen a los proyectos innovadores en el sector asegurador, ha querido destacar el modelo de negocio innovador, tecnológico y digital de Sum Broker en la categoría de Marketing y Comunicación.

En marketing y comunicación de Sum Broker se trabaja en una estrategia de empoderamiento individual de cada cliente. Todas las acciones se enfocan a nichos de población lo más definidos posibles y, en el caso de la atención, a clientes concretos con nombres y apellidos, problemas particulares y ofreciendo soluciones adaptadas a cada uno de ellos. El cliente "es único y así lo entendemos en todos los procesos y puntos de contacto que tenemos con ellos", comenta Balsa.

Los colegiados de Barcelona aprenden a digitalizar sus corredurías

Los miembros del Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona se han reunido en la jornada 'Herramientas clave para la digitalización de tu correduría', organizada por Arag y la Fundación Auditorium para conocer las últimas tendencias sobre aplicaciones digitales y servicios que existen en el mercado asegurador español y cómo puede el corredor de seguros aplicar estas herramientas en su correduría.

Con más de 12 años de experiencia en el sector seguros, Sara Benslaiman, consultora estratégica y directora de seguros en Forcemanager, ha comentado a los colegiados que "lo primero que hay que hacer es entender y asimilar qué hay detrás de la transformación digital y definir las funciones propias de la correduría". Para ello, ha apuntado, "siempre es mejor hacerlo con la colaboración de las aseguradoras y también a través de los colegios profesionales y del Consejo General".

Benslaiman ha apuntado que "el reto que tienen a nivel digital los corredores no está tan centrado en captar clientes, sino en mantener una buena y sólida relación con los que tienen y esto significa ser más proactivos". Se trata, ha indicado, "de estar cerca de ellos, no sólo cuando se debe renovar la póliza, sino en otros espacios en los que ahora no estamos presentes".

Benslaiman ha recordado que "insurtech no significa captar leads online y cerrar la venta offline sino que se trata de ser capaces de mejorar procesos utilizando tecnologías que nos hagan ser más eficaces".

PREMIOS PREVER 2018
XXª Jornadas Técnicas de Prevención de Riesgos Laborales y Responsabilidad Social

CGRICT

Reconocida la labor en prevención de riesgos laborales de Coseba 1986

José Clavellinas Serrano, presidente ejecutivo de Coseba 1986, ha sido reconocido con la Medalla de Oro al Mérito Profesional de las Relaciones Industriales y las Ciencias del Trabajo con Distintivo Rojo en los XX Premios Nacionales e Internacionales de Prevención 'Prever 2018'.

La jornada de entrega de este galardón, que se concede anualmente en diferentes categorías, se realizó en Bilbao el 1 y 2 de marzo.

El Colegio de Lérida recibe los primeros productos de su campaña de recogida de material de oficina e informática

El Colegio de Mediadores de Seguros de Lérida está recibiendo productos de su campaña de recogida de material de oficina e informática en buen estado, que pueden tener un segundo uso para Prosec.

En menos de un mes, se ha recogido libretas, bolígrafos, material de papelería vario, teclados y ratones de ordenador, carpetas, archivadores, bolsas, incluso paraguas. La campaña durará hasta finales de marzo. Cualquiera que esté interesado en participar aportando material puede ponerse en contacto con el Colegio. La acción está abierta a colegiados y sus respectivos clientes.

S4 Correduría de Seguros y Gerencia de Riesgos recaudó 7.004,73 euros en su 6º Concierto Solidario de Navidad 'Por ellos', celebrado el 20 de diciembre. La cifra se donará a partes iguales a Bicos de Papel y a la Asociación de Iniciativa Social Berce.

El 6º Concierto Solidario de Navidad de S4 recauda más de 7.000 euros

Este evento tuvo este año un matiz especial ya que, por primera vez, "se organizó por y para la infancia", ha indicado Jessica Fernández, responsable de Comunicación en S4.

La cantidad recaudada para Bicos de Papel se destinará a "la construcción de un parque en el Hospital Álvaro Cunqueiro, un espacio pensado para estos niños y niñas, de uso exclusivo para ellos".

En la Asociación de Iniciativa Social Berce, un 50% de la cantidad se destinará a un proyecto de investigación contra el cáncer infantil y el otro 50% se invertirá en el proyecto 'Sonrisas por tiritas' para dar más calidad al trabajo que sus 'doctores' prestan cada semana en el hospital.

La Fundación 'Uno entre cien mil' recibe el Premio Solidario Espabrok

La VII edición del Premio Solidario Espabrok ha recaído este año sobre la Fundación 'Uno entre cien mil' dedicada al estudio de la leucemia infantil. Su aportación a la causa supone 17.280 minutos de investigación.

Silvino Abella, presidente de Espabrok, señaló lo difícil que fue descartar las 241 iniciativas que se presentaron junto a la fundación ganadora 'Uno entre cien mil'.

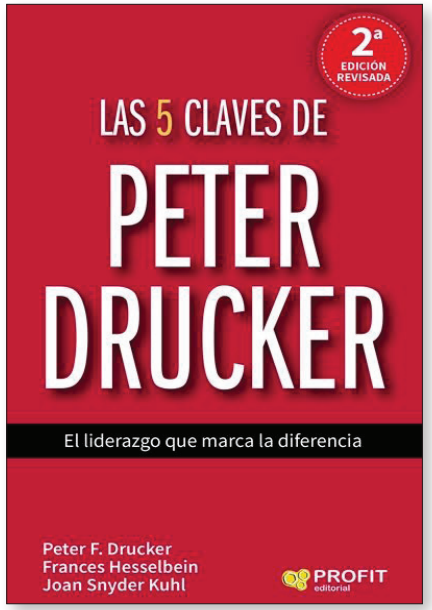
Comunicación eficaz y presentaciones inteligentes

Superar el miedo escénico

Alejandro Blanco Pastor

Editorial: Pirámide
Precio: 15,30 € libro impreso

Hoy, más que nunca, necesitamos comunicar con eficacia y realizar presentaciones de gran impacto para alcanzar muchos de nuestros objetivos. En este libro encontraremos todo lo que debemos saber para lograrlo. A través de sus páginas aprenderemos a: Utilizar el lenguaje verbal y no verbal; Planificar y diseñar presentaciones con las que seducir a la audiencia; Manejar las emociones; Controlar el miedo escénico; Poner en práctica las modernas técnicas de la oratoria contemporánea que nos permitirán obtener un alto nivel de convicción. Una obra altamente recomendable para todos los interesados en el arte de la comunicación y las presentaciones.



Las 5 claves de Peter Drucker

El liderazgo que marca la diferencia

Peter F. Drucker / Frances Hesselbein / Joan Snyder Kuhl

Editorial: Bresca
Precio: 14,11 € libro impreso

Las técnicas de uno de los mayores gurús del siglo XX sobre el liderazgo y la gestión empresarial actual. Este libro es la solución para los líderes de hoy y para aquellos que esperan serlo y quieren contar con métodos de gestión simples que les guíen para entender sus acciones, el por qué y qué deben hacer para conseguir el éxito. Las 5 claves de Peter Drucker les ayudará a tener nuevos puntos de vista y a desarrollar una estructura sólida sobre la que construir un futuro de éxito, para ellos y sus empresas. Abordando con intensidad estas cinco claves, los líderes podrán identificar sus fortalezas, sus retos, potenciar la innovación, aceptar y atender las sugerencias de los consumidores, identificar tendencias y oportunidades más allá de la organización, impulsar un cambio planificado y obtener unos mejores resultados.

Suscribirse gratis a la revista
Descargar Nº 10 en PDF

INFORMACIÓN RELEVANTE PARA PYMES Y AUTÓNOMOS

A DIARIO

Accede a las noticias que te interesan en:

WWW.PYMESEGUROS.COM

Preventiva
Seguros

AFIN.2

Asistencia Familiar Integral

Decesos
Accidentes
Hogar
Vida

Más fácil, más cómodo, todos tus seguros en una póliza y en un solo recibo.

Infórmate en el
900 20 30 10

preventiva.com