Premio San Francisco Javier de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Número 89 Noviembre 2019

www.pymeseguros.com

Visión de experto
Pedro Jodar, director de Vida Empresas del Grupo Euro-Center
Crecimiento exponencial en los seguros de Vida ahorro

Punto de encuentro
La Ley de Distribución exigirá que la formación continua de los corredores sea evaluable

Más a fondo
El uso adecuado del Big Data aporta ventajas al sector asegurador

In situ
La innovación debe aportar negocio y rentabilidad

Fernando López Morón, director de desarrollo de negocio canal corredores de Mapfre España

La EXPECTATIVA de una recesión económica puede incitar al ahorro

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

¿Puede la desaceleración económica potenciar el negocio de Vida Ahorro?

Son constantes los rumores de que estamos en puertas de una desaceleración económica. Si eso ocurre, lejos de pensar en que puede afectar al ahorro destinado a la previsión social de forma negativa, las experiencias pasadas indican que la expectativa de una recesión económica puede incitar al ahorro (Ver **Hablando claro**). Pero hay que saber aprovechar esas circunstancias para fomentar el ahorro periódico con métodos sencillos e innovadores, que faciliten la acumulación de un capital a futuro pensando en clientes cada vez más jóvenes.

Para captarles es necesario que las correduría y las aseguradoras opten por la tecnología. Pero hay que tener claro que la digitalización no significa despersonalización. Las máquinas tienen que estar al servicio de los corredores. Hay que utilizar la tecnologia para ser más ágiles y efectivos. En cualquier tipo de innovación se tiene que aportar negocio y rentabilidad a la empresa que la adopta (Ver **In situ**).

Se debe de huir de esas inversiones de las que no se obtiene rendimiento porque el 43% de las empresas no son capaces de sacar el máximo partido de la información que tienen y un 23% no extraen ningún tipo de beneficio de esos datos que recoge (Ver **Más a fondo**). El uso adecuado del Big Data en el entorno asegurador permite: la detección del fraude; el análisis y tarificación del riesgo; y la fidelización del cliente, según se expone en el informe 'Las aplicaciones del Big Data en el ámbito asegurador y el tratamiento legal de sus datos' elaborado por Alfonso Ortega y patrocinado por Fundación Mapfre.

Además de esa inversión, para hacer buen uso de toda la tecnología que se utiliza es necesaria una buena formación. No hay que olvidar que la próxima legislación de Distribución de Seguros establece, por primera vez, la formación continua evaluable para los corredores de seguros. Hasta el punto de que el que no la cumpla, se quedará fuera del negocio (Ver **Punto de encuentro**).

Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Staff

Directora
Carmen Peña
carmen@pymeseguros.com

Periodista
Aitana Prieto
aitana@pymeseguros.com

Área Comercial
Carmen Paramio
616 468 849
carmen2@pymeseguros.com

Diseño y maquetación
Estudio 9C

Fotógrafa
Irene Medina

Banco De Imágenes
Fotolia

06 Hablando claro
Fernando López Morón, director de desarrollo de negocio canal corredores de Mapfre España. La expectativa de una recesión económica puede incitar al ahorro

12 Visión de experto
Pedro Jodar, director de Vida Empresas del Grupo Euro-Center. Crecimiento exponencial en los seguros de Vida ahorro

PymeSeguros Revista online para corredores y correduría
Número 89 { **Noviembre 2019** }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

03 Editorial
¿Puede la desaceleración económica potenciar el negocio de Vida Ahorro?

44 Productos
Los últimos seguros del mercado

48 Al día economía
Noticias económicas que interesan a las pymes

50 Al día seguros
Noticias del sector asegurador

80 Al día distribución
Noticias de los corredores de seguros

102 Algo más que negocio
Acciones de RSC realizadas por corredores

104 Rincón de lectura
Libros útiles para la empresa

16 Punto de encuentro
La Ley de Distribución exigirá que la formación continua de los corredores sea evaluable

22 Más a fondo
El uso adecuado del Big Data aporta ventajas al sector asegurador

28 In situ Fecor
La innovación debe aportar negocio y rentabilidad

36 In situ Adecose
La DGSF recibió apenas 71 reclamaciones a los mediadores el año pasado

42 Empresa segura
Empresas: oportunidad aseguradora

Fernando López Morón, director de desarrollo de negocio canal corredores de Mapfre España

La expectativa de una recesión económica puede **INCITAR** al ahorro

Son constantes los rumores de que estamos en puertas de una desaceleración económica. Fernando López Morón, director de desarrollo de negocio canal corredores de Mapfre España, afirma que si eso ocurre, lejos de pensar en que puede afectar al ahorro destinado a la previsión social de forma negativa, "las experiencias pasadas nos indican que la expectativa de una recesión económica puede incitar al ahorro". Ahora, hay que saber aprovechar esas circunstancias para fomentar el ahorro periódico con métodos sencillos e innovadores, que faciliten la acumulación de un capital a futuro pensando en clientes cada vez más jóvenes.

¿Cuál es su valoración sobre lo que está ocurriendo en el seguro de Vida Ahorro este año?

En los últimos años nos hemos enfrentado a una situación cambiante, sobre todo respecto a los tipos de interés. La evolución a la baja de los rendimientos que genera el mercado ha hecho que las compañías nos tengamos que adaptar a una realidad que nos hace cambiar la forma tradicional de ofrecer y gestionar nuestros productos de ahorro. Asimismo, nos hemos adecuado a una oferta donde el asesoramiento y el tipo de productos juegan un papel clave.

¿Por qué el ramo de Vida Ahorro no acaba de despegar?

Son muchas las variables asociadas a los productos de este ramo donde entran en juego diferentes casuísticas que afectan al desarrollo de estos productos. Bajos tipos de interés, escasa conciencia de previsión, salarios contenidos entre los jóvenes, que les dificultan el ahorro, desconocimiento del efecto de la situación demográfica y del sistema de pensiones para el futuro, entre otros factores.

A pesar de todas estas dificultades, seguimos trabajando otras soluciones de ahorro donde entran en escena rentabilidades variables que deberán interiorizar los clientes con los posibles riesgos que deriven. Desde Mapfre mantendremos para el cliente una total transparencia sobre las condiciones y garantías de nuestros productos y la adecuación de los mismos a su perfil inversor, a la vez que velaremos en todo momento por el cumplimiento de la normativa PRIIPS y de las recomendaciones de Unespa al sector.

El Producto Paneuropeo de Pensiones (PEPP), diseñado por Eiopa, no estará funcionando en Europa antes de 2022

En paralelo, se deberá trabajar con herramientas y soluciones digitales teniendo en cuenta que los clientes cada vez son más digitales y tienen necesidades de información inmediata porque para ellos es vital. Igualmente desde las aseguradoras debemos ser aliados para fomentar el ahorro periódico con métodos sencillos e innovadores, que faciliten la acumulación de un capital a futuro pensando en clientes cada vez más jóvenes.

Se habla de una posible recesión económica. ¿Cómo puede influir eso en el seguro de Vida Ahorro?

Quizá la apariencia nos lleve a pensar que si se produce una desaceleración que afecte a la capacidad económica de los españoles, el ahorro destinado a este tipo de productos disminuirá en consecuencia. En cambio, experiencias pasadas nos indican que la expectativa de una recesión económica puede incitar al ahorro. Precisamente esta preocupación puede llevar a una disminución del consumo, aumentando así la posibilidad de inversión. En esta situación, tras haber satisfecho

las necesidades de consumo básicas u obligadas, la precaución puede conducir a recurrir al ahorro como forma de cubrirse ante la posible situación venidera.

¿Cómo ha cambiado el mercado en los productos de Vida ahorro y pensiones en los últimos años?

La población cada vez está más concienciada de la importancia del ahorro y de la situación económica a la que se enfrentará tras el momento de la jubilación. El gap entre el último salario percibido antes del momento de la jubilación y la primera prestación recibida, es cada vez mayor. Esto genera una preocupación que está presente en la generación próxima a jubilarse, y cada vez más, en las generaciones más jóvenes, las cuales son más conocedoras de las dificultades a las que tendrán que enfrentarse para mantener el nivel de ingresos previos a la jubilación. Esto se traduce en un mayor interés en productos enfocados al ahorro para ese momento. El reto futuro estará en evolucionar modalidades de producto que apliquen algún tipo de guiño a la rentabilidad

En función de la edad de contratación las rentas vitalicias pueden llegar a tener una exención del 92%

variable para otorgar intereses más atractivos a los asegurados. Asimismo, las ventajas fiscales y la planificación de complemento a pensiones que suponen los seguros de rentas, hacen que el ahorrador se decante por ellos a la hora de percibir su dinero.

¿Cuáles son los retos de futuro del ramo de Vida Ahorro?

Para nosotros sigue siendo fundamental fomentar el ahorro para complementar las pensiones, y este es un reto y una responsabilidad por nuestra parte. Seguiremos ofreciendo productos que den soluciones a los ahorradores en función de su edad, perfil de riesgo y capacidad de ahorro.

Bien es cierto que estamos condicionados por el nivel de tipos de interés. Los productos que estamos vendiendo con más éxito como soluciones individuales son los productos Unit Linked con subyacente de renta variable y distintos formatos en cuanto a duración, activo referenciado y nivel de riesgo que asume el tomador de la póliza. Estos productos los estamos comercializando, tanto para aportaciones a prima única, como para

aportaciones a prima periódica. Seguiremos desarrollando y ofreciendo productos en esta línea.También las Rentas Vitalicias suponen una solución con alta demanda por el complemento a ingresos que suponen y por las ventajas fiscales que tienen atribuidas.

Por último, es fundamental seguir desarrollando el "segundo pilar" en el ámbito empresarial, que consiste en fomentar la aportación tanto de empresas como de trabajadores a un sistema de ahorro finalista para complementar las prestaciones públicas de la Seguridad Social.

Precisamente desde Unespa se está informando sobre las ventajas de los seguros de Rentas Vitalicias…

Las modalidades de Rentas Vitalicias encajan con clientes que dispongan de un capital (obtenido por la venta de inmuebles, fondos de inversión u otro tipo de activos como acciones, etc.) y quieran diferir su cobro en el tiempo de forma vitalicia, con un interés garantizado y sin asumir riesgos, permitiéndole mantener su nivel de vida y complementando su pensión de jubilación. Plantean una solución muy acertada para clientes con perfil óptimo, mayor de 65 años.

En función de la edad de contratación pueden llegar a tener una exención del 92%, lo que los hace sumamente atractivos y, desde el punto de vista financiero, más interesantes que un ahorro en un producto tradicional de renta fija.

Las rentas vitalicias parecen que son una solución para los activos inmobiliarios…

La venta de un inmueble es una alternativa. Las plusvalías que se generan por la venta de un piso para mayores de 65 años, con un máximo de 240.000 euros y que se reinviertan en el plazo máximo de 6 meses en una renta vitalicia, no están sujetas a la retención del IRPF por esa venta.

Esa renta, evidentemente, puede servir para complementar la pensión o garantizar un nivel de gasto o nivel de vida, al margen de lo que hagan los mercados financieros. Se trata de una alternativa para optimizar fiscalmente el patrimonio.

Las compañías nos tenemos que adaptar a una realidad que nos hace cambiar la forma tradicional de ofrecer y gestionar nuestros productos de ahorro

¿Cuándo cree que será una realidad en España el Producto Paneuropeo de Pensiones (PEPP), diseñado por Eiopa como un producto de acumulación de aportación definida puro?

Los PEPP vienen a incentivar los sistemas privados de pensiones en el entorno económico europeo, dando respuesta a la necesidad de movilización de derechos en el marco de la libre prestación de servicios. De esta forma se persigue incentivar el ahorro privado que complemente las pensiones públicas con produc-

VIDA DOTA AL CORREDOR DE PROFESIONALIZACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN

Para Fernando López Morón, director de desarrollo de negocio del canal corredores de Mapfre España, "el ramo de Vida dota al corredor de una profesionalización y especialización que es necesaria para el tipo de soluciones que demandan los clientes en la actualidad". Para conseguirlo, Mapfre les ofrece "un amplio catálogo de productos que se adapta a las necesidades a medida de cualquiera, tanto particulares como empresas. Además de un apoyo constante por parte de una red de profesionales que solo piensan en soluciones para corredores". López piensa que "el ramo de ahorro requiere para su comercialización constancia y dedicación. Por eso desde Mapfre pedimos compromiso de los corredores". Para adquirir las habilidades y conocimientos específicos que se precisa para la comercialización de este ramo, "en Mapfre contamos con los recursos y soportes necesarios para mantener esos conocimientos y habilidades de los mediadores al día".

tos sencillos, seguros y transparentes para los consumidores. Esto permite la consolidación de un mercado de pensiones individuales a nivel europeo y aumenta las inversiones en los mercados de capitales.

No obstante, aún existen aspectos que resolver, como el desarrollo del reglamento, por el Parlamento Europeo, a través de normas técnicas de regulación o las adaptaciones a la normativa nacional en materia contractual, social, laboral y, sobre todo, tributaria. Por ello, estimamos que no antes de 2022 podremos ver funcionando estos productos en Europa.

En cualquier caso, no se trata de un producto que vaya a sustituir a los instrumentos de previsión social que tenemos actualmente en el mercado español, sino que los complementará dentro del marco regulatorio nacional que se establezca.

Las insurtech están promoviendo el ahorro ligado al consumo. ¿Cree que ese será el futuro?

Está claro que este tipo de iniciativas son un acierto para la educación financiera del consumidor. Se trata de una propuesta atractiva y que incentiva el ahorro de una forma fácil y directa. Puede que esto se convierta en una tendencia, sobre todo entre los jóvenes, a los que les resulta más difícil ahorrar y no tanto consumir. Es una forma de acumular "sin darte cuenta". Ciertamente puede ser una medida de futuro para llevar a cabo un ahorro efectivo entre la población.

¿Qué se necesita para desarrollar los Planes de Previsión Empresarial (PPSE)?

Suponen una alternativa más para las empresas con el aliciente de contar con rentabilidades aseguradas. Pero para su desarrollo entendemos que se precisa un amplio consenso de los agentes sociales para conseguir una implantación efectiva de los PPSEs en las pymes.

¿Qué incentivos propone para que se desarrolle las aportaciones de las pymes a los planes de ahorro previsión de sus empleados?

Creemos que una potenciación de las ventajas fiscales y un marco legal estable ayudarían en dicho desarrollo. Las aportaciones a los distintos sistemas de previsión pueden dar a la empresa la solución a muchos problemas planteados y que son difíciles de resolver con otras medidas: ventaja fiscal, retención de un empleado clave, incrementar productividad de los empleados, rejuvenecer la plantilla o fidelizar e incrementar el sentido de pertenencia a la empresa.

Según el informe "Seguros y planes de pensiones. 2018", elaborado por la DGSFP con los datos de la DEC de 2017 los corredores ha sufrido una ligera subida en las pólizas de Vida pasando a intermediar el 6,91% de las primas, frente al 6,57% del año anterior, crecimiento que también se ha apreciado en la nueva producción (del 5,57% al 6,09%). ¿Cómo interpreta estas cifras?

Este incremento parece lógico dada la importancia que está cobrando este tipo de mediación en todas las organizaciones aseguradoras, tratándose de una red de comercialización que tiene un contacto muy directo con pymes y grupos empresariales adscritos a convenios que exigen coberturas relacionadas con la previsión social empresarial. También en Mapfre estamos experimentando esta misma tendencia.

En la oferta de los seguros de Vida Ahorro el asesoramiento y el tipo de productos juegan un papel clave

¿Qué volumen del negocio de Vida Ahorro de Mapfre se distribuye a través de los corredores?

En 2019 han supuesto más del 25%, superando las expectativas y los datos de los últimos años.

¿Cómo se va a solucionar el hecho de que con la IDD los unit linked no se puedan comercializar con comisiones, solo con honorarios, teniendo en cuenta que la mayoría de los corredores trabajan por comisiones?

Lo que puedo decir al respecto es que en Mapfre seguiremos la normativa relativa a la comercialización y retribución de los Unit Linked.

Carmen Peña

Hoy en día el consumidor está más concienciado del ahorro y eligen productos que ofrezcan seguridad a sus inversiones. "Esa evolución de los seguros Vida ahorro en el sector asegurador está teniendo un crecimiento exponencial" afirma Pedro Jodar, director de Vida Empresas del Grupo Euro-Center. Sin embargo señala un problema que afecta a este ramo y tiene difícil solución: "la falta de retribución o la retribución insuficiente, sin que penalice la baja rentabilidad que los mercados ofrecen a estos productos financieros".

Pedro Jodar, director de Vida Empresas del Grupo Euro-Center

Crecimiento **EXPONENCIAL** en los seguros de Vida ahorro

La inquietud e incertidumbre que se vive hoy sobre si tendremos una retribución a la hora de nuestra jubilación está siendo un revulsivo para el negocio de Vida ahorro. Eso hace que, según Pedro Jodar, director de Vida Empresas del Grupo Euro-Center, "la evolución de los seguros Vida ahorro en el sector asegurador esté teniendo un crecimiento exponencial".

Para Jodar, "los cambios de legislatura, los movimientos del sector y los constantes vaivenes que

sufre el mercado, no solo el asegurador, hace que este ramo sea uno de los más apasionante de nuestro sector". Una vez que tuvo claro que su carrera profesional estaba en Seguros, fue consciente de que "para tener una cartera estable en este sector has de tener asegurados integrales y una cartera compensada". Para conseguirlo es vital que "el asegurado permita que tú controles su Vida, Salud y ahorros porque ese cliente siempre estará contigo. Para poder ofrecerles un valor diferencial ante la competencia hay que estar preparado para ello". Tiene un claro objetivo: "Conseguir que nuestros asegurados planifiquen su jubilación con la debida antelación y concediendo la importancia que un asunto como este merece".

El mayor valor añadido que pueden aportar los corredores es su continua formación, su dedicación y su profesionalidad en aras a conseguir los mejores resultados para nuestros asegurados

Las previsiones del Grupo Euro-Center para 2020 son "continuar con nuestra especialización en Vida, tanto riesgo como ahorro, consiguiendo que nuestros asegurados gocen de la merecida estabilidad económica en el momento de su jubilación. El objetivo es conseguir que todos nuestros asegurados planifiquen su jubilación con nuestro asesoramiento y que confíen sus ahorros a nuestra gestión profesional. A día de hoy, de las 231.299 pólizas tan solo el 3,3% son de ahorro. Para alcanzar nuestro objetivo, hemos formado un equipo de profesionales para lograr ser los preferidos por nuestros asegurados en su previsión en materia de jubilación".

EVOLUCIÓN POSITIVA DEL MERCADO

Pedro Jodar afirma que, el hecho de que en los últimos años, "el mercado del producto Vida ahorro y Pensiones haya cambiado de una forma muy positiva (con mejoras en su estabilidad y rentabilidad) ha hecho que se conviertan en productos cada día más estables en el mercado. Los productos Vida ahorro proporcionan al contribuyente rentas y capitales que complementan sus pensiones. Hoy en día el consumidor está más concienciado del ahorro y para ello eligen productos que les ofrezcan seguridad a sus inversiones. Los que ofrece el mundo asegurador".

En este ramo, "el verdadero reto para el corredor es cuando un asegurado te pregunta qué puede hacer para asegurar una estabilidad de futuro para él y los suyos. Tienes que poner a disposición del asegurado todos tus conocimientos para darle la mejor alternativa. Para ello, tienes que barajar todos los elementos que puedan influir directa e indirectamente en este tipo de seguros para que la alternativa presentada a nuestro asegurado sea la mejor".

Desde Grupo Euro-Center el valor añadido que aportan a sus asegurados es poder hacer para ellos una gerencia de riesgos. "Una vez que conocemos toda su situación personal, económica, laboral y financiera podemos darle una solución eficaz y rentable a cualquier necesidad que pueda tener. El mayor valor añadido que pueden aportar los corredores es su continua formación, su dedicación y su profesionalidad en aras a conseguir los mejores resultados para nuestros asegurados", explica Jodar.

Los productos de Vida Ahorro y Pensiones cada día son más estables en el mercado

A LA VANGUARDIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

El mundo empresarial avanza vertiginosamente y el corredor tiene que estar siempre actualizado y a la vanguardia en las nuevas tecnologías. En opinión del director de Vida Empresas del Grupo Euro-Center, "el corredor tiene que conocer a sus asegurados profundamente para así poderles ofrecer soluciones integrales y tener una cartera equilibrada que le dé la estabilidad en el futuro. Asimismo, ha de actualizar sus métodos y estructura, tanto comercial como administrativa, adaptándolos a las nuevas tecnologías para poder estar siempre al día y poder dar soluciones rentables a sus asegurados".

La correduría que quiera estar en el mercado el día de mañana ha de estar preparada e invertir en tecnología. Desde Grupo Euro-Center Correduría de Seguros se apuesta por esta vía. Ya han incorporado para sus asegurados servicios como intranet, APP propia y conexión remota y directa con sus técnicos y ejecutivos para cualquier consulta y trámite. Pedro Jodar afirma que "los corredores y corredurías que no se monten en el tren de las nuevas tecnologías no tendrán cabida en un futuro empresarial, quedando obsoletas, y serán absorbidas por quien sí lo haya hecho".

En opinión de Jodar, "el sector asegurador debería de hacer mucho más ruido sobre su capacidad de gestión del ahorro privado, como un vehículo adecuado para solucionar el problema de la falta de previsión para la jubilación que viene arrastrando España desde siempre, ya que desgraciadamente los españoles no tenemos la costumbre previsora que disponen otros países de nuestro entorno europeo".

SOLUCIÓN PARA EL PROBLEMA DE LA RETRIBUCIÓN

Otro problema que queda por solucionar es el hecho de que la IDD establezca que los unit linked solo se puedan comercializar con honorarios y eso supone un problema para los corredores españoles que, en su mayoría trabajan por comisiones. Para el director de Vida Empresas del Grupo Euro-Center "eso representa una dificultad importante, pero estoy convencido de que la industria aseguradora sabrá solucionar este problema, consiguiendo que la importante y laboriosa actividad que desarrollamos los corredores de seguros se vea retribuidas de forma adecuada y suficiente. Pues, en definitiva, el único objetivo es la estabilidad económica de nuestros asegurados, tras su jubilación".

Pedro Jodar afirma que "la falta de retribución o la retribución insuficiente es sin lugar a dudas un problema que afecta a este ramo y que tiene una difícil solución, sin que penalice la baja rentabilidad que los mercados ofrecen a estos productos financieros. Tampoco ayudan lógicamente los continuos escándalos bancarios con Preferentes, etc., pero no me cabe la menor duda de que una vez más los corredores de seguros sabremos ofrecer a los asegurados, aquello que los clientes necesitan: seguridad, estabilidad, garantía y planificación".

Carmen Peña

CINCUENTA 1969 - 2019 años en seguros de enfermedad

Ser autónomo cuesta. Encontrar el mejor seguro no tanto

Seguros para autónomos y profesionales

El seguro que necesitas está en Previsión Mallorquina

Descubre todos nuestros seguros,
tanto para autónomos como para el público en general

- Seguro de baja laboral
- Seguro de hospitalización
- Seguro de enfermedades graves
- Seguro de hospitalización por accidente
- Seguro de hospitalización plus IT
- Seguro de reembolso de gastos médicos
- Seguro de decesos
- Seguro de guardias médicas

Expertos en seguros de autónomos. Expertos en ti desde 1969

Somos la aseguradora líder especializada en profesionales y autónomos. No es algo en lo que nos hayamos convertido de la noche a la mañana. Llevamos 50 años viviendo de cerca el día a día del autónomo, por eso conocemos lo que necesita. Esto es lo que nos hace diferentes.

contáctanos

previsión mallorquina seguros

900 103 057 · www.previsionmallorquina.com

La Ley de Distribución exigirá que la formación continua de los corredores sea **EVALUABLE**

El Proyecto de Ley de Distribución de Seguros y Reaseguros, que se prevé que entre en vigor en el primer semestre de 2020, contempla en su artículo 39 un nuevo modelo de formación para los mediadores, que derogará el Real Decreto 764/2010, de 11 de junio. Los profesionales del sector confían en que los nuevos requisitos potenciarán el conocimiento a la hora de acceder al mercado asegurador y establecerán un sistema de formación continua articulado. Se hace un llamamiento al hecho de que por primera vez la formación continua será evaluable. Hasta el punto de que el que no la cumpla, se quedará fuera del negocio.

"La esencia se mantiene, pero el concepto general de la estructura es distinto", sostiene Jorge Campos, director del **Campus del Seguro**, profesor del Curso Superior de Seguros de la UNED y director de la Escuela de Práctica de Corredores y Correduría (EPC), toda vez que va a primar el enfoque por cualificación profesional y se va a estructurar la formación por productos.

Efectivamente, como aclara María Eugenia Líbano, responsable de Formación Comercial de **Santalucía Vida y Pensiones**, la ley actual regula principalmente por ramos, pero la nueva lo hará por productos ya que están surgiendo unas nuevas soluciones que requieren una especial atención por su sofisticación. "Cualquiera no puede vender estos productos y la propia ley le sacará fuera de la distribución", concluye, a la vez que valora que "si somos capaces todos de cumplir con los requerimientos y no solo con el expediente, dignificará mucho para nuestra profesión".

Jordi Parrilla, director del Cecas, considera que va a suponer un cambio importante en el mercado, empezando porque no se trata de una ley de mediación, sino de distribución, lo que introduce figuras como la de "persona relevante", "que prácticamente hace extensible la formación a todo el que tengan algún punto de conexión con la distribución".

Jorge Campos.

María Eugenia Líbano.

Ángel Macho.

Jordi Parrilla.

Así lo atestigua Ángel Macho, director de Negocio de **Berkley España**, que manifiesta que el reglamento también establece unas exigencias para las compañías: "El regulador ya nos está exigiendo que certifiquemos 20 horas anuales de formación a todo el personal interno de la compañía que está trabajando con distribución, que no solo son los de Ventas que están en relación con los corredores, sino desde el Comité de Dirección a los equipos de suscripción, gestión de cartera…", atestigua.

NUEVOS NIVELES DE CUALIFICACIÓN

Y es que, como señala Jorge Campos, el nuevo reglamento además de exigir la formación continua a los corredores, establece que ésta será evaluable. "Habrá que hacer un test de aprovechamiento después del curso", añade.

"Por primera vez la formación continua es medible, hasta el punto de que el que no la cumpla, se queda fuera", ratifica Jordi Parrilla, que recuerda que este requerimiento se había dado hasta el momento en el sector puramente financiero, pero ahora también se va a incluir en el ramo asegurador. Además, aprecia que va a haber una diferenciación muy clara entre quienes den asesoramiento y quienes den información.

En este sentido, Campos explica que vamos a encontrar un escenario en el que los grupos A, B y C desaparecen y surgen los niveles 1, 2 y 3. "Pero esta equiparación no es una sustitución completa", apunta, toda vez que el legislador ha recolocado a los profesionales y si bien el corredor, que estaba en el grupo A, seguirá en el nivel 1, "a partir de ahí hay sorpresas", como los

agentes vinculados que estaban en el grupo A, pero a partir de ahora pasarán al nivel 2 o el agente de seguros que era del grupo B y ahora estará repartido entre el nivel 2 y el 3, si solo va a informar.

Situación que puede crear cierta controversia, ya que como aprecia María Eugenia Líbano en algunos productos, como los IBIPS, hay que asesorar, por lo que con esta redistribución un agente exclusivo que solo informa no podría vender productos IBIPS. "Tendrá que venir más claro hacia dónde enfocar la formación de cada uno de los actores de la distribución según su nivel", señala.

"Los colegiados cada vez demandan con mayor frecuencia tener verdaderos programas de formación que les hagan crecer en competencias profesionales". Jordi Parrilla

Es evidente que, como comenta Ángel Macho, el nuevo reglamento de formación "tiene una implicación de diseño de redes comerciales importantes" y eso que, como aprecia el director del Campus del Seguro, apenas va a haber una diferenciación por horas, porque el grupo 3 pasa de 50 a 150 horas y deja el 2 en 200.

"A los que nos dedicamos exclusivamente a formación nos parece muy bien que haya más horas, pero claro, sí nos ha producido cierta sorpresa negativa que se baje de las 500 a las 300 horas el nivel 1, ya que el nivel técnico que se le va a exigir, sobre todo en los temas relacionados con Vida e inversión, sube muchísimo", declara Parrilla, toda vez que "lo que se infiere de toda esta normativa es que se quiere potenciar el conocimiento a la hora de acceder al mercado asegurador".

REGULACIÓN DE LA FORMACIÓN CONTINUA

Sobre la formación continua Jorge Campos, director del Campus del Seguro, reconoce que hasta ahora la ley no ha desarrollado en exceso este concepto y se ha limitado a hablar de su obligación y establecer el número de horas por categorías. "La nueva normativa lo va a desarrollar un poco más, pero sigue siendo escasa", se queja y explica cómo hasta ahora el legislador ha impuesto una obligación trianual, un número de horas a lo largo de tres años, y con la nueva ley se va a segmentar por año.

"Creo que establecer corsés a la hora de definir de manera exhaustiva cómo debería ser la formación continua no es bueno", considera el director del Cecas, quien pone el acento en que en el borrador actual se habla de la adecuación dentro de cada caso concreto de la situación de cada entidad o distribuidor el cómputo de horas. Por eso aprecia que debería primar la realidad de la empresa a la hora de fijar contenidos, sobre todo en formación continua.

Macho coincide en que al final "los corredores están haciendo formación continua de manera constante", ante la aparición de nuevos riesgos, como los ciber, o nuevos

canales de distribución e información, como las redes sociales. "La formación continua es algo que han hecho los corredores antes y ahora, por lo tanto, no veo un gran impedimento a que se oficialice y es bueno para que ellos lo incorporen como un plus más dentro de su profesionalización", corrobora.

Además, Jordi Parrilla, director del Cecas, recuerda que en lo que se refiere a corredores, que se engloban en el actual grupo A, cuando entre en vigor el reglamento no impactará de inmediato, ya que habrá un tiempo hasta la siguiente convocatoria para aplicarlo. Tendrá, eso sí, más impacto en los niveles 2 y 3, donde realmente habrá que cambiar radicalmente el sistema a partir de la aprobación de la normativa. Tampoco tendrá su incidencia la convalidación del grupo A con el nivel 1, pero sí en el grupo C, que establece un plazo de un año para ratificar.

"En las grandes corredurías la formación ha pasado a ser un rasgo de diferenciación, una herramienta de atracción que aporta valor y distinción para captar colaboradores y diferenciarse de sus competidores".
Jorge Campos

"Todo esto va a suscitar mucha casuística", concibe Jorge Campos y pone el ejemplo de los colaboradores externos de un mediador, que hasta ahora no podían colaborar con otros mediadores de distinta entidad. Si no cambia finalmente, la nueva ley dejará abierta la posibilidad de que los colaboradores puedan trabajar para agentes de entidades distintas: "De ser así, queda en el aire la pregunta de a qué compañía le corresponde dar la formación de ese colaborador", advierte.

CURSOS EMINENTEMENTE PRÁCTICOS

Interpelados sobre las demandas en materia formativa, todos los profesionales de la mesa redonda organizada por Pymeseguros coincidieron en que los intereses de los corredores se centran en cursos eminentemente prácticos. Como señala Líbano, no requieren tanto formación sobre las características de los productos, como la aplicación del producto a las necesidades del cliente y cómo transmitírselo. "El mercado cada vez va menos a vender pólizas y más a vender servicios, porque pólizas vende cualquiera, pero el valor añadido que tienen que dar los corredores es ofrecer el producto adecuado y que el cliente prefiera quedarse conmigo en vez de ir a una compra pasiva, como puede ser la online", sentencia.

"Los mediadores valoran más aquella formación que incorpora elementos de practicidad, es decir, la que se basa en la casuística y ellos ven la posibilidad de una aplicación inmediata", incide Jordi Parrilla, que además destaca que en su formación inicial a aseguradoras se incide mucho en la idoneidad del producto para el cliente concreto y el análisis del cliente, "porque son factores que no van a cambiar por mucho que varíe el marco legal".

El director de Negocio de

Berkley España también destaca la formación en gestión empresarial. Aprecia que hay una gran demanda en formar en habilidades y que debe ser la apuesta de futuro de las compañías: "Al final un condicionado es un texto y acabará existiendo una máquina que sea capaz de comparar los condicionados de varias compañías, pero el hecho personal de poder transmitirle a un cliente por qué necesita tener cubierto un riesgo y cómo hacerlo, eso va a ser muy difícil de sustituir".

"Con el nuevo marco legal vamos a tener una oportunidad y una obligación de establecer un sistema de formación continua que esté articulado. Es una petición que nos hacen los colegiados cada vez con mayor frecuencia, tener verdaderos programas de formación que les hagan crecer en competencias profesionales", corrobora Parrilla.

"La formación continua es algo que han hecho los corredores antes y ahora, por lo que es bueno que se oficialice y lo incorporen como un plus más dentro de su profesionalización". Ángel Macho

EFECTIVIDAD DE LA FORMACIÓN

De hecho, como señala la responsable de Formación Comercial de Santalucía Vida y Pensiones, hay un porcentaje mayor o menor de aplicación en base a que el contenido ha sido más o menos técnico o práctico. "Ahí está el quid de la cuestión: el saber impartir unos contenidos que tengan una aplicación directa en la comercialización del producto", valora.

Para Ángel Macho, director de Negocio de Berkley España, el comprobar la efectividad de las acciones formativas no es algo inmediato, sino que se va recogiendo a lo largo del tiempo: "Se va formando poco a poco y al final todo el conjunto de acciones generan el resultado". Para él la clave es ir haciendo impactos de formación, que, junto con otras acciones de apoyo al corredor, acaban en un retorno.

María Eugenia Líbano, responsable de Formación Comercial de Santalucía Vida y Pensiones, también estima un efecto directo en que, si los corredores están satisfechos con la formación que les da una compañía, siguen queriendo dar cursos futuros con esa misma entidad. Por eso cree que "no hay que parar nunca de formar, para que te tengan como referente de formación, porque eso hace que vendan más veces contigo".

En cualquier caso, el director del Cecas considera que, en ocasiones, en el sector se tiende un poco a rebajar el trabajo que se hace, cuando en el mismo existen pocas reclamaciones respecto a otros ramos y en concreto la mediación tiene muy pocas, "lo que es índice de profesionalidad y eso se adquiere fundamentalmente con la formación". "Se ha demostrado que es un sector fuerte, que transmite seguridad y que incorpora cada vez más a personas muy

cualificadas", atestigua.

FORMACIÓN MÁS ALLÁ DE LAS COMPAÑÍAS

Para Campos en los últimos años se está produciendo, asimismo, un cambio de cultura en los propios corredores. Con la aprobación de la Ley de la Mediación en 2006 que establecía la formación como una obligación, muchos corredores la afrontaron como un mero cumplimiento normativo. "Ya hemos madurado, y llevamos unos años en los que los propios corredores afrontan la formación como una herramienta más completamente práctica", atestigua, hasta el punto de que ya no ven el dinero que le dedican como un gasto obligatorio, sino como una inversión. Todo esto está propiciando que sean más selectos y sean ellos mismos los que soliciten formaciones concretas a las compañías. Además, ya no solo depende de los cursos que les ofrezcen las aseguradoras, sino que el corredor sí está pagando otras instrucciones en otros lugares, "para evolucionar, crecer y cualificarse".

"Las compañías no tenemos que parar nunca de formar, para que nos tengan como referente de formación, porque eso hace que vendan más veces con nosotras". María Eugenia Líbano

De hecho, Jordi Parrilla, director del Cecas, considera que es un estereotipo que se diga que la formación de los corredores depende de las aseguradoras. "Si se están incorporando a la mediación unos profesionales que vienen con unos conocimientos y unas titulaciones previas importantes ya tienen impregnado en su ADN que van a tener que seguir formándose, les viene determinado por el sistema de estudios que han seguido previamente", confirma.

Para Ángel Macho otro aspecto relevante es el tamaño de la correduría, ya que independientemente del coste económico, la formación es esfuerzo y tiempo personal por lo que no es lo mismo una correduría con pocas personas y que una se tenga que ir a dar formación, que una grande. En este sentido, destaca que en los últimos tiempos las pequeñas están siendo más proactivas porque tienen plataformas o fórmulas nuevas, a través de webinars, asociaciones, Cecas…, lo que les permite formarse sin desatender su correduría.

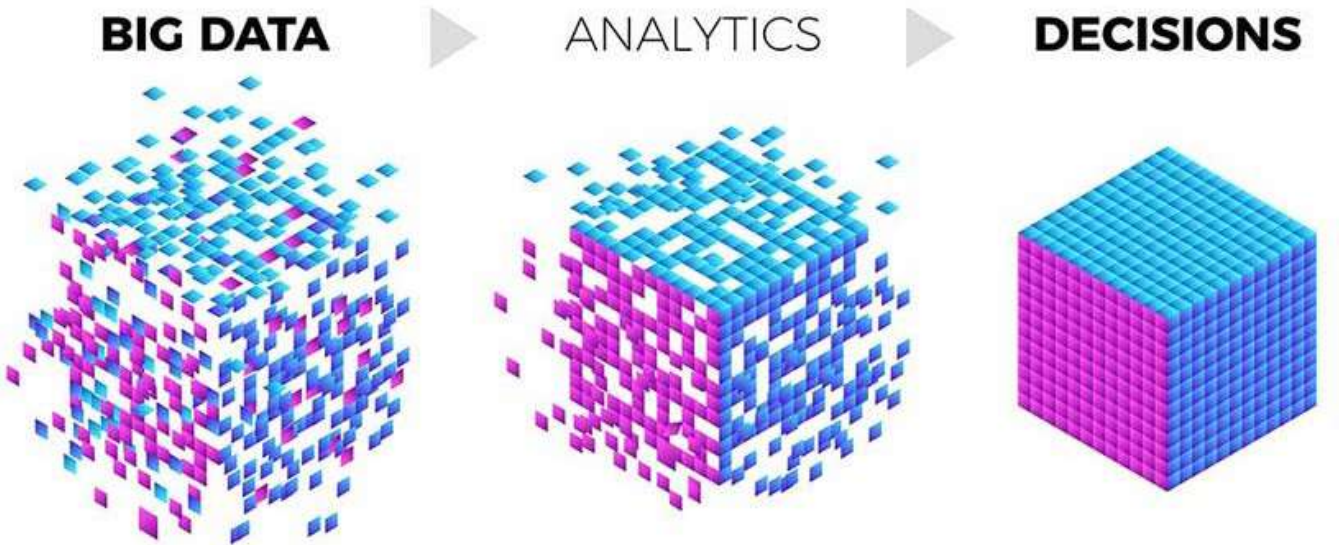
El director del Campus del Seguro coincide en que las corredurías medianas y grandes, con planes de formación concretos, tienen más facilidades para formarse, especialmente las muy grandes que "tienen modelos de crecimiento vía franquicias o redes de colaboradores en los que la formación ha pasado a ser un rasgo de diferenciación, una herramienta de atracción que aporta valor y distinción para captar colaboradores y diferenciarse de sus competidores".

Aitana Prieto / Carmen Peña
Fotos: Irene Media

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

El uso adecuado del Big Data aporta **VENTAJAS** al sector asegurador

El 43% de las empresas no son capaces de sacar el máximo partido de la información que tienen y un 23% no extraen ningún tipo de beneficio de esos datos que recoge. Sin embargo, el uso adecuado del Big Data en el entorno asegurador permite: la detección del fraude; el análisis y tarificación del riesgo; y la fidelización del cliente, según se expone en el informe 'Las aplicaciones del Big Data en el ámbito asegurador y el tratamiento legal de sus datos' elaborado por Alfonso Ortega y patrocinado por Fundación Mapfre.



El Big Data y las nuevas tecnologías están cambiando el mundo. Hay muchos artículos explicando las bondades de tecnologías como el Big Data, Cloud Computing y el *Internet of Things*. En el informe 'Las aplicaciones del Big Data en el ámbito asegurador y el tratamiento legal de sus datos' elaborado por Alfonso Ortega y patrocinado por Fundación Mapfre, se explica que "las empresas deben de ser consciente de esto si quieren sobrevivir en este nuevo mercado porque les permitirá obtener un incremento del 60% en el margen de beneficio en empresas que operan en retail, la mejora de su posición competitiva, la capacidad de proporcionar nuevos productos o servicios, o la posibilidad de desarrollar campañas de marketing dirigido más eficaces".

Pero no todas las empresas son capaces de obtener rentabilidad a sus datos. Un estudio conjunto de PwC y Iron Mountain dice que el 43% de las empresas no son capaces de sacar el máximo partido de su información y que un 23% no extraen ningún tipo de beneficio. Además, el 41% de empresas de tamaño medio en Europa no estarían cumpliendo con la normativa europea, debido a que guardan datos 'por si acaso', creando así un riesgo latente con graves consecuencias.

En el informe 'Las aplicaciones del Big Data en el ámbito asegurador y el tratamiento legal de sus datos' se dice que "son numerosos los datos personales que se pueden recoger para la ejecución del uso del Big Data en el negocio asegurador como, por ejemplo, los datos biométricos que proporcionan las pulseras inteligentes destinadas al rendimiento deportivo, datos sobre la geolocalización del asegurado para observar la peligrosidad de las rutas que toma, sus hábitos en Internet a la hora de diseñar productos específicos para el cliente, o la recopilación de reclamaciones fraudulentas para establecer modelos predictivos".

El Big Data proporciona información sobre quiénes son los clientes, dónde están, qué necesitan, cómo y cuándo desean ser contactados

Pero el Big Data puede traer tantos problemas como beneficios si esos datos personales no son tratados correctamente. El uso masivo de datos implica un riesgo para los derechos fundamentales de los individuos, como el derecho a la intimidad y a la protección de datos.

La rápida evolución tecnológica y la globalización han planteado nuevos retos para la protección de los datos personales porque la magnitud de la recogida y del intercambio de datos personales ha aumentado de manera significativa. La tecnología permite que tanto las empresas privadas como las autoridades públicas utilicen datos personales en una escala sin precedentes a la hora de realizar sus actividades.

CÓMO AFECTA EL BIG DATA AL ÁMBITO ASEGURADOR

La entrada del Big Data en el negocio asegurador ha conllevado una serie de cambios a la hora de la toma de decisiones. Principalmente aporta tres beneficios en este sector: la detección del fraude; el análisis y la tarificación de los riesgos; y la fidelización del cliente.

1. **DETECCIÓN DEL FRAUDE.** Es el objetivo principal que se busca con el Big Data. Se pueden encontrar varios ejemplos sobre cómo detectar la existencia de indicios de fraudes:
   a) **Patrones.** Debemos analizar la casuística anterior y similar a la ocurrida actualmente, y observar la existencia de patrones de conducta entre los agentes intervinientes. Conductas frecuentes que nos podemos encontrar son:
      - Siniestros y argumentos similares por parte del cliente y actuando las mismas personas que en otros (tramas organizadas).
      - Talleres que reportan siniestros del mismo tipo a la aseguradora con un porcentaje más alto que la media.

- Periodicidad de repetición de esos partes.
- Mediadores que tramitan siniestros muy parecidos.

b) Anomalías. Se busca profundizar más en la naturaleza del siniestro y de la póliza. Como ejemplos:

- Analizar si ese siniestro relacionado con las inclemencias meteorológicas tiene un impacto en otros clientes que están en los alrededores del beneficiario.
- Verificar si esa póliza está a punto de caducar y el cliente ha mostrado malestar con el seguro. Cuando alguien quiere defraudar y salir del seguro, lo hace en los últimos meses de este.
- Conocer si ese usuario ha accedido vía web a su póliza o bien por contact center, preguntando por alguna cobertura.
- Comprobar con los datos meteorológicos si realmente se ha producido ese fenómeno.

c) Redes sociales. Consiste en entender cómo se relacionan esas personas en las redes sociales, mails y los comentarios que generan.

d) Documentación. Comparar versiones de la documentación que recogemos de los diferentes actores: análisis de peritos, partes amistosos.

e) Conversaciones en el call center, correos electrónicos, etc. La experiencia demuestra que en caliente se suele informar de la realidad del daño causado, y que a medida que se enfría temporalmente el siniestro, este incrementa en daños y contenido. En un siniestro se genera mucha información y la mayor parte de ella es de carácter humano.

En definitiva, el Big Data ayuda a las aseguradoras a reducir las pérdidas por fraude y reducir el número de denuncias.

En el informe se ha defendido que los datos derivados de los servicios de geolocalización deban incluirse dentro de los datos catalogados como sensibles

2. Análisis y tarificación de los riesgos. Con el análisis de riesgos tratamos de describir y, en la medida de lo posible, cuantificar qué puede ir mal y qué daño puede hacer. En el negocio asegurador se traduce también en crear un producto adaptado a cada cliente. Utilizar los datos para concretar el riesgo real y adaptar la póliza.

Se elaboran perfiles sobre la base del uso y comparación de clientes anteriores con similares características (datos relativos a los vehículos, conductores, zona geográfica, hábitos, etc.) que demuestren un perfil de riesgo determinado y más pormenorizado de lo habitual sobre posibles casos de fraude, precios respecto a la póliza o, incluso, denegar el servicio.

Por ejemplo, si realizas conductas que disminuyan el riesgo asegurado, el precio de tu póliza bajará de manera proporcional, y a la inversa si creas conductas que aumenten tal riesgo. Esto puede compararse con la gamificación, que es "el uso de las mecánicas aplicables a un juego en contextos no lúdicos"; mecánicas como recompensas, logros, competiciones, sorpresas y misiones hacen que el asegurado pase de ser el su-

jeto pasivo del riesgo, para ser el principal mitigador y gestor de este.

3. Fidelización del cliente. Con una estrategia de orientación con el Big Data hacia el cliente podemos fomentar:

a) **Relación con los clientes.** El Big Data proporciona información sobre quiénes son sus clientes e información asociada a ellos como dónde están, qué necesitan, cómo y cuándo desean ser contactados.

b) **Lealtad y retención.** El Big Data puede descubrir qué influye en la lealtad de los clientes y qué hace que acudan a su marca una y otra vez, apoyándose en la estadística.

#

El Big Data ayuda a las aseguradoras a reducir las pérdidas por fraude y reducir el número de denuncias

c) **Optimización de recursos,** que es vital en el ámbito empresarial. El Big Data ayuda a determinar el gasto óptimo para los diferentes canales comerciales y perfeccionar los programas de marketing.

IMPLICACIONES LEGALES

En cuanto a las afecciones legales, existen varias para el Big Data: Por un lado, la implicación en la normativa de protección de datos personales que esto conlleva en lo relativo al cumplimiento de los principios rectores de la protección de datos, como el principio de minimización de datos y el principio de consentimiento como base jurídica para el tratamiento de datos. En el informe elaborado Alfonso Ortega, "se ha querido resaltar el importante riesgo que supone la elaboración de perfiles y el grave impacto que pueden llegar a tener en los derechos de los individuos".

Ya que el Big Data implica el uso de varias calidades de datos, se ha visto necesario catalogar los diferentes datos personales generados por un individuo y que pueden ser utilizados por una empresa aseguradora.

Los datos generados por servicios de geolocalización presentan una gran fuente de información que genera tanto beneficios como perjuicios. Por eso, en el informe se ha defendido que los datos derivados de los servicios de geolocalización deban incluirse dentro de los datos catalogados como sensibles; asimismo, los datos biométricos y los relacionados con la salud suponen también un gran activo para el Big Data, además de ser considerados como datos sensibles y, debido a ello, estar protegidos por los más altos niveles de seguridad que puede otorgar la legislación sobre protección de datos, y a los principios específicos que aporta el CEPD. En este sentido, el consentimiento explícito se erige como la base jurídica más utilizada para legitimar el tratamiento de los datos. El RGPD ha venido a modificar la definición de consentimiento con el fin de eliminar la posibilidad de la admisión del consentimiento tácito para el tratamiento de datos, al optar entre varios medios para declarar la afirmación al tratamiento; aunque el núcleo fundamental de la definición sigue intacto. La carga de la prueba deberá recaer sobre aquella aseguradora que recabe el consentimiento.

Debido al gran riesgo que genera el tratamiento masivo de estos datos personales sensibles, la 'anonimización' de los datos se presenta como solución, pero es uno de los elementos más complicados y comprometidos de la protección de datos, puesto que la consecución de tal objetivo significa la no aplicación de la normativa sobre protección de datos y, por consiguiente, la exención de una gran cantidad de obligaciones civiles y administrativas.

La consideración de 'tratamiento' sobre unos datos supone el punto de partida para la aplicación del marco normativo sobre protección de datos a unos supuestos de hecho marcados por la deslocalización del tratamiento. El RGPD no es ajeno al Big Data, y contempla un supuesto de hecho específico para sujetar a la norma cualquier tratamiento de datos que tenga como destino controlar el comportamiento humano. La deslocalización del tratamiento es otro de los supuestos modernos y derivados del auge de las nuevas tecnologías. El RGPD viene a tratar este problema mediante la aplicación extraterritorial de la norma cuando los datos tratados correspondan a residentes en la Unión. En este sentido, las transferencias internacionales de datos personales continúan siendo uno de los elementos más importantes de las normas de protección de datos. Esto se demuestra en la gran extensión de su régimen en comparación con lo estipulado en la directiva.

La institucionalización de las normas corporativas vinculantes supone una gran estandarización y normativización de uno de los pilares de las transferencias, con el objetivo de alcanzar una importancia similar a las cláusulas contractuales tipo, cuya seguridad está cuestionada.

Un gran avance para la protección del titular del derecho a la protección de datos es la regulación ex novo que realiza el RGPD respecto al derecho a la indemnización. La anterior directiva no resolvía de manera eficaz esta cuestión y la consecuencia resultante era un sistema desproporcional en la Unión Europea. Con la nueva regulación, el sistema creado responde a las necesidades de homogenización de una cuestión tan relevante como el derecho a la indemnización del afectado. Por ello, el RGPD ha creado nuevas normas de derecho internacional privado con el fin de proteger al afectado en supuestos de vulneración de su derecho a la protección de datos. La posibilidad que otorga el reglamento de litigar en el propio domicilio del demandado cumple con la función protectora que siempre ha de tener una norma de protección de datos. La compatibilidad con el reglamento 'Bruselas I bis' supone una ampliación de los foros disponibles, que variarán dependiendo del contrato en el que ejerciten tales acciones. Además, cabe destacar la posibilidad de no invocar la acción de responsabilidad del RGPD, sino reclamar a la aseguradora por un incumplimiento contractual en el caso de haberse comprometido contractualmente a proteger los datos conforme a la legislación vigente.

#

El Big Data puede traer tantos problemas como beneficios si los datos personales no son tratados correctamente

asefa salud

Tu salud empieza con la **prevención**

- Extensa cobertura en **medicina preventiva** para la detección precoz de enfermedades oncológicas (especialidades de ginecología y urología, entre otras) y para el diagnóstico del riesgo coronario
- Amplio programa de **planificación familiar** incluyendo, entre otros:
  - ✓ Implantación del DIU, vasectomía, ligadura de trompas y pruebas diagnósticas de esterilidad
- Programa de control para recién nacidos, revisión médica para adultos y revisiones oftalmológicas
- Cobertura dental, incluyendo una limpieza anual gratuita

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

VII Congreso Fecor

La innovación debe **APORTAR** negocio y rentabilidad

El 24 y 25 de octubre se celebró en Toledo el VII Congreso Fecor, bajo el lema 'Nuevos tiempos, nuevas estrategias'. Allí se dijo, entre otras cosas que la digitalización no significa despersonalización. Las máquinas tienen que estar al servicio de los corredores. Hay que utilizar la tecnologia para ser más ágiles y efectivos. En cualquier tipo de innovación se tiene que aportar negocio, rentabilidad a la empresa que la adopta.

Este VII Congreso Fecor, según dijo su presidente Maciste Argente en la presentación, quería ser disruptivo. Tanto es así, que estuvo abierto a la sociedad, permitiendo la asistencia a él de los estudiantes de Economía y Dirección de Empresa de un instituto de la ciudad. El eslogan elegido 'Nuevos tiempos, nuevas estrategias', explicó Argente, tiene que ver con que "cuando soplan vientos de cambio, algunos construyen muros y otros molinos de viento".

En la inauguración del Congreso, Juan Alfonso Ruiz, consejero de Hacienda y Administraciones Públicas de Castilla La Mancha, resaltó "la oportunidad que supone la transformación digital para ser eficiente, más cercano y optimizar mejor al cliente". Por eso, las corredurías de esta Comunidad Autónoma contarán con el apoyo económico de Castilla La Mancha para su transformación digital.

Posteriormente, Raúl Martín, director de KM Zero, desarrolló su ponencia sobre la 'Diferenciación en mercados maduros', cómo juntar una organización grande y familiar con el mundo de la innovación. En su opinión, conjugar tradición con innovación, en muchos casos, es difícil.

Sin embargo, en su empresa les gusta aprender y

"estar con emprendedores es aire fresco porque te ayuda a saber qué se está haciendo. La curiosidad nos llevó a adelantarnos al futuro y ver las tendencias y ofrecer modelos de negocio sostenible y rentable". No obstante, apunta que la "innovación tiene que acabar en negocio, en rentabilidad". Hay que tener presente que solo una de cada 10 startups tienen éxito, 2 de cada 10 sobreviven y 7 de cada 10 caen.

LA EXPERIENCIA DE LOS EMPRENDEDORES

A continuación, se abrió el bloque de experiencia de startups en la que los representantes de Vidoqui (Juan Manuel Bello), Inspide (Juan José Cabrera), Drive&Win (Luis Peña), Augurium (Carlos López), Inari (Teresa Madariaga), Tractable (Gabriel Nieto) y Biofy (Melanie Carril), presentaron su negocio.

Vidoqui: su negocio consiste en comprar el piso que alguien quiere pero que no tiene el suficiente dinero para dar la entrada a una hipoteca (el banco solo conceden el 80% del valor de la vivienda). Se adquiere un compromiso entre Vidoqui y el futuro dueño de la vivienda, quien pagará un 5% del valor total y durante 10 años pagará una renta por vivir en ella. Pasado ese tiempo, solicitará una hipoteca al banco para adquirir el total de la vivienda a Vidoqui (es decir el 80% que queda). Se trata de una especie de alquiler con derecho a compra.

Inspide: ha creado una plataforma de vehículo conectado para proteger a los conductores, ciclistas y peatones. Da una información completa de lo que está pasando y eso te permite no acudir a zonas no seguras o incrementar el precio de un servicio en esa zona si finalmente tienes que ir.

Fecor puede ayudar a sus asociados siendo proveedor de plataformas

Drive&win: proporciona seguros de coche a novatos sin coste extra y con bonificación por conducir bien. Para ello, el joven debe llevar un dispositivo en el coche. La diferencia con otros sistemas parecidos es que la bonificación se da en la contratación de la póliza. Se ha integrado con Ebroker (ver pag. 57 de esta revista).

Augurium: utiliza la inteligencia artificial para aplicarla al sector asegurador. Con la obtención de datos se pueden hacer mejores predicciones. De esta forma es posible saber la probabilidad que existe de que se caiga una póliza o saber si hay un fraude, entre otras cosas. Además ayuda en la venta cruzada porque mensualmente saca un listado de clientes con posibilidad de adquirir una póliza.

Inari: emplea varias tecnologías clave (blockchain, inteligencia artificial y gestión de procesos automatizados) para incrementar la productividad, el beneficio, la transparencia y la eficiencia operativa de las empresas de seguros que la utilizan.

Tractable: utiliza la inteligencia artificial (IA) para el tratamiento de los siniestros en coches. Recopila datos de daños, los analiza, permite reparaciones eficientes y acelera la liquidación

Biofy: se dedica a convertir los plásticos no reciclables, en combustible a través de un proceso químico. Se trata de cuidar el medioambiente porque solo el 30% de los plásticos que se recogen son reciclables.

ASEGURADORAS QUE APUESTAN POR LA INNOVACIÓN

Tras ellos, los representantes de Santalucía (Ángel Manuel Uzquiza, acompañado de Isabel Bolea, de Oaro),

Mapfre (Juan Cumbrado y Laura Tejeda), Sanitas (Jesús Jerónimo), Allianz (Miquel Magem), AXA (Marián de José) y DAS (Patricio Ilyef) dieron a conocer su acciones de incubadoras con proyectos disruptivos.

Uzquiza presentó Santalucía Impulsa y Santalucía Impulsa Empleados. El primero de ellos es un programa de aceleración corporativo de proyectos innovadores especializado en insurtech. Por él han pasado unas 800 startups de las que han apostado por 15. La aseguradora se muestra interesada por negocios de Hogar, Vida, Decesos, mundo senior, tecnologías emergentes y digitalización de procesos y servicios. Uzquiza dio paso a Isabel Bolea, CEO de Oaro, una startup que ha ganado la última edición de Santalucía Impulsa. Se trata de un proyecto basado en blockchain aplicado a los siniestros de hogar. Esta tecnología ahorra costes, permite una relación más ágil con el cliente, eficiencia de procesos y la identificación fehaciente de usuarios.

Juan Cumbrado y Laura Tejada, explicaron la razón que ha llevado a Mapfre a patrocinar los eSports. "Queremos ofrecer a los jóvenes involucrados en esas competiciones el valor añadido de la entidad, ser su referencia en seguros". La aseguradora no quiere dejar pasar el nicho que supone un ecosistema que en España ingresa más de 25 millones de euros. Además, dieron a conocer su modelo de innovación que preside Antonio Huertas. Por él pasan 240 empresas cada año de las que solo se eligen 10 startups para apoyarlas.

Jesús Jerónimo explicó que su "objetivo era llevar la innovación disruptiva a Sanitas con la ayuda de startups e introducir las nuevas ideas en las personas que van a dirigir la empresa". Presentó a la audiencia el Método

La tecnología ayuda a los corredores de seguros a medir qué está pasando en el negocio

Foren, ganador del programa de talento disruptive, que une la realidad virtual y la ayuda a los mayores. Mediante unas gafas virtuales se engaña al cerebro para que las personas puedan andar cuando una enfermedad les invalida.

Miquel Magem explicó la inversión en disrupción que está realizando en su proyecto de innovación 'Allianz X'. La entidad dispone de una incubadora que ha invertido en 20 startups entre las que figura Lemonade, N26 y American Well. En su opinión la tendencia del sector para 2020-2025 se centrará en: *sharing economies,* pensión y longevidad, *advanced analytics*, movilidad, *leads* y comunicación y excelencia operacional.

Marian de José, directora de grandes siniestros y excelencia técnica aseguradora de AXA, dio a conocer la tecnología en la gestión de siniestros de alto impacto, con la utilización de la vídeo peritación para la valoración de los daños. De esta forma se consigue reducir el plazo de atención al cliente. Se utiliza la geolocalización para asegurarse de que lo que se está evaluando es algo que está asegurado. Además habló de que en los últimos años se dispone de herramientas tecnológicas para reconstruir cómo ha ocurrido un siniestro de tráfico, cómo ha sido la colisión y los efectos lesivos para los ocupantes de los vehículos. Las nuevas tecnologías facilitan la gestión y ayudan a la resolución final de los sinestros. Por eso, se deben de implantar en las compañías.

Por último, Patricio Ilyef, director de oganizacion IT DAS, explicó 4 proyectos en los que colaboran: Signaturit (firma digital de pólizas), Legaliboo (plataforma de gestión documental), Mind the App (permite grabar evidencias

digitales de ciberacoso y contactar directamente con el abogado para resolver dudas sobre este asunto) y Unnax (plataforma opin banking para la agregación de cuentas bancarias en el proceso de emisión de impago de alquiler (PSD2). Aporta mayor comodidad y mayor agilidad).

Terminó la jornada de la mañana con Anikilo, un conocido mobile Gaming Youtuber, que convirtió su pasión en un negocio. Su estrategia mercantil ha sido aprovechar el momento y centrarse solo en Youtube. Pero dijo que es importante crear negocios paralelos a medio y largo plazo. Animó a los asistentes a hacer cosas diferentes si quieres atraer a un público nuevo. "Se capta la atención haciendo cosas interesantes", concluyó.

NUEVOS SEGUROS Y SERVICIOS

La apertura del segundo día corrió a cargo de Emmanuel Djengue, vicepresidente de la Asociación de Jóvenes Profesionales del Seguro (AJPS), quien dijo que el 20,9% de los europeos declaran que están dispuestos a comprar seguros en las GAFAs (Google, Amazon, FaceBook y Apple) por su agilidad. Djengue llamó la atención sobre las oportunidades de negocio que están apareciendo en nuevos tipos de seguros y servicios. Por ejemplo, en ZhongAn se han dado cuenta de que hay mucho estrés cuando compras por internet porque no sabes si llegará el producto y con qué calidad. Por eso, han creado un seguro que por una prima muy pequeña, si el producto no tiene la calidad que tú esperas, te devuelven el dinero.

Posteriormente, tomó la palabra Lola Salcedo, IBM Technical Manager, que explicó que la digitalización está

Las corredurías de Castilla La Mancha contarán con el apoyo económico de esta Comunidad Autónoma para su transformación digital

cambiando la fisonomía empresarial. Ante este nuevo escenario competitivo, que lo denominó 'Síndrome Uber' (cuando un competidor con un modelo de negocio completamente diferente ingresa en tu industria y arrasa), solo hay dos opciones: "Cambiar o que te cambien". Eso hace que "las aseguradoras se enfrenten a nuevas amenazas competitivas que no existían hace cinco años en el mercado, por eso necesitan rediseñar su propuesta de valor y su rol en el actual mercado cambiante".

Salcedo afirmó que la tecnología digital está acelerando nuevas soluciones y modelos de negocio para las aseguradoras: la inteligencia artificial (como motor del aprendizaje y de la personalización), la movilidad (facilita la presencia y actuación en el lugar del riesgo), analítica (mejora la toma de decisiones mediante el descubrimiento de patrones relevantes), el cloud (se pasa de sistemas tradicionales a entornos flexibles, escalables y ágiles); blockchain (mejora la transparencia y la eficiencia a través de una mayor colaboración y confianza), internet de las cosas (captura en tiempo real de datos digitales de activos físicos), software como servicio (facilita nuevas opciones de experimentación para aseguradoras y nuevos participantes) y plataformas (modelos y ecosistemas que facilitan compartir costes y riesgos).

Las fuerzas disruptivas están cambiando el negocio asegurador, aseguró Lola Salcedo. "El cambio tecnológico sobrepasa la agilidad del sector (más del 50% de ejecutivos del sector piensan que la tecnología impactará en sus parámetros de negocio); los riesgos cambiantes crean nuevas necesidades en los productos (el 64% de las aseguradoras creen que la digitalización y la conectividad crearán nuevos riesgos en la próxima década); los cambios

demográficos impactan en la oferta y la demanda (el 72% de los millennials prefieren seguros basados en el uso, a las coberturas tradicionales); el contexto sociopolítico favorece modelos innovadores (el 81% de los ejecutivos del sector creen que las fuerzas del mercado serán el principal factor de influencia en su negocio); la globalización y la conectividad potencian la aparición de nuevos participantes (hay más de 9.000 aseguradores solo en los países de la OCDE); y se produce una fragmentación de la cadena de valor (en 2016 la inversión en insurtechs alcanzó 1,69 billones de dólares)".

Para mantenerse por delante de la competencia, la representante de IBM señaló tres retos: "reforzar la propuesta de valor y experiencia de cliente; evitar las limitaciones operacionales de los sistemas legacy; y apartarse del pensamiento asegurador tradicional".

Tras su intervención, Lola Salcedo se sometió a una entrevista en la que entre otras cosas dijo que los corredores pymes pueden acceder a la tecnología porque esta se ha extendido mucho y se ha democratizado. La idea es empezar con productos que se costumizan. Por ejemplo, en Fecor hay muchos datos a los que se les puede sacar partido sin tener que realizar una gran inversión, ya que se puede optar por el pago por uso. Fecor puede ayudar a sus asociados siendo proveedor de plataformas. "Por poco coste se puede obtener mucho beneficio", aseguró.

ANTE LOS DESAFÍOS DE FUTURO

En la primera mesa redonda del día se habló de cómo se están posicionando las asociaciones ante los desafíos de futuro. Estuvo moderada por Juan Carlos

MACISTE ARGENTE NO SE PRESENTA A LA REELECCIÓN COMO PRESIDENTE DE FECOR

Al final de la segunda jornada del VII Congreso de Fecor, Maciste Argente comunicó que no se presentará a la reelección como presidente de la federación en diciembre "por razones profesionales". En su despedida señaló que "hemos sido capaces de llevar a Fecor a una posición de enriquecimiento empresarial de la que no debe bajar". No obstante, dijo que "nos gustaría tener un Fecor más grande en número de asociaciones. El sector necesita una intermediación fuerte". Y dio las gracias a "todas las compañías, porque han confiado en nosotros y nos habéis ayudado".

Su equipo, a través de Miguel Antonio Álvarez, reconoció el "compromiso y generosidad de Maciste y la fortaleza y unión que nos ha trasladado al equipo". En su intervención en la clausura del Congreso, Raúl Casado, subdirector de Autorizaciones, Conductas de Mercado y Distribución de la DGSFP, también quiso tener unas palabras de despedida para Argente, al que le reconoció que es una persona productiva y que siempre tiene un talante de apoyar.

López Porcel, presidente de Agers, y contó con la presencia de Silvia Manjón (Anacose), Néstor Díaz (Asociación Cántabra), Martín Rojo (Aprocose), Tomás Rivera (Espanor), Juan José Ruiz (Euskalbrok), Miguel Antonio Álvarez (Grupo Intercor), Juan Antonio Marín (Mediavanz) y José Luis González (HiB).

Entre otros aspectos, se puso de manifiesto el importante papel que las asociaciones pueden jugar a la hora de dar a conocer a la sociedad el papel del corredor; también pueden ayudar a estar atentos a los cambios que se produzcan en los consumidores; en la formación o en extender la gerencia de riesgos como un valor diferencial, porque cada día la demandan más las pymes. Hay que ser más eficientes para ser más rentables.

Se planteó la idea de ser generalistas en los conceptos para después especializarse en ciertos productos. "Si vamos a un segmento más especializado podemos dar un mejor servicio", se dijo. Es necesario estar cerca del cliente y que vea que los corredores le pueden aportar algo.

Al terminar la primera parte de la mañana, se entregó el Premio Fecor al compromiso profesional a Gonzalo Iturmendi, por sus valores éticos, por su saber hacer en los negocios y por su calidad humana.

EL CORREDOR INSURTECH

Tras la pausa para el café, se abordó el tema del corredor insurtech con dos mesas redondas. Una moderada por Cristina Gutiérrez, gerente de Fecor, en la que participaron Juan David Re (Ruiz Re), Alejandro Marín (Brokalia), Manuel López (Vida Ahorro) y Alejandro Mocholí (Ferrándiz y Mocholí); y la segunda moderada por Higinio Iglesias, CEO de Ebroker, y en la que participaron Cristina del Ama (Allianz), Pedro Navarro (AXA), Fernando López (Mapfre), Fermín Riaño (Generali) y Jordi Riera (DAS Seguros).

De la digitalización destacan 4 cosas: sencillez en procesos internos, productos más simples, incrementar las ventas del canal y la explotación del datos para hacer más venta cruzada

En la primera de ellas, cada corredor presentó su estrategia de negocio utilizando la tecnología. Juan David Re explicó que, en poco tiempo, han pasado de tener el 80% de los recibos sin domiciliar a transformarse en una correduría puntera. Aconsejó que "si no lo eres, actúa como si lo fueras... Hasta que los seas...". Explicó que la tecnología les está ayudando a medir qué está pasando en el negocio. Es vital la transparencia con los empleados, afirma que "les hacemos participes de lo bueno y de lo malo. Eso ha generado un sentido de pertenencia en el equipo". Para él "innovar es encontrar nuevos o mejores usos a los recursos que tenemos".

Alejandro Marín indicó que Brokalia es una correduría de seguros en la nube para administradores de fincas. Reciben 300 peticiones y 500 siniestros al mes sin tener que ponerse en contacto con los administradores de finca de forma personal.

Manuel López presentó el proyecto más importante en este momento: Vida ahorro. Se trata de una aplicación que permite que un porcentaje de la compra que se realiza vaya a un producto de jubilación. Ya hay 150 empresas o partners adheridas al proyecto porque es una plataforma de fidelización para ellas.

Alejandro Mocholí se mostró como un apasionado de la innovación. Para él "hay tanto por hacer en el mercado, que es maravilloso.Hay que empezar a andar

AFANION RECIBE LA RECAUDACIÓN DEL PARTIDO SOLIDARIO

Por la tarde del primer día se celebró el tradicional Partido Solidario que enfrentó a corredores de seguros contra aseguradoras y que ganaron estas últimas por 3 a 1. La recaudación del partido se entregó por la noche a la asociación Afanion que ayudan a los niños con cáncer de Castilla-La Mancha, constituida en 1995 con el objetivo de mejorar la calidad de vida de estas

familias.
Antes de la cena de gala, Falvia Rodriguez-Ponga, directora general del Consorcio de Compensación de Seguros, dirigió unas palabras de agradecimiento a los corredores por su participación activa ayudando a sus clientes a tramitar los siniestros de la DANA. Es el evento que mayor número de siniestros ha provocado en el Consorcio (llevan 63.000 siniestros y se espera que lleguen a los 65.000) que supondrán entre 420 y 430 millones de euros.

y el primer paso es que creamos que lo podemos hacer. Porque lo imposible solo cuesta un poco más". De todos los proyectos de Ferrándiz y Mocholí, el preferido para él es Kite Day, un producto de gestión por día en el seguro de ski surfing. Mocholí se declara un gran enamorado de las redes sociales y las utiliza para este producto. Además comentó que "la economía colaborativa tiene mucho recorrido y tenemos que estar allí".

En el coloquio posterior, estos corredores declararon no tener miedo a ser copiados en su innovación. Lo importante es centrarse en querer aportar valor. Además se señaló que las asociaciones pueden aportar economía para invertir en tecnologia. "Pero es muy difícil que todos se pongan de acuerdo en qué es lo importante para todos".

En la segunda mesa redonda, los representantes de las aseguradoras se mostraron fieles defensores del canal corredor. Además, señalaron que la digitalización no significa despersonalización. La digitalización no se puede entender sin los corredores. Las máquinas tienen que estar a su servicio. Hay que utilizar la tecnologia para ser más ágil y efectivo. Se destacaron 4 cosas en digitalización: sencillez en procesos internos, productos más simples, incrementar las ventas del canal y la explotación del dato para hacer más venta cruzada.

En el tema del EIAC, se estuvo de acuerdo en que el 1 enero de 2020 será una realidad y quien no esté adaptado a él, tendrá problemas. Este estándar permite aportar mucha información al cliente.

El Congreso fue clausurado por Raúl Casado, subdirector de Autorizaciones, Conductas de Mercado y Distribución de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP). Casado destacó que la tecnología ya se está dejando notar en las altas de los corredores porque parte de ellos ya tienen un componente tecnológico. Desde el punto de vista tecnológico, dijo que la Administración tiene que hacer sus deberes: poner en marcha el sandbox y en segundo lugar, adaptarse a los tiempos (el regulador y supervisor tiene que ser más rápido a la hora de adaptarse a los cambios y novedades).

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**

XXII Foro de Gestión de Correduría de Adecose

La **DGSF** recibió apenas 71 reclamaciones a los mediadores el año pasado

De los más de 10.000 expedientes de reclamaciones que la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) recibió en 2018 solo 71 fueron realizadas por los clientes contra la labor de sus mediadores. Así lo resaltó Begoña Outomuro, responsable del área de Consultas y Reclamaciones de DGSFP, durante su ponencia en el XXII Foro de Gestión de Correduría organizado por **Adecose**.

Borja López-Chicheri, director gerente de Adecose, aprovechó la presentación del evento para dar a conocer las últimas noticias que tiene la asociación sobre la definitiva transposición al ordenamiento español de la nueva Ley de Distribución (IDD). A espera de la formación de Gobierno, a partir del próximo 10 de noviembre, les han comunicado que se desarrollará por vía urgente a través de Real Decreto Ley, por lo que, de cumplirse estos plazos, podría entrar en vigor en la primavera de 2020.

Precisamente, la adaptación a la nueva Ley de Distribución centró, junto con la problemática de las cartas de condiciones, la primera mesa redonda de la jornada. Martín Navaz, presidente de Adecose, recordó cómo en 2006 se empezó a trabajar para elaborar esas cartas con las aseguradoras, para establecer una relación de igualdad entre compañías y correduría. Aunque ya están ampliamente implantadas en el mercado, con la nueva IDD tendrán que adaptarse. "En cualquier caso, nos han dado una seguridad jurídica como no habíamos tenido nunca", ha recalcado.

COMISIONES POR LABORES NO DE MEDIACIÓN

Fernando Blanco, socio director de Blanco & Asociaos Abogados, recalcó que las cartas de condiciones establecen todo lo que se puede hacer en el ámbito de la mediación, pero también otras labores de consultoría, no sujetas a comisiones, sino prestaciones de servicios que se pueden realizar con sus honorarios correspondientes, como servicios de consultoría, tales como verificación de riesgo de los clientes, información financiera sobre las aseguradoras, evaluación de la calidad de gestión de siniestros de las compañías….

Además, los corredores podrían recibir comisiones si, aparte de las labores puras de la mediación, se hicieran otras de administración y gestión como emitir cartas de garantías y suplementos, cobrar primas o realizar el pago y control de siniestros. También actuaciones de peritación, que prohíbe la ley, excepto cuando el corredor perita los siniestros de su propia cartera.

Se hizo alusión al régimen jurídico que se contiene en el proyecto de ley de la IDD, que se mantendrá muy similar al modelo actual, pero incluye un apartado novedoso en el artículo 30.5, en el que reseña que "se precisará el consentimiento del tomador del seguro para modificar la posición mediadora en el contrato de seguro en vigor". "Esto, que es de sentido común, no está contemplado en la actual legislación", ha añadido.

David de la Cueva, vocal de Adecose, hizo hincapié en su alocución en el valor de las cartas de condiciones que la asociación ha promovido con las compañías, "que establecen unas reglas de juego que aceptamos las dos partes". Aunque es voluntaria la adhesión a la misma, recomienda que las corredurías al menos la valoran, pues

Los corredores pueden cobrar comisiones aparte de su labor como mediadores, si hacen tareas de consultoría, administrativas o de peritaje

regula una serie de aspectos muy importantes, como:

- El cambio de corredor. Establece que, si es antes del vencimiento del contrato de seguro, será inmediato solo a efectos administrativos, pero económicamente solo cuando éste llegue a su fin.
- La caución. La ley exige a todas las corredurías que si se hace gestión de cobro de la prima por cuenta de la aseguradora hay que tener un aval o una caución que cubra el 4% de los importes de las primas. En las cartas de condiciones se establece que, si la aseguradora concede a la correduría que realice esta labor, ese 4% no será exigido.
- La protección de datos. Queda establecido que ambas partes son responsables del tratamiento de la información de sus clientes.
- La terminación de la carta de condiciones. Cuando se acaba, se le siguen reconociendo al corredor los derechos económicos de la cartera de clientes que ha aportado a esa compañía, siempre que siga figurando como mediador de la póliza.

MULTIRRIESGO, EL RAMO CON MÁS RECLAMACIONES

Tras esta mesa redonda, Begoña Outomuro, responsable del área de Consultas y Reclamaciones de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), hizo un análisis del Informe de Reclamaciones 2018, que su organismo publicó el pasado julio. En el mismo se recoge que el año pasado se gestionaron 10.383 expedientes presentados ante el Servicio de Reclamaciones público (cifra que se dispara a 110.114 en el caso de las quejas puestas directamente ante las aseguradoras). De los 6.060 ya resueltos en el momento de su intervención, un 31% aproximadamente fue favorable a la entidad, un 28%, al interesado y en el restante 41% no se pudo realizar un pronunciamiento expreso que estimara o desestimara la pretensión del interesado. Destacó que Multirriesgos es el ramo con más reclamaciones (38,71%), muy por encima de Autos (13,06%), Enfermedad (10,42%) y Vida (10,27%).

Outomuro resaltó que solo 71 reclamaciones admitidas fueron hechas frente a la actuación de los corredores. En estos casos, la labor de la DGSFP es valorar si se ha dado el asesoramiento adecuado al reclamante.

Cuando la reclamación es sobre las compañías, Outomuro expuso los criterios en los que se basa la DGSFP para solventarla en uno u otro sentido, como que en Asistencia Sanitaria en los cuestionarios previos no se pregunte al cliente sobre alguna dolencia previa concreta, por lo que no se le podría denegar la prestación en caso de requerir tratamiento sobre la misma; o en Hogar condicionar la cobertura a que el tomador lo repare en un tiempo concreto menor al establecido por ley.

Multirriesgos es el ramo que recibe más reclamaciones por parte de los clientes, seguido de Autos, Enfermedad y Vida

Además, recordó a los corredores que ellos pueden hacer la reclamación a la DGSFP en nombre de sus clientes y, en caso de que sean ellos los reclamados, les recomendó que guarden todo tipo de documentación, como mails, que acrediten que su asesoramiento ha sido el correcto.

LOS MEDIADORES, CANAL PREFERIDO DE LOS AFECTADOS POR LA DANA

Tras una breve exposición por parte de Flavia Rodríguez-Ponga, directora general del Consorcio de Compensación de Seguros (CCS), sobre el papel de este organismo, Alejandro Izuzquiza, director de Operaciones de la institución, expuso cómo se realiza la gestión de las indemnizaciones por riesgos extraordinarios.

La diligencia se realiza a través de 6 subdirecciones de los servicios centrales y 14 delegaciones territoriales y existen dos procedimientos según el carácter de los siniestros ("es importante conocerlos para que el corredor sepa dónde derivar a sus clientes"): todos los riesgos, menos viento; y riesgos de viento.

Izuzquiza aseguró que en un plazo máximo de 72 horas tras recibir la solicitud de indemnización, el Consorcio envía a los peritos para conocer los daños y en un máximo de 10 días comienzan los primeros pagos. Se tarda entre 3 y 4 meses en gestionar el conjunto de la siniestralidad.

El director de Operaciones del CCS se centró en el caso de la DANA que azotó la península a mediados de septiembre, que fue "la situación con más siniestros de la historia del Consorcio", de la que se espera que haya hasta 65.000 solicitudes de indemnización y se dispensen 428,1 millones en pagos a los afectados.

Además de destacar que por primera vez las solicitudes a través de la web han superado al Centro de Atención Telefónica (69% frente al 27% y apenas un 4% en papel), es destacable que la mayoría de afectados han realizado sus reclamaciones a través de sus mediadores, superando las realizadas a través de las aseguradoras y de los propios afectados. En concreto, el 51% de las solicitudes de siniestros en Alicante; el 60%, en Valencia; y el 42%, en Murcia las presentaron agentes y corredores.

La IDD se tramitará de forma urgente tras las elecciones y podría entrar en vigor la primavera de 2020

LA DIFICULTAD DE LAS RENOVACIONES ANTE UN MERCADO DURO

La jornada concluyó con una mesa redonda que abordó el tema de las renovaciones y en la que participaron Vicente Cancio, CEO de Zurich; Ignacio Borja, CEO de Chubb; José Luis Ferré, CEO de Allianz; y Tim Jehnichen, presidente de Munich RE.

Cancio advirtió de que en la actualidad nos encontramos en un "momento delicado" por la situación económica que vive Europa, lo que vislumbra un escenario complejo a largo plazo. De ahí que considere que este año va a haber un mercado difícil para los compradores. Los corredores, como asesores de estos, también tendrán complicaciones, por lo que recomienda anticipación: "Cuanto antes estén las revisiones de las pólizas, mejor".

Además, Borja puso sobre la mesa el auge de las catástrofes naturales en los dos últimos años, que ha balanceado el negocio asegurador. "Una siniestralidad alta y unos retornos bajos hacen un mercado duro", atestiguó. A ello se suma la amenaza de Brexit, por la que habrá muchas cancelaciones de pólizas -a su entender- y se endurecerán los precios. Por ello considera que "hay que estructurar un programa de renovaciones que impacte lo menos posible en los clientes", a la vez que reclamó cooperación entre aseguradoras y mediadores.

Ferré recalcó la enorme competencia que existe en el mercado español de la distribución de seguros (corredores, banca, venta directa), que no es equiparable a ningún país europeo, lo que ha facilitado que el cliente esté demasiado educado en el precio, "eso dificulta ponerlo en el precio técnico", con primas más altas, pero mayores beneficios. Y más, como señaló, porque los seguros individuales tienen unas primas medias relativamente bajas, dado que en los últimos años cada vez los riesgos extraordinarios se están convirtiendo en ordinarios, lo que llevará a un endurecimiento en las renovaciones.

Coincidió Jehnichen en que hay que buscar el rendimiento a través de la cuenta técnica, toda vez que los bajos tipos de intereses no solo afecta a los bancos, sino también al sector seguros. "Para eso se requiere un

precio justo durante un periodo largo", aclaró. Y aunque consideró que este año van a ser más duras las renovaciones que en ejercicios anteriores, en España, comparado con otros países, el mercado está más estable.

Con todo, Navaz valoró que, si como dijeron los profesionales aseguradores, el mercado es duro de verdad, el valor que los corredores y aseguradoras aportan a los clientes es mayor.

En este sentido, Borja quiso afectar que, en cualquier caso, todo este contexto de presión es más evidente en las grandes empresas, que facturan a partir de 30 millones de euros, pues ya se están viendo afectadas por la incertidumbre internacional: "El riesgo pyme es más local y aunque hay mayor competencia en ciertas coberturas, no hay muchas diferencias".

EL RETO DE ESTANDARIZAR PROCESOS

Para cerrar la mesa redonda se trajo a colación el tema de la digitalización en los procesos aseguradores. Navaz llamó la atención de que la falta de información y de recursos para invertir en este aspecto clave para las corredurías en el futuro, junto con la velocidad que están llevando las aseguradoras en esta materia, hacen que se vayan a llegar a los mismos objetivos en tiempos equidistantes.

Cancio se mostró bastante optimista con el sector de la distribución y consideró que aún queda tiempo para lograr un aparejamiento en ambos ritmos, porque en definitiva "en el mundo vamos a ser todos digitales, por lo que tenemos que hacer este sector más atractivo, pues la tecnología ayuda a los negocios de las corredurías".

Para Ferré se trata de un cambio en el sector difícil de afrontar, aunque inevitable, toda vez que la comunicación con el cliente cada vez es más digital. Él aboga por pasar de la fragmentación actual en el sector a una estandarización de procesos, "que no va en contra de la personalización que toda compañía tiene que tener con sus clientes".

Las cartas de condiciones han dado a los corredores una seguridad jurídica

"La digitalización va a dar la vuelta a la eficiencia de nuestras empresas", aportó Navaz, para quien las corredurías tienen por delante ese reto, "difícil de afrontar", porque no se disponen de recursos ni de información. "Muchos corredores no se pueden estandarizar porque no poseen la tecnología adecuada", aclaró.

En esta línea Ignacio Borja hizo autocrítica e instó a las aseguradoras a buscar la fórmula para acercarse al cliente, pues "la digitalización es ya una realidad". De hecho, ante la complicación de los riesgos, Jehnichen valoró que los corredores van a tener todas las herramientas digitales a su disposición de la mano de las aseguradoras. Efectivamente Borja matizó que a las compañías les interesa que sus corredores dispongan de todos esos recursos tecnológicos para que se los puedan ofrecer a sus clientes.

Aitana Prieto

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

Luis Sáez de Jáuregui, director de Distribución y Ventas de AXA España

Empresas: OPORTUNIDAD aseguradora

El entorno económico es un factor determinante porque en muchos casos los seguros se equiparan al nivel de facturación de las empresas, siendo muy habitual, después de una fuerte crisis, que nos encontremos con empresas que no han ajustado sus valores de facturación en las pólizas resultando en fuertes infraseguros que hacen ineficaces la protección de dichos seguros. La mediación profesional tiene ahí una oportunidad de poner su oficio en valor, siendo un auténtico partner y gestor de riesgos de la actividad empresarial del asegurado.

Cuando hablamos de infraseguro, en la mayoría de las ocasiones, nos viene a la cabeza de manera automática el seguro de Hogar. Aquella situación en la que a las familias, para preservar una parte importante de su economía doméstica, se les asegura su hogar por un valor inferior a su valor real. Se trata de un regalo envenenado que se les hace a esos clientes, porque el ahorro de unos muy pocos euros hoy puede hacer que, en caso de sufrir un siniestro, la indemnización para repararlo no alcance a cubrir ni la mitad de su coste. Y luego, claro, viene la mala prensa del seguro (y con cierta razón), con el consiguiente comentario de: nunca *están cuando se les necesita, no cubre lo que yo creía que estaba cubierto…*

Sin embargo, en contra de lo que se pudiera pensar, este esquema mental no es patrimonio exclusivo de las familias. También sucede en las empresas.

EL AHORRO MAL ENTENDIDO

No son pocas, sobre todo pymes, las que no están bien cubiertas por una falsa sensación de ahorro y un mal entendido ajuste de su estructura de costes en detrimento de una protección, de cuyas consecuencias, muchas veces, no se es consciente. Y, precisamente, la labor de la mediación profesional es arrojar un poco de luz y advertir del grave perjuicio que puede acarrear el infraseguro en

las empresas. En ocasiones la mediación no profesional puede verse tentada ante la posibilidad de encontrarse en la disyuntiva de intentar buscar una prima por debajo del valor del riesgo al que está expuesto un cliente antes que perderlo.

Y aquí el valor del asesoramiento de la medición profesional resulta fundamental.

Puede que ciertos empresarios tengan presente la necesidad de cubrirse de la pérdida de un activo, ya sea mobiliario o inmobiliario; sin embargo, coberturas como la de responsabilidad civil (RC), puede requerir de un mayor esfuerzo de concienciación.

La labor de la mediación profesional es arrojar un poco de luz y advertir del grave perjuicio que puede acarrear el infraseguro en las empresas

La cobertura de RC está presente a lo largo de la cadena de valor de una empresa, durante la fase de planificación, montaje, almacenamiento, servicio o distribución, incluso uso del producto; así como los impactos derivados de éstos, como puede ser la responsabilidad medioambiental.

El entorno económico es un factor determinante porque en muchos casos estos seguros se equiparan al nivel de facturación de las empresas, siendo muy habitual en estos tiempos, después de una fuerte crisis, que nos encontremos con empresas que no han ajustado sus valores de facturación en las pólizas resultando en fuertes infraseguros que hacen ineficaces la protección de dichas pólizas. Y la mediación profesional tiene ahí una oportunidad de poner su oficio en valor. Y no sólo desde un punto de vista del negocio, que también, sino por la posibilidad de ser un auténtico partner y gestor de riesgos de la propia actividad empresarial del asegurado. Porque cuanto mejor le vaya al empresario, mejor para la mediación y para las aseguradoras.

AXA
Know You Can
DESCÚBRELO

‘TuHogar10’ para propietarios, arrendadores o inquilinos

‘TuHogar10’ es el nuevo seguro de Hogar de las aseguradoras del Grupo ACM España que ofrece, a través de diferentes modalidades, soluciones para las necesidades de propietarios, arrendadores y/o inquilinos.

El seguro cubre los sucesos e imprevistos más frecuentes en un hogar, como la necesidad de un reparador de urgencias (en menos de 3 horas), problemas de electricidad, cerrajería, fontanería, incendio, inundación y daños por agua, rotura de cristales, fenómenos atmosféricos, protección jurídica, responsabilidad civil, robo… e incluye muchas más coberturas y garantías opcionales.
Además, incorpora servicios de bricolaje, avería de electrodomésticos, desatascos, reparación de averías de agua sin daños, soluciones informáticas y servicios telefónicos médicos y sociales, entre otros.
‘TuHogar10’ se presenta en varias modalidades, Access, Complet, Complet Plus y Arrendador, y cuenta con 10 compromisos que plasman la vocación de servicio y ayuda al cliente: Atención telefónica 24/365; Reparadores de urgencia en menos de 3 horas; Concertación de cita con el reparador al declarar el siniestro; Adaptación a horarios del cliente; Información continuada durante el siniestro con seguimiento online; Garantía de la reparación y control de calidad del servicio del reparador; Soluciones personalizadas en caso de siniestros no reparables; Soluciones y servicios más que un seguro: bricolaje, asistencia y protección digital, atención.

Previsora Bilbaína ha lanzado el seguro de ‘Tranquilidad Laboral’, un producto destinado a los autónomos que busca garantizar sus ingresos en caso de que sufran una incapacidad temporal por lesión o enfermedad

Seguro de indemnización por baja laboral para los autónomos

La entidad indemnizará al autónomo que sufra una convalecencia por enfermedad o lesión los días que le correspondan, siempre en función de un baremo previamente establecido.
Para que el cliente pueda cobrar la cuantía íntegra tan solo tiene que presentar el diagnóstico médico, independientemente de los días que esté sin trabajar.
Además, la nueva póliza ofrece múltiples coberturas que el cliente puede añadir como complementarias. Un ejemplo de ello es la posibilidad de contratar una indemnización baremada ampliada, en caso de que la baja sea mayor que la establecida en la garantía principal o beneficiarse de un servicio de rehabilitación y fisioterapia.

Nuevo fondo en la cesta de inversiones responsables de Asigna

AXA ha incluido un nuevo fondo en su cesta de inversiones responsables de su unit linked 'Asigna'. Se trata del fondo 'AXA WF Framlington Women Empowerment', que invierte en empresas que apuestan por la diversidad de género.

El objetivo del fondo 'AXA WF Framlington Women Empowerment' es generar rentabilidad financiera a largo plazo, así como un impacto social positivo.
Distintas investigaciones muestran que aquellas compañías con mayor diversidad de género a nivel de la alta dirección están mejor gestionadas, es menos probable que asuman riesgos excesivos, son menos propensas al pensamiento de grupo y presentan una mayor predisposición a la innovación.

El fondo se centra en medidas de impacto tales como el porcentaje de mujeres en el Consejo de Administración, puestos de alta dirección y en puestos gerenciales y en plantilla. Además, para cumplir los objetivos en materia de impacto social, las compañías deberán tener una representación mínima de mujeres del 20% en el Comité Ejecutivo y en el Consejo de Administración (mínimo el 10% con respecto a mercados emergentes); o bien haberse adherido a los Principios para el Empoderamiento de la Mujer de Naciones Unidas.

Vammos en su objetivo de elaborar productos de seguros extremadamente completos y adaptados a las necesidades reales de los clientes ha realizado un estudio de mercado y ha detectado más de 50 nichos donde el seguro de Responsabilidad Civil se ha quedado totalmente obsoleto.

Cobertura para cazadores

El seguro de Responsabilidad Civil para Cotos de Caza hasta 2014 se trataba de un seguro de alto riesgo con poca oferta en el mercado y unas coberturas muy básicas que no cubrían las necesidades reales del Coto, ni de la Junta y socios del mismo.
Vammos ha conseguido diseñar, junto a varias asociaciones de cazadores, un producto con amplias coberturas demandadas desde hace tiempo por la mediación de seguros para la Junta de Gobierno del Coto, la RC Voluntaria de los cazadores, los daños a cultivos, límites por víctima adecuados al baremo, inclusión de las actividades de caza realizadas en el Coto….
Este producto se distribuirá exclusivamente mediante mediadores de seguros y ya está disponible en la plataforma Vammos Digital, desde donde no sólo se tarifica y emiten las pólizas, sino que también se activan procesos robotizados de marketing que ayudan a la venta del producto.

Ciberseguridad para pymes

Generali ha lanzado un nuevo producto diseñado específicamente para prevenir el riesgo digital en el entorno de pymes.

Esta solución cuenta con una plataforma online que analiza la situación de las compañías y elabora un informe personalizado con las posibles vulnerabilidades. De este modo, los clientes pueden adelantarse y reducir su exposición al riesgo cibernético asegurando así el correcto funcionamiento de los sistemas informáticos y garantizando la confidencialidad y privacidad.
Además, en caso de sufrir un ataque, Generali Ciberseguridad ofrece protección frente a los daños que pudieran ocasionarse no solo al asegurado, sino también a terceras partes implicadas. La compañía contempla múltiples escenarios desde la pérdida o robo de información confidencial, hasta ataques en medios digitales que puedan derivar en casos de difamación, violación de los derechos de autor y privacidad de terceros. Asimismo, este nuevo producto ofrece un servicio de asistencia técnica ilimitada que proporciona asesoramiento y acompañamiento las 24 horas del día a los clientes.

Vammos ha lanzado al mercado el primer producto de seguros que amplía las contingencias recogidas en los convenios colectivos de empresas y que suponen un gran coste para los empresarios.

Cobertura para el empresario frente a las bajas laborales de sus empleados

'Baja Laboral' es el nombre que Vammos ha dado a este producto que cubre el complemento a la prestación de la Seguridad Social que tiene que pagar el empresario: el 100% del salario los tres primeros días, el 40% desde el 3º hasta el 20º y el 25% desde el 21º hasta los 365 días que puede durar como máximo la baja laboral (sin pasar tribunal médico). El seguro de Baja Laboral no sólo cubre el complemento que debe pagar el empresario, también da cobertura a la cuota de la Seguridad Social que tiene que seguir abonando el empresario (normalmente el 30% del salario base) y se puede contratar conjuntamente con la cobertura de Accidentes de Convenio.
Como el resto de productos de Vammos, el seguro de 'Baja Laboral se distribuirá exclusivamente mediante mediadores de seguros y ya está disponible en la plataforma Vammos Digital, desde donde no sólo se tarifica y emiten las pólizas, sino que también se activan procesos robotizados de marketing que ayudan a la venta del producto.

‘Puente Garantizado’, un nuevo plan de pensiones

Mapfre lanza ‘Puente Garantizado’, un plan de pensiones, especialmente diseñado para los clientes que no quieren asumir ningún riesgo en sus ahorros destinados a la jubilación y que desean invertir con la certeza de que al vencimiento su capital está garantizado.

Las ventajas de ‘Puente Garantizado’ radican en que a fecha de vencimiento el cliente obtendrá el 100% de la cantidad invertida. Asimismo, ofrece una posible rentabilidad variable ligada al Eurostoxx 50, siendo esta como mínimo del 70% en función de la variación positiva entre el valor del índice el 9 de enero de 2020 y la media aritmética de los precios de cierre de los días 15 de abril del 2020 al 2028.

Este producto tiene fecha de vencimiento el 15 de mayo de 2028 y es una alternativa a los Planes de Pensiones de renta fija y de renta fija mixta, teniendo las mismas ventajas fiscales que cualquier otro plan.

Se puede contratar hasta el próximo 3 de enero de 2020 o hasta agotar existencias y permite el traslado de otros Planes de Pensiones.

La justicia europea considera ilegal el cálculo de antigüedad para trienios de los trabajadores fijos-discontinuos en España

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) dictaminó el 24 de octubre que el método de cálculo de la antigüedad que se realiza en España para la concesión de trienios a trabajadores fijos-discontinuos es contrario a las leyes europeas.

El TUE argumenta que este método de cálculo solo tiene en cuenta los periodos efectivamente trabajados y no todo el periodo de la relación laboral, lo que crea una situación de discriminación si se compara con el método utilizado con los empleados contratados a tiempo completo. El tribunal con sede en Luxemburgo añade que la metodología de cálculo origina también una discriminación hacia las mujeres porque este tipo de contratos afecta a un número mucho mayor de mujeres que de hombres.

La Justicia europea ha respondido de esta forma al Tribunal Superior de Justicia de Galicia, que debe resolver dos casos que enfrentan a dos trabajadoras con la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT). Estas empleadas trabajaron en las campañas del IRPF durante periodos anuales preestablecidos. En mayo de 2015 solicitaron a la AEAT que les reconociese su antigüedad para percibir trienios, pero sus peticiones fueron rechazadas porque el convenio colectivo aplicable establecía que los periodos no trabajados quedan excluidos.

En el auto publicado, el Tribunal de Justicia responde que la normativa comunitaria se opone a la práctica española que calcula la antigüedad de los trabajadores fijos-discontinuos, a efectos de la percepción de trienios, excluyendo los periodos en los que no se ha trabajado.

El 64% de los trabajadores confiarían más en un robot que en su jefe. Es la principal conclusión de un estudio elaborado por **Oracle** y la firma de investigación **Future Workplace**, que también señala que la mitad de los profesionales ha preferido asesorarse con un robot que con un superior.

Dos de cada tres trabajadores confiarían más en un robot que en su jefe

Esta situación se explica por la creciente adopción de la inteligencia artificial en el entorno laboral, que está teniendo un gran impacto en la forma en la que los empleados interactúan con sus gerentes.

Otras curiosidades que revela el estudio, elaborado a partir de 8.370 encuestas a empleados, directivos y responsables de RRHH de diez países, es que el 82% de las personas piensa que hay tareas que los robots pueden hacer mejor que sus jefes. En concreto, las labores en las que más destacan las máquinas son el suministro de información imparcial, el mantenimiento de los horarios de trabajo, la resolución de problemas y la administración del presupuesto.

En el lado contrario, los trabajadores destacan que sus superiores son más competentes que los robots a la hora de comprender sus sentimientos, formarlos y crear una cultura laboral.

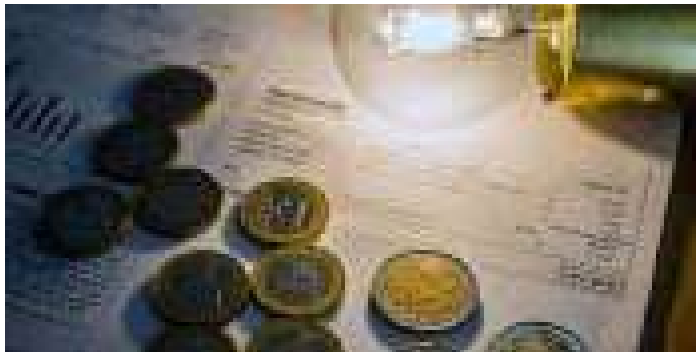
Los españoles pagamos un 8% más de impuestos que la media de la UE

Las medidas que tome el próximo Ejecutivo saliente de las elecciones del 10-N en el campo de la política fiscal serán cruciales para el desarrollo de la competitividad de la economía española en el entorno internacional. Esta es una de las principales conclusiones que se extrae del Índice de Competitividad Fiscal 2019 publicado a mediados de octubre por el **Instituto de Estudios Económicos (IEE)** que muestra como la presión fiscal normativa en España es un 8% superior a la media de la Unión Europea.

España se encuentra en el puesto 23 de 36 en la clasificación general, muy por encima de la media, de modo que solo 13 países de la OCDE, tienen una peor competitividad que España.

El IEE recuerda que desde la perspectiva del potencial crecimiento a largo plazo y de la creación de empleo resulta relevante la comparativa de la presión fiscal que soportan las empresas, que en España se encuentra en el 10,5% frente al 9,3% de media de la UE.

Además, en cuanto a los ingresos generados para las arcas públicas, según datos de Eurostat, la proporción de la recaudación procedente de las empresas es de un 30,4% mientras que en la UE se encuentra en el 26,2%.



Según el Índice de Competitividad la presión fiscal normativa sobre el impuesto de Sociedades en España es un 16% superior a la media de la UE.

La digitalización de las pymes incrementaría hasta un 5% el PIB

La digitalización de las pymes podría aumentar un 5% el PIB español. Así se ha expuesto en la jornada Digitalización de la Pyme, organizada por **Orange** y **Cepyme**.

Durante la jornada se ha expuesto que el coste de la implantación de las nuevas tecnologías es uno de los principales frenos que encuentran este tipo de empresas cuando quieren abordar su digitalización. A eso habría que añadirle que las microempresas, las que tienen de 1 a 9 trabajadores, son las que mayores obstáculos encuentran.

El 46,7% de las compañías utiliza paquetes informáticos para integrar áreas de la propia empresa y el 37,8% emplea herramientas CRM para gestionar la información de sus clientes. Orange mantiene un acuerdo con Cepyme para ayudar a la incorporación digital de las pymes.

Certificada la ciberseguridad de Mapfre

Aenor ha otorgado a **Mapfre** la certificación UNE-ISO 27001, que establece los requisitos para implantar, documentar y evaluar un sistema de gestión de la seguridad de la información, que garantiza la implantación de un sistema de ciberseguridad orientada a los procesos y objetivos del negocio considerando el análisis de riesgos de TIC.

Esta certificación acredita y fortalece la gestión de riesgos en Mapfre, al asegurar que éstos se identifican y se valoran frente a los procesos de negocio y los activos, considerando su impacto para la organización. Además, valida que se han implantado los controles y procedimientos más eficaces y coherentes con la estrategia de negocio.

La gestión eficaz de la ciberseguridad de Mapfre contribuye a garantizar la confidencialidad, asegurando que solo quienes estén autorizados puedan acceder a la información; la integridad, confirmando que la información y sus métodos de proceso son exactos y completos; y la disponibilidad, permitiendo a los usuarios autorizados a tener acceso a la información cuando lo requieran. Además, facilita el cumplimiento legal, de la legislación en materia de protección de datos personales o de propiedad intelectual.

Por otro lado, David Corredor, director de Negocios Globales de Mapfre Iberia, ha participado en la II edición del Congreso de la **Asociación Española de Gerencia de Riesgos y Seguros (AGERS)**, en donde expuso la importancia de la figura del director de riesgos dentro de una compañía. "En un mundo globalizado, donde todo sucede de forma disruptiva, es esencial para cualquier compañía tener la capacidad de identificar los riesgos, analizarlos, y saber tomar decisiones para minimizar su impacto".

En otro orden de cosas, Mapfre ha conseguido superar los 900.000 asegurados en el seguro de Salud, un hito que refuerza el trabajo y la apuesta de la compañía por este ramo. Asimismo, para ofrecer a sus clientes la mejor orientación médica a distancia, la aseguradora ha añadido en su app Mapfre salud, el chat médico. Además la aseguradora ofrece tres meses gratis a los nuevos clientes que contraten su póliza antes del 31 de enero.

Por otra parte, Mapfre es la aseguradora con más relevancia del sector banca y seguros en redes sociales según el Panel Epsilon Icarus Analytics, elaborado por la consultora **Epsilon Technologies.** El estudio se basa en la actividad de Facebook, Instagram, Twitter, Linkedin y YouTube de 430 marcas del sector del gran consumo, con el análisis de un total de 1.322 perfiles.

Sobre el plan de fidelización de la entidad, 'Te Cuidamos', hay que decir que ha puesto a disposición de sus clientes un nuevo catálogo de servicios para dar respuesta a todas las dudas que conlleva la jubilación, que incluye asesoría de expertos, realización de gestiones y descuentos, entre otros. Hoy en día cuando una persona se jubila no siempre considera que su trayectoria profesional ha terminado, y cada vez son más los que deciden emprender un nuevo proyecto. 'Mapfre Te Cuidamos', y en concreto su Experto 'Yo me Ocupo', realiza por ellos todas las gestiones que necesiten para ayudarles en esta nueva

faceta laboral. Además de ahorrar en su seguro, se pueden beneficiar de distintos descuentos, entre ellos hasta un 5% en viajes con Iberia, un 20% en estancias en paradores, un 4% en reservas en booking.com, un 10% en compras de parafarmacia online, entradas de cine a precios especiales, descuentos en teatro y musicales, etc. El plan ofrece también servicios relacionados con la salud, segunda opinión médica internacional, un asesor nutricional y la posibilidad de contar con telefarmacia a domicilio, entre otros.

Desde la entidad han dado a conocer nuevas incorporaciones: Maribel Solanas se convierte en la primera Chief Data Officer de Mapfre y Rosa María García en nueva consejera de la aseguradora, en calidad de independiente.

Mapfre ha creado la figura del Group Chief Data Officer (CDO), en dependencia del Comité de Transformación e Innovación, con la misión de desarrollar la política de Gobierno del Dato y ayudar a gestionar éste como un activo estratégico de la compañía.

Por último, señalar que Mapfre estuvo presente en la Madrid Games Week (MGW), la feria anual de la industria de los videojuegos. En su apuesta por el mundo gamer, Mapfre mantiene una alianza con los tres principales actores de los eSports en España (ESL, LVP y GGTech), a los que apoyó en la MGW. Asimismo, apoyó las competiciones habituales de La Liga Oficial de Videojuegos (LVP), y dio nombre al Amazon Gaming Fest Mapfre Edition. Con la presencia en eventos como este, Mapfre tiene como objetivo convertirse en la aseguradora de referencia en el mundo de los eSports.

Asimismo, la aseguradora estuvo presente en la I edición de Demoagro Speciality, donde contó con un stand en la feria, además de ser patrocinadora oficial del encuentro.

La agencia de suscripción Omnia ofrece asesoramiento sobre la Ley de Responsabilidad Medioambiental

La agencia de suscripción Omnia, especialista en pólizas de Responsabilidad Medioambiental, pone a disposición de su red de brokers un servicio de asesoramiento que les permita identificar cuáles de sus clientes tienen la obligación de constituir la garantía financiera obligatoria o aprovechar esta oportunidad para otras acciones de prospección de nuevo negocio.

El pasado 15 octubre se publicó la orden ministerial, que establece la fecha a partir de la cual será exigible la constitución de la garantía financiera obligatoria, para las actividades clasificadas como nivel de prioridad 3, de la citada Ley.

Con este importante paso, se ven afectadas más de 6.000 instalaciones, que tendrán que realizar análisis de riesgos y monetizar su potencial de daño, con el fin de constituir en su caso una póliza exclusiva de Responsabilidad Medioambiental, en el plazo máximo de 2-3 años desde la entrada en vigor de la orden ministerial.

Cada ciberseguro le cuesta a las pymes más de 31.000 euros de media

El equipo de ciberriesgos de AIG España ha ofrecido a brokers y clientes las pautas para adoptar una actitud resiliente frente a las amenazas cibernéticas, durante un evento titulado 'Ciber resiliencia. Aproximación a su ciberseguro'.

Para conseguir este objetivo, la aseguradora apoya a sus clientes ayudándoles "a prevenir y continuar con su actividad para que la situación de riesgo afecte lo mínimo al desempeño general de empresas y particulares. Tenemos que asumir que el ciberriesgo existe y que es muy difícil tenerlo controlado al 100%", como recordó Benedetta Cossarini, directora general de AIG Iberia, al clausurar el acto refiriéndose a la función del seguro.

La jornada, moderada por Carlos Rodríguez, Cyber, Crime and Crisis Solution Product Leader de AIG, se abordó desde la experiencia de contratación, revisando casos reales de siniestros, explicando los servicios que ofrece la póliza CyberEdge para mitigar los riesgos, exponiendo las últimas tendencias de los ciberataques, para terminar con la demostración en directo de cómo un hacker puede conseguir credenciales para acceder a entornos corporativos y qué hacer para evitarlo.

La primera experiencia que tienen los clientes con este seguro es el proceso de contratación, algo que explicó José Luis Sebastián, Category Manager de Codere, quien justificó la necesidad que llevó a su empresa a contratarlo en "la angustia que genera el tener servidores, internet, datos " Valoró especialmente el informe de madurez cibernética para identificar los riesgos que realiza AIG de forma gratuita, sin obligación de contratar la póliza, y los servicios de prevención y formación que ofrece una vez contratada.

Olivier Marcén, Financial Lines Leader Barcelona and CyberEdge EMEA South Zone Product Leader, detalló la amplia gama de herramientas de prevención que tienen quienes contratan CyberEdge para hacer frente "al cambiante entorno tecnológico actual y los peligros que conlleva". Marcén explicó cómo funciona la póliza en cada uno de los cuatro pasos a seguir cuando se produce el incidente: "identificar, proteger, detectar y responder". Pero señaló que uno de los aspectos más útiles que ofrece su compañía es la auditoría sobre la situación cibernética de los posibles clientes, "sobre todo en el sector de las pymes, que son las más desprotegidas". La póliza ofrece también formación para evitar que los empleados cometan alguna imprudencia, escaneo de vulnerabilidades para recomendar medidas correctivas, así como protección de IP y dominios.

Uno de los puntos que los expertos que participaron dejaron claro durante sus intervenciones es que el riesgo cibernético está

en constante cambio y que las pérdidas previstas seguirán aumentando en frecuencia y gravedad en la misma medida en que los ciberriesgos se convierten en una amenaza cada vez mayor. De hecho, Carlos Rodríguez, que repasó la situación del mercado, ofreció algunos datos del informe de cibersiniestros europeo de AIG de 2018, entre ellos, que solo el año pasado hubo "el mismo número de notificaciones que en toda la serie histórica". Otro detalle interesante es que el incidente más notificado es el ataque que compromete las cuentas de usuario, superando por primera vez al ransomware. Asimismo, resaltó que los servicios profesionales han pasado a ser el sector que más siniestros sufre, quitando el liderato a los servicios financieros, que pasan al segundo lugar. Una situación que puede haber influido en que "las pymes sean las que más están contratando en España el seguro de ciberriesgos, el 63%, según un estudio de ICEA de 2018", informó Rodríguez, quien cifró en 31.000 euros el coste medio de los siniestros que afectan a este tipo de empresas.

La última parte del evento se dedicó a analizar desde todas las vertientes cómo se afronta un caso de siniestro cibernético real y los costes que conlleva. El primer caso se refería a un fallo de seguridad de un proveedor externo de servicios, el segundo a una suplantación de identidad, el tercero tenía un componente internacional y el último trataba sobre extorsión y pérdida de beneficios. Todos los ponentes insistieron en la importancia vital de notificar con rapidez a la compañía de seguros para que ponga a trabajar a sus expertos, disponibles las 24 horas al día los 365 días del año, y seguir el plan de acción que estos diseñen.

Asistencia en Viaje Particulares

DISFRUTA DEL MUNDO

En SOS Seguros y Reaseguros, ponemos a tu disposición el Seguro de Asistencia en Viaje más completo para que solo te preocupes de lo que realmente importa: disfrutar de tu viaje.

www.internationalsos.es

El 28% de las aseguradoras ni ha implantado nuevas tecnologías ni piensa hacerlo

Siete de cada diez aseguradoras (72%) ya aplican las nuevas tecnologías en sus proyectos, mientras que el 28% aún no las ha implantado ni tiene intención de hacerlo. Por tipo de herramienta, el big data y el machine learning (ambas con un 77%) son las más extendidas, seguidas de la inteligencia artificial (46%) y los chatbots (39%). En el otro extremo, solo el 23% y el 15% afirman estar aplicando el internet de las cosas (IoT) y la realidad virtual/ aumentada en sus procesos.

Así se desprende del estudio 'Nuevas tecnologías aplicadas a la gestión de siniestros en seguros multirriesgo', elaborado por **ICEA** en colaboración con Multiasistencia.

"Según el informe, el 40% de las compañías cuenta ya con estrategias definidas en diferentes niveles de madurez", ha señalado Borja Díaz, CEO de Multiasistencia.

Por tipo de producto, Hogar es el Multirriesgo con mayor grado de implantación de nuevas tecnologías, siendo de nuevo el Big Data y el Machine Learning las más generalizadas. El Big Data repite también como la más utilizada en el caso de los seguros de Comercio y de los seguros de Comunidades, con el 23% y el 39% respectivamente.

Para la comunicación, el portal web es el que más crece al ser utilizado ya por el 94%, seguido de nuevos canales más ágiles como las APPs móviles (67%), las Redes Sociales (33%) y los Chatbots (17%).

Seguros Catalana Occidente bonificará con hasta un 3% las aportaciones o traspasos a sus planes de pensiones

Seguros Catalana Occidente ha iniciado su campaña de planes de pensiones en la que premiará hasta con un 3% a los ahorradores que realicen un traspaso y/o una aportación a los planes de pensiones o al Plan de previsión asegurado de la compañía antes del 31 de diciembre de 2019.

Los traspasos o aportaciones deben de ser de un importe igual o superior a 2.500 euros, no computando los traspasos internos entre los planes del Grupo Catalana Occidente.

La remuneración de la campaña es a cinco años; en este tiempo Seguros Catalana Occidente abonará en el plan objeto del traspaso o aportación hasta el 0,60% del importe, con un máximo de 1.000 euros por cliente y fecha, siempre y cuando en el momento del pago se cumplan las condiciones de la promoción.

Hiscox introduce nuevos productos y servicios en su plataforma para corredores

'My Hiscox', la plataforma online de Hiscox para corredores, ha ampliado los productos a los que los profesionales tienen acceso, que podrán cotizar, emitir y acceder a materiales comerciales de un producto muy específico de la compañía: Vehículos Clásicos, así como notificar siniestros a través de esta misma plataforma.

Esta herramienta permite su consulta, en cualquier momento y lugar, el estado de sus proyectos y cotizaciones de una manera cómoda y ágil. Además, los corredores que emplean la plataforma se benefician de unas condiciones más ventajosas tanto para ellos como sus clientes.

"Es una oportunidad para nuestros colaboradores disponer de acceso directo a la cotización y gestión de productos tan especializados como nuestras pólizas de coches clásicos", ha comentado Eva Peribáñez, responsable del área de Arte y Clientes Privados de Hiscox.

"MyHiscox amplía nuestro servicio a corredores. Por un lado, facilitando un acceso rápido para esos casos en los que nuestros colaboradores solo necesitan cotizar, emitir y dar una respuesta inmediata a su cliente. Y a su vez, continuarán teniendo a su disposición nuestro equipo de suscriptores especializados en ambas soluciones aseguradoras para aquellas propuestas que requieran un asesoramiento individual e integral", ha apuntado Peribáñez.

En otro orden de cosas, Hiscox y Deloitte han anunciado la ampliación de su acuerdo de colaboración para 'Hiscox CyberClear', el seguro ciber de la aseguradora. Así, Deloitte Cyber Risk Services que ya ofrecía el servicio de respuesta, gestión y recuperación de incidentes cibernéticos para las empresas y profesionales clientes de 'Hiscox CyberClear', también desarrollará junto a la aseguradora un plan de sensibilización sobre ciberseguridad para empresas y corredores de seguros.

Por otro lado, la aseguradora ha dado a conocer que las empresas españolas del sector inmobiliario y construcción son las que más valoran el papel del factor humano en la cultura de ciberseguridad de la compañía: casi una de cada dos (47%) tiene previsto aumentar su presupuesto en formación y la implicación de todos los departamentos de las empresas supera la media del mercado. Estos datos se desprenden del estudio Hiscox Cyber Readiness Report 2019, presentado por la aseguradora especializada en seguros para empresas en colaboración con Forrester Consulting. El 66% de las empresas españolas del sector inmobiliario y construcción analizadas reconoce haber sufrido un incidente cibernético los últimos 12 meses. Los ataques más frecuentes han sido: virus (28%), ransomware (17%), y brecha de seguridad de datos de clientes (14%).

Entre aquellas que confirman haber sufrido algún incidente cibernético: el 22% tardó más de 8 horas en descubrirlo; el 28% más de 8 horas en erradicar la amenaza; el 28% más de 8 horas en recuperar la actividad con normalidad; y el 28% más de 8 horas en resolver el incidente de manera completa.

Estamos Seguros inaugura un portal para sensibilizar a la gente sobre la necesidad de la prevención

Estamos Seguros ha creado el portal 'Prevenir para vivir', que se ha puesto en marcha coincidiendo con la celebración del Día de la Educación Financiera 2019, con el que Unespa colabora.

'Prevenir para vivir' tiene como línea de trabajo dar sencillos consejos para evitar sobresaltos y situaciones indeseadas en la vida de las personas.

El portal Estamos Seguros pasa a tener una sección específica con 10 consejos sobre: la salud, la familia, la jubilación, el hogar, la seguridad vial, los viajes, los pagos, los temas legales y el adiós.

Todos los decálogos tienen la misma estructura: nueve consejos específicos sobre el tema en cuestión y un décimo que se repite en todos los casos: "Asegúrate"..

Reale reúne a sus corredores en la VIII Convención Titanium

La VIII Convención Titanium de Reale Seguros, que reunió a sus corredores, comenzó con un diálogo entre el CEO de la compañía, Ignacio Mariscal, y el exministro de Fomento, Íñigo de la Serna, en el que repasaron la situación actual de la economía tanto en nuestro país como en Europa y reflexionaron sobre los retos a nivel mundial a los que nos enfrentamos como son el impacto del Brexit o las guerras comerciales entre las grandes potencias.

A continuación, Javier Espinosa, director comercial, presentó la buena situación del negocio de Reale Seguros en 2019, las previsiones del crecimiento y la estrategia de la compañía en cuanto a publicidad y patrocinios. Por su parte, Víctor Ugarte, director de Marketing, fue el encargado de presentar el plan de acción de la compañía con el canal de corredores, centrado en consolidar la apuesta por la mediación y repasando cuestiones como la oferta de productos, el modelo territorial de cercanía o el enfoque de la compañía relacionado con la conectividad.

Por último, el director del Canal de Corredores, Rafael Calderón, presentó las líneas de servicios referentes al Plan Estratégico de Corredores, los Consejos Consultivos, los acuerdos con asociaciones, la situación del grupo Titanium, y el proyecto de Corredurías Industrializadas, así como la posición del negocio del canal dentro de Reale Seguros, que supone un 63% del total del negocio y el 67% de la nueva producción.

Los corredores de Ebroker podrán comercializar seguros de Auto para noveles

Ebroker y Drive&win han llegado a un acuerdo para la integración en el multitarificador de la plataforma tecnológica de este seguro dirigido a conductores noveles. Con esta incorporación, los corredores podrán acceder a un producto digital único, que por primera vez ofrece a los conductores de entre 18 y 30 años la oportunidad de contratar seguro a su nombre.

Los usuarios de Ebroker tienen ahora la posibilidad de cubrir este segmento de mercado emitiendo el seguro a través del multitarificador, entorno de comercialización en el que el proceso se completa con la integración automática y eficiente de todo el resultado en el back office del sistema (candidato, cliente, póliza, recibo…), aportando al corredor un alto valor de reducción de la carga de trabajo en su día a día.

El conductor Drive&win se beneficia, de forma anticipada, de una bonificación a cambio del compromiso de utilizar una app móvil que registra y evalúa sus trayectos. Además, al estar presente en Sinco, Drive &win le da la oportunidad al conductor novel de acumular antigüedad e ir ganando su propia bonificación desde el primer día.

Por otro lado, Ebroker ha iniciado su proyecto de integración con Microsoft para concentrar, en un mismo entorno de trabajo, las dos grandes áreas del día a día de las corredurías de seguros, la informática (ERP especializado) y la ofimática comercial, Office 365.

La primera fase consiste en la integración de la aplicación Outlook, que permitirán recibir y enviar correos electrónicos de forma integrada con los distintos elementos de negocio, sin necesidad de abrir nuevas ventanas o aplicaciones. Además, en esta primera versión, se podrán organizar los mensajes, recibir avisos de nuevos correos y gestionar buzones compartidos.

En otro orden de cosas, Ebroker ha lanzado Conecta2, el nuevo foro de diálogo impulsado para conversar, compartir ideas, opiniones, lanzar propuestas y poner sobre la mesa cuestiones que importan a corredores, aseguradoras y a la industria tecnológica sectorial.

Cristina del Ama, directora general de Allianz, ha sido la invitada a esta primera entrega de la serie en la que, junto a Higinio Iglesias, CEO de Ebroker, y moderados por Rafael Sierra, periodista del sector, han debatido de diversos temas de interés para los corredores de seguros que fueron divididos en bloques temáticos para abordar cuestiones como el nuevo cliente digital, la transformación sectorial, la eficiencia mediante el estándar EIAC, el actual movimiento insurtech y la globalización de la industria aseguradora.

Con respecto a la posición que juega el cliente en la nueva sociedad digital y sus nuevas exigencias, Cristina del Ama reconocía que "las compañías tenemos que ayudar, facilitar a los corredores todas las formas de comunicación que exige el cliente". A su vez, Higinio Iglesias, destacaba la estrategia a seguir en cuanto a la comercialización de nuevos productos: "Hemos de facilitar a los distribuidores una cartera de productos que estén orientados hacia los nuevos consumidores".

Cigna lanza un servicio de telemedicina en la empresa

Cigna ha lanzado un servicio médico de telemedicina en la empresa adaptado a las necesidades específicas del cuidado de la salud en el entorno laboral.

Con 'Doctor Cigna', gracias a su servicio de videoconsulta y chat, los empleados tienen acceso individualizado, rápido, cómodo y confidencial a un asesoramiento médico directo por parte de la aseguradora, de lunes a viernes de 9:00 a 14:00 y de 15:00 a 20:00. Con 'Doctor Cigna', un profesional supervisa la salud física y emocional de los empleados..

Además del servicio de consulta médica a distancia, los usuarios podrán disfrutar de: Prescripción de recetas y solicitud de pruebas diagnósticas; Seguimiento clínico personalizado de patologías crónicas y agudas: apoyo constante durante la enfermedad y resolución de dudas sobre la propia patología y tratamiento; Programas personalizados de coaching en nutrición y actividad física para fomentar el cambio de hábitos y la adopción de un estilo de vida saludable; y seguimiento durante la gestación, postparto y lactancia: identificación de factores de riesgo e información y pautas personalizadas en estilo de vida saludable.

Asimismo, también será posible obtener orientación especializada sobre el estado de salud particular, así como diversos aspectos relacionados con el seguro médico, tales como coberturas y servicios incluidos en la póliza, proveedores médicos concertados u orientación sobre especialistas médicos más adecuados en función de cada caso particular.

Iberian Insurance Group refuerza su apuesta por el ramo de Caución

La agencia de suscripción Iberian Insurance Group ha anunciado un acuerdo de colaboración con la firma belga Credendo para la distribución de productos aseguradores especializados en el ramo de Caución.

"Ahora podremos ofrecer a nuestra red de más de 250 brokers una mayor capacidad para nuestros clientes comunes, ya que contamos con el respaldo, de Credendo, su conocimiento del funcionamiento del comercio internacional, así como con su pericia como aseguradora de grandes empresas y riesgos especiales", ha apuntado Darío Spata, CEO de Iberian Insurance Group.

Credendo es el cuarto grupo europeo en seguro de Crédito y cuenta con un rating AA de Standard & Poor's. Su oficina principal está en Bruselas.

AXA Partners Iberia refuerza su equipo comercial

AXA Partners Iberia ha incorporado nuevos miembros a su equipo comercial con el fin de potenciar su estrategia de ventas y reforzar la relación con sus clientes.

Ernesto López, director comercial de Credit & Lifestyle Protection en Iberia se responsabiliza además de la dirección comercial de Seguros Especializados en España.

Tras 5 años como Country Manager de España en la compañía Gemworth Financial, se incorporó en 2015 al equipo de AXA Partners asumiendo el rol de director comercial de Credit & Lifestyle Protection en Iberia. Desde abril de 2019, además de este puesto, ocupa el cargo de director comercial Seguros Especializados en España, que incluye las líneas de Seguros de Viaje, Consumer Electronics y Defensa Jurídica.

En julio se incorporó Óscar Fernández como nuevo Sales Manager del área de Motor. Cuenta con trayectoria profesional en bancaseguros, especializado en el sector de la Automoción. Previamente a su incorporación en AXA Partners ocupaba la posición de director de Negocio de Automoción en Allianz Partners. Fernández asume la definición estratégica, planificación y ejecución de los planes comerciales de Motor, enfatizando la apuesta por la calidad y la movilidad.

Fernández releva en el departamento de Auto a Óscar Hernández quien desde junio de 2015 ha ejercido diversos cargos en AXA Partners. Recientemente se ha incorporado a TAI, empresa del grupo AXA especializada en asistencia al transporte de mercancías y viajeros, en la que asume el reto de gestionar el negocio de flotas de vehículos industriales en España y Portugal.

Charlotte Canning lidera el desarrollo de los servicios de Salud en AXA Partners España, responsabilizándose de la definición e implementación estratégica, así como del desarrollo de negocio y del canal de venta, en el que cuenta con amplia experiencia en diferentes startups dentro del ámbito de la ESalud.

Ricardo Do Carmo se unió en julio como Head of Consumer Electronics Protection. Con experiencia en servicios financieros y en seguros, en particular en la creación de alianzas estratégicas, desarrollo de negocio y en gestión de relaciones comerciales, cuando se incorporó a AXA Partners procedía de Domestic and General, donde ocupaba el cargo de Sales Director Iberia. Do Carmo liderará la estrategia para España y Portugal de Consumer Electronics, impulsando la implementación de nuevos modelos operacionales y el lanzamiento de nuevos programas de seguro de Consumer Electronics, dinamizando las sinergias entre los equipos centrales y locales.

Por otro lado, AXA Partners ha reunido a cerca de ochenta clientes en las cocinas de The Kitchen Club de Madrid. Durante el evento los asistentes disfrutaron de un showcooking de cocina molecular de la mano del chef Paco Roncero, que cuenta dos Estrellas Michelín y tres Soles Repsol.

Metlife celebra su 50º aniversario en España

Metlife celebra este año sus 50 años de historia en España, en los que ha destacado por convertirse en el socio de confianza de más de 2 millones de clientes.

En palabras de Oscar Herencia, vicepresidente del Sur de Europa y director general de MetLife en Iberia: "Mi deseo es que en los próximos 50 años seamos una referencia en el sector asegurador, sigamos creciendo como compañía innovadora habiendo acometido la transformación digital y con el cliente en el centro de las decisiones, además de ser referente en la promoción del talento diverso e inclusivo".

Entre las novedades que está llevando a cabo la compañía en el último año figura la implementación del proceso de venta online, ya que actualmente, la venta digital se produce a través de un primer contacto digital que se convierte en "lead" y da paso a un contacto telefónico para cerrar la venta o contratación. En lo que se está trabajando es en que el proceso se desarrolle totalmente en el canal digital.

Otra de las novedades que se va a lanzar este año es un nuevo producto de Vida más personalizado y enfocado al cliente, llamado 'Vida Completa', una propuesta con la que la compañía mejorará su oferta de seguros Vida riesgo.

Europ Assistance ha anunciado la puesta en marcha del Sistema Inteligente de Documentos de Viaje (Travel intelligent Document System – TiDS), un programa de aprendizaje automático que automatiza el análisis de documentos para así mejorar la experiencia de los clientes a la hora de presentar una solicitud de reembolso.

Europ Assistance usa la inteligencia artificial para mejorar la solicitud de reembolso de sus clientes

Esta nueva solución de Inteligencia Artificial forma parte de la evolución natural del portal de reembolso electrónico de Europ Assistance, utilizando la inteligencia artificial y el aprendizaje automático para crear una experiencia del cliente excepcional y proporcionar respuestas instantáneas sobre el documento presentado, además de impulsar el proceso de digitalización de la gestión de reembolsos.

Utilizando un algoritmo especial, el sistema aprenderá a analizar los documentos presentados y, entre otras funciones, será capaz de identificar el tipo de documento, detectar el idioma y extraer las variables clave. El aprendizaje automático mejorará significativamente la eficiencia del proceso de revisión de reclamaciones, proporcionando a los clientes un proceso más fluido y rápido.

Markel se incorpora a Willis Towers Watson Networks en el ramo de RC

Markel se ha incorporado como compañía especialista en el ramo de Responsabilidad Civil al panel de **Willis Towers Watson Networks**. Con este acuerdo, Markel pone a disposición de la red profesional de corredurías de Willis Towers Watson Networks los productos de su línea de especialización de Responsabilidad Civil, entre las que se destacan Responsabilidad Civil de Administradores y Altos Cargos, Responsabilidad Civil Profesional y Responsabilidad Civil General.

Todas estas especializaciones se ofertarán en condiciones ventajosas y colaborando activamente en todos los requerimientos que la red considere necesario, fundamentalmente en acciones de formación y marketing.

Por otro lado, la aseguradora ha sido seleccionada, tras presentar su oferta en la licitación pública, para cubrir de forma colectiva los accidentes de diversos colectivos del Ayuntamiento de Torrelodones (Madrid), contrato del que ya había sido proveedor en las últimas anualidades, siendo Aon el asesor y mediador de dicho Ayuntamiento.

El objeto principal es garantizar los daños personales que puedan sufrir los distintos colectivos de asegurados por los accidentes cubiertos por la póliza, dando cobertura a diversas garantías de fallecimiento invalidez permanente y asistencia sanitaria, para los cargos de la corporación local, empleados públicos, miembros de Protección Civil y los participantes de las distintas actividades organizadas por las concejalías.

En otro orden de cosas, Markel ha reforzado su estructura comercial con el fin de adaptarse a las nuevas necesidades debido al crecimiento del negocio y al importante incremento del número de mediadores que colaboran con la compañía.

Esta nueva estructura comercial se compone de tres territoriales: Territorial Norte (Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco, Navarra, La Rioja, Castilla León y Madrid); Territorial Sur (Andalucía, Castilla la Mancha, Extremadura, Murcia e Islas Canarias); y Territorial Este (Cataluña, Comunidad Valenciana, Baleares y Aragón). Con esta nueva organización se pretende conseguir mayor presencia local y cercanía con los mediadores.

Asimismo, la aseguradora ha incorporado a su equipo comercial a Miguel Morán como responsable Territorial de la Zona Norte para desarrollar y potenciar los planes de negocio. Morán es licenciado en Administración y Dirección de Empresas e Ingeniero Técnico y cuenta con una amplia experiencia en varias compañías de seguros.

DKV, Ergo seguros de Viaje y Globality Health presentan su oferta conjunta para empresas

DKV, Ergo seguros de Viaje y Globality Health, compañías pertenecientes al Grupo Ergo y Munich RE, han organizado un evento conjunto para presentar a distribuidores "su catálogo de ofertas pensadas específicamente para empresas", indican.

DKV, el partner de salud para las empresas, dispone de un amplio y flexible catálogo de productos, servicios y herramientas digitales pensadas especialmente para las empresas.

Ergo seguros de Viaje, es una compañía especializada en seguros de Viaje con más de cien años de experiencia y que asegura, cada año, a 3,5 millones de clientes. Sus productos están pensados para ofrecer a los trabajadores una amplia cobertura cuando se desplazan por cualquier parte del mundo, tanto de manera habitual como ocasional.

Globality Health es una empresa de seguros de Salud para expatriados que ofrece

acceso a una red médica en todo el mundo así como un amplio catálogo de servicios adicionales.

Las tres compañías completan una sinergia para ofrecer una variedad de soluciones a empresas y a sus empleados ya que abordan, con una visión única, las necesidades principales de aseguramiento y servicios de salud de las empresas, con especial foco en las que requieren cobertura de movilidad internacional.

Norte Hispana Seguros lanza un nuevo servicio para velar por la imagen y reputación de sus clientes en internet

Norte Hispana Seguros ofrece a sus clientes un nuevo servicio en su seguro de Decesos familiar, cuyo objetivo es velar por la reputación de los usuarios en internet. A través de un informe de presencia online, la compañía proporciona un análisis de la identidad digital del cliente que determina la imagen que éste tiene en la red.

En el informe se analizan diferentes aspectos como la información que circula sobre la persona en la red, incluyendo opiniones y reseñas en foros o blogs. En este sentido, se tiene en cuenta si hay publicados datos privados como el DNI, domicilio o número de teléfono, así como imágenes y vídeos. También, se revisan publicaciones como boletines oficiales, tablones de sanciones, multas y sentencias para detectar si se está vulnerando la intimidad y privacidad del cliente. El informe se completa con un análisis de los perfiles en las redes sociales.

Los corredores de AXA se reúnen para analizar el futuro del negocio

Con el lema 'Trabajar para la protección de las empresas', AXA España, AXA XL y más de un centenar de corredores se han reunido en la sede de la aseguradora en Madrid para analizar el futuro del negocio en los próximos meses y reforzar el crecimiento.

"Nuestra ambición es lograr un fuerte incremento de nuestra cuota de mercado de Empresas en España de la mano de agentes y corredores", ha asegurado Luis Sáez de Jáuregui, miembro del Comité Ejecutivo de AXA España, máximo responsable de Distribución y Ventas y de su organización territorial de AXA España.

José Ramón Morales, Country Leader Iberia de AXA XL, una división de AXA, ha afirmado durante el acto que "AXA España y AXA XL Iberia buscan alcanzar juntas el crecimiento y la sinergia de ingresos a través de la colaboración, incluyendo acciones de venta cruzada y desarrollo conjunto de productos". Además, considera que "el objetivo de AXA XL es convertirse en el líder en seguros para medianas y grandes empresas, programas internacionales y riesgos especializados, que atraiga el mejor talento de la industria y para ser percibidos como un socio que ofrece un excelente servicio y las soluciones más innovadoras a nuestros clientes y corredores".

Eduardo Guinea, Distribution Leader Iberia de AXA XL, ha avanzado a los corredores en su presentación que: "AXA XL seguirá prestando la misma atención persona a persona, basada en un excelente conocimiento de suscripción y un modelo de distribución que ha evolucionado. Nos hemos dimensionado para poder trabajar con nuevos socios de negocio, aprovechando las excelentes relaciones de AXA España con la mediación profesional".

Por otra parte, AXA y **Nomo** han sellado un acuerdo de colaboración para mejorar la protección de los autónomos o freelancers. De esta forma, los usuarios de la comunidad de Nomo podrán acceder con condiciones exclusivas a los seguros de baja laboral temporal y accidente de AXA. Por su lado, los clientes de AXA pueden contar con los servicios de Nomo con descuentos preferentes en todos sus planes de suscripción, que también incluye servicio de gestoría.

Por último, comentar que el **Colegio de Mediadores de Seguros de Málaga,** con el apoyo de AXA Seguros, ha celebrado un taller de conectividad y la presentación del Barómetro Avant de la provincia de Málaga.

Unespa aglutina en una sola web los portales de empleo de las aseguradoras

El seguro desea atraer a los mejores profesionales. Para lograrlo, ha decidido reforzar la iniciativa 'Un futuro asegurado' que busca dotar de mayor visibilidad a la industria aseguradora como salida profesional. Está especialmente dirigida a los jóvenes, tanto a los que están cursando sus estudios como a aquellos que ya han iniciado su andadura profesional.

El desarrollo de 'Un futuro asegurado' se enmarca en el programa **Estamos Seguros,** la iniciativa de promoción del valor social del seguro español. Este portal online ha sido rediseñado y ya incorpora cinco razones por las que merece la pena trabajar en el seguro.

El primer elemento que hace atractivo al seguro es el propio valor social de la actividad. Esta es una industria que cada hora resuelve 16.000 problemas de la gente. En el sector se favorece, además, el voluntariado corporativo. Cerca de 13.000 empleados participaron en alguna de las 900 iniciativas puestas en marcha por las aseguradoras el año pasado.

El segundo, es la importancia de la tecnología en el proceso de aseguramiento.

La tercera, son las condiciones laborales: contrato indefinido, buena retribución, formación continua…

En cuarto lugar, destaca la pluralidad de la oferta de empleo. El seguro recurre a perfiles profesionales muy variados para su día a día. Expertos en programación y bases de datos, economistas, titulados en administración y dirección de empresas, especialistas en marketing y comunicación, matemáticos, estadísticos, abogados, ingenieros…

Por último, pone de manifiesto el relieve económico de la industria. El seguro es un sector líder. Supone el 5,3% del PIB español y está detrás de 129.000 empleos directos e indirectos en España, según la Encuesta de Población Activa.

Otra novedad que incorpora el portal de 'Un futuro asegurado' es la creación de un directorio con los datos de contacto para temas laborales de las aseguradoras en España.

Las inversiones del sector llegan a los 317.671 millones en el primer semestre

El volumen estimado del total de las inversiones del sector asegurador español en el segundo trimestre de 2019 se situó en los 317.671 millones de euros, informa **ICEA.**

El 56,0% de dicho volumen representa la inversión de la cartera de Vida, el 12,5% la correspondiente a No Vida, el 27,9% a la cartera general y los fondos propios suponen el 3,6% restante.

Agroseguro inicia el pago de indemnizaciones por los daños de la DANA de septiembre

Agroseguro ha comenzado a pagar las indemnizaciones por los daños causados por la DANA (depresión aislada a niveles altos de la atmósfera) ocurrida entre el 11 y 17 de septiembre, con el abono de 16,28 millones de euros.

Estos pagos corresponden a aquellas tasaciones definitivas que se han podido ir realizando, ya que hay que tener en cuenta que este fenómeno dejó a su paso cultivos inundados que pueden presentar daños de evolución, como son la muerte del árbol, o la posibilidad de aparición de enfermedades fúngicas derivadas del exceso de humedad y de la imposibilidad de la realización de tratamientos fitosanitarios. Por lo tanto, el resto de los pagos se irán realizando a medida que se puedan hacer las tasaciones definitivas.

Se trata del mayor siniestro de gota fría en la historia del seguro agrario. Las producciones que se vieron más afectadas fueron las de cítricos, hortalizas (en su mayoría brócoli, lechuga, melón y pimiento) y uva de vino y mesa. Hasta el momento se han recibido partes de siniestro correspondientes a más de 41.000 hectáreas.

Los mayores daños se localizan en la Vega Baja del Segura y en el término de Orihuela (Alicante).

Por otra parte, Agroseguro ya ha abonado más del 90% (36,79 millones de euros) de la siniestralidad de uva de vino de este año, que superará los 40 millones. Los productores de Castilla-La Mancha son los más afectados, con una siniestralidad abonada que supera los 11 millones de euros por más de 36.000 hectáreas dañadas. A continuación, se sitúa La Rioja, con más de 9 millones de euros.

Recordamos que los primeros días del mes de mayo una brusca caída de temperatura provocó daños localmente intensos por helada, fundamentalmente en amplias zonas productoras de La Rioja. Posteriormente, a lo largo del verano, han sido reiteradas las tormentas de pedrisco que han afectado al cultivo de uva de vino.

En otro orden de cosas, Agroseguro participó en el Congreso que cada dos años celebra la Asociación Internacional de Aseguradores de la Producción Agraria (AIAG). En esta ocasión se habló de la gestión de los riesgos en las producciones agrarias, la variabilidad climática y el papel que juega el sector privado (aseguradoras) y los gobiernos.

Por último, señalar que Agroseguro, en colaboración con Enesa, el Consorcio de Compensación de Seguros, Saeca y la Junta de Castilla y León, ha celebrado una jornada informativa sobre las novedades de los seguros de cultivos herbáceos y uva de vino. Entre otras cosas, se habló de la incidencia del cambio climático en el sector agrario y de la necesidad de que el seguro se adapte a estas nuevas circunstancias.

Nace Vammos, agencia de suscripción 100% digital

A finales de septiembre, se presentaba en el mercado Vammos, la primera agencia de suscripción totalmente digital con la intención de transformar de forma disruptiva el mercado con fórmulas aseguradoras exclusivas para los mediadores de seguros.

"El éxito de Vammos es fruto del trabajo apasionado, con ilusión y tesón de un gran equipo, para conseguir seguros innovadores que provoquen en los mediadores de seguros y sus clientes una sensación de sentirse más que seguros", explican desde la agencia de suscripción.

Vammos nace desde la mediación de seguros que son quienes, al estar cerca de los clientes, tienen históricamente conocimiento de las necesidades reales de aseguramiento; necesidades que, en muchas ocasiones, vienen demandando sin encontrar soluciones en el mercado español.

Se diferencian por no competir con otros proveedores del mercado, agencias o compañías, dado que buscan productos no existentes en España todavía, (o que es necesario rediseñar) aun cuando satisfacen necesidades reales de protección de riesgos y son demandados por la sociedad.

Son únicos porque nacen con un modelo totalmente digitalizado y utilizan herramientas avanzadas de análisis predictivos lo que permite a Vammos crear productos ágiles que se adaptan a las nuevas realidades de los clientes y a los cambios legislativos que puedan afectar al riesgo, pudiendo dar soluciones a corredores y otros mediadores rápidamente.

Vammos cuenta con el respaldo técnico de grandes compañías internacionales como Lloyd's, Asco, Axa Partners que garantizan la solvencia y robustez de las soluciones aseguradoras que la agencia lanza al mercado para los ramos de Accidentes, Salud, D&O y Responsabilidad Civil.

Vammos aporta productos exclusivos diseñados por mediadores de seguros y sus clientes, con coberturas muti-ramo específicas para ellos.

Las primas de nueva producción en Salud individual decrecen un –5,2 %, según Pricing Test

Los decrementos de primas promedio en Salud individual de nueva producción ha sido del –5,2% entre septiembre de 2018 y septiembre de 2019, según un estudio comparativo realizado por Pricing Test entre las principales entidades del sector y en 5 zonas (Madrid, Barcelona, Bilbao, Sevilla y Valencia)..

Por targets, los decrementos resultantes son: mujer 30 años: -3,4%; familia 30 años: -3,8%; familia 35 años: -6,3%; familia 40 años: -4,4%; y familia 50 años: -6,3%.

Zurich lanza una nueva versión de Klinc

Zurich Seguros avanza en la revolución de los seguros y lanza una nueva versión de Klinc. Se trata de Zurich Klinc, un ecosistema de protección integral para cualquier tipo de estilo de vida, y una propuesta pionera en el mercado asegurador español que se adapta a los diferentes estilos de vida y modelos de personas. Ya tienen 30 agentes y 20 corredores que vende a través de Klinc.

El proyecto se lanzó al mercado hace algo más de un año con los seguros *on demand* de dispositivos electrónicos. Después se incorporaron las nuevas formas emergentes de movilidad, como los patinetes. Ahora, Klinc lanza la posibilidad de contratar de forma 100% digital un seguro de Vida, personalizado y adaptado a las necesidades de cada cliente.

Zurich concentra su negocio digital para particulares en una tienda única, pero no deja de lado a la mediación. En estos momentos 30 agentes y 20 corredores venden en Klinc. La aseguradora ayuda al mediador a realizar el cambio de modelo de negocio para poder trabajar en la plataforma y se les configura una tienda Klinc propia para ellos.

"Klinc multiplica las opciones de desarrollo del negocio digital y esto supone una oportunidad para la mediación que ha decidido adaptar su modelo y acceder así a un nuevo abanico de opciones aseguradoras", ha asegurado Carlos Palos, director de Ventas y Distribución. Los agentes y corredores que comercializan Klinc se incorporaron a los pocos meses del lanzamiento del proyecto y su enfoque de negocio se distribuye a partes iguales entre dispositivos electrónicos (móviles, tabletas, etc.) y movilidad (patinetes y bicicletas eléctricas).

Con la incorporación del producto de Vida en Zurich Klinc se amplían las oportunidades para seguir evolucionando el modelo de negocio de los mediadores. Además, consolida a Zurich en España como el laboratorio que genera e implementa este modelo asegurador para todo el Grupo. Se trata de un modelo de trabajo en formato startup que permite expandir Klinc a otros mercados con una propuesta de valor generada en España.

Desde la aseguradora se muestran satisfechos por la evolución que está teniendo el producto que crece cada mes más del 10% en clientes y aporta entre el 20 y 30% de los nuevos clientes de la aseguradora. Además, el 15% de esos clientes que aporta Klinc contrata más de un producto.

La versión *on demand* es preferida por el 55% de los clientes y el 45% restante opta por la opción anual.

Los corredores de AXA XL dispondrán de servicios de ciberseguridad

AXA XL y Accenture se han unido para ofrecer servicios globales especializados en ciberseguridad a los suscriptores, corredores y clientes de la aseguradora, con el fin de reforzar su capacidad cibernética, combatir ciberataques y recuperarse de estos.

AXA XL, la división de responsabilidad civil, daños materiales y riesgos especializados de AXA, aprovechará el potencial cibernético global de Accenture para ayudar a sus clientes a entender mejor sus riesgos ciber.

En un principio, se hará por sectores: para la industria, la distribución minorista, la sanidad o los servicios financieros, entre otros. Más adelante, los servicios se extenderán hasta abarcar todo el espectro de daños y responsabilidad, a comienzos de 2020. Accenture actuará como proveedor estratégico tras la detección de fallos de seguridad para clientes de AXA XL de fuera de EE. UU., a quienes brindará servicios de gestión de incidentes e informática forense. Para los clientes estadounidenses, ofrecerá servicios posteriores a la detección de fallos de seguridad que incluirán la informática forense, en el marco de un grupo de proveedores.

Según estudios de Accenture, a lo largo de los próximos cinco años, los ciberataques podrían costar a las empresas 5,2 billones de dólares en oportunidades generadoras de valor. Esto brinda oportunidades a las actuales aseguradoras.

Allianz Partners ha publicado su informe 'Consumidores y dispositivos: cada vez más cerca. Las últimas necesidades y demandas en el ecosistema de Appliance Protection' sobre la relación de los usuarios con sus dispositivos y electrodomésticos.

Insights Lab de Allianz publica su primer informe sobre consumidores y dispositivos

El informe pone de relieve por ejemplo, los motivos principales por los que el consumidor decide contratar la protección de sus dispositivos móviles. Entre ellos destacan, con un 38% de los encuestados, la necesidad de no permanecer mucho tiempo sin él o el riesgo de robo o pérdida, seguido de cerca de la experiencia de haber sufrido averías o accidentes en el pasado.

El informe ofrece también, información detallada sobre los seguros que más interesan a los consumidores. Entre ellos destaca la cobertura de pantalla, que acapara un 60% de las respuestas de los consumidores, seguida de la cobertura de accidentes o no funcionamiento y la posibilidad de contar con asistencia las 24h.

Con este informe, Allianz Partners pone a disposición de los interesados, los últimos datos sobre las demandas del consumidor en materia de asistencia, sus preocupaciones reales en el entorno actual y sus necesidades.

Uno de cada cuatro conductores nunca ha cambiado de aseguradora de Auto

El 23% de los asegurados o, lo que es lo mismo, más de 5,5 millones de conductores españoles, reconoce que no ha cambiado nunca de compañía de seguro de coche y otro 20% no lo ha hecho en los últimos cinco años. Además, solo el año pasado, el 35,5% de los encuestados renovó su seguro de forma automática sin conocer el precio de la póliza y sin comparar con otras opciones, según el estudio realizado por Rastreator.com.

Según este informe, el 77,5% de los asegurados afirma que el precio es el factor que más valora a la hora de elegir compañía de seguros, por delante de otros aspectos como la atención al cliente (45%) y la reputación de la compañía (34%). Pese a ello, el 30% de los conductores españoles no sabe lo que pagó por su seguro el año anterior y el 35,5% lo renovó de forma automática sin conocer dicho precio, lo que implica una pérdida de 190 euros al año por conductor, un total de 1.603 millones de euros.

Entre los más de 5,5 millones de conductores que no han cambiado nunca de compañía de seguros, el 28% sostiene que no lo ha hecho porque no cree posible encontrar un precio mejor, mientras que el 66% afirma estar conforme con lo que le ofrece su aseguradora y el 61,5% considera justo lo que paga por el seguro.

Por el contrario, entre los que sí cambiaron de compañía, 6 de cada 10 encontraron una oferta mejor, mientras que para el 36% la decisión se basó en la obtención de mejores coberturas y servicios.

Por edades, los conductores más veteranos son los que menos cambian de aseguradora; el 74% afirma que no lo hace porque está satisfecho con su compañía o porque cree que le ofrece el mejor precio posible (18%). Sin embargo, son los que menos atención prestan a la hora de renovar la póliza, ya que el 44% reconoce hacerlo de forma automática.

Respecto a los conductores más jóvenes, entre 18 y 24 años, más del 21% reconoce haber tenido problemas con la cobertura de su seguro por no revisar la póliza y el 51% asegura no recordar cuánto pagó por su seguro de coche en la última renovación.

Por comunidades autónomas, los aragoneses, extremeños y murcianos, son los españoles más fieles a su compañía de seguros, mientras que los riojanos, los vascos y los canarios son los que más cambian de aseguradora.

Generali ofrece bonificaciones de hasta un 4% en su campaña de pensiones de fin de año

Con el lema 'Vivir como quiero en mi jubilación', Generali ha puesto en marcha su campaña de pensiones de final de año con el objetivo de promover el ahorro privado entre los ciudadanos. Para ello, ofrece hasta el 31 de diciembre incentivos de hasta el 4% sobre las aportaciones y traspasos a los planes de pensiones y EPSV en el País Vasco. Las bonificaciones se recibirán en efectivo, a través de cheques regalo en Amazon o El Corte Inglés o con aportaciones al propio plan.

"El positivo tratamiento fiscal de los Planes de Pensiones individuales con desgravación de la aportación en la base imponible del IRPF, unido a la variedad de planes que proporciona Generali, nos permiten diseñar programas de ahorro para la jubilación prácticamente a medida", ha destacado Juan Luis Cavero, director general comercial de la aseguradora.

Asimismo, la App 'Mi Generali' permite acceder en tiempo real a su posición financiera y monitorizar la evolución de sus ahorros e inversiones. Además, Generali dispone de un planificador financiero, una aplicación para que sus mediadores diseñar el programa de ahorro e inversión que se adapte a las características de cada cliente atendiendo a edad, composición familiar, su nivel de ingresos, su patrimonio, su cultura financiera y su perfil inversor.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha sido reconocida por el Certamen de los Líderes en Servicio por su excelente atención a sus clientes en la categoría de seguros del Hogar. Las 20 compañías galardonadas han obtenido el derecho de uso del logotipo Elegido Servicio de Atención al Cliente del Año 2020 durante un año.

Pelayo distribuirá el seguro de Salud de Asisa

Pelayo distribuirá, a través de su red, el seguro médico de Asisa, gracias a un acuerdo de colaboración suscrito por José Boada, presidente de Pelayo, y Francisco Ivorra, presidente de Asisa.

Esta nueva alianza de distribución permite a Pelayo seguir apostando fuertemente por la diversificación, con una mayor gama de soluciones aseguradoras y una oferta personalizada al cliente brindando asimismo la oportunidad a Asisa de ampliar su red de comercialización, lo que sitúa a ambas aseguradoras en un escenario más competitivo.

Asimismo, Asisa ha llegado también a un acuerdo de comercialización de sus productos de Salud con Asociación Europea, especializada en seguros de Decesos.

Debate sobre el aseguramiento en los accidentes laborales

Fundación Inade ha celebrado una jornada sobre el aseguramiento en los accidentes laborales donde se presentaron las estadísticas del Ministerio de Trabajo en el año 2018, donde los accidentes laborales con vehículos a motor no solo están en máximos históricos, sino que suponen el 12% de los accidentes laborales en su totalidad.

En la jornada hubo una mesa redonda integrada por José Antonio Badillo, profesor de la Universidad de Alcalá; el Magistrado de la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de Galicia, Ricardo Ron; el jefe provincial de A Coruña de ISSGA, José Rega; el director del departamento Jurídico del Grupo Puentes, Paul Fernández Currós; y el director de Mercados de March Risk Solutions, Miguel Fernando Falcones. La mesa fue moderada por Fernando Peña, director de la Cátedra Fundación Inade-UDC. Estos profesionales ahondaron en la temática central de la jornada: los accidentes de trabajo cuando interviene un vehículo a motor. Desde el punto de vista de la industria aseguradora, Miguel Falcones comentó que "los accidentes de trabajo con vehículos a motor es un tema con zonas grises, donde no siempre resulta fácil saber qué seguro es el que se necesita". Además, hoy en día existen "muchas cosas que pueden considerarse vehículos, ya no nos limitamos al camión o la pala excavadora, un patinete eléctrico también puede considerarse un vehículo".

Badillo corroboró las palabras de Falcones, "este tema es complicado hasta el punto de que alguien que se hace daño descargando una caja de una furgoneta, podría defender que se trata de un hecho de circulación". Desde su punto de vista esto está fuera de lugar, pero es algo que sucede.

En la misma línea, el Magistrado de la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de Galicia comentó el caso de un trabajador que, volviendo de un viaje de fin de semana para incorporarse el lunes a su puesto de trabajo, sufrió un accidente, el cual fue considerado un accidente de trabajo in itinere. En la sala se comentó que, ante un hecho de este tipo, dos departamentos de la misma compañía llegaron a denunciarse entre sí

QBE presenta una solución para el sector de la construcción

QBE España ha presentado su nuevo producto para la industria de la construcción. Comprende un gran espectro de actividades del sector que incluye ingenierías, montaje, actividades de mantenimiento, fabricantes de materiales de construcción, así como energía, oil&gas y construcción de plantas industriales.

Esta propuesta está especialmente diseñada para empresas cuyas facturaciones oscilan entre 40 millones de euros y 1.000 millones de euros que quieran depositar su confianza en QBE a largo plazo, está concebida con un enfoque de industria vertical, alineando todas las áreas en la misma industria, a través de un coordinador como punto de referencia global y con una visión conjunta de cuenta.

Se trata de un producto flexible para adaptarse a las particularidades de cada cliente. Un aspecto diferenciador es la posibilidad de ampliar la cobertura una vez finalizada la obra, al primer año de operación, todo ello en la misma póliza. "Apostamos por una distribución a través de brokers con implantación regional, así como con socios especialistas", ha destacado Natalio García, director de Construcción y Ramos Técnicos de QBE.

La oferta incluye un compromiso de servicios integrales de prevención e ingeniería de riesgos cross-class, pero también en lo que se refiere a operaciones y tramitación de siniestros, ayudando de forma proactiva a las empresas a minimizar sus exposiciones y evitar pérdidas. La compañía cuenta además con servicios de Evaluación de riesgos e Informes de Inspección mediante herramienta propia (Q-Risk).

Por otro lado, QBE ha anunciado la incorporación de 4 nuevos profesionales a su equipo con efecto 1 de septiembre: Paula Alonso, como suscriptora de Daños Materiales; Luis Sánchez, como suscriptor de RC; David Ruiz, como director financiero; y Adrián Gordón como asistente de suscripción.

Iberian Insurance Group refuerza su apuesta por la RC Profesional

Iberian Insurance Group ha firmado un acuerdo de colaboración con Lloyd's Insurance Company SA, la filial de Lloyd's en Bruselas, por el que la agencia de suscripción añade a sus cartera de productos de Responsabilidad Civil y D&O mayores límites y mejores soluciones, además de opciones de segundas capas.

"Con este acuerdo con un referente mundial como es Lloyd's, en Iberian reforzamos nuestro liderazgo como agencia de suscripción especializada en Responsabilidad Civil profesional y D&O. Se trata, sin duda, de un nuevo gran paso en la estrategia de crecimiento constante de nuestra compañía, que ahora cumple cinco años, colaborando con los principales binders internacionales del sector", ha explicado Darío Spata, CEO de Iberian.

International SOS implanta un proceso completo de gestión de siniestros en PEGA

International SOS ha finalizado la implantación del primer proceso completo de gestión de siniestros utilizando la plataforma de PEGA (Pegasystems) para la prestación de su servicio de asistencia jurídica telefónica en España.

Se trata de un proyecto que se encuadra en el plan de transformación tecnológica y digital incluido en su Plan Estratégico SOS PE2020. "Con estas soluciones damos un paso más en nuestra estrategia de mejorar la experiencia del cliente. La integración de esta plataforma con nuestra centralita nos permite la identificación automática del cliente y tener una visión 360º de las interacciones realizadas con él en el momento de la llamada, con lo que podemos gestionar el proceso *end to end* de una manera ágil y eficaz. Así nos centramos en ofrecer un servicio excelente y no en manejar las aplicaciones informáticas. Esto está siendo percibido de manera muy positiva por los clientes", ha señalado Jorge Núñez, subdirector general de International SOS. "Además, al tratarse de una herramienta que guía en la ejecución de los procesos, hemos reducido los tiempos de formación de las nuevas incorporaciones, lo que genera un cambio cultural que está siendo muy bien aceptado también por nuestros empleados", ha añadido.

Adicionalmente, también se ha desarrollado en esta misma plataforma una aplicación para gestionar el registro y mantenimiento de su cuadro médico baremado de Salud y Bienestar, que permitirá, entre otras funcionalidades, que los proveedores puedan auto registrarse de una manera ágil a través de un portal de servicios.

En otro orden de cosas, International SOS (en España, SOS Seguros y Reaseguros, S.A., y SOS Assistance España S.A.U., compañías integradas en el Grupo Santalucía), ha obtenido la certificación GDPR (Reglamento General de Protección de Datos). Esta certificación se aplica a la gestión y provisión de protección de datos personales en todas sus centrales de asistencia y servicios médicos a nivel mundial.

Allianz Seguros, autorizada como gestora de planes de pensiones

Allianz Seguros ha obtenido la autorización de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) para operar como entidad gestora de planes de pensiones. La nueva oferta complementará el actual portfolio de soluciones de ahorro e inversión de Allianz, que incluye ya diferentes opciones como planes de previsión asegurada, seguros de ahorro o de inversión (unit linked).

"Queremos ofrecer los mejores productos de protección, de inversión y de planificación financiera a nuestros clientes. Con la entrada en el negocio de pensiones, ampliaremos nuestra oferta de planificación financiera de cara a la jubilación", ha explicado Miguel Pérez, director general de Vida, Salud, Bancaseguros y Seguros de Inversión.

Por otro lado, Allianz Seguros ya cuenta con más de dos millones de clientes '*paperless*', es decir, clientes con los que la compañía se comunica "sin papel", de forma digital. Este dato representa un incremento superior al 45% respecto a 2016, año en el que la compañía lanzó su estrategia *full digital*.

En otro orden de cosas, Allianz se ha convertido en la marca aseguradora más valiosa del mundo, según el informe Best Global Brands 2019, publicado por **Interbrand.**

El valor de la marca Allianz, que se cifraba en 10.800 millones de dólares en 2018, ha ascendido hasta los 12.100 millones de dólares. Eso la ha permitido ascender del puesto 49 del pasado año al 43 de 2019, convirtiéndose así en la marca aseguradora más valiosa del mundo.

Antonio Pepin, nuevo Finance Leader de Liberty Seguros

Liberty Seguros ha nombrado a Antonio Pepin como su nuevo Finance Leader. La compañía ha valorado, de forma destacada, su experiencia liderando equipos financieros multipaís, ya que desde finales de 2018 la aseguradora ha consolidado las operaciones de sus negocios de España, Irlanda y Portugal en una entidad única regulada en España, de cuya área financiera Pepin será el máximo responsable.

Pepin tendrá un doble reporte, por un lado, a Matt Johnson, West Region CFO de Global Retail Markets, y a Tom McIlduff, CEO de Liberty Seguros, pasando a formar parte del equipo directivo de la aseguradora.

Por otro lado, Liberty Seguros ha invitado un año más a sus mediadores expatriates a visitar su Centro de Servicio de Mediadores de Barcelona. A lo largo de su visita, los mediadores han tenido la oportunidad de conocer a las personas que brindan un servicio personalizado para mediadores expatriates, así como familiarizarse con las iniciativas que se están llevando a cabo en la compañía para afianzar su experiencia, atención y formación.

El seguro atendió el sepelio de 275.000 personas el año pasado

El seguro se hizo cargo del entierro de 275.160 personas. Es decir, el 61% de los fallecidos en el país. Esta es una de las conclusiones que se desprenden del Informe Estamos Seguros 2018 elaborado por Unespa. La mayoría de las inhumaciones (185.263) se produjo en la misma localidad donde ocurrió el fallecimiento. En 89.388 casos, un 32,49% del total, fue preciso trasladar el cadáver de una población a otra dentro del territorio nacional. Asimismo, hubo 509 personas que perecieron en el extranjero.

El seguro de Decesos es, tras el de Automóviles, el producto asegurador con mayor capilaridad en España. No en vano, 21,76 millones de personas de los 46,73 millones de residentes en el país están protegidas por una de estas pólizas, de acuerdo con datos recabados por ICEA. Representan el 46,6% de la población. Como en el mercado hay 8,36 millones de pólizas, existe una media de 2,6 asegurados por contrato. Este dato refrenda el carácter familiar del producto.

Las aseguradoras suelen encargarse del servicio funerario y los traslados y, además, facilitan a las familias otros servicios asociados como el asesoramiento jurídico o la atención psicológica.

La implantación del seguro de Decesos es particularmente destacada en la mitad Sur de la Península y en la cornisa cantábrica. Las provincias donde este producto tiene una mayor presencia son Cádiz (80% de la población asegurada), Ávila (79%), Badajoz (72%), Ciudad Real (69%) y Huelva (66%). Pero incluso en aquellos territorios donde el seguro de Decesos tiene un peso comparativamente bajo, su presencia sigue siendo más que perceptible. Es el caso de Melilla (16%), Soria (18%), Huesca (21%), Teruel (22%) y Baleares (23%).

Los índices de suscripción más altos de este producto se dan pasados los 45 años y, muy especialmente, en la vejez. No obstante, también está bastante presente entre los niños y la gente joven. Las tasas de aseguramiento entre las cohortes de población menores de 30 años oscilan entre el 19% y el 44%.

Cesce lanza una campaña sobre los riesgos de impago

Cesce lanzó a mediados de octubre una campaña de su solución 'Cesce Master Oro: Tiempo', conscientes de que los riesgos de impago entre empresas están aumentando y de que la tranquilidad, la seguridad y el tiempo valen su peso en oro.

'Cesce Master Oro' es una herramienta flexible y a la carta frente a los riesgos de impago de las empresas porque permite elegir a qué clientes asegurar sin necesidad de cubrir toda la cartera de negocio. Además, ofrece la posibilidad de monitorizar el riesgo en cartera en tiempo real, el menor plazo de indemnización del mercado y apoyo a la financiación, a través de su Fondo Apoyo a Empresas, en el que también participan ICO y Cofides.

Por otro lado, la aseguradora ha estado presente en la nueva edición de Fruit Attraction 2019, uno de los principales eventos del sector hortofrutícola a nivel mundial. Cesce ofrece soluciones a medida para la gestión del riesgo comercial por cuenta propia y por cuenta del Estado español (ECA). Asesoró en su stand a las empresas del sector, preocupadas por las consecuencias que pueden generar el Brexit y las políticas arancelarias internacionales sobre su actividad comercial diaria.

Asimismo, la aseguradora participó en la XXI edición de la Feria Internacional de Productos del Mar Congelados, Conxemar. Cesce asesoró en su stand acerca de los riesgos comerciales que pueden derivarse de la actividad de estas empresas y las soluciones para cubrirlos.

Mutua Madrileña lanza un servicio de alertas meteorológicas para sus asegurados de Hogar

Mutua Hogar, el área especializada en seguros de Hogar del Grupo Mutua Madrileña, ha puesto en marcha un servicio de alertas meteorológicas para sus asegurados. La compañía informará a sus clientes con 48 horas de antelación de las alertas meteorológicas naranjas y rojas que puedan afectarles, según la localización de sus viviendas, publicadas por AEMET (Agencia Estatal de Meteorología) y otros organismos oficiales.

Mutua Hogar se encargará de activar el envío de los SMS de forma segmentada, utilizando los códigos postales de localización de la vivienda que estén afectados por cada alerta concreta.

Con este nuevo servicio, Mutua Hogar posibilita que sus asegurados tomen las medidas de precaución necesarias para evitar o paliar posibles daños derivados de la climatología adversa que pueda darse en cualquier época del año, ya sean importantes lluvias, vientos, granizadas, nevadas o fuertes tormentas.

Caser presenta una nueva versión de CochexCoche

Caser Seguros ha lanzado una nueva versión de su producto CochexCoche. Como novedad, cualquier conductor, sea de la compañía que sea, puede contratar el seguro, que hasta ahora sólo estaba disponible para asegurados de Auto de la entidad.

CochexCoche ofrece un vehículo en propiedad con características similares al que se tenía si reparar el accidentado cuesta más de lo que vale. Es decir, ante una colisión con un tercero o sin él, el seguro de Caser da la opción de reemplazar el coche si es declarado siniestro total, eligiendo entre una gama de modelos. Se trata de un seguro complementario al de Automóvil que se tenga contratado con anterioridad.

DKV Club Salud y Bienestar ofrece los servicios de más de 200 psicólogos a bajo coste

DKV Club Salud y Bienestar y Psicocare, una plataforma para la prestación *low cost* de servicios de salud mental, han firmado un acuerdo de colaboración, disponible desde junio, para ampliar la oferta de DKV en el sector de la psicología y ampliar las ventajas de los clientes.

Este servicio ofrece psicólogos con servicios para adultos, niños y adolescentes, parejas y familias, para los clientes de DKV a 31 euros cada sesión de 50 minutos.

Psicocare, que nació para ofrecer la mejor atención psicológica a precios competitivos, cuenta con un cuadro amplio de psicólogos a nivel nacional y la colaboración con DKV Club Salud y Bienestar, inicialmente incluirá 30 puntos de servicio en 8 provincias que se irá ampliando gradualmente.

Los clientes pueden acceder a este servicio a través de teléfono, formulario o correo electrónico. En función del lugar de residencia del paciente y dónde se encuentre en ese momento, se le ofrece el profesional más próximo y aquel que se ajuste a sus necesidades, de acuerdo con la prestación solicitada.

Entre los servicios que ofrece figuran: Servicio para adultos para tratar adicciones, ansiedad y estrés, problemas de autoestima, superar depresiones y duelos, fobias y

miedos…; Servicio para niños para problemas como la hiperactividad, ansiedad e irritabilidad, dificultades escolares, déficit de atención, trastornos alimentarios, que son comunes en los niños y adolescentes; Servicios para parejas con problemas por los cambios vitales que surgen durante la convivencia, conflictos con las familias, problemas con la educación de los hijos o con la sexualidad; y servicio de psicología familiar con consultas para solucionar problemas familiares relacionados con la comunicación, relaciones patológicas, con los hijos adolescentes y con personas mayores.

Seguros Bilbao bonificará con hasta un 3% los traspasos a sus productos de previsión

Seguros Bilbao ofrece una remuneración de hasta el 3% por los traspasos a sus productos de previsión que se realicen antes del 31 de diciembre de 2019.

Los clientes que quieran obtener ese beneficio extra para sus ahorros deben realizar traspasos o aportaciones, con un importe igual o superior a 2.500 euros, a un plan de pensiones, EPSV o Plan de previsión asegurado que comercialice Seguros Bilbao.

Cumpliendo esas dos condiciones, los clientes recibirán en los próximos 5 años el 0,40% de la cantidad traspasada, a lo que se podría sumar un 0,20% adicional si el partícipe incorpora en el plan una prima anual superior a 1.200 euros.

No Vida factura 27.360 millones de euros hasta septiembre

Los ingresos de las aseguradoras por la venta de pólizas a cierre del pasado septiembre ascendieron a 48.327 millones de euros, un 0,23% más que un año atrás. De este importe, 27.360 millones de euros correspondieron al ramo de No Vida y los 20.967 millones restantes al de Vida, según muestran los datos provisionales recabados por ICEA.

La facturación del ramo de No Vida aumentó un 2,90% en términos interanuales. La mejora de esta actividad se fundamenta en el tirón de todas las líneas de negocio, con mención especial de las pólizas de Salud y las de Multirriesgo. La partida de seguros de Salud repuntó un 4,12%, hasta los 6.677 millones. Mientras, los seguros que protegen inmuebles (ya sean viviendas, comercios, industrias o comunidades de vecinos) crecieron un 3,64%, hasta los 5.556 millones.

Los llamados 'Seguros Diversos' y el ramo de Automóviles tuvieron, igualmente, un desempeño destacado. El primer grupo de seguros aumentó su facturación semestral en un 2,96%, hasta los 6.635 millones. Bajo el término de 'Seguros Diversos' figuran las protecciones más ligadas a la actividad económica. El negocio de Automóviles incrementó por su parte sus ingresos en otro 1,44%, hasta los 8.493 millones, y sigue siendo la actividad que más ingresos reporta de todo el bloque de No Vida.

El ahorro gestionado en productos de seguro de Vida, medido a través de las provisiones técnicas, alcanzó los 194.589 millones de euros a cierre de septiembre. Este importe supone un incremento interanual del 3,69%, de acuerdo con las estimaciones de ICEA.

Chubb mejora su plataforma de amenazas cibernéticas

Chubb ha mejorado su plataforma 'Chubb Cyber Index' actualizando ciertas características que ayudan a identificar amenazas cibernéticas, basándose en el tamaño y en el sector donde las empresas desarrollan su actividad. La nueva herramienta también ofrece análisis de costes, información sobre límites y franquicias y una calculadora para estimar los gastos de un incidente cibernético, con el objetivo de ayudar a las compañías a comprender mejor cómo protegerse de las amenazas cibernéticas actuales y emergentes.

Michael Tanenbaum, Executive Vice President, Chubb, ha señalado que "con estas mejoras, esta herramienta proporciona un recurso digital que permite a los usuarios identificar sus exposiciones individuales y les proporciona los recursos y herramientas para proteger mejor a sus organizaciones". 'Chubb Cyber Index' ahora proporciona información adicional sobre los gastos que van más allá de la pérdida potencial, como el coste en los servicios de respuesta a incidentes que están diseñados para ayudar a las empresas a volver a la productividad rápidamente. Esta herramienta identificar rápidamente todos los riesgos cibernéticos para la empresa. Los usuarios pueden acceder a recursos sobre los costes de respuesta a incidentes específicos del sector, información sobre los límites y franquicias del seguro de riesgos cibernéticos, datos internacionales y una biblioteca de documentos, vídeos y otros materiales del sector en el que opera.

La entidad Previsión Mallorquina cumple medio siglo asegurando autónomos y profesionales en el ramo de Enfermedad.

Previsión Mallorquina cumple 50 años en el ramo de Enfermedad

"La especialización y cercanía, así como la confianza depositada por nuestros asegurados y la mediación, nuestro principal canal de distribución, son los valores diferenciales más destacados que han permitido a la compañía llegar hasta aquí", afirman desde la entidad.

A esto hay que unir que conocen muy bien el segmento de mercado al que se dirigen y ofrecen productos adaptados a las necesidades de cada profesional, "una excelente selección de riesgos y un control del siniestro personalizado son nuestras claves del éxito", indican desde Previsión Mallorquina.

"Podemos cambiar algunas cosas, evolucionar y adaptarnos a cada época, pero sin perder en ningún momento nuestro rumbo, sabiendo quienes somos y hasta dónde podemos llegar. Así lo hemos hecho durante estos cincuenta años y así lo seguiremos haciendo en los años venideros", señalan desde la aseguradora.

La segunda edición de 'Vida Madrid' aborda la oportunidad de negocio en las pensiones

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid ha celebrado la segunda edición del encuentro 'Vida Madrid', que el órgano colegial organiza con la colaboración de Noizbait, consultoría especializada en Vida y Pensiones. La jornada, desarrollada bajo el lema '¿Quién se atreve con las pensiones?', ha tenido como objetivo que mediadores y aseguradoras puedan compartir en un mismo espacio diversas visiones sobre el negocio de Vida y Pensiones, y así poder reflexionar en común sobre nuevas iniciativas y oportunidades de negocio.

Ángel Corada, gerente y director del Centro de Estudios del Colegio de Madrid, durante la inauguración subrayó que "las pensiones son una mágnifica oportunidad para agentes y corredores". En ese sentido, Josu Ciudad, socio director de Noizbait, comentó que "el sistema público está poco menos que paralizado y se cuestiona su viabilidad, y en el ámbito privado los tipos de interés siguen en mínimos históricos". Además, según apuntó Ciudad, "el asegurador es un sector que no trabaja mucho los proyectos en común, lo que sin duda nos permitiría operar con mayor éxito en el ramo de Vida".

Mª Eugenia Líbano, responsable de Formación Comercial de Santalucía Vida y Pensiones, ofreció la ponencia 'Propuestas en materia de pensiones para garantizar la sostenibilidad del sistema'. Líbano señaló que nos encontramos ante un problema de gran calado, la sostenibilidad del sistema de pensiones. En ese sentido, comentó que, ante el déficit estructural de la Seguridad Social, para poder seguir manteniendo el poder adquisitivo habrá que potenciar la previsión complementaria. Asimismo, apuntó que "el actual sistema de reparto no es justo ni sostenible, por lo que es indispensable buscar un nuevo consenso en el Pacto de Toledo para no trasladar el problema íntegro al resto de generaciones". Para Líbano la solución se encuentra, como ya se ha demostrado en otros países europeos, en un sistema de cuentas nocionales de contribución definida, en el que la tasa de rentabilidad esté ligada al crecimiento de la masa salarial. Las tasas de empleo y productividad son otro de los problemas, por lo que según Líbano hay que potenciar la natalidad y diseñar una política migratoria de futuro. Por último, para la responsable de Formación Comercial de Santalucía Vida y Pensiones será clave potenciar la previsión complementaria, por ejemplo, con incentivos fiscales.

En su turno, Francisco Martínez, director general de Asisa Vida, presentó la herramienta 'Acerca-E', con la que la aseguradora quiere ayudar a crecer a sus mediadores en Vida Riesgo Individual, a través del producto 'Asisa Vida Tranquilidad', y así rentabilizar las acciones comerciales de sus agentes y corredores.

Santiago Font, de la Dirección de Negocio Vida y Pensiones de Zurich, presentó 'Azul Mediación'. Se trata de un asistente virtual que analiza las facciones del usuario

y le proporciona datos como la edad o si es fumador, y a través de un tercer algoritmo calcula el índice de masa corporal. El acceso es posible vía web o app y ofrece un precio del seguro de Vida en base a los hábitos de vida saludable del usuario. Así, el sistema convierte la contratación en un proceso interactivo en el que, en lugar de que el usuario rellene formularios, es capaz de inferir los datos básicos y hábitos de vida del cliente con solo analizar su cara. El sistema aplica descuentos automáticamente para los usuarios que obtienen resultados más favorables en el análisis (peso equilibrado, no fumadores, etc.). A continuación, el usuario puede solicitar que desde Zurich se pongan en contacto para ampliar la información sobre la propuesta de seguro de Vida y formalizar la contratación.

Por su parte, José María Martín, director general de Preventiva, habló sobre 'Decesos y Vida: ¿Amigos o enemigos?', en la que tras contextualizar la situación en la que estamos inmersos en España en cuestión de pensiones, analizó los ramos de Vida y Decesos con el objetivo de mostrar a los asistentes que son dos ramos aseguradores complementarios, "ambos tienen que ver con el fallecimiento", subrayó. Para José María Martín, Vida y Decesos son dos ramos que suman, que refuerzan el vínculo emocional con el cliente y le fidelizan, "sin duda, una gran oportunidad para la mediación, derivada de su capacidad para asesorar al cliente.

La última exposición corrió a cargo de Sonia Moreno, directora de Negocio Vida, Salud y Seguros de Inversión en Allianz. En su intervención, profundizó en la importancia que de cara al futuro tendrá para los ciudadanos haber llevado a cabo una buena planificación financiera. Por ello, en Allianz consideran fundamental acompañar al mediador en todo este proceso, proporcionándole las herramientas necesarias para asesorar al cliente y optimizando los productos en cada momento, ya que el mercado brinda numerosas oportunidades.

Newcorred prepara a sus corredores de Cataluña y Aragón en la Ley de Distribución de Seguros

Newcorred ha organizado una jornada de trabajo con buena parte de los nuevos corredores y corredurías de las regiones de Cataluña y de Aragón, para analizar los aspectos y novedades más destacadas de la futura Ley de Distribución de Seguros.

Además, se habló de otros temas de interés para los miembros de Newcorred como "la relación de los nuevos corredores con las aseguradoras, la nueva correduría cautiva de la organización – Newcorreduría-, los nuevos servicios que se van a implementar y el software de gestión de nuevos corredores –Newcornet-".

Con esta son ya cuatro -Asturias/Cantabria, Levante, Castilla y León y Cataluña/Aragón- las jornadas de trabajo territoriales que ha llevado a cabo Newcorred.

E2K crea una herramienta de venta de seguros ciber

El pack #E2Kciberseguros es una herramienta de venta de seguros asociados a los ciberriesgos para los corredores que integran su red nacional #E2Kbrokernet. En ella se incluye un "Procedimiento de venta" que les permite presentarse ante el cliente con seguridad para logar el éxito en la venta.

"Este procedimiento integra un conjunto de herramientas y soportes que E2K ha generado para promover una diferencia competitiva y dotar de un valor distintivo al corredor frente a su cliente. El objetivo es proporcionar unas pautas claras de actuación a todos los profesionales implicados en la correduría, atendiendo a criterios de utilidad y aplicabilidad. Está basado tanto en prácticas de éxito, extraídas de la experiencia de la propia Red, así como en estrategias comerciales exitosas utilizadas dentro del sector financiero-asegurador", ha asegurado Paloma Arenas, directora general de E2K.

El pack #E2Kciberseguros comprende formación técnica y comercial, soluciones aseguradoras, herramientas de marketing y comunicación en la preventa y postventa, y un procedimiento de venta para rentabilizar el esfuerzo comercial de las corredurías que forman parte de E2K, que les diferencie de la competencia y que ponga en valor la figura del corredor de seguros.

Por otro lado, E2K ha organizado junto con **Incibe (Instituto Nacional de Ciberseguridad)** un webinar sobre ciberriesgos, destinado a los empresarios y autónomos clientes de los corredores de seguros, con el fin de que conozcan las medidas preventivas que deben adoptar para protegerse ante los ataques a sus sistemas.

En el webinar se trataron temas tan cruciales como las causas que provocan la mayoría de los ciberataques; indicios de que se está produciendo el ataque; qué se debe hacer cuando se pierde un ordenador o un teléfono de empresa, las medidas inmediatas que se deben adoptar; normas básicas que deben cumplir los empleados: lo que no pueden hacer y lo que deben comprobar siempre; los ataques típicos…

Por último señalar que E2K ha celebrado un encuentro profesional con más de 120 asistentes, bajo el lema 'Convertir la red E2KBrokernet en el referente del mercado español de seguros'.

Se comenzó destacando los rasgos más característicos de las acciones estratégicas y operativas de la Red de E2K para ganar mayor cuota de mercado y nuevos nichos: Mayor innovación y tecnología, para ser más eficientes; Con una cultura de marca orientada al cliente, que escucha, que conoce sus necesidades, que cumple y comunica; y viva y en constante renovación que se adapta con rapidez a los cambios del mercado.

El presidente Pedro Vera recalcó en su discurso que los métodos de ventas están atravesando un cambio continuo y el objetivo es rentabilizar ese esfuerzo comercial y agradeció la gran

implicación del corredor en las acciones estratégicas, operativas y metodología de trabajo que se está implantando como organización.

El encuentro se centró en cinco capítulos: la innovación, formación, marketing y comunicación, procedimientos y marca. Al referirse a la innovación se dijo que el objetivo es la búsqueda permanente de nuevos métodos, aprovechando el talento, mejorando la experiencia y el aprendizaje con una actitud de mantenerse en las preferencias del cliente.

La formación, se enfocó como una inversión sostenida y estratégica para "garantizar la actualización de conocimientos para aumentar el rendimiento de los colaboradores, asegurar el éxito en la venta y obtener así mayor rentabilidad".

En marketing y comunicación se destacó como objetivo esencial la fidelización del cliente, a través del conocimiento y de la cercanía del corredor. Se mostró todo el despliegue de documentos impresos y digitales (cartas, packs, infografías) que E2K diseña de forma personalizada para cada correduría (B2B), destinados a sus propios clientes (B2C) en cinco idiomas, con un lenguaje comprensible, que forman parte de la campaña que se realiza a lo largo del año. El objetivo es "poner en valor la figura del corredor y acercar el mundo del seguro al cliente final".

Artai aborda el seguro de Caución como alternativa al aval bancario

Artai ha celebrado la jornada técnica 'El seguro de caución como alternativa al aval bancario', en la que se expusieron las claves y beneficios de este seguro, así como su tratamiento normativo y fiscal.

En la jornada participaron expertos en garantías de Caución, nacionales e internacionales, y en seguros de Crédito. Así, el director territorial de Artai Cataluña destacó que "en España la penetración del seguro de Caución es del 17% versus el 83% de aval bancario, mientras que en otros países el posicionamiento está al 50%. Tenemos un recorrido tremendo para crecer en esta línea de seguro para que las empresas puedan disminuir la dependencia de financiación bancaria".

Por otro lado, la correduría ha estado presente un año más en Conxemar con

su unidad especializada en el sector pesquero, Artai Pesca, referente en el mercado marítimo nacional e internacional. La compañía viguesa es la única correduría de seguros de empresa con una unidad dedicada única y exclusivamente a la gestión de los intereses del sector.

Esta línea de negocio cuenta actualmente con más de 1.550 barcos de pesca asegurados y trabaja con los grandes grupos empresariales de este ámbito, gestionando la práctica totalidad de los programas de seguro de los principales armadores.

Summa incorpora una herramienta para adaptarse a la Directiva de Distribución

Summa tiene ya disponible para toda su red de oficinas y asociados 'Asesor Brokia', una herramienta que facilita la obligación de información y asesoramiento previos que deberán proporcionar los distribuidores de seguros sobre la póliza una vez entre en vigor la nueva Ley de Distribución de seguros.

Mediante algoritmos, se automatizan los procesos de presentación de la información al cliente y generan los documentos obligatorios. De igual forma lleva incluidos mecanismos que desencadenan toda la comunicación y seguimiento posterior de los mismos hasta su materialización en póliza de forma automática.

La nueva regulación obliga al corredor, antes de la contratación a facilitar por escrito información objetiva acerca del producto que recomienda basándose en informaciones obtenidas del cliente, las exigencias y las necesidades de dicho cliente, de modo que pueda tomar una decisión fundada.

Le obliga asimismo a facilitar al asegurado una recomendación personalizada en la que explique por qué un producto concreto satisfará mejor las exigencias y necesidades del cliente, basado en un análisis de un número suficiente de contratos de seguro, ateniéndose a criterios profesionales, respecto al contrato de seguro que es más adecuado a las necesidades del cliente.

En otro orden de cosas, Summa ha celebrado en Madrid su convención comercial, donde se presentaron las novedades de productos exclusivos, nuevos sistemas de comercialización y nuevas herramientas digitales.

Se aprovechó la jornada para presentar las nuevas incorporaciones que refuerzan por una parte el equipo comercial y el soporte y apoyo a oficinas y asociados; así como los nuevos profesionales encargados de la expansión. Además, se han presentado los resultados y la evolución de la correduría en los últimos años, con crecimientos superiores en un 20% al resto de la mediación.

La correduría Blai Gabinet de Serveis obtiene la certificación ISO 9001

La correduría de Cojebro, Blai Gabinet de Serveis situada en Ponts (Lérida) ha obtenido la certificación ISO 9001, norma que se concentra en la satisfacción del cliente y en la capacidad de proveer productos y servicios que cumplan con las exigencias internas y externas de la organización.

"Este certificado garantiza la calidad de nuestro sistema de trabajo. Es un reconocimiento que nos anima a seguir cuidando y mejorando nuestros procesos, para que nuestros clientes, colaboradores, aseguradoras y proveedores se sientan cada vez más satisfechos con el servicio y atención que les prestamos", ha reconocido Blai Sánchez, titular de la correduría.

Espabrok presenta la estrategia para 2020 en su Congreso Nacional

Madrid ha acogido el Congreso Nacional de Espabrok bajo el lema 'En Equipo aseguramos nuestro Éxito'. En él se dio a conocer a través de las compañías las medidas implantadas para fortalecer la relación con la red de Espabrok. Además, la asociación realizó balance de las distintas iniciativas puestas en marcha para sus asociados en 2019 y se presentó la estrategia de negocio para 2020.

El director general, Luis López Visús, fue el encargado de presentar la evolución de la asociación, destacando "la fuerza de la marca y del equipo de la asociación, con una red de corredurías que a cierre de septiembre ha sumado este año 6 nuevas incorporaciones y 45 en los tres últimos años, hasta sumar ahora un total 88 corredurías".

También desveló que, del total de primas intermediadas de los asociados, el desarrollo de negocio en ramos técnicos, salud y Vida ha tomado un protagonismo relevante. En este sentido, destacó el trabajo del departamento de Empresas, con un incremento de la actividad del 11% y de primas emitidas del 17% que está contribuyendo a mejorar el mix de productos en una cartera donde Autos ya solo representa el 54%.

Además, resaltó el desarrollo de 13 nuevos productos exclusivos, "que nos ayudan a diferenciarnos; a competir en nuestras zonas. Especializar a nuestra red de corredurías ha sido clave, con el apoyo de un extenso programa de formación donde se han realizado 21 webinars muy prácticos, con un alto nivel de implicación de los asociados". La apuesta por formar en ramos técnicos a su red, y que puedan así dar un salto cualitativo en su asesoramiento profesional al cliente de empresas, se refuerza en la convocatoria de jornadas en gerencia de riesgos a desarrollar en Madrid en el mes de noviembre. Según López Visús, "con la mayoría de las compañías con las que operamos estamos en un marco de estabilidad y de crecimiento, potenciando más productos exclusivos".

La apuesta por la tecnología es para Espabrok un pilar importantísimo de su oferta de valor. Y, efectivamente, así se observa en los ejes en los que Espabrok pondrá el foco en lo que resta de 2019 y también en 2020: continuar con la hoja de ruta

con MPM para el entorno en la nube; puesta en marcha de la nueva intranet, que "irá más allá de un simple repositorio de información"; posicionamiento en redes sociales, herramienta de verificación de riesgos y consultoría a las corredurías para optimizar sus procesos de negocio.

Finalmente, destacó la "intensa actividad social de Espabrok y su compromiso en RSC, con la entrega del VII Premio Solidario Espabrok cuya celebración ha sido en el Museo del Prado, y su próximo Congreso que ya están preparando nuestros compañeros de San Sebastián". Concluyó señalando que "nuestro foco para los próximos meses seguirá siendo el escuchar a nuestra red de 88 realidades diferentes en zonas diferentes, para ayudarles a ser referentes en sus respectivas zonas".

Los colegiados navarros se forman sobre colectivos de Salud

El Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra ha acogido una sesión de formación de DKV sobre colectivos de Salud para empresas-digital.

La jornada, que corrió a cargo de la formadora de la compañía Mercedes Giménez, se dividió en varios bloques. El primero se centró en la venta actual: '¿De dónde venimos y a dónde vamos?'. "Ha cambiado el cliente, el entorno, el canal y nuestro negocio. Desde DKV hemos apostado por las redes sociales y tenemos presencia en la mayoría de ellas, como Instagram, LinkedIn, Facebook, etc.", explicó Giménez. Además señaló las diferentes aplicaciones que ofrece DKV, entre ellas la principal de la compañía, donde se pueden ver los datos de las pólizas y realizar numerosísimas gestiones.

El segundo bloque se fijó en las modalidades de contratación colectiva, en especial los PCF (Plan de Compensación Flexible o Plan de Retribución Flexible), donde la empresa negocia las condiciones económicas y no tiene coste para las compañías. "No se trata de pagar más, sino de pagar mejor", reflexionó Giménez.

Por último, la sesión se centró en un nuevo producto que DKV lanzó el 1 de octubre, llamado SaludPlus&Company. Se trata de una póliza de cuadro médico con módulos de reembolso que se podrá contratar este mes de diciembre.

Asimismo, Giménez reconoció a los asistentes que "DKV se encuentra en un momento dulce" y anunció una mejora en el precio de las primas, tanto en los colectivos grandes como en la pequeña y la mediana empresa.

Como conclusión, Giménez animó a los asistentes "a dar el salto de proponer a los clientes cosas distintas para trabajar y crecer sin tanta competencia ni tanto competidor".

Mediadores de Córdoba, Huelva y Sevilla reciben formación sobre los recursos de la empresa

Los Colegios de Mediadores de Córdoba, Huelva y Sevilla han celebrado la tercera sesión de su programa de formación continua. En esta ocasión se habló de la "Analítica de recursos de la empresa", impartida por Eloy Páez (eGestiona Consultores).

La sesión comenzó tratando la valoración de las cargas de trabajo y la utilización de los recursos técnicos disponibles. Del mismo modo, se ha puesto el foco sobre la organización interna y la estructura del personal propio. Por último, se instruyó sobre el análisis de las posibilidades de optimización.

El objetivo del programa de formación continua, impartido conjuntamente por Eutropía y eGestiona, es promover la adaptación de las empresas de mediación a un nuevo entorno competitivo marcado por la eficiencia, la tecnología y la aportación diferencial de las personas.

Marsh analiza las reclamaciones de seguros de Manifestaciones y Garantías

Marsh ha presentado un nuevo informe que analiza las reclamaciones de seguros de Manifestaciones y Garantías (W&I) colocados por el equipo de M&A de Marsh JLT Specialties en Europa, Oriente Medio y África (EMEA) desde 2009.

Los seguros de Manifestaciones y Garantías (o Warranty & Indemnity, en inglés) sirven para transferir al mercado asegurador el riesgo de pérdida financiera ante un incumplimiento del set de manifestaciones y garantías que un vendedor debe otorgar a favor del comprador en un contrato de compraventa.

El informe Transactional Risk Insurance Claims Study recoge un total de 175 notificaciones de siniestros, gestionados por Marsh JLT Specialty, recibidas entre 2009 y 2019, en 24 países de EMEA.

La mayor parte de las reclamaciones pertenece a las operaciones de mayor envergadura, con cerca del 17% de las reclamaciones recibidas sobre deals de más de 1.000 millones de dólares, los cuales representan cerca del 5% de operaciones con seguro. Según la experiencia de Marsh, esta cifra se debe a la mayor complejidad que tiene este tipo de operaciones, lo que aumenta la probabilidad de que algunas contingencias no se detecten durante la Due Diligence. Del mismo modo, la exposición al riesgo en las organizaciones más grandes es generalmente más alta dados los múltiples regímenes legales, regulatorios, fiscales y contables en los que operan estas compañías. En cambio, las operaciones de menos de 50 millones de dólares, tienen menos notificaciones en relación a las pólizas colocadas; éstas tienden a ser negocios más simples y predominan las operaciones de Real Estate.

De las reclamaciones presentadas y no aceptadas, el 89% estaban fundamentadas en las exclusiones de la póliza contratada y, de dicho porcentaje, casi la mitad versaban sobre hechos conocidos por el comprador con anterioridad a la compra (este tipo de seguros excluyen el conocimiento del asegurado). El restante 11% de rechazos se ha debido a que no ha existido un perjuicio económico derivado del incumplimiento.

Javier Goizueta, Practice Leader de Private Equity y M&A en Iberia declara que "el gran porcentaje de siniestros aceptados refleja el beneficio de usar el seguro de W&I como una herramienta útil en las transacciones de M&A, tanto en la medida en que sirve para paliar los incumplimientos de las manifestaciones y garantías acordados en el contrato de compraventa, como para negociar un mejor precio en la operación, entre otros usos".

La mayor parte de las reclamaciones recibidas hasta la fecha son por incumplimientos de manifestaciones de ámbito Fiscal (31%), siguiéndole de cerca Estados Financieros (23%) y Cumplimiento Normativo (14%).

"En cuanto al tipo de incumplimientos, en Iberia observamos reclamaciones derivadas de incumplimientos de manifestaciones fiscales, cumplimiento contractual, garantías laborales, cumplimiento normativo o derechos de propiedad intelectual entre otros" concluye Goizueta.

Por otro lado, Marsh España es el nuevo bróker de Siemens Gamesa Renewable Energy tras adjudicarse, mediante concurso, los servicios de consultoría de riesgos y mediación de seguros.

La correduría ERSM Insurance Brokers, nuevo socio de Adecose

Adecose ha celebrado su Junta Directiva del mes de octubre donde se ha aprobado la entrada de un nuevo socio: la correduría de seguros ERSM Insurance Brokers. Con esta incorporación, ya suma 13 nuevos miembros en lo que va de año, alcanzando las 142 correduría.

Por otra parte, se informó sobre el nivel de participación de los socios en las encuestas del Barómetro 2019 lanzadas la segunda semana de octubre.

Respecto a la actividad internacional, se comentaron los temas que se abordaron en la pasada reunión de Comité de Directores de Bipar. La adaptación de la IDD en los ordenamientos jurídicos y el debate sobre la remuneración de los corredores en Finlandia fueron los puntos estrella a tratar en la reunión.

Por último, la directiva se interesó por las últimas iniciativas en materia de responsabilidad social corporativa. Una de ellas es el compromiso de Adecose con la Educación Financiera, por lo que se evaluaron las acciones realizadas durante el Día de la Educación Financiera, celebrado el 7 de octubre. Además, desde mediados de septiembre y hasta mediados de octubre, ha lanzado una campaña interactiva en redes sociales para dar a conocer información financiera a los usuarios. Asimismo, ha decido crear un blog de artículos de interés que estará disponible en la web oficial a principios de noviembre. Por último, Adecose ha programado también charlas sobre el sector asegurador dirigidas a alumnos de Bachillerato durante todo el curso escolar.

Por otro lado, se comentaron los asuntos debatidos en el grupo de trabajo de #RedEWI para analizar cómo colaborar en medidas de conciliación, selección, promoción y formación.

La campaña publicitaria para motoristas de AMV, premiada

La campaña publicitaria dedicada a los motoristas de AMV ha sido reconocida como una de las mejores en el marco del XV Encuentro de Marketing y Comunicación en el Sector Asegurador 2019, organizado por Inese.

La campaña televisiva, que se centra en el principal consumidor de AMV: los motoristas, ha obtenido este reconocimiento junto a Multiasistencia y Santalucía. AMV buscaba en su campaña empatizar con sus clientes, demostrándoles que sus seguros se dirigen a motoristas y están hechos por motoristas. Por ello, los spots recogen expresiones comunes en la jerga motera, tales como: "montar en burra" o "abrir gas".

El 60% de los emprendedores y startups no está bien asegurado, según SingularCover

Según indican los datos del último 'Mapa Emprendimiento South Summit 2019', en los últimos cinco años ha crecido un 17% el emprendimiento español. Pero la realidad es que, según SingularCover, el 60% de los emprendedores y startups no está bien asegurado.

"La preocupación principal del emprendedor suele ser que su startup se convierta en una empresa sostenible y que su modelo de negocio se consolide. Sin embargo, existen una serie de riesgos que pueden derivar en reclamaciones considerables, o en pérdidas por daños no asegurados, lo que puede acarrear incluso la quiebra del negocio" señala Rafael González-Montejano, cofundador y CEO de SingularCover (startup española de insurtech especializada en seguros para comercios, oficinas, pymes y autónomos). Estos riesgos son de tres tipos::

1. Los daños materiales serían, por ejemplo, robo de equipos informáticos, rotura de cristales, daños por agua, etc. Suelen tener un impacto económico controlable, sin embargo, se pueden eliminar asegurando los equipos y bienes, junto a la oficina con una póliza de Multirriesgo.

2. Los daños personales son aquellos que derivan de accidentes que sufran clientes o empleados en la oficina. En este caso, el impacto económico puede ser mayor y se pueden solventar con coberturas de Accidentes para empleados o de Responsabilidad Civil.

3. Los daños patrimoniales son los más obviados y sin embargo los que entrañan más riesgo. Estos daños se refieren a aquellos que el patrimonio del emprendedor puede sufrir como consecuencia de reclamaciones judiciales de terceros derivadas de su gestión (D&O) o negocio (RC de explotación, de producto, etc.).

"Cuando somos emprendedores, asumimos la gestión y administración de un negocio que, seguramente, tenga inversores, clientes, empleados, etc. Las reclamaciones pueden ser de distinta naturaleza, pero si la reclamación tiene éxito puede conllevar indemnizaciones considerables que el emprendedor ha de cubrir, incluso con su propio patrimonio", señala González-Montejano.

SingularCover ha diseñado un seguro 100% online personalizado para cubrir todo el espectro de riesgos propios de las startups. Este seguro evita tener que contratar diferentes pólizas, al haber sido diseñado a medida, y es un seguro dirigido especialmente a los emprendedores.

"Nuestro seguro ofrece coberturas como indemnización diaria por accidente, responsabilidad civil de explotación y/o de productos, responsabilidad civil profesional por reclamaciones de terceros en caso de incumplimiento de la LOPD e incluso sanciones, etc. Este tipo de negocios necesitan un sistema completo, sencillo y rápido que les ayude a estar protegidos ante cualquier contingencia, ya que en muchos casos enfrentarse a esas sanciones, daños o reclamaciones, les puede suponer la quiebra e, incluso, la ruina del emprendedor», matiza el CEO de SingularCover.

La digitalización, el EIAC y el PEM protagonistas en las II Jornadas de Seguros & Cultura

Las II Jornadas de Seguros & Cultura, organizadas por el **Colegio de Mediadores de Seguros de Lérida,** analizó a fondo la digitalización, el EIAC y el PEM.

La sesión formativa contó con el apoyo del Cecas (Centro de Estudios del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros). Jordi Parrilla, director del Cecas y gerente de la Fundación Auditorium Assegurances; y Román Mestre, director de Desarrollo de negocio de EasyTech Global, hicieron una valoración sobre cómo evolucionaba nuestro sector ante la digitalización y cómo se ha ido adaptando a ella.Jordi Barbera, socio gerente y director de Operaciones en CMP Correduría de Seguros, trató el tema del EIAC (Estandar de Intercambio de Aseguradoras y Corredores), el lenguaje en que mediadores y compañías deberán utilizar a partir de enero de 2020.

Posteriormente Jordi Parrilla y Román Mestre hablaron del Plan Estratégico de la Mediación en donde dijeron cómo emprender con éxito el plan para ser más eficaces y optimizar recursos.

Ya por la tarde, Fernando Pozueta de Paredes, socio director en Energía Comercial, realizó el Workshop "Trad-Innovación", un taller práctico para potenciar el desarrollo del negocio con la digitalización, el EIAC y el PEM. Pozueta de Paredes comenzó con un ejercicio que consistió en conversar con otra persona sobre un tema y así ir conociendo a los compañeros. El segundo tramo de la actividad se realizó en grupos donde a los participantes se les exponía un caso real y debían resolver en equipo el problema. Y para finalizar, analizaban las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades enfocadas a los negocios.

El presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Lérida, Javier Barberá finalizó la sesión con unas conclusiones de la jornada y el alcalde de Naut Arán, César Ruiz-Canela, hizo la clausura agradeciendo a todos la estancia en el Valle de Aran y deseando una buena jornada.

Por otro lado, el Colegio ha organizado la XXXI edición de los Almuerzos-Tertulia con la entidad colaboradora Catalana Occidente, como invitada.

Se ha constituido la sociedad Unisur AIE, con el objeto de unificar y potenciar las capacidades de sus socios en su actividad mercantil y su relación con las aseguradoras.

Nace la agrupación de corredores Unisur

Con sede en Sevilla, está compuesta por corredores y corredurías de las provincias de Huelva, Sevilla, Cádiz y Málaga .

Esta organización ha sido promocionada por la **Asociación de Corredores de Seguros de Andalucía (ACSA)** como una alternativa de tipo mercantil para sus socios.

Cojebro se apunta a la transformación digital en el mundo de la salud

Cojebro ha firmado un acuerdo de colaboración con Barcelona Health Hub (BHH) para participar en la aceleración de la transformación digital en la salud.

BHH es una asociación sin ánimo de lucro fundada en 2018, cuyo objetivo es acelerar la transformación en salud digital, fomentando la interacción entre startups, corporaciones de salud e inversores. El objetivo de la organización es convertirse en un centro de referencia internacional en medicina digital, atrayendo innovación y talento. Con menos de un año, la asociación cuenta con más de 130 miembros asociados (startups, empresas, hospitales, universidades, instituciones de salud e inversores) nacionales e internacionales.

Antonio Muñoz-Olaya, presidente de Cojebro, explica que "es muy motivador este acuerdo de colaboración con Barcelona Health Hub, que permitirá a nuestra organización conocer los nuevos desarrollos que cambiarán la forma en que se gestiona el bienestar y la salud tal como la conocemos ahora".

Por otro lado, el sexto módulo del PDG de Cojebro contó como ponente con Luis Ferrer, presidente y CEO de Ferrer & Ojeda, expresidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona y asociado de Cojebro, que impartió la master class a los alumnos de Madrid y Barcelona.

El contenido del módulo, impartido por el director general de la FUB, Valentí Martínez Espinosa, fue la comunicación empática y asertiva, y la capacidad de persuasión e influencia, aptitudes que todo responsable de un equipo de personas, debe conocer.

En otro orden de cosas, Valencia ha acogido el III Congreso Cojebro Junior, que reúne a los miembros más jóvenes de la asociación. Salvador Tarazona Correduría de Seguros fue la anfitriona del evento. La jornada de trabajo comenzó con la ponencia de Alejandro Izuzquiza, director de Operaciones del Consorcio de Compensación de Seguros, que, además de explicar las funciones, funcionamiento y estructura del organismo, así como las diferentes fórmulas para la comunicación de siniestros consorciables, proporcionó los últimos datos de la DANA.

Posteriormente, intervino Isabel Olivares, exdirectora general de Google España y Portugal, con su ponencia 'Fast foward: ¿tienes valor para disrumpirte a ti mismo?', en la que analizó las últimas tendencias tecnológicas que se están desarrollando.

David Navarro, representante del Vertical Insurtech de la Asociación Española de Fintech e Insurtech; y Francisco Álvarez, cofundador de varias insurtechs y profesor del Directive Program of Innovation and Banking Technology del IEB, exploraron las posibilidades que tendría un Amazon de los seguros y analizaron las principales y más exitosas insurtechs que han surgido en los últimos años.

Para concluir la jornada, todos los juniors participaron en el taller 'Diseñando el seguro de mañana'.

La Comisión Tecnológica de Apromes se ha reunido para abordar su apuesta decidida hacia "herramientas y plataformas tecnológicas avanzadas" para su colectivo asociativo, lo que va a redundar en el beneficio de su actividad mediadora de seguros..

Apromes reúne a su Comisión Tecnológica

En ese sentido, recientemente y para marcar las líneas de trabajo de esta nueva etapa, se ha reforzado la Comisión de Tecnología con las corredurías asociadas Afersa Asesores, Confluence y el Área de Sistemas y Desarrollo del asociado estratégico Marh Underwriting, todos ellos especializados en las nuevas tecnologías y la digitalización.

Por otra parte, esta Comisión tiene previsto encuestar a sus asociados próximamente, a fin de conocer sus necesidades tecnológicas para que desde Apromes se les pueda dar solución a éstas.

En otro orden de cosas, el presidente de Apromes, Javier García-Bernal, clausuró el Tour Académico de Especialista Internacional en Alta Gerencia, organizado por el Santander Financial Institute (Sanfi), instituto universitario del Banco Santander y la Universidad de Cantabria e Idecide, el que ha tenido lugar en el Colegio Mayor Argentino de Madrid. En su intervención, habló de la gran importancia de la formación en todos los sectores y la actual normativa reguladora en materia de mediación de Seguros en España y otros países de la UE así como su experiencia en Protocolo Empresarial.

En este sentido, ha reforzado su compromiso con la formación para el ejercicio profesional como corredor de seguros, con el comienzo de la III edición del Curso de Formación Grupo A.

Aon realiza networking con los socios de su red de corredores

Aon ha reunido por segundo año consecutivo a sus socios colaboradores de la red de corredores Aon Net, en un encuentro en el que se han desarrollado distintas sesiones de trabajo y actividades de networking.

Más de 50 gerentes de corredurías colaboradoras de Aon Net a nivel nacional han asistido al evento, en el que han podido conocer las novedades de los productos y soluciones que la firma pone a disposición de esta Red: desde Consultoría de Capital Humano (salud, compensación flexible o beneficios) a temas de peritación o plataformas de gestión interna..

La X Convención de Bárymont presenta su expansión a Portugal

Bárymont ha celebrado la X Convención bajo el lema 'La Trans... Formación'. A ella asistieron 23 personas de Portugal, país donde la compañía prepara la expansión.

La jornada comenzó con talleres prácticos de formación, en los que miembros de Bárymont explicaban claves para desarrollar un negocio de éxito.

Después se presentaron los avances producidos en el canal formativo en educación financiera, Pepe Promedio, cuya intención es difundir y enseñar a las personas la forma adecuada de ahorrar e invertir recursos, a través del canal digital que culmina en asesoramiento personalizado.

Miki Delás, deportista olímpico de hockey, hizo un paralelismo entre la metodología de trabajo del deporte y la empresa, la diferencia que marca comprometerse con el equipo.

Por su parte, Pau Valdés, CEO de una empresa especializada en Marketing no intrusivo, InboundCycle, realizó una radiografía general de Bárymont poniendo en valor que es una empresa que ofrece y aglutina un servicio social novedoso, una alternativa económica para miles de familias.

Fidel Delgado, psicólogo clínico que se autodefine como "titiripetuta" puso en valor todas las cualidades de las personas, por el hecho de serlo, resaltando la importancia de ser consciente de ello y de desarrollarlas, "estamos de paso en esta vida, tenemos que hacernos transitólogos no meros transeúntes".

El segundo día de la Convención se dedicó toda la mañana a atender a las aseguradoras colaboradoras. Con todas ellas, la relación es cercana y fluida y destacaron el trato humano, valor fundamental en Bárymont.

Por la tarde, participaron los ponentes Alberto López, presidente de la trainera Donostiarra, cuya muestra de "remar todos a una" dejaba claro lo que es el trabajo en equipo. También, Claudio Mogilner, CEO de Internacional Web y compañero de la compañía destacó la importancia de gestionar las emociones para optimizar los resultados.

Como colofón Ana Barros, mostró la activación del primer Hogar de Huellas, HH, en Revilla de Camargo, Cantabria, principal proyecto de Responsabilidad Social Corporativa de Bárymont. Apoyo y desarrollo a la Fundación Huellas de Solidaridad encargada de ofrecer un lugar cálido y con atención cercana a las personas mayores.

Los colegiados valencianos se forman en gestión de siniestros

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia ha llevado a cabo una jornada formativa sobre gestión de siniestros impartida por Sergio Villar, de Risk Consulting. Esta acción formativa se llevó a cabo en exclusiva para los empleados de la correduría Ute Camp Coop. V., dirigida por la colegiada Nuria Galán.

Este formato, en el que se ofrecieron las claves para la gestión de siniestros de Autos y Diversos, se lleva a cabo debido a las sugerencias de los colegiados valencianos, y es la primera de una serie que continuará en aquellos despachos que lo soliciten.

El Colegio de Valencia tiene el objetivo de facilitar al máximo la formación en gestión de siniestros a todos los colegiados con este nuevo formato que facilita a los profesionales su asistencia.

Por otro lado, el Colegio de Valencia ha celebrado la cuarta edición de su torneo anual de pádel. Los ganadores absolutos de esta edición fueron Braulio Pastor, de Grupo Gestoría Pastor, y Miguel Oro, gerente de Asisa en Valencia. La segunda posición correspondió a la pareja formada por Martín Julián Rojo, gerente de Massera Consulting Correduría de Seguros, y José Miguel Cuesta. Las parejas estaban formadas tanto por colegiados como por empresas de servicios y representantes de las aseguradoras que colaboran con el Colegio.

Las organizaciones Aunna, CIAC y Fecor han iniciado una ronda de contactos con el objetivo de seguir trabajando por los intereses de los corredores. Fruto de estas reuniones, y como exponente más reciente, es el acuerdo alcanzado con la aseguradora Allianz, mediante el cual, se ha procedido a aclarar las interpretaciones contenidas en la carta de condiciones emitida por la aseguradora a los corredores, consiguiendo con ello un marco contractual consensuado.

Aunna, CIAC Y Fecor se reúnen para consensuar temas de interés para los corredores

Las tres organizaciones muestran su interés por seguir trabajando conjuntamente, consiguiendo posicionamientos sectoriales consensuados abiertos siempre al dialogo con el resto de organizaciones.

La representatividad de los más de mil corredores integrados en estas tres organizaciones otorga una importancia muy relevante a los temas abordados. Sin duda los planteamientos y acuerdos que se alcancen estarán avalados por un número muy elevado de corredores y corredurías de seguros de todo el territorio nacional.

Juan Pablo Núñez, nuevo director general de Uniteco

Juan Pablo Núñez ha sido nombrado nuevo director general de la correduría Uniteco, recogiendo el testigo de Gabriel Jesús Núñez, que llevaba en el cargo desde junio de 2016.

En sus casi 20 años de trayectoria en la compañía, Juan Pablo Núñez ha pasado por la dirección de diferentes unidades, como los departamentos de Automóviles, de Corredurías o de Planificación y Desarrollo, además del área de Negocio y Clientes. Corredor de seguros por la Universidad Pontificia de Salamanca, Máster en Dirección General (PDG) por el IESE y de Empresa familiar por el IE, Juan Pablo Núñez se enfrenta ahora al reto de liderar y mantener el crecimiento de la correduría.

En los últimos años, Uniteco ha alcanzado todos los objetivos propuestos en el Plan Estratégico 2017-2019, ha llevado a cabo una transformación digital, ha expandido su red comercial por toda España y ha conseguido minimizar el impacto para sus clientes de la aplicación del nuevo Baremo de daños de tráfico, que ha influido de manera decisiva en las reclamaciones por responsabilidad civil profesional sanitaria. Fuera de nuestras fronteras, la correduría se encuentra muy cerca de triplicar la facturación de su filial en Ecuador.

Los colegiados barceloneses se forman en ciberseguros

Hiscox, en colaboración con el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona y la Fundación Auditorium, ha impartido una sesión formativa titulada 'Iniciación en los seguros cibernéticos'. El objetivo de esta jornada ha sido ofrecer una formación especializada en seguros cíber a sus colegiados, para impulsar su acceso a un nicho de mercado estratégico y con un enorme potencial de crecimiento entre el tejido empresarial catalán.

¿Qué es el riesgo cibernético?, ¿cuáles son los principales riesgos para las empresas? Y ¿cómo interpreto y explico una póliza cibernética? han sido los tres grandes bloques temáticos sobre los que ha pivotado la sesión que ha dirigido Alan Abreu, suscriptor líder de Cyber de Hiscox.

"En 2019, el acceso a una formación en ciberseguridad de calidad es esencial para cualquier profesional del seguro. Por eso, es importante que los colegios formen a los mediadores en esta materia y que las aseguradoras les permitamos actualizar, de forma constante, sus conocimientos", ha explicado Abreu.

El Consejo General pone en valor el papel de los mediadores en los siniestros por la DANA

Las previsiones meteorológicas anunciaban para el 22, 23 y 24 de octubre riesgo por temporal en el área mediterránea y en el Cantábrico riesgos extremo, importante y riesgo a secas y se han cumplido. Entre otras cosas, hay que lamentar la desaparición de tres personas en Cataluña y un fallecimiento en Barcelona.

Hay puntos en los que se han registrado más de 260 litros por metro cuadrado por hora de intensidad. En estos casos, el Seguro enmarca los siniestros dentro de los llamados 'riesgos extraordinarios'.

Siempre que se cuente con una póliza de seguro, aunque sea obligatoria, se realizarán las reclamaciones directamente al Consorcio de Compensación de Seguros (CCS). "En este caso, el mediador de seguros, corredores y agentes, cuentan con toda la documentación precisa para poder actuar con rapidez para la reparación económica de los daños sufridos sobre los diferentes bienes asegurados", ha explicado Javier Barberá, presidente del Centro de Estudios del Consejo General (CECAS) y presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Lérida.

"Si se producen fuertes precipitaciones, dependiendo de la cantidad de litros que se recojan por metro cuadrado por hora, la reclamación podría dirigirse a la aseguradora con la que se tenga suscrita la póliza. De nuevo, el papel del mediador es clave porque su asesoría y conocimiento sobre las pólizas simplifica y agiliza el proceso", ha explicado Barberá.

Grupo PACC renueva su web

La correduría Grupo PACC ha presentado su renovada página web corporativa, donde el usuario podrá encontrar de manera sencilla e intuitiva toda la información referente a la compañía.

"Hemos estado trabajando en la creación de una nueva web corporativa para que muestre a Grupo PACC como una empresa moderna, actualizada y centrada en la evolución tecnológica de sus medios", ha señalado José Hernández, director general de la correduría.

La nueva web pretende ser un punto de referencia para clientes actuales y potenciales que deseen conocer y resolver los aspectos más importantes que rodean al complejo mundo asegurador. Prueba de ello es la inclusión de un blog, que con un lenguaje accesible para cualquier tipo de usuario, tratará de una manera amena temas específicos del sector asegurador y genéricos de interés general.

El premio Rotllo del Colegio de Castellón recae en Zurich

Zurich ha sido distinguida con el premio Rotllo del Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón, tras imponerse en las votaciones de los colegiados a Reale y AXA. El premio se ha entregado en el marco de los actos de celebración de la Patrona del Seguro, que se desarrollaron el 4 de octubre en Benicàssim.

El presidente del Colegio de Castellón, Antonio Fabregat, denunció que "este gobierno, y también los anteriores, han sido incapaces de aprobar la Nueva Ley de Distribución, cuya fecha de inicio finalizó en el mes de marzo y que a partir de entonces acarrea una multa por parte de la Unión Europea de más de 100.000 euros diarios". Contrapuso este hecho a la evidencia de que "nuestra profesión es cada día más conocida y reconocida, fundamentalmente por la importante función social que realizamos".

Fabregat reconoció el esfuerzo del sector argumentando que "hemos sido capaces en estos últimos años, de modernizar nuestras empresas, superando todos los obstáculos que se nos han ido planteando y, en definitiva, hemos pasado de la España de la alpargata a estar considerados uno de los sectores que han ido evolucionando de forma más favorable en el contexto económico de nuestro país". Finalmente, el presidente del Colegio de Castellón se dirigió a los profesionales asistentes destacando que los servicios colegiales "os pueden resolver muchas de las dudas que se os plantean diariamente. El Colegio, como Corporación de Derecho Público, es una garantía para nuestros clientes y, por tanto, un sello de calidad importante".

Jesús Valero, jefe de la Unidad de Mediación de la Generalitat Valenciana, clausuró el acto institucional poniendo en valor, "que hacen una gran tarea que muchas veces no se ve, y que también nos ayudan a resolver muchas cuestiones". Valero finalizó animando al Colegio de Castellón a seguir con su esfuerzo formativo.

Grupo Intercor crece por encima del 5%

Vitoria ha acogido la última Convención del Grupo Intercor, en la que se contrastaron las cifras de la evolución positiva de la anualidad de 2019, con un crecimiento superior al 5%.

Asimismo, se analizó la producción consolidada durante el año y se establecieron las medidas para el cierre de 2019. La organización de esta Convención corrió a cargo de la asociada de Palencia María Sol Chico, de DYSA Correduría de Seguros.

La correduría Bravo y Cia celebra su 30º aniversario

La correduría Bravo y Cia ha celebrado 30 años desde que su fundador, Fernando Bravo Marín, emprendiera una de las empresas más importantes de Castilla-La Mancha, que ha estado protegiendo la seguridad de familias, empresas e instituciones de toda España, según Gloria Bravo, la actual directora de la empresa.

"Aunque quienes dirigen ahora la empresa son las nuevas generaciones, voy a estar ahí aportándoles mi conocimiento y experiencia siempre, no me voy a jubilar nunca, así que ahí estaremos y seguiremos otros 30 años o más porque cuando creé la empresa lo hice con esa idea, que estuviera por encima la empresa de las personas, y lo hemos conseguido, a Bravo y Cia lo conocen muchísimas empresas y ya no me conocen a mí", ha señalado Fernando Bravo.

En el evento también cobró especial importancia la labor que realiza con su responsabilidad social corporativa. "Queremos devolverle a la sociedad una pequeña parte de lo que nos ha dado estas tres décadas, por eso desde este año un porcentaje de nuestros ingresos los estamos donando a la asociación Rosae, que lucha contra el cáncer de mama", ha asegurado Gloria Bravo.

La última edición del Quieres Saber de Aprocose trató el futuro de las corredurías

Aprocose convocó la XIX edición de su Quieres Saber con el título: 'Retos de las corredurías: sucesión, integración o venta'. En el foro participaron diferentes profesionales del ámbito de la mediación y del mundo jurídico.

El debate, moderado por Juanjo Gómez, responsable de Formación de Aprocose, contó con las opiniones de Mónica Herrera, corredora de seguros, socia de Herrera & asociados Correduría de Seguros, presidenta del Consejo de Colegios Profesionales de Mediadores de Seguros de la Comunidad Valenciana y presidenta del Colegio de Valencia; Eduardo Orri, socio director OC Consultores y socio director de OYT Abogados; Julio Pérez, director territorial Levante Sur Corredores de Plus Ultra Seguros; Jorge Pons, corredor de seguros, consejero de Quality Broker, y secretario, consejero y tesorero de Espanor Broker; y Ángel Vaillo, socio de Equity Partner y director del departamento fiscal Valencia de Gómez-Acebo & Pombo.

La correduría Unit Seguros inaugura nueva oficina

La correduría Unit Seguros ha ampliado su red de oficinas estableciendo una nueva sucursal en la ciudad de Murcia, zona de Atalayas, con el objetivo de potenciar la influencia en dicha zona. Con este emplazamiento, la correduría cuenta con un total de 28 sucursales distribuidas por el ámbito nacional.

Durante la inauguración, José Luís Morenilla, director de esta nueva oficina, resaltó la importancia del nuevo concepto de sucursal con un modelo diferente al tradicional: "Destinada a profesionales y empresas interesadas en una atención inmediata y personalizada".

La transformación digital, eje del décimo Fórum de Willis Towers Watson Networks

Los asociados de Willis Towers Watson Networks han disfrutado de una nueva sesión de networking junto con aseguradoras partners. El Fórum, una reunión de trabajo de tres días, se realizó en Marrakech. El tema principal de estudio de las jornadas ha sido la transformación de las corredurías hacia la era digital y tecnológica y cómo estos factores afectan al trabajo en equipo, aumentando el esfuerzo colectivo de objetivos comunes y superando barreras existentes.

Javier Gausí, Head of Willis Towers Watson Networks, destacó que la "hoja de ruta" marcada por la alianza para los próximos años se sostiene fundamentalmente en la "evolución tecnológica de las corredurías asociadas que tienen que ser capaces de transformarse para abordar con éxito las nuevas formas de venta y de relación con sus clientes". El directivo insistió también en que eran "los mejores tiempos" y "los peores tiempos", en alusión a las oportunidades de nuevos negocios y a los nuevos actores de competencia en el sector.

Uno de los invitados especiales a las jornadas fue Pedro García Aguado, campeón Olímpico de waterpolo, quien sorprendió a los asistentes con una ponencia sobre la importancia del trabajo en equipo y la superación personal como "viaje de aprendizaje".

La agenda, en la que primó la innovación al tratarse del décimo Fórum de la alianza, contó con ponencias de distintas personalidades, como Alejandro Galcerán, director del Canal de Corredores de Zurich; Fernando Conde, especialista en ciberseguridad; Gonzalo Meseguer, director general de Santalucía Asset Management; o Ricardo Sanchez, director de Negocio Corporativo y digital de Axa.

Finalmente, Luis Sáenz de Jáuregui, director general del área de Distribución y Ventas de AXA, fue el encargado de clausurar las jornadas donde aprovechó para destacar la "fuerte apuesta del sector por la mediación profesional".

Campus del Seguro presenta una guía para asesorar a los clientes de los corredores que quieran pedir una hipoteca

Con motivo de la reciente entrada en vigor de la Ley 5/2019, de 15 de marzo, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario –conocida como "Ley Hipotecaria"– el portal de formación aseguradora Campus del Seguro, perteneciente al Grupo W2B, ha elaborado la guía informativa '¿Vas a pedir una hipoteca? 10 consejos de tu corredor de seguros que debes tener en cuenta'.

En el manual se exponen, de una manera sencilla y práctica, cuáles son los "nuevos derechos" de los consumidores respecto a sus seguros a la hora de pedir una hipoteca y, asimismo, se detallan cuáles son "las nuevas obligaciones" que deben cumplir a partir de ahora las entidades bancarias que los concedan.

Desde Campus del Seguro se señala que pone esta guía informativa a disposición de todos los corredores y correduría de seguros para que la divulguen y distribuyan entre todos sus clientes a fin de informarles y asesorarles sobre sus nuevos derechos como tomadores de seguros para que los hagan valer ante su banco si van a pedir una hipoteca a partir de ahora. Todos los corredores y correduría integrados en la plataforma de Campus del Seguro podrán, además, personalizar la guía para las acciones y campañas que quieran desarrollar con sus clientes.

Asimismo, Campus del Seguro informa que ha incorporado en su plataforma una nueva píldora formativa especial titulada 'Los nuevos derechos de los tomadores de seguros al pedir una hipoteca' y que va a permitir que -tal y como indican desde el propio Campus del Seguro - "los cerca de 1.500 empleados y colaboradores de los más de 500 corredores y correduría integrados en la plataforma descubran y conozcan de una manera muy ilustrativa y amena estos nuevos derechos de los consumidores en materia de seguros al pedir una hipoteca a su banco".

La correduría Cohebu celebra su vigésimo aniversario

La correduría Cohebu ha cumplido sus primeros 20 años.

Originaria de Sanlúcar de Barrameda (Cádiz), la compañía destaca como claves de su historia la resolución de problemas (principal activo del cliente); la oferta de servicios, productos y seguros que ninguna compañía ofrece a día de hoy"; acompañamiento, asesoramiento y recomendaciones y defensa de los intereses de los clientes, "sin que todos estos servicios repercutan en su bolsillo".

ACSA propone a la Junta de Andalucía su colaboración en la elaboración de seguros requeridos de forma obligatoria

La directiva de la Asociación de Corredores de Seguros de Andalucía (ACSA) se ha reunido con la Consejería de Hacienda, Industria y Energía de la Junta de Andalucía para trasladarle un dossier con las actividades de la asociación, un análisis de la situación de la mediación andaluza y datos estadísticos de la misma. Asimismo, ofreció sus servicios técnicos y profesionales para colaborar con la administración en la elaboración de productos aseguradores para actividades en los que sean requeridos de forma obligatoria.

Además, ACSA explicó a la administración su interés en colaborar en asuntos como la formación, estadística oficial, ordenación del mercado y normativa y legislación.

Por otro lado, ACSA ha convocado una reunión con asociaciones mercantiles y grupos de corredores de la comunidad andaluza para informar sobre las gestiones realizadas ante la administración andaluza y sobre el proyecto puesto en marcha por ACSA para crear una federación de asociaciones y grupos andaluces sobre la estructura de la propia asociación andaluza, para incrementar su representación e implantación a nivel andaluz.

Este proyecto, que se iniciará en 2020, reforzará la nueva etapa de ACSA en la que primará una función básicamente de representación institucional y profesional. Esta etapa se inicia tras la promoción y puesta en marcha de la constitución de Unisur A.I.E. donde los socios de ACSA que estén interesados en temas comerciales podrán tener su plataforma de integración.

Abacose abre un nuevo proceso electoral

En la última asamblea extraordinaria los asociados de Abacose han acordado por unanimidad anular el proceso electoral que fue convocado el 28 de agosto dado que la candidatura única presentada resultó afectada de un defecto de forma por lo que incumplía lo previsto en el artículo 27 de los estatutos de la asociación.

Por tal motivo, se ha aprobado un nuevo proceso electoral que preveía la finalización del plazo para la presentación de candidaturas el 22 de octubre. Una vez finalizado, se ha convocado la asamblea electoral dentro del plazo previsto en estatutos. De forma interina continúa la anterior Junta Directiva.

Anacose emprende una campaña para prevenir accidentes en Pamplona

La recreación de ocho accidentes de distintas modalidades a escala real es la intervención en el espacio público que el Ayuntamiento de Pamplona y la **Asociación Navarra de Correduría de Seguros (Anacose)** han realizado en distintas vías de la capital navarra para recordar a la ciudadanía que muchos accidentes se pueden evitar, y para que viandantes y conductores puedan hacerse cargo fácilmente de qué consecuencias puede tener una imprudencia.

En 2018 Policía Municipal registró 2.753 accidentes con 5 fallecidos y 40 heridos graves. Más de un tercio se debieron a la distracción o falta de previsión o pericia del conductor.

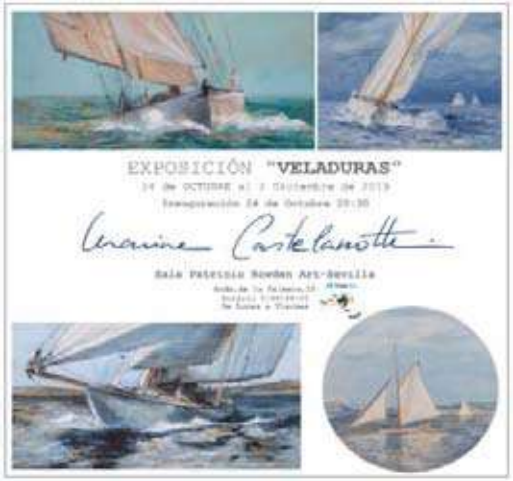
La presidenta de la Asociación Navarra de Correduría de Seguros, Silvia Manjón, ha explicado que "con esta campaña se quiere animar a la ciudadanía a trasladar el debate también a las redes sociales usando los hashtag #PamplonaConduceSeguro o #IruñeakSeguruGidatzendu para que cada vez menos personas formen parte de esa estadística". La acción titulada 'Prevención de accidentes en el entorno urbano' ha sido diseñada por la agencia Algas Comunicación con un presupuesto de 10.686 euros, compartido por las entidades promotoras.

Los cuatro ejes de reflexión propuestos son el consumo de alcohol y otras drogas, la velocidad inadecuada, las distracciones en general y las vinculadas a los teléfonos móviles en particular, y los atropellos.

Howden Art inaugura una nueva exposición en Sevilla

La artista cordobesa Marina Castelanotti es la protagonista de la nueva exposición de Howden Art, la iniciativa cultural de **Howden Iberia**. La inauguración de 'Veladuras' fue el 24 de octubre.

'Veladuras' es la consecuencia de una serie de cuadros que parten del interés de la artista por los veleros de la clase 15 metros, concretamente del Hispania, tripulado por el Rey Alfonso XIII y que compitió desde 1909 hasta la Primera Guerra Mundial. Actualmente, este barco pertenece a la Fundación Isla Ebusitana con sede en Puerto Sherry y navega con los otros tres únicos 15 metros existentes, 'El Mariska', 'El Tuiga' y 'El Lady Anne'. El estudio de la belleza y dinamismo de las embarcaciones ha derivado en el análisis de otro tipo de barcos o "veladuras", recogiéndolas en esta exposición.

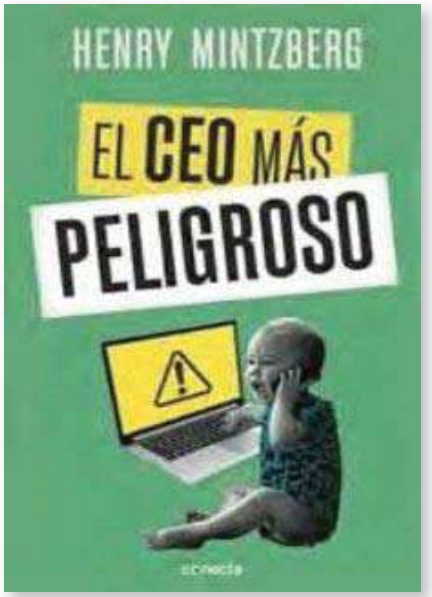


INFORMACIÓN RELEVANTE PARA PYMES Y AUTÓNOMOS

A DIARIO

Accede a las noticias que te interesan en:

WWW.PYMESEGUROS.COM



El CEO más peligroso

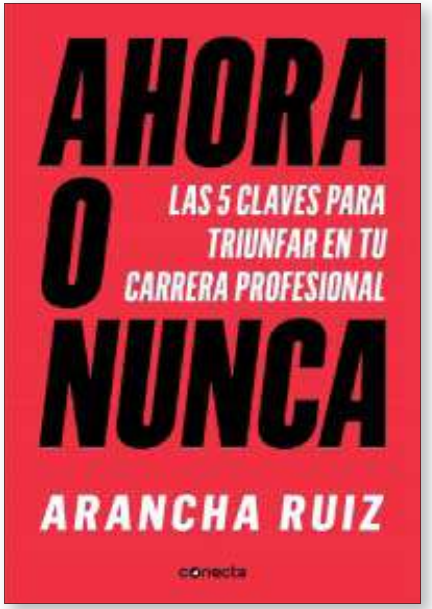
Convertir a los líderes arrogantes en directivos motivadores

Henry Mintzberg

Editorial: Conecta
Precio: 17,95 € libro impreso
7,69 € libro electrónico

Henry Mintzberg, "el pensador más importante del mundo sobre gestión empresarial" según Tom Peters, ha reunido cuarenta y dos divertidas historias con un propósito muy serio: convertir a los líderes arrogantes en directivos motivadores.

Mediante estos cuentos e ingeniosas metáforas que ilustran su pensamiento, Mintzberg desvela en qué se parecen un comité directivo y una abeja, relata los estragos causados por un joven MBA al tratar de mejorar la eficiencia de una orquesta sinfónica o reflexiona sobre cómo los recortes de personal se han convertido en la sangría del siglo XXI.



Ahora o nunca

Las 5 claves para triunfar en tu carrera profesional

Aranch Ruiz

Editorial: Conecta
Precio: 16,05 € libro impreso
8,54 € libro electrónico

Las oportunidades de éxito están al alcance de todos quienes desarrollen estas 3 habilidades imprescindibles para el profesional del siglo XXI: aprender de forma constante, tejer una red de colaboradores y ser perseverantes.

Este libro habla de los errores en clave de aprendizaje y de los aprendizajes en clave de grandes pasos para el éxito. Y explica cientos de historias de personas que viven aciertos y fracasos cotidianos, y de cómo crearon repetidas oportunidades de calidad para aprovechar los trenes que después pasaron; personas que fueron héroes cuando debían serlo, porque supieron que era su 'Ahora'.Arancha Ruiz ofrece las claves para aprovechar con éxito las oportunidades y vencer frenos y adversarios.

FOTOGRAFÍA PROFESIONAL

Comunicación
Prensa
Foto corporativa
Reportaje.....

IM
fotografía

Irene Medina
677 552 881

irene@irenemedina.com
www. irenemedina.com

fisioestudio

Centro de Terapia Manual Avanzada

FISIOTERAPIA Y OSTEOPATÍA
TERAPIA MIOFASCIAL
FISIOTERAPIA DEPORTIVA
TRAUMATOLOGÍA Y REUMATOLOGÍA
FISIOTERAPIA PRE Y POST PARTO
FISIOTERAPIA INFANTIL
FISIOESTÉTICA
DEPILACIÓN LASER

Los Nogales, 7 (entrada Doctor Vallejo Nágera)
28005 Madrid

Cita previa: 91 576 70 04

www.fisioestudio.com