Premio San Francisco Javier de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Número 78 Octubre 2018

www.pymeseguros.com

Jaime Ortiz, director comercial y de Marketing de Asisa

El seguro de DECESOS podría combinarse con el de ahorro

Punto de encuentro
La rentabilidad, principal reto para los seguros disruptivos

Más a fondo
Reforma estructural profunda para el sistema público de pensiones

In situ
El brexit obliga a Lloyd's a operar desde Bruselas

INTERNATIONAL SOS

WORLDWIDE REACH. HUMAN TOUCH.

DEFENSA JURÍDICA

Tranquilidad es contar con un asesoramiento eficaz y cercano en todo momento

Por eso, en International SOS disponemos de los seguros de Defensa Jurídica más completos tanto para particulares y familias como para Empresas y Autónomos.

Para que te puedas centrar en lo que de verdad importa, sin preocuparte de los aspectos legales.

Madrid
Ribera del Loira, 4-6
28042 MADRID
Tel.: +34 91 572 43 00
Fax: + 34 91 359 06 67

Barcelona
Avinguda Diagonal, 453 bis 2ºB
08036 BARCELONA
Tel.: + 34 93 301 97 57
Fax: + 34 93 292 01 00

www.internationalsos.es

La resiliencia de los corredores de seguros

Microseguros, pago por uso, aplicación de nuevas tecnologías... Los seguros disruptivos están introduciéndose poco a poco en nuestro mercado para dar respuesta a unos clientes con demandas muy concretas, inmersos en una sociedad muy digitalizada y donde prima la instantaneidad. Mediación y compañías deben colaborar para diseñar productos que cubran estas nuevas necesidades, con unos servicios y unos precios innovadores que, a la vez, garanticen su rentabilidad (ver Punto de encuentro).

Además, los corredores se enfrentan al reto de comercializar adecuadamente el ramo de Vida Ahorro (ver Más a fondo). Existe un importante problema con el sistema público de pensiones, que necesita una reforma estructural profunda. Se ha alcanzado un déficit de 18.000 millones en 2018 y parece que llegará a los 22.000 millones en 2019. Entre otras cosas, se propuso que los 20 puntos porcentuales que se van a reducir en la tasa de sustitución (del 70% al 50%), sea el porcentaje por el que se debería desarrollar el sistema de capitalización. Donde tiene mucho que aportar el sector asegurador.

Para alcanzar resultados positivos de todos estas nuevas situaciones algunas corredurías optan por vincularse a una agrupación de interés financiera porque facilita al corredor dar los servicios que precisa el cliente. Así se puede acceder a los mismos servicios de las aseguradoras y disponer de una política comercial común (ver In situ).

En el lado positivo, se encuentra la noticia de que se podrá seguir contando con el respaldo del Lloyd's tras el Brexit porque ha ideado un proyecto que les permite seguir operando en el Mercado Único, manteniendo las calificaciones financieras, las relaciones profesionales y las condiciones de operatividad. Para ello, se ha creado Lloyd's Insurance Company que empezará a operar el 1 de enero de 2019 (ver In situ).

Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Sumario

Staff

Directora
Carmen Peña
carmen@pymeseguros.com

Periodista
Aitana Prieto
aitana@pymeseguros.com

Área Comercial
Carmen Paramio
616468849
carmen2@pymeseguros.com

Maquetación Y Diseño
Estudio 9C

Fotógrafa
Irene Medina

Banco De Imágenes
Fotolia

PymeSeguros
Revista online para corredores y correduría

Número 78 • Octubre 2018
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

CC BY NC ND

06 **Hablando claro**
Jaime Ortiz, director comercial y de Marketing de Asisa
El seguro de Decesos podría combinarse con el de ahorro

12 **Punto de encuentro**
La rentabilidad, principal reto para los seguros disruptivos

18 **Más a fondo**
Reforma estructural profunda para el sistema público de pensiones

03 **Editorial**
La resiliencia de los corredores de seguros

32 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

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

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

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

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

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

24 **In situ Adecose**
El brexit obliga a Lloyd's a operar desde Bruselas

28 **In situ Espanor**
Ventajas de pertenecer a una marca única

El seguro de Decesos podría COMBINARSE con el de ahorro

El ramo de Decesos, además de estar consolidado y de cumplir plenamente con los requisitos de solvencia establecidos, está viviendo cambios, con una reorganización del mercado, la incorporación de nuevos operadores y canales y el desarrollo de nuevos productos y coberturas. En ese proceso se podría llegar a combinar el seguro de Decesos con el de ahorro porque, según Jaime Ortiz, director comercial y de Marketing de Asisa, "hay una gran afinidad entre ellos. Una combinación de ambos puede ser atractiva para algunos clientes que buscan la tranquilidad de saber que su familia tendrá cubiertos los gastos tras su fallecimiento y, a la vez, mejorar la rentabilidad de sus ahorros".

El seguro de Decesos ha crecido hasta agosto un 2,6% según los datos facilitados por ICEA. Esto supone 2,11 puntos menos que el crecimiento total del año 2017 que alcanzó el 4,71%, y se espera que acabe el año por debajo de las cifras alcanzadas durante el pasado ejercicio. ¿Se puede decir que cada vez tiene más dificultad para crecer?

El seguro de Decesos cubre prácticamente a la mitad de la población española. Esa alta penetración hace que su crecimiento sea complicado. Además, los asegurados de este tipo de seguro son sensibles al precio y están dispuestos a renunciar a parte de las coberturas para reducir el coste de sus pólizas, lo que limita las posibilidades de crecimiento del volumen de primas del ramo. Esta realidad tampoco ayuda a que el seguro de Decesos sea atractivo para muchos corredores, que lo ven como un producto poco rentable.

El 60% de las compañías presentan unos crecimientos inferiores al de un año antes. Incluso el 14% de las entidades tienen ratios de crecimiento negativos. ¿Qué opina de esto?

Los datos de crecimiento hay que ponerlos en perspectiva y ver su evolución a medio y largo plazo. En todo caso, las compañías debemos ser conscientes, en este ramo y en el resto, de que cada vez será más difícil atraer y fidelizar a los asegurados haciendo lo que hacíamos hace unos años. Los clientes nos exigen innovar, personalizar sus productos y cubrir sus demandas, que son crecientes, a un precio ajustado. Conseguir el equilibrio en ese escenario será lo que nos permita crecer a mayor ritmo.

Los asegurados de este tipo de seguro son sensibles al precio y están dispuestos a renunciar a parte de las coberturas para reducir el coste de sus pólizas

Sin embargo, cada vez existe mayor longevidad en las personas y eso supone que se paga el seguro de Decesos durante más años. ¿Qué valoración hace de ello?

El envejecimiento de la población afecta a todos los ramos del seguro y es lógico pensar que, en el caso de Decesos, esta realidad no tiene un efecto negativo: el aumento de la esperanza de vida alarga el periodo de pago de la prima y, por lo tanto, a priori, debería suponer una mejora de los ingresos y la cuenta técnica. Sin embargo, la gestión del seguro de Decesos es cada vez más compleja, lo que influye negativamente en el rendimiento del ramo.

En una jornada reciente de Icea se dijo que el seguro de Decesos es una de las prioridades de supervisión de la DGSFP ¿por qué?

El ramo de Decesos, además de estar consolidado y de cumplir plenamente con los requisitos de solvencia establecidos, está viviendo cambios, con una reorganización del mercado, la incorporación de nuevos operadores y canales y el desarrollo de nuevos pro-

ductos y coberturas. Ese escenario requiere explicar a los clientes con claridad las ofertas, garantías, servicios adicionales, costes, etc. de sus pólizas. Mantener una supervisión rigurosa sobre este proceso de transformación y trabajar mano a mano con la DGSFP es positivo para el desarrollo del ramo a medio y largo plazo y consolidar su transparencia.

En ocasiones he oído decir que Decesos debería estar ligado a un producto de ahorro ¿qué opina al respecto?

Hay una gran afinidad entre los productos de ahorro, como un seguro de ahorro, y los seguros de Decesos. Una combinación de ambos puede ser atractiva para algunos clientes que buscan la tranquilidad de saber que su familia tendrá cubiertos los gastos tras su fallecimiento y, a la vez, mejorar la rentabilidad de sus ahorros.

Los clientes exigen cada vez una mayor personalización, tanto en coberturas como en precios, y las primas mixtas permiten adaptar el precio que paga el cliente a su edad

¿En qué medida las aseguradoras se están reinventando para seguir atrayendo clientes nuevos y, sobre todo, a los jóvenes?

Uno de los cambios más importantes que está viviendo el sector asegurador es la incorporación de nuevos clientes potenciales que pertenecen a una generación nativa digital. Este tipo de cliente exige un cambio en la forma de relacionarse con las compañías, que estamos impulsando una profunda transformación digital para ser más ágiles en las respuestas, atender plenamente sus demandas y mejorar su experiencia de cliente.

Aunque el tipo de prima que más asegurados tienen es la prima nivelada, las primas que más crecen son las mixtas. ¿Por qué?

La prima nivelada es la tradicional en el sector y la que mantienen la mayoría de las pólizas, pero los clientes exigen cada vez

Es prioritario incrementar el negocio de Decesos con los corredores

"En los últimos años, los corredores empiezan a percibir que Decesos puede ser un ramo rentable para ellos porque son seguros de larga duración que pueden complementar su oferta en otros ámbitos, que ayudan a la fidelización de los clientes y que tienen bajos costes de gestión y comisiones atractivas. Pero todavía hay un gran potencial de desarrollo para este canal", indica Jaime Ortiz, director comercial y Marketing de Asisa.

Por eso, aunque el porcentaje de negocio de Decesos que aportan los corredores a Asisa aún es muy pequeño, "en los próximos años, el crecimiento en este canal es un objetivo prioritario para la aseguradora", afirma Ortiz.

Para la entidad, lo más importante es que "los corredores entiendan el valor que una compañía con una experiencia de más de 40 años en el seguro de Salud puede aportar ahora en el ramo de Decesos y que sean capaces de trasladárselo a sus clientes. En este sentido, para Asisa es esencial trabajar con corredores para consolidar nuestra presencia en este ramo, dar a conocer nuestros productos y llegar a un segmento de clientes que únicamente contrata sus pólizas a través de la mediación", señala su director comercial y de Marketing.

A cambio, Asisa ofrece "productos competitivos, con buenas coberturas y una alta calidad de servicio. Además, contamos con el aval de nuestra experiencia en Salud y mantenemos el compromiso de trabajar conjuntamente con los corredores para mejorar su formación y ofrecerles apoyo tanto en el ámbito comercial como técnico", explica Jaime Ortiz.

una mayor personalización, tanto en coberturas como en precios, y las primas mixtas permiten adaptar el precio que paga el cliente a su edad. En el caso de Decesos, esta adaptación reduce las primas que pagan los clientes más jóvenes y hacen más atractivos estos productos en los segmentos de menor edad.

¿Cree que la clave del crecimiento del ramo de Decesos está en la personalización de la póliza para cada uno de los integrantes de la familia?

Sin duda. Lo veíamos antes con el tipo de prima. La tendencia es personalizar el seguro de Decesos e incorporar a las pólizas garantías y servicios que cubran las necesidades de cada miembro de la familia. Esa personalización nos permite ofrecer un valor añadido decisivo a la hora de favorecer la contratación o la fidelización.

¿Con qué problemas o dificultades se está encontrando el ramo de Decesos?

La principal dificultad es la percepción de que se trata de un seguro antiguo, tradicional y poco innovador. Para afrontarla, el sector debe apostar por el desarrollo de nuevas coberturas y servicios complementarios que aumenten el valor del producto y mejoren la percepción de los potenciales clientes, especialmente los más jóvenes.

¿Hacia dónde pueden ir las innovaciones en este ramo?

Las innovaciones pasan por tres aspectos básicos. Por un lado, la digitalización de todos los procesos relacionados con el seguro, desde la contratación de la póliza hasta el contacto con la aseguradora en el momento del fallecimiento. Por otro lado, el desarrollo de nuevas coberturas y garantías complementarias vinculadas a la

garantía principal, como pueden ser la elaboración de testamentos, el borrado digital, etc. En tercer lugar, el sector apuesta por tangibilizar el seguro durante la vida del cliente, incluyendo algunos servicios opcionales (chat médico, garantías dentales, etc.) que aportan valor a la contratación de una póliza de Decesos.

¿Por qué Asisa decide entrar en el ramo de Decesos? ¿Cómo está yendo el negocio en estos años?

Asisa se encuentra en pleno proceso de transformación para consolidarse como una aseguradora multirramo. Esta diversificación de la actividad nos permite ser más competitivos y trasladar a nuevos ámbitos del seguro nuestro modelo propio, basado en la reinversión, la calidad asistencial y en la prestación de los servicios y el acompañamiento permanente de nuestros clientes. En ese proceso de diversificación, entramos en Decesos porque se trata de un ramo vinculado al cuidado y la atención de las personas y con potencial de crecimiento. Ya tenemos 15.000 asegurados en este ramo.

Muchos corredores ven Decesos como un producto poco rentable

Estamos trabajando para mejorar el producto que ofrecemos, hacerlo más atractivo para los clientes y ser más competitivos en un mercado cada vez más complejo.

¿Comercializa Asisa todas las modalidades del seguro de Decesos?

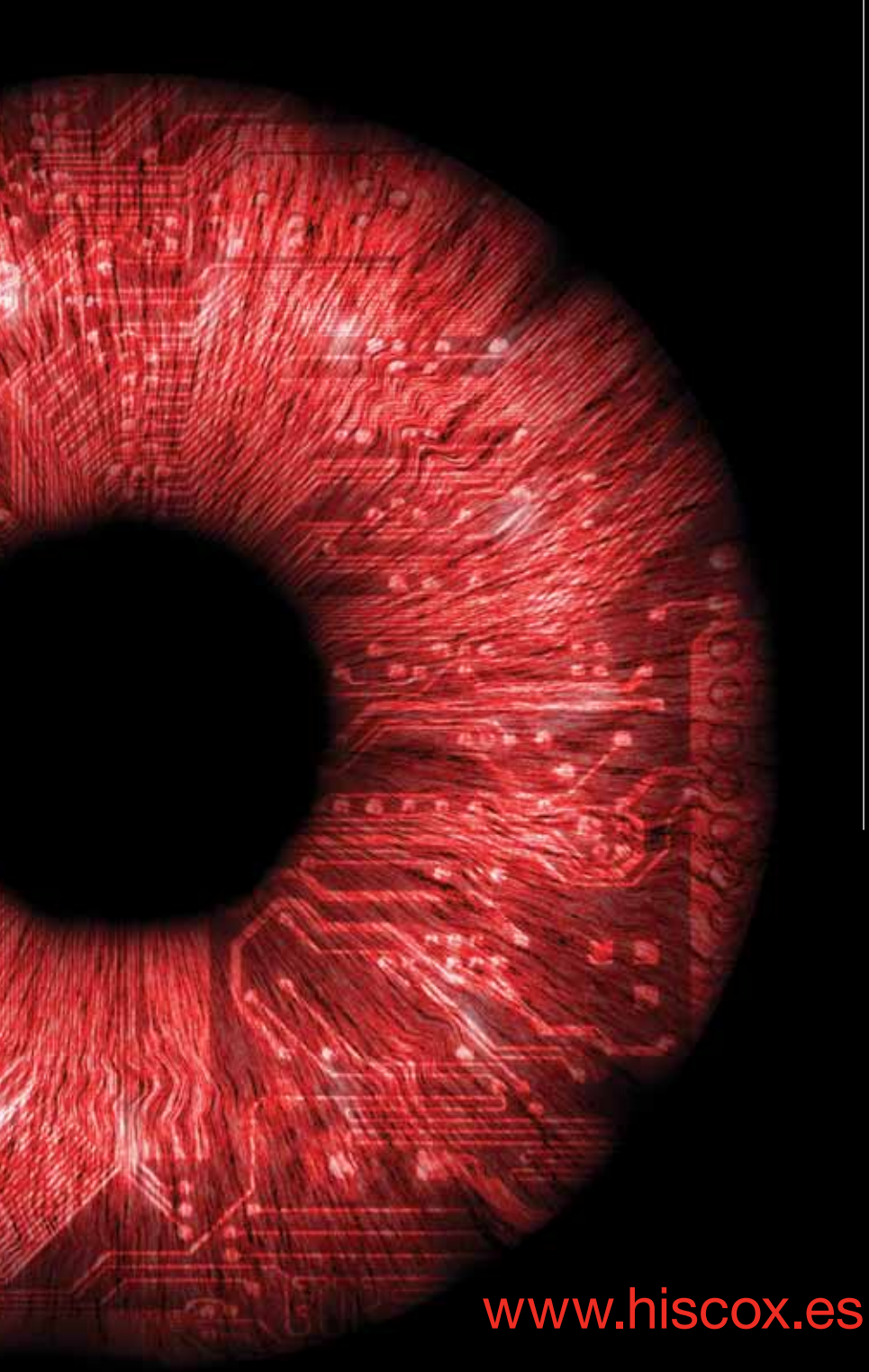
Asisa Decesos mantiene un modelo de prima mixta, porque entendemos que es el más atractivo para los potenciales clientes. La prima mixta nos permite garantizar la solvencia del seguro, ofrecer precios ajustados a los clientes más jóvenes y dar seguridad y estabilidad a los clientes de mayor edad. Además, este tipo de prima se adecua más al perfil de nuestros clientes actuales.

¿Cuál es la estrategia de Asisa en este ramo?

Asisa, tiene una estrategia de crecimiento, fundamentalmente entre su cartera de otros ramos, pero también hacia otros clientes potenciales y para ello estamos abiertos a cualquier iniciativa que nos dé posibilidades de crecer y adquirir una masa crítica que nos permita poder competir con los grandes líderes de este ramo... El objetivo de Asisa es consolidarse, lograr un volumen de primas y asegurados óptimo para que el ramo sea rentable y adquirir experiencia para poder ser más innovadores y competitivos.

Carmen Peña

Fotos: Irene Medina



HISCOX

CYBERCLEAR®

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

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

www.hiscox.es

Hiscox CyberClear

El seguro cibernético más claro y completo del mercado

La RENTABILIDAD, principal reto para los seguros disruptivos

Microseguros, pago por uso, aplicación de nuevas tecnologías... Los seguros disruptivos están introduciéndose poco a poco en nuestro mercado para dar respuesta a unos clientes con demandas muy concretas, inmersos en una sociedad muy digitalizada y donde prima la instantaneidad. Mediación y compañías deben colaborar para diseñar productos que cubran estas nuevas necesidades, con unos servicios y unos precios innovadores que, a la vez, garanticen su rentabilidad.

"El tema de la disrupción en España es complicado", confiesa Manuel Pérez, responsable de Riesgos Tecnológicos de Howden, ya que aquí actuamos algo más lentos para abordar seguros nuevos, como blockchain, criptomonedas o coches autónomos, ya presentes en otros países. "Nos vamos adaptando un poco a las necesidades y conforme va avanzando la tecnología, avanzamos nosotros".

Coincide Israel Bartolomé, gerente de Desarrollo de Productos de Santalucía, en que la apuesta debe ser "no solo en la disrupción en cuanto a los productos en sí, sino en todo lo que envuelve al seguro", lo que implica cambiar procesos y apostar por la digitalización en la relación con el cliente.

Más prudente se muestra Paco Palacín, director de Negocio Asegurador de E2K, que considera que el sector no va a verse sometido a una gran disrupción, como cuando la tecnología desbancó al papel. Y pone en valor la figura del mediador como asesor, que ninguna herramienta innovadora puede sustituir por el momento. Donde sí ve que se produ-

cirá un cambio es en la adaptación a un nuevo tipo de consumidor, más joven, con objetivos específicos y que reclama inmediatez. Es en esa atención donde cree que es vital la ayuda de las tecnologías, para mejorar y agilizar la información y la gestión que se proporciona a los clientes: "Además van a ser un tipo de seguros que gracias a la tecnología va a incrementarse muchísimo", vaticina.

El valor de las tecnologías

En este sentido, Israel Bartolomé piensa que el uso del big data es "necesario y muy importante", ya que permite un conocimiento en profundidad del cliente, que favorece la generación de los procesos de las compañías y la capacidad de oferta, aunque advierte de que "hay que tener un equilibrio entre tener esos datos y gestionarlos", ya que, si no se sabe qué datos seleccionar o para qué se quieren, al final puede generar más confusión y costes.

Para Manuel Pérez sin lugar a dudas las tecnologías ayudarán a conocer lo que quiere el cliente, saber lo que consume e investigar nuevas tendencias. "No es tanto la disrupción del producto, sino sacar nuevos procesos para darle más comodidad al usuario y adecuarnos a lo que está haciendo", concluye.

"Implica dar una vuelta de tuerca a lo que es el proceso estándar y adaptar esa nueva demanda del consumidor que es más inmediata", corrobora Bartolomé. En esta línea, pone el ejemplo de un microseguro diario de Accidentes que su entidad ha sacado con Evo Bank, y que les ha exigido revisar sus procesos y adaptarlos para que el cliente pueda contratarlo de manera inmediata a través de una app y pagarlo a través de la entidad bancaria. "Al final es un formato de seguro anual renovable, pero le estás dando una duración diaria o puntual de horas", matiza.

"No te puedes quedar solo en unas coberturas, en un formato de producto, sino que tienes que ser disruptivo en todo lo demás", sostiene, toda vez que el seguro no se acaba solo cuando se vende, sino que tiene un ciclo de vida que requiere disponer de una infraestructura que permita atender al cliente con buena calidad. "Muchas veces no se ve la disrupción en el producto final, sino que viene en lo que implica todo el proceso", asegura, a la vez que aboga por que aseguradoras y corredurías intenten investigar y evolucionar estos procesos.

Un problema de rentabilidad

Eso sí, el gerente de Desarrollo de Productos de Santalucía también aduce que el hecho de que el big data se utilice para personalizar la oferta, es algo que también es complejo, porque peligran los baremos para la comercialización del seguro, como la masa y la dispersión del riesgo. "Tienes que tener un equilibrio con el pricing del producto y lo que el consumidor está dispuesto a pagar", afirma.

Paco Palacín también cree que es problemático: "Algunos seguros son deficitarios, por lo que no vamos a poder atender esa demanda", sugiere, ya que tanto a las aseguradoras como a los mediadores les supone mucho trabajo de gestión con pocos márgenes, pues muchas veces responden a necesidades puntuales, por lo que el precio también es reducido.

Por todo ello, Israel Bartolomé, gerente de Desarrollo de Productos de Santalucía, considera que los microseguros no son extensibles a todos los ámbitos, sino que es labor del sector saber en qué nichos o en qué canales se pueden vender, para qué segmentos son necesarios "y entender luego que el modelo de negocio sea rentable para el cliente para el canal y para la aseguradora, porque esa inmediatez o esa personalización supone una gestión más complicada del seguro, y eso implica también unos costes".

Para Pérez sin lugar a dudas el que el seguro sea personalizable requiere un esfuerzo y un cambio de procesos dentro de las aseguradoras: "La entidad debe agilizar esos procesos para que al

Manuel Pérez.

Israel Bartolomé.

Paco Palacín.

"No es tanto la disrupción del producto, sino sacar nuevos procesos para darle más comodidad al usuario y adecuarnos a lo que está haciendo".
Manuel Pérez

final sea un servicio diferente para cada persona". Y aunque cree que tienen poca rentabilidad, también considera que "abren nuevos campos", teniendo en cuenta que muchas veces la gente no contrata un seguro por tener un carácter anual, pero al ser por períodos concretos de tiempo, como por ejemplo al compartir un vehículo, al final pueden animarse a comprarlo.

Buscar alianzas

Desde el punto de vista de los corredores, Palacín, además, aprecia la dificultad que tienen a la hora de comercializar estos productos y llegar a la masa, lo que es "imprescindible". Por eso, aunque el big data proporcione conocimiento del cliente, no dice dónde hallarlos: "Un concepto nuevo que tenemos que asimilar los que comercializamos seguros es que tenemos que localizar dónde están los nichos, y tener unos pactos que beneficien tanto a la compañía como al mediador como a las personas que van a ser la fuente de estos seguros". De ahí que abogue por buscar esas "fuentes", hacer pactos con empresas y organismos que son los que tienen capacidad para llegar a los consumidores. Y una vez captado el cliente, organizar una estructura para dar una buena atención a sus demandas, algo que a su entender se puede hacer mejor en las correduría que en las aseguradoras, ya que estas últimas están acostumbradas a tratar con siniestros de más importe.

Israel Bartolomé, sin embargo, defiende que las aseguradoras también tienen un papel relevante en la gestión de los microseguros y pone el ejemplo de los acuerdos que tiene Santalucía con proveedores móviles, ya que uno de sus productos cubre la rotura de los teléfonos. La gestión de toda la siniestralidad obliga a las compañías a estar innovando y generar versiones nuevas.

"Nuestra experiencia en los microseguros es que pueden ser rentables", reconoce el director de Negocio Asegurador de E2K, para quien, sin embargo, hay que tener muy presente a los actuarios, especialmente en el momento de sacar un seguro al mercado con un precio concreto. Por eso considera que la mejor opción es penetrar en sectores en los que ya se trabaja y sobre los que se pueda tener información.

El problema que aprecia es que los seguros disruptivos requieren una planificación mucho más estricta, mucho más dura que cualquier seguro de Vida o de Accidentes y tienen que ser soluciones

muy bien preparadas. Y para él "la rentabilidad tiene que ser inmediata", ya que las empresas no pueden esperar mucho tiempo a ver rendimientos.

"Tienes que buscar la fórmula técnica de convertir esa personalización en tener un beneficio", ratifica Bartolomé, para quien al ser un nicho en el que se tiene poca experiencia y escasa información sobre siniestralidad al final se funciona un poco con prueba-error. "Hay unos escenarios de hipótesis de unos márgenes y beneficios, pero tienes que tener un ojo en cómo evoluciona ese negocio y cómo tienes que ir gestionándolo para ver si te has quedado corto en esa estimación de siniestralidad o hay que retocar tarifa", opina.

Más que una indemnización

El responsable de Riesgos Tecnológicos de Howden también incide en otra dificultad inherente a los productos disruptivos, relacionada con el pago por uso, y que tiene que ver con el poder que se le da al usuario de activarlo y desactivarlo muchas veces, ya que puede ocurrir un siniestro en un momento en que el seguro no esté operativo.

Muchas veces el problema es el precio, que es bastante más caro para situaciones puntuales que si se cubre todo un año, algo que mucha gente no entiende porque piensa que es una cuota proporcional. Por eso pone el ejemplo de los coches que se alquilan sin conductor, que ya ofrecen la posibilidad de tener un seguro durante el trayecto por un euro, cuando en muchas ocasiones no dura más de 20 minutos, por lo que proporcionalmente es un precio muy elevado.

"En el futuro habrá cantidad de oportunidades excepcionales para hacer microseguros de este tipo y que son realmente disruptivos", amplía Paco Palacín, ya que considera que cubren aspectos tan específicos que no encajan en los seguros tradicionales de Hogar, de Autos, de Vida: "Van a darnos una visión y cobertura diferentes porque la vida será diferente".

"En el futuro habrá cantidad de oportunidades excepcionales para hacer microseguros realmente disruptivos".
Paco Palacín

De hecho, para el gerente de Desarrollo de Productos de Santalucía el seguro en general, desde hace muchos años, "ya no es solamente un tema indemnizatorio, es un tema asistencial". En casi todos los seguros, se ha dado un peso importante a la asistencia, porque se trata de facilitar al cliente todas sus necesidades. Pero insiste en la labor de las aseguradoras de explicar la importancia del seguro y ponerlo en valor, para que la gente no crea que es un dinero perdido.

"Yo creo que las compañías harán muy bien al acercarse a la mediación si tienen seguros complejos, rentables, interesantes para el futuro".
Israel Bartolomé

No solo para el público joven

Además, Israel Bartolomé, gerente de Desarrollo de Productos de Santalucía, cree que el seguro disruptivo puede actuar como palanca de apertura para llegar a un público al que hay problemas de captar, que son los jóvenes. "Al final el formato de microseguro se ajusta en las pretensiones, tanto en propuesta de valor como de precio, que el cliente joven quiere". A su entender, puede servir como enganche para el futuro, cuando necesite un seguro de Hogar o Vida, ya que ha tenido una experiencia previa con esa aseguradora, la ha conocido o le ha resuelto los problemas.

Considera, pues, que el joven es uno de los principales públicos de los microseguros porque están muy relacionados con la digitalización y la necesidad de inmediatez. Ahora bien, a pesar de que comparan más y reclaman más autonomía, son un segmento que también les gusta cerrar los contratos con una persona delante, por lo que los mediadores deben estar ahí para ellos, aunque luego prefieran el modo online para reclamar.

"Es más adaptable a jóvenes, pero no se limita a ellos", incide Manuel Pérez, responsable de Riesgos Tecnológicos de Howden, ya que a su entender la clave está en que las personas tengan una mentalidad abierta a las tecnologías. Con todo, valora que es verdad que el principal perfil de comprador de estos productos son los más jóvenes, por su uso constante de las herramientas digitales y su carácter más impaciente.

"En todo el mundo de los microseguros cuenta muchísimo la actitud de las personas, independientemente de su edad, con los dispositivos electrónicos", ratifica Palacín, toda vez que el proceso hay que mecanizarlo mucho, por lo que se necesitará capacidad para entenderse con la tecnología en el momento de la contratación, de la renovación, en el siniestro... Así, también exige a las compañías, aseguradoras y mediadoras, trabajar en pro de la usabilidad y hacer inversiones tecnológicas importantes.

Redefinir los cálculos actuariales

Respecto a los ramos más proclives a adoptar este tipo de seguros Manuel Pérez destaca principalmente el de Accidentes, Viajes y Tecnología, bien por la mayor exposición en determinados momentos, bien por su componente innovador, que se puede expan-

dir a otros segmentos. En este sentido pone el ejemplo de los productos de Hogar, que mediante una monitorización de la vivienda puede aportar información sobre la actividad de la casa para, en función de ello, reducir o ampliar el riesgo y, por consiguiente, la prima.

Para el director de Negocio Asegurador de E2K, sin embargo, contratar un seguro solo cuando un individuo se va a exponer a un riesgo va en contra de los análisis actuariales, cuyas estadísticas se extraen de períodos prolongados de tiempo para establecer el riesgo real al que se compromete el cliente. A su entender, en el caso de los microseguros hay que revisar esta metodología y admitir el componente de temporalidad.

Pérez defiende en este caso no acudir tanto al cálculo actuarial e ir más a la fuente para poder establecer unos datos más acordes tanto a la actividad que se realice como al tiempo que se dedica a ella, como acudiendo a los gimnasios y ver los problemas que tienen, el índice de lesiones...

"Lo que está haciendo es ir en contra de esa masificación y distribución de riesgo que siempre ha sido el cálculo actuarial, debido a la personalización", alude Israel Bartolomé. Por eso cree que lo importante es cómo se manejan los datos para retarificar de una manera diferente.

Sin embargo, Paco Palacín, director de Negocio Asegurador de E2K, insiste en que es necesario contar con "una masa crítica suficiente para que pueda compensar con la siniestralidad que se genera". Por eso si no hay detrás un número importante de clientes que contraten seguros a más largo plazo, ese producto "no va a tener el suficiente colchón de primas para soportarse a sí mismo y, por lo tanto, va ser un fracaso".

Una opinión que comparte Bartolomé, quien cree que no se puede crear una solución para cada cosa. De ahí que para que una aseguradora lance un seguro al mercado quien se lo presente debe tener un plan de negocio avalado por una masa crítica y por un público objetivo que sea rentable.

Acercarse al corredor

"Yo creo que las compañías harán muy bien a acercarse a la mediación si tienen seguros complejos, rentables, interesantes para el futuro. Porque las estructuras de las aseguradoras muchas veces impiden estar realmente al lado del cliente y conocer en profundidad los casos concretos", aprecia Paco Palacín, para quien lo ideal sería que compañías y mediación colaboren a la hora de diseñar este tipo de productos y evitar que surjan problemas.

El responsable de Riesgos Tecnológicos de Howden está totalmente de acuerdo en que el corredor se tiene que implicar en el diseño del seguro para facilitar su conocimiento al asegurado, así como llevar a cabo una labor de investigación, buscar qué aspectos no están asegurados e introducirlos en un microseguro y hacerlo adaptable a cualquier persona.

"Es muy importante la sinergia entre la mediación y la aseguradora", corrobora el gerente de Desarrollo de Productos de Santalucía. "Creo que es una unión necesaria e imprescindible para que al final lo que llegue al cliente sea lo que quiere y que cubra su necesidad", añade. Por eso, puntualiza que antes de sacar ninguna solución nueva analizan junto con los mediadores los *likes* y *dislikes* del producto, ya que son los que están en contacto directo con los clientes y pueden aportar aspectos de mejora. "En el tema de los microseguros tienen un papel importante, por saber detectar las oportunidades de negocio y hacérselas llegar a la aseguradora", aprecia.

Aitana Prieto / Carmen Peña
Fotos: Pablo Moreno

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

REFORMA estructural profunda para el sistema público de pensiones

José Miguel Rodríguez-Pardo, Carlos Bravo, Maciste Argente, Cristina Gutiérrez, Marina Gordon y Antonio González.

El I Encuentro Fecor, en el que se debatió el "Presente y futuro del sistema de pensiones", dejó clara la necesidad de una reforma estructural profunda del sistema público de pensiones. Se ha alcanzado un déficit de 18.000 millones en 2018 y parece que llegará a los 22.000 millones de déficit en 2019. La situación es crítica y se está trabajando para adoptar medidas que lleven a la reducción de este déficit en 2023. Entre otras cosas, se propuso que los 20 puntos porcentuales que se va a reducir la tasa de sustitución (del 70% al 50%), sea el porcentaje por el que se debería desarrollar el sistema de capitalización.

Maciste Argente, presidente de Fecor (Federación de Organizaciones Profesionales de Corredores y Corredurías de Seguros de España), y Alberto Ocarranza, presidente de Grupo HiB (asociación anfitriona del acto) fueron los encargados de inaugurar este I Encuentro Fecor que será "bianual, los años que no se celebre el Congreso" dijo Argente. José Antonio de Paz, subdirector general de Planes y Fondos de Pensiones, comenzó la jornada haciendo un repaso de las directivas comunitarias que se han transpuesto o se están transponiendo a la legislación española, que tienen que ver con el sistema de pensiones.

Posteriormente, José Miguel Rodríguez-Pardo, doctor en Economía por la Universidad Complu-

Se han superado los 9.200 millones de euros de pago mensual en pensiones

José Enrique Devesa, Luis Sáez de Jáuregui, Pilar González de Frutos, Maciste Argente, Julián Trinchet y Antonio Parra.

Junta directiva de Fecor.

tense de Madrid, fue el encargado de presentar la complicada visión por la que estamos atravesando, ya que se han superado los 9.200 millones de euros de pago mensual en pensiones. Además, se ha alcanzado un déficit de 18.000 millones en 2018 y parece que llegará a los 22.000 millones de déficit en 2019. La situación es crítica y se está trabajando para adoptar medidas que lleven a la reducción de este déficit en 2023, para evitar que se convierta en el déficit estructural de las administraciones públicas. Abogó por una subida de la edad de jubilación porque "cuando se implantó la edad de jubilación a los 65 años solo llegaba a esa edad el 33% de los trabajadores. Hoy la alcanza el 90%. Por eso, no es sostenible el mismo sistema de pensiones".

> Cuando se implantó la edad de jubilación a los 65 años solo llegaba a esa edad el 33%. Hoy la alcanza el 90%

Rodríguez-Pardo adelantó que está en estudio la eliminación de la deducción fiscal de las aportaciones a planes de pensiones.

Mantenimiento del sistema público de pensiones

Tras su exposición, José Miguel Rodríguez-Pardo pasó a moderar la primera mesa redonda en la que se habló del "Posicionamiento de los agentes sociales en materia de pensiones", en la que participaron Marina Gordon, jefa del área de Protección Social de la CEOE; Carlos Bravo, secretario Confederal de Protección Social y Políticas Públicas de CCOO; y Antonio González, coordinador de la Secretaría de Políticas Sociales, Empleo y Seguridad Social de UGT. Todos ellos apostaron por mantener el sistema público de pensiones. Pero necesita ciertas reformas que deben ser consensuadas por todos los partidos políticos. La representante de CEOE abogó "por tener

Maciste Argente y Alberto Ocarranza.

José Antonio de Paz.

en cuenta toda la vida laboral para establecer la cuantía de las pensiones y por fomentar la pensión complementaria".

Para Bravo, "el sistema de reparto es insustituible. Si se hiciera, empobreceríamos a una gran mayoría de la sociedad porque solo unos pocos pueden acceder al sistema privado de pensiones". Aunque reconoció que es bueno que se desarrollen las pensiones privadas, pero que no sustituyan a las públicas.

El dirigente de UGT llama la atención sobre "el hecho de que no se han realizado medidas para superar el déficit para las pensiones y que eso haya hecho que el fondo de reserva de las pensiones se haya agotado". Es más, Antonio González señala que "si no se adoptan medidas por el lado de los ingresos, el déficit se convertirá en estructural". Entre otras cosas, propone que la Seguridad Social solo pague lo que le corresponde. Por ejemplo, el complemento por maternidad se paga a través de la Seguridad Social y debería estar fuera de ella.

Por su parte, Marina Gordon cree que "el sistema público se debería mantener a través del Estado y no por medio de las contribuciones de las empresas y trabajadores". Carlos Bravo está de acuerdo en que hay que establecer "otras fuentes de financiación. Hay que reestructurar su política fiscal y de financiación". Además llamó la atención sobre el hecho de que los préstamos del Estado a la Seguridad Social no se van a devolver nunca.

El representante de CCOO planteó la posibilidad de que "las bases máximas puedan aportar más al sistema pero eso sería a cambio de recibir una pensión superior". Además, "el salario mínimo interprofesional debe subir".

Antonio González piensa que "las prestaciones no contributivas se tienen que pagar con cotizaciones del Estado y las contributivas, por las cotizaciones". Por eso cree que "es de recibo que se produzcan impuestos para pagar las pensiones, porque antes con las cotizaciones se ha pagado prestaciones que no se tenían que haber pagado".

Está en estudio la eliminación de la deducción fiscal de las aportaciones a planes de pensiones

A favor del sistema de Cuenta Nocional

Tras la pausa del café tuvo lugar la segunda mesa redonda en la que se aportó la 'Visión del sector asegurador' que estuvo moderada por José Enrique Devesa, doctor en Economía por la Universidad de Valencia, y en la que participaron Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa; Luis María Sáez de Jáuregui, director del área de Distribución y Ventas de AXA; Antonio Parra, director de Operaciones y Administración de Vida de Catalana Occidente; y Julián Trinchet, subdirector general del Canal Corredores de Mapfre.

Desde la patronal aseguradora, González de Frutos aboga por un "sistema mixto de pensiones como en otros países europeos". Se muestra a favor de implantar el que existe en Inglaterra. "Teniendo en cuenta que la tasa de sustitución se encuentra en el 70% y que ese porcentaje se va a reducir en unos 20 puntos porcentuales, se debería desarrollar el sistema de capitalización, como mínimo, en ese porcentaje" apostilla. La presidenta de Unespa se muestra claramente a favor del Sistema de Cuenta Nocional. "Es un sistema de reparto, pero da transparencia al sistema y proporciona al individuo la capacidad de decisión. Aunque plantea la dificultad de establecer en qué cohorte de edad se pasa a un sistema nocional".

Desde AXA se apuesta por un sistema público de reparto junto a un sistema complementario. El problema, según Luis María Sáez de Jáuregui, es que en España "no existe ni el segundo ni el tercer pilar". Además criticó el hecho de que aunque "se aprobó en el Pacto de Toledo con casi unanimidad la separación de las fuentes de financiación, hoy se sigue debatiendo sobre ello".

Antonio Parra puso el foco en garantizar la subsistencia del

Ilusión por
crecer juntos.
91 538 60 62
www.santalucia.es
Como corredor, tu mayor labor es asegurar la tranquilidad de tus clientes. Por eso, desde santalucía, ponemos a tu disposición una amplia gama de productos adaptados a sus necesidades, para garantizarles la mejor de las protecciones.
Para más información, contáctanos en el mail corredorescorredurias@santalucia.es
santalucía
SEGUROS
Estamos cerca, estás seguro.

Luis Sáez de Jáuregui, Pilar González de Frutos y José Enrique Devesa.

José Miguel Rodríguez-Pardo, Carlos Bravo y Antonio González.

sistema público de pensiones. En su opinión, "hay que montar un sistema público sólido y apostar por contribuir a crear un sistema privado para permitir que sea sostenible".

Algo en lo que todos están de acuerdo, pero como indica Julián Trinchet no se terminan de acometer las medidas necesarias "para subsanar la situación actual del sistema público de pensiones".

Equidad en el pago de pensiones

Sobre la equidad en el pago de las pensiones, Sáez de Jáuregui está a favor de que se tenga en cuenta toda la vida laboral para establecer las pensiones. Además señaló que "no se puede pagar lo mismo a generaciones que van a vivir más. Eso no es equidad con respecto a las anteriores".

Parra apuesta por "tomar medidas valientes, que no sean temporales, y que se apliquen las medidas que se aprueben". Porque en su opinión, la reforma de 2011 solventaba un sistema de caja y es insuficiente, y la de 2013, que era una reforma estructural, no se ha implantado. Asimismo, ve necesario organizar un sistema que las personas sepan lo que tienen y lo que necesitan para poder complementarlo.

Trichet hizo hincapié en que hoy por hoy "las aportaciones medias de los planes complementarios son de risa". No se tiene en cuenta que la reducción de los ingresos en los pensionistas puede repercutir considerablemente en el consumo de una sociedad envejecida y, por lo tanto, también en la economía del país. Por eso, apuesta por una reforma estructural profunda con el consenso de todos. Además, piensa que debería ser transparente, "se hace ingeniería financiera pero sin saber para qué. Deberíamos saber para qué sirve cada partida y en qué situaciones se puede usar".

Para potenciar el 2º pilar vinculado a la actividad laboral, Unespa pide incentivos claros y permanentes

Sobre la utilización de impuestos para financiar las pensiones, Pilar González de Frutos piensa que "tiene que ser algo puntual, porque la capacidad recaudatoria de un país es limitada. Cuando se utilizan los impuestos para las pensiones se dejan de hacer otras cosas (escuelas, hospitales, carreteras...) algo que sobre todo afecta a las personas más desfavorecidas".

En este sentido, el representante de AXA abogó por que "se paguen las pensiones contributivas con contribuciones y las no contributivas, con impuestos". Algo que apoya también Unespa.

La pregunta de José Enrique Devesa sobre si las pensiones de viudedad, orfandad e incapacidad son contributivas, planteó algunas dudas. González de Frutos y Sáez de Jáuregui están de acuerdo en que la pensión de viudedad es no contributiva y tiene que financiarse por impuestos. La consecuencia clara, según el representante de AXA, es que al financiarse a través de impuestos, "las pensiones de viudedad bajarían radicalmente".

Sin embargo, Antonio Parra y Julián Trinchet no tienen tan claro que la pensión de viudedad no sea contributiva porque se cotiza por la contingencia de viudedad. No obstante, el representante de Mapfre piensa que "si no se puede pagar, es normal que se vuelva no contributiva".

Sobre la necesidad de información al ciudadano, Luis María Sáez de Jáuregui se preguntó por qué el Estado "ha gastado dinero en herramientas informativas para poder realizar los sobres naranja y no se está dando esa información".

Finalmente, para potenciar el 2º pilar vinculado a la actividad laboral, desde Unespa se pidió incentivos claros y permanentes. Para Pilar González de Frutos, "las rentas vitalicias son el auténtico producto de renta complementaria".

En caser, queremos comunicarnos contigo.

Es el momento de emprender y somos tu mejor opción.

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

¿ACEPTAS?

caser seguros

901 41 07 07 | agentesycorredores.caser.es

El BREXIT obliga a Lloyd's a operar desde Bruselas

Lloyd's ha ideado un proyecto que les permita seguir trabajando en el Mercado Único tras el Brexit, manteniendo las calificaciones financieras, las relaciones profesionales y las condiciones de operatividad. Para ello, se ha creado Lloyd's Insurance Company que empezará a operar el 1 de enero de 2019. Desde ese momento todas las pólizas que genere la compañía se gestionarán desde Bruselas, anticipándose así a la fecha del 29 de marzo, que es cuando está prevista la desconexión definitiva de Reino Unido con la UE. Así se expuso en el Foro Adecose Gestión de Corredurías XX, celebrado el 16 de octubre.

En la presentación del acto Borja López-Chicheri, director gerente de Adecose, hizo mención a los proyectos en los que está trabajando la asociación.

La jornada se abrió con la ponencia de Juan Arsuaga, CEO de Lloyd's Iberia, quien expuso los planes de la compañía para trabajar en Europa ante el reto que supuso el Brexit. Así, detalló cómo desde que se convocó el referéndum, empezaron a idear un proyecto que les permitiera seguir operando en el Mercado Único, manteniendo las calificaciones financieras, las relaciones profesionales y las condiciones de operatividad.

De este modo se optó por la creación de Lloyd's Insurance Company en Bruselas, ya que el régimen regulador belga entiende a la perfección el modelo de negocio de la empresa, basado en sindicatos, brokers y coverholders. De este modo, la empresa en Bruselas delegará la suscripción a los managing agents y coverholders que suscriben negocio de la UE y reasegurará el 100% del negocio.

Arsuaga destacó que Lloyd's Insurance Company empezará a operar el 1 de enero de 2019, por lo que desde ese momento todas las pólizas que genere la compañía se gestionarán desde Bruselas, anticipándose así a la fecha del 29 de marzo, que es cuando está

prevista la desconexión definitiva de Reino Unido con la UE.

Además, quiso dejar claro que los mediadores europeos podrán seguir colocando los riesgos como hasta ahora y que los brokers para trabajar con Lloyd's tan solo necesitarán entender la solución de Bruselas e implementar los cambios de una compañía que tendrá sucursales en la mayoría de países europeos.

Hay que mejorar la calidad de la información que facilitan las aseguradoras para desarrollar el EIAC, tanto en la calidad de los datos, como en su actualización

EIAC, en fase de perfeccionamiento

Tras esta primera ponencia, se dio paso a una mesa redonda en la que se abordaron los avances en la implantación de EIAC. Juan Gayá, director de Gerencia de Riesgos de El Corte Inglés Seguros, hizo un breve repaso sobre las fases de adopción del estándar. Ahora estamos en una tercera fase cuyo objetivo es perfeccionar el proyecto y la dirigirá Tirea.

David Salinas, CEO de EPG Salinas, destacó la "transparencia" con que las aseguradoras con las que se ha trabajado en un inicio han ido aportando datos para favorecer el proceso. De hecho, resaltó cómo en los últimos meses las adhesiones a EIAC por parte de los corredores han crecido exponencialmente, así como su utilización. "Hay otros sistemas de conectividad más potentes, pero la eficacia y las posibilidades que ofrece EIAC no los alcanzan los otros", remató.

Con todo, Gayá quiso destacar que, dada la fuerte inversión tecnológica del proyecto, las asociaciones han pasado el testigo a Tirea para que cree una estructura que lo gestione. En este sentido, Asunción Blasco, directora de Gestión de Servicios de la tecnológica, comentó que están haciendo un organismo "con dedicación exclusiva" para consolidar el proyecto, una Oficina Técnica que coordinará todas las partes (mediación, aseguradoras y partners tecnológicos) para implantar y evolucionar el estándar.

La Oficina, que se organizará con un Comité de Estándares con miembros de las asociaciones que han liderado el proyecto y aseguradoras, se implicará en seis líneas de trabajo: Organización; Implantación sectorial; Evolutivo; Control de calidad; Custodia/divulgación; y Canal de comunicación.

Isidre Mensa, CEO de MPM Software, empezó su discurso destacando que un 84% de sus corredores clientes de Adecose ya están arrancando la implementación de EIAC con alguna compañía: "Hay que intentar que la adhesión sea masiva, para que el 80% de nuestra cartera pase por EIAC".

Para concluir el debate sobre el estándar, Jorge García, director general de E-Correduria, quiso destacar los pros y los contras del sistema. Entre las ventajas, dejó claro que permite homogeneizar la información que se obtiene de las aseguradoras; se reduce la carga de trabajo en gestiones administrativa; y se trata de un sistema gratuito.

Sin embargo, también quiso señalar algunos problemas: "Hay que mejorar la calidad de la información", aseguró, ya que muchas compañías aún no dan datos sobre coberturas o capitales. Además, criticó que ciertas entidades no faciliten información durante períodos de tiempo demasiado prolongados, por lo que instó a que se agilizasen las actualizaciones.

Dificultades para mediar en el ámbito internacional

Fernando Blanco, socio director de Blanco & Asociados Abogados, y Óscar Bustos, gerente de la Agrupación del Convenio RC Corredores, fueron los encargados de explicar la capacidad que tienen los mediadores españoles de ejercer en el ámbito internacional.

Blanco dejó claro que es complejo ejercer fuera de la EEE. Por ejemplo, no se podrán asegurar en terceros países ajenos al EEE buques, aeronaves y vehículos con establecimiento habitual en España y los bienes de cualquier clase situados en nuestro país, excepto mercancías en régimen de transporte internacional.

El mediador que quiere ejercer fuera del EEE tiene que hacerlo como asesor, lo que provoca coberturas insuficientes o inexistentes y obligaciones de cumplimiento complejas y/o costosas

La duda que surge es si un corredor español puede mediar en riesgos en esos terceros países. Como reconoció Blanco, no es una operación de mediación de seguros, porque el título habilitante queda supeditado al EEE. "Cuestión distinta es si se puede hacer y en calidad de qué", apreció. En este sentido, reseñó que, de hecho, en muchas pólizas de RC se incluyen cláusulas que cubren todo el mundo (menos EE.UU. y Canadá), por lo que, si se excluyen a los países del EEE, se está operando en más de cien naciones sin título habilitante, eso sí, como asesores y no como mediadores. Un procedimiento que también se produce en las pólizas de seguro máster y cláusulas DIC/DIL o de interés financiero.

"Esto provoca coberturas de seguros insuficientes o inexistentes y obligaciones de cumplimiento complejas y/o costosas", advirtió Blanco, por lo que para poder mediar correctamente debería tenerse un título habilitante en el país de la cobertura del riesgo. Dada la dificultad de hacerlo en todos los estados, el socio director de Blanco & Asociados Abogados aconsejó hacerlo como asesores, y para evitar cualquier problema, en vez de cobrar por comisiones (que imputan IVA), se hiciera por honorarios.

Bustos coincidió en que si se tiene habilitación para trabajar en España se pueden cubrir riesgos en todo el ámbito EEE, pero fuera de ese entorno las dificultades crecen: "La póliza actual que gestionamos desde la asociación cubre el EEE; fuera de ahí, no hay cobertura", especificó. Una de las opciones que dieron en su momento para sortear esta dificultad fue una póliza de asesoramiento internacional, por la que se facilitaba el contacto con un mediador local, de modo que el corredor español actuase como interlocutor.

Recuperar el margen técnico, reto de las renovaciones

La última parte del Foro se dedicó íntegramente a abordar la visión de las compañías sobre las renovaciones. Empezó la charla, Juan Aznar, CEO de HDI Global SE, quien prevé que se produzca un cambio de tendencia en determinadas líneas de negocio. Además, de modo particular, destacó que será el año de lanzamiento de HDI Global Speciality, que se encargará de suscribir seguros especializados.

Joan Castells, presidente de Fiatc, destacó que en el ramo de Salud van a concentrar sus esfuerzos en retener pólizas, especialmente las de baja siniestralidad, mientras que en Autos su apuesta será en entrar en los riesgos de flotas, más que en individuales. Sobre RC, valoró que los indicadores apuntan a una mayor frecuencia de la siniestralidad, lo que generará un aumento del coste de siniestros corporales y un deterioro del margen técnico. Un desgaste que también aprecia que se producirá en los ramos de Multirriesgo.

Desde Plus Ultra, su CEO, David Capdevila, explicó que hay una serie de factores que están presionando al alza las renovaciones: el impacto a medio y corto plazo del Baremo, el alza de los costes de reaseguro, la mayor frecuencia de siniestros climáticos en todos los seguros de daños y de siniestros de intensidad media en Pyme e Industrial.

Desde el punto de vista del reaseguro, Santiago Arechaga, CEO de Swiss RE, apreció una serie de desafíos inmediatos que deben acometer: abundancia de capital y, por tanto, capacidad de reasegurar; incertidumbre en los modelos de negocio, por la regulación y los cambios en la cadena de valor; y un entorno de precios que exige la necesidad de mejorar la rentabilidad. Con todo alertó que, aunque el objetivo de la industria es mejorar los resultados técnicos, la presión por el crecimiento puede hacer que la subida de precios no sea homogénea.

Se necesita un supervisor de seguros moderno

Sergio Álvarez, director general de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), también aportó su visión sobre la IDD en la clausura del evento. Aunque reconoció que se están alargando los plazos para la transposición de la normativa, precisó que ya se encuentra en la última etapa de la tramitación parlamentaria, y que es de suma importancia para el sector, toda vez que su objeto principal "es la protección del cliente de seguros, ganando en transparencia y confianza, lo que es básico para que se gestionen sus riesgos".

Precisó que la Ley de Distribución afectará a la estructura del mercado de distribución, que en nuestro país cuenta con un gran número de mediadores, a la vez que quiso destacar el papel del supervisor, con una pequeña crítica: "El español es el único que aún está dentro de una estructura ministerial. Necesitamos un supervisor de seguros moderno, acorde con sus colegas europeos, que colabore con los operadores", concluyó. En esta línea advirtió que "la reconfiguración del supervisor es vital en el mercado" y mencionó que desde la DGSFP se espera que "en breve" esta situación de dependencia orgánica del Ministerio de Economía pueda solucionarse.

La excesiva burocracia de la IDD dificulta la gestión del negocio

El cierre de esta mesa redonda versó sobre dos aspectos: la digitalización y la IDD. Capdevila se lamentó de que haya todavía muchos corredores que no hayan dado el salto tecnológico, pues cada vez les será más difícil relacionarse con los consumidores. Castells consideró que el reto de los corredores será el de saber conjugar las bondades de la digitalización como canal de comunicación con los clientes, con la necesidad de estos de tratar con las personas a la hora de asesorarse sobre seguros. Aznar quiso resaltar que a pesar de que en ocasiones se vea al sector como "atrasado", en algunas áreas innovadoras está bastante más avanzado que otras industrias.

Sobre la IDD, emitieron una queja generalizada: la excesiva burocratización de la legislación. "Como todo lo que viene de Europa está excesivamente burocratizado. Habría que haberlo simplificado".

Aitana Prieto

7ª Convención Espanor

VENTAJAS de pertenecer a una marca única

La 7ª Convención Espanor dejó claro las ventajas que supone pertenecer a una agrupación de interés financiera porque facilita al corredor dar los servicios que precisa el cliente. El próximo paso será en 2019 con la marca comercial única, que será como tener "un código único" para todas las corredurías del grupo, explicó Tomás Rivera. Así se puede acceder a "los mismos servicios de las aseguradoras y disponer de una política comercial común".

Enrique Schoch, director general de la correduría Filhet Allard MDS, fue el encargado de dar la bienvenida a la 7ª Convención Espanor. En su intervención resaltó los cinco valores que se han convertido en pilares de la asociación: las personas, la ética, la responsabilidad al cumplir los acuerdos con nuestros proveedores de productos y servicios, la innovación y la orientación al cliente.

Posteriormente, tomó la palabra Guillermo Arenas, director gerente de la asociación, que dijo que "el desarrollo de nuestra marca comercial nos situará en otra realidad". Además, contarán con "la utilización de las nuevas tecnologías y las estrategias comercial y de marketing, comunes para todo el grupo". Esta marca común hará, según Arenas, que su interlocución con las aseguradoras sea única y permitirá disponer de una política común de descuentos y condiciones de emisión, negociaciones para posibles subidas de primas, etc.

Espanor cuentan con 232.000 clientes y un ratio de 1,7 pólizas por asegurado

Por su parte, Tomás Rivera, que ha sido reelegido como consejero delegado de Espanor para el periodo 2018-2020, abogó por "la necesidad de estar bajo una misma marca porque facilita al corredor abordar el cambio que exige el cliente de ahora, que pide mayor velocidad y más eficacia". Para ello Rivera destacó la importancia de la marca comercial única porque es como tener "un código único" para todas las corredurías del grupo. De esta forma, pueden acceder a "los mismos servicios de las aseguradoras y disponer de una política comercial común. Además eso permite seguir diferenciándonos del resto de canales por la cercanía y el servicio que ofrecemos". El consejero delegado de Espanor dejó claro que no se trata de una asociación sino de una agrupación de interés económico por eso, "somos nosotros los que fichamos a los socios. De hecho, entre 2016 y 2018 hemos realizado 20 declinaciones de corredurías que querían estar en Espanor".

No obstante, Rivera destacó que uno de los puntos débiles que tienen que subsanar desde Espanor es comunicar al asegurado el valor que aportan. "Si no dices al cliente cómo trabajas en su favor, no lo sabrá. Por eso, es importante el marketing y la publicidad".

La idea es que se diseñen productos exclusivos bajo la marca única, incidiendo en las garantías. Ahora disponen de Espanor Automoción, Hogar, Vida riesgo, protección familiar, protección jurídica e Incapacidad Laboral Transitoria.

También hizo un repaso a las cifras de Espanor. En la actualidad, cuenta con 48 corredurías que disponen de 86 oficinas en todas las comunidades excepto Canarias y en Ceuta y Melilla. Dan servicio a 232.000 clientes y tienen un ratio de 1,7 pólizas por asegurado. En 2017 intermediaron 156 millones de euros en primas, frente a los 128 millones de euros de primas intermediadas en 2016. En nueva producción han pasado de los 35 millones en 2016, a los 42 millones de primas intermediadas en 2017. Como consecuencia de ello sus comisiones se han incrementado de los 22.400.000 euros de 2016 a los 29.578.956 euros en 2017.

Compatibilizar particulares y empresas

Tras la pausa del café se realizaron cuatro mesas redondas con los representantes de las diferentes aseguradoras que colaboran con Espanor y que fueron moderadas por diferentes socios de la agrupación.

La primera de ellas, dirigida por Jorge Pons (Quality Brokers), estuvo compuesta por: Julián Trinchet (Mapfre), Angels Sellés (Catalana Occidente Seguros), Fermín Riaño (Generali), Antonio Jiménez (AXA Seguros) e Ignacio Mariscal (Reale Seguros). Todos ellos resaltaron la seriedad de la organización y de su proyecto, su compromiso, las personas que la integran, su relevancia, su presencia geográfica…

Sobre la orientación del negocio de Espanor, los representantes de las aseguradoras estuvieron de acuerdo en que la mediación tiene que continuar enfocándose en particulares. Entre otras cosas porque son la puerta de entrada para vender otros productos. Pero también hay que centrarse en empresas, en riesgos técnicos, donde se pone en valor la labor del corredor. El asesoramiento son insustituibles aunque se estén utilizando las herramientas tecnológicas.

En cuanto a la posibilidad de que Espanor se convierta en una empresa única, desde las aseguradoras que participaron en esta mesa redonda se recomendó estar muy seguros de hacer la evolución a una fusión con entidad jurídica porque la fórmula actual es muy cómoda para las aseguradoras porque se les trata como una unidad.

La comunicación para atraer clientes o para mantenerlos

En la segunda mesa redonda, moderada por Juan José Gómez,

participaron: Javier García (Helvetia), Francesc Rabassa (CA Life Insurance), Gianluca Piscopo (Berkley España), Luis Vallejo (Plus Ultra), José Ramón Álvarez (Allianz) y Mariano Rigau (Arag).

Todos ellos hicieron hincapié en la necesidad de tener una comunicación fluida entre los corredores y las aseguradoras. En donde entra también la importancia de la formación que permite incidir en saber cómo comunicar y qué comunicar. Por eso es conveniente tener muy claro el objetivo porque es diferente la comunicación para atraer al cliente que la comunicación para mantener el cliente. Requieren estrategias distintas.

Sobre la formación empresarial y técnica que tienen los corredores, se afirmó que están muy preparados, pero ellos son los pri-

Contar con músculo financiero llevará a Espanor a ganar negocio

El consejero delegado de Espanor comenta a PymeSeguros que la situación en la que se encuentra esta agrupación de interés económico es "el resultado de la evolución natural de su plan estratégico. Fruto de ese trabajo, nuestro grupo ha alcanzado unas magnitudes en volumen de negocio intermediado, número de clientes, pólizas gestionadas, red de oficinas en prácticamente todo el territorio nacional y facturación en comisiones que nos impulsan a trabajar en la idea de crear una gran marca comercial común. Eso nos permite salir al mercado y dirigirnos al consumidor final con una política comercial común, productos especiales y exclusivos, servicio de primera calidad en todo el territorio, gestión eficaz de la omnicanalidad y un presupuesto de marketing y publicidad que nos lleve a dirigirnos a segmentos preferentes para nosotros (pymes y autónomos donde el valor que aporta el corredor es mejor percibido) en

condiciones de máxima competitividad. Todo ello sin olvidar el negocio de particulares que ya intermediamos en la actualidad y que también se genera alrededor de esos segmentos preferentes".

Según Rivera, se trata de "un proyecto en el que llevamos trabajando más de dos años y que continúa en desarrollo pues ha de contar con el conocimiento, apoyo y participación de nuestros socios en todas sus facetas". Sin embargo, tiene claro que no se plantean "pertenecer a ningún grupo financiero. Lo que pretendemos es ser un gran grupo de distribución constituido por correduría de seguros que cuente con el suficiente músculo financiero para afrontar el proyecto de marca comercial común. Un músculo financiero que por separado es muy complicado de conseguir y que bajo el paraguas de Espanor resulta factible, dada nuestra fuerza como agrupación".

Para Espanor tampoco es una opción juntarse bajo una 'J' única porque "eso entrañaría ciertas dificultades, dado el importante número de socios que conformamos Espanor. La idea es actuar respaldados por una marca común a nivel nacional, pero que cada correduría miembro de nuestro grupo conserve soberanía sobre sus cuentas de resultados conservando su 'J' a todos los efectos".

meros que se lo tienen que creer. Tienen una gran capacidad de conocer muy bien a su cliente, pero les falta formación en la gestión de empresa. Deben de aprovechar sinergias y sacar ese conocimiento que se tiene, en beneficio de todos.

La calidad es mejor que la cantidad

La tercera mesa estuvo compuesta por: Alex Bilbao (Surne), Esteban Manzano (Markel Internacional), Eduardo González (Preventiva Seguros), Paco Lesén (Preval), Raquel Sánchez (Europe Assistance) y Cyrille Mascarelle (Asefa Seguros) y fue moderada por Jesús Rodríguez (Carantia Correduría de Seguros).

Sobre la evolución que está teniendo Espanor, los participantes en esta mesa redonda señalaron que el tamaño importa, pero si se quiere tener un modelo a largo plazo, es mejor elegir bien el socio. Por eso, les parece adecuado el proceso de selección que han implantado en la agrupación. El volumen permite ganar en la optimización de costes y en la capacidad de negociación con las compañías, pero se pierde homogeneidad. Por eso, quizás es más importante compartir los mismos objetivos porque si no, se puede llegar a romper la asociación. Además se planteó la idea de incorporar a socios que puedan aportar cosas nuevas a la asociación.

Sobre la marca única Espanor que aunque no tenga una 'J' común, se va alineado con unos objetivos, les pareció perfecto a las aseguradoras que colaboran con ellos. Establecer un grupo homogéneo con las mismas ideas, permite llegar a más sitios y reforzar calidad, formación, comunicación...

Una misma estrategia comercial

La última mesa del panel la moderó Francisco de Miguel y contó con la participación de: Andrés Martínez (Dual Ibérica), Íñigo Lizarralde (Mutuavenir), Pedro Zabaleta (Aegón Seguros), Jordi Pagés (Previsión Mallorquina) y Joan Badenes (MDC Seguros).

Si se quiere tener un modelo a largo plazo, es mejor elegir bien el socio

El moderador comentó que "somos distintas correduría que nos hemos agrupado en una asociación para llegar al cliente final con una única marca y con una misma estrategia comercial". Algo con lo que estuvieron de acuerdo los participantes de la mesa redonda porque es el momento de buscar uniones estratégicas que les pueden llevar a un proceso de fusión o de agrupación más intensa. Les pareció lógico que su foco esté en el marketing, en la marca, en la distribución y en la venta. La fuerza de Espanor está en la capacidad de interactuar con los 232.000 clientes que tienen.

La idea es luchar contra la atomización de los mediadores, concentrándolos para simplificar el número de códigos que existen.

A lo largo de la jornada se entregó varios premios: el Premio Espanor 2018 fue para Ramón Diego Vieites, presidente de Espanor; la mención especial fue para Flavia Rodríguez-Ponga, directora general del Consorcio de Compensación de Seguros, como reconocimiento a su etapa anterior de directora general de Seguros; y el Premio Compromiso Espanor fue para AXA España. Además se concedió un reconocimiento a todas las compañías colaboradoras.

'IMA Siempre Contigo' palía las consecuencias de una incapacidad permanente

IMA Ibérica Asistencia ha lanzado al mercado 'IMA Siempre Contigo', un producto diseñado para paliar las consecuencias que puede suponer para una persona tener un accidente laboral, de tráfico o casual, o bien una enfermedad profesional grave o una enfermedad común grave que le haya supuesto una situación de incapacidad permanente.

La asistencia de IMA Ibérica para estos asegurados abarca distintos grados: incapacidad permanente total para la profesión habitual, incapacidad permanente absoluta para todo tipo de trabajo y gran invalidez, en la que el beneficiario necesita la ayuda de otra persona para los actos más esenciales de la vida.

Este producto asistencial incluye la figura de un gestor personal, que se encargará de diseñar un programa de atención personalizado contemplando los ámbitos médico, laboral y social.

Además, el equipo médico de IMA Ibérica realizará un seguimiento constante de la evolución del paciente, ofreciendo orientación y asesoramiento al asegurado,

Todo ello, con el objetivo de favorecer su integración y proporcionarle herramientas que contribuyan a conseguir mayor autonomía.

Asimismo, los beneficiarios podrán disponer de la adecuación de sus viviendas y sus vehículos a su nueva situación personal.

Seguro para flotas de pymes

Mapfre refuerza su estrategia de flotas en el seguro para pequeñas y medianas empresas con la creación de un producto específico para asegurar las flotas de empresas con un mínimo de 5 vehículos y hasta un máximo de 40.

Este seguro está dirigido a flotas de clientes que usen el vehículo para directivos, usos comerciales o de empresa, para transporte o para uso agrícola y ganadero. Asimismo, se ha desarrollado un nuevo sistema que permitirá a los clientes conseguir el precio de su seguro de flotas desde la propia oficina del mediador, a través de una gestión ágil y sencilla. Así, el corredor, validando el historial del cliente, podrá ofrecer de forma inmediata el precio del seguro y unificar todos los datos del cliente en un documento único, con lo que se agilizan y simplifican todas las gestiones, tanto para los clientes como para los mediadores.

Además, los asegurados de Mapfre que ya tengan otras pólizas en la compañía podrán beneficiarse de descuentos adicionales a la hora de contratar este seguro, que ofrece coberturas y servicios a precios competitivos.

Protección de los bienes patrimoniales de grandes empresas industriales

Reale Seguros ha lanzado su nuevo producto 'Reale Todo Riesgo Empresa' para asegurar los bienes patrimoniales de grandes compañías del sector industrial.

Entre sus principales características destaca que permite una gran flexibilidad en la contratación, contando con una cobertura de todo riesgo, y completándolo con coberturas opcionales para facilitar la mejor adaptación a las necesidades de la empresa.

Además, Reale Seguros ha renovado la forma de contratación, documentación y argumentario comercial de este producto.

Proteger a las pymes de los ciberriesgos

Seguros Bilbao ha lanzado un seguro de Ciberriesgos con el objetivo de asegurar y proteger a las pequeñas y medianas empresas de los riesgos ante posibles ataques informáticos.

Este producto está diseñado para ofrecer protección a las pymes desde una doble vertiente. Por un lado, aminorando los posibles daños causados por un ciberataque y por otro, a través de la prevención de este tipo de situaciones en el futuro. Así, el seguro de Ciberriesgos de Seguros Bilbao cuenta con tres tipos de garantías y, además, ofrece la posibilidad de combinarlo con coberturas adicionales para adaptarse mejor a las necesidades de cada negocio.

En este sentido, las tres clases de garantías contemplan: la cobertura de los datos y los costes derivados de la pérdida, alteración o robo de los mismos; el amparo y cobertura de los gastos judiciales o extrajudiciales y fianzas exigidas a la empresa asegurada ante posibles responsabilidades civiles en las que pudiera incurrir y una cobertura de pérdidas económicas derivadas de la paralización de la actividad del negocio.

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

Otro de los servicios que se ofrece es el Portal Ciberriesgos, una plataforma web exclusiva con la que las pymes aseguradas podrán registrar las posibles incidencias y recibir asistencia profesional. También tendrán acceso a una aplicación informática que les permite evaluar si cumplen con el nuevo Reglamento de Protección de Datos gracias a la generación de informes y a la realización de evaluaciones y controles.

Protección jurídica en el seguro de Hogar

NorteHispana Seguros ha renovado su seguro Multirriesgo del Hogar universal ofreciendo protección en el ámbito jurídico.

En concreto, con la garantía de protección jurídica los clientes de la compañía dispondrán de:

- Servicio telefónico de consultas jurídicas las 24 horas del día, los 365 días del año y sin límite de usos para poder resolver cualquier duda sobre cuestiones jurídicas en el ámbito familiar o particular.
- Reclamación de los daños y perjuicios sufridos por el asegurado en su persona o en los bienes muebles de su propiedad, en calidad de peatón, pasajero de cualquier medio de transporte terrestre o en la práctica no profesional de deportes.
- Defensa de los derechos relativos a la vivienda en calidad de inquilino, propietario o usufructuario.
- Defensa de derechos ante el Consorcio de Compensación de Seguros en relación a la vivienda designada en la póliza de hogar.
- Defensa penal en procesos por imprudencia, impericia o negligencia como peatón, pasajero de cualquier medio de transporte terrestre o en la práctica no profesional de deportes.

Además, NorteHispana Seguros cubre todos aquellos gastos en que se pueda incurrir para dar cobertura a las garantías incluidas hasta un límite de 3.000 euros por siniestro.

'Comunidad Compromiso', permite la elección de garantías

Pelayo lanza, de la mano de Mutua de Propietarios, 'Comunidad Compromiso', un nuevo producto donde se puede elegir las garantías que mejor se ajustan a las características de cada edificio y con opción a incorporar servicios adicionales que aporten valor añadido.

Este nuevo producto incorpora como novedad el Compromiso A Tiempo, compromisos de servicio y niveles de calidad en función de la urgencia del siniestro que, además de aportar una mayor calidad al producto, lo hace ser diferente al resto de ofertas del mercado asegurador, compensando al asegurado en caso de incumplimiento de alguno de ellos.

REVITALIZA TU NEGOCIO
A TRAVÉS DEL MARKETING EMAIL

TU CORREDURÍA

GANA CLIENTES CON EL MARKETING EMAIL

TU NEWSLETTER

El video marketing al alcance de las pymes y emprendedores

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

La fuga de información empresarial crece un 32%

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

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

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

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

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

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

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

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

Los autónomos proponen un decálogo de medidas urgentes en materia fiscal

El comité de dirección de ATA ha acordado las propuestas sobre autónomos que considera deben ser prioritarias en materia fiscal ante la subida de la luz, bajada de límite de módulos prevista, incrementos de impuestos del diésel, etc.

"ATA ha resumido estas iniciativas en un decálogo que recoge las medidas más urgentes que creemos que hay que acometer", ha asegurado su presidente Lorenzo Amor. "Los autónomos no son un cajero automático donde cada vez que haga falta se tocan unos botones y se saca dinero. Los autónomos luchamos día a día por nuestros negocios y necesitamos que se nos apoye. Somos más de 3 millones de personas que creamos, además del nuestro, el trabajo de otro millón de personas", ha añadido Amor.

Se propone las siguientes medidas:

- Rebaja gravamen electricidad: aplicación de IVA hiperreducido (4%) en la factura de la luz.
- Impuesto al diésel: eximir de la posible subida del impuesto de hidrocarburos al diésel a los autónomos que deduzcan los gastos de carburante en su actividad.
- Presentación del modelo 347: mantener la presentación de dicho modelo.
- Módulos: mantener los límites actuales de facturación para los autónomos que tributan por estimación objetiva.
- IVA nuevos emprendedores: los nuevos autónomos cuya facturación no supere los 30.000 euros anuales, estarán exentos de tributar en concepto de IVA por el importe resultante de la diferencia entre el IVA soportado y repercutido, durante los 24 primeros meses de actividad.
- Rebajar el IVA al 13% para todas aquellas actividades que vieron subir este impuesto del 13% al 21% (peluquerías, gimnasios, etc.).
- Deducibilidad de las cuotas a la Seguridad Social de los autónomos societarios.
- Aumentar la deducción de gastos de suministros: aumentar de 30% a 50% sobre la superficie que afecta la deducción sobre los gastos de suministros cuando el autónomo trabaja desde su domicilio.
- Deducción familiares colaboradores: corregir la imposibilidad de deducirse los Gastos de Nóminas que el cónyuge/hijo pudiesen tener en la actividad del autónomo que tributa por IRPF en estimación directa simplificada (la mayoría), ya que aunque trabajen y generen el mismo trabajo que cualquier otro trabajador por cuenta ajena, la AEAT no le permite deducirse ese gasto de sueldos y salarios.
- Indemnización Trade: establecer la exención de tributación de las indemnizaciones por extinción de contratos para los Trade, siempre y cuando la indemnización conste como cláusula en dicho contrato.

El 85% de los padres trabajadores prefieren el horario flexible frente al resto de beneficios

Una investigación de Regus, sugiere que los padres exigirán cada vez más opciones de trabajo flexible a las empresas para poder pasar más tiempo con la familia. El 85% de los padres que trabajan prefieren hacerlo de forma flexible frente a otros beneficios.

El espacio de trabajo flexible, también conocido como coworking, ofrece un espacio para trabajar sin tener que desplazarse hasta la oficina y sin quedarse en casa, donde podrían estar expuestos a distracciones.

De acuerdo con la encuesta de Regus, la primera actividad que a los padres les gustaría realizar para aprovechar ese tiempo que pierden con los desplazamientos sería estar con la familia (71%), seguida de tener tiempo para sí mismos (38%). El 96% opina que trabajaría para una empresa que ofrece trabajo flexible y el 74% piensa que estaría dispuesto a aceptar un trabajo diferente si ofreciera variedad de ubicaciones de trabajo.

El 53% de las pymes sufrieron un ciberataque en 2017

Más de la mitad de las pymes (el 53%) sufrieron una brecha de seguridad durante 2017. Así se desprende de Cisco SMB Cybersecurity Report. Cuatro de cada diez compañías consultadas (el 39%) admitieron que al menos la mitad de sus sistemas se vieron afectados por un ataque severo, mientras que el 40% de las empresas medianas sufrieron una parada de sistemas de 8 horas o más.

Aunque las compañías consultadas han gestionado una media de hasta 5.000 alertas de seguridad diarias, solamente el 54% se investigan (55,6% en el caso de las compañías medianas). De las alertas investigadas, el 37% son legítimas. Y de ellas, el 41% se quedan sin remediar, con el consiguiente riesgo para las organizaciones.

Los ataques dirigidos contra empleados como phishing (79%), amenazas persistentes avanzadas (77%), ransomware (77%), ataques de denegación de servicio (DDoS, 75%) y la proliferación del fenómeno BYOD (74%) son las principales preocupaciones de seguridad.

Ante la falta de recursos, los proveedores de seguridad gestionados -el 70% de las pymes ya albergan parte de sus redes en el Cloud- y el outsorcing son otras de las tendencias en que se apoyan.

El sistema de cotización por ingresos reales subiría la base mínima al 14% de los autónomos

El sistema de cotización por ingresos reales para autónomos, como el acordado entre el Gobierno y Podemos, podría provocar una subida de cuotas para 440.818 trabajadores por cuenta propia, según cálculos de UPTA a partir de su propuesta para aplicar este sistema.

Si finalmente se llevase a cabo un cambio en la legislación y los autónomos cotizasen por tramos según ingresos, los que obtienen ingresos inferiores al SMI pagarían una aportación a la Seguridad Social similar a la tarifa plana (unos 50 euros/mes) durante dos años. Pasado ese periodo, se podrá prorrogar año a año, hasta un máximo de cuatro. En un segundo tramo, los que tengan ingresos netos superiores al SMI pero inferiores a 30.000 euros/año podrán elegir entre la base mínima de cotización, de 278,87 euros al mes, y una base máxima, de 1.106 euros, común para el resto de tramos.

En un tercer y cuarto tramo, los autónomos con rendimientos netos anuales entre 30.000 y 40.000 euros y 40.000 y 60.000 euros pasarían a pagar 357 euros, 79 más que actualmente; y 417 euros, 139 más. Según el último informe presentado por UPTA, estos dos tramos afectarían a un total de 392.032 autónomos.

Por último, los que superen unos rendimientos netos de 60.000 euros deberán pagar 556 euros al mes. Afectaría a un total de 140.423 trabajadores que deberían aumentar su base mínima de cotización hasta pagar 278 euros más a la Seguridad Social.

Los autónomos ya deben hacer sus trámites en la Seguridad Social por la vía telemática

Desde el mes de octubre, ha cambiado la relación de los autónomos con la Seguridad Social, al tener que realizar sus trámites por vía telemática.

La Orden Ministerial puesta en marcha por el Gobierno afecta a los trabajadores autónomos por cuenta propia, a los trabajadores del Sistema Especial de Trabajadores Agrarios (SETA) y a los trabajadores del Régimen Especial de Trabajadores del Mar.

Entre las obligaciones que se establecen destaca la de gestionar por vía electrónica todos los trámites relacionados con la afiliación, la cotización y la recaudación de cuotas. Esto incluye la recepción, por comparecencia en la Sede Electrónica de la Seguridad Social (Sedess) de las notificaciones y comunicaciones de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Esta notificación no llegará al trabajador por correo postal, por lo que debe saber que a partir del 1 de octubre tendrá que realizar todos los trámites por vía telemática.

El Gobierno y Podemos pactan subir el salario mínimo a los 900 euros

El presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, y el secretario general de Podemos, Pablo Iglesias, han firmado el 11 de octubre el acuerdo sobre el proyecto de ley de presupuestos para 2019. En él se establece la subida del salario mínimo interprofesional (SMI) a 900 euros.

Estos son los principales puntos del acuerdo, según informa Efe:

1.- Subida del SMI a 900 euros en 2019 (actualmente está en 735,9 euros mensuales).

2.- Aumento del presupuesto para el plan estatal de vivienda con mayor protección para los inquilinos y regulación por los ayuntamientos de los precios de los alquileres en zonas tensionadas.

3.- Desarrollo del modelo de transición energética y revisar los beneficios de las eléctricas.

4.- Aumento significativo de las ayudas a la dependencia.

5.- Apoyo a la ley de violencias sexuales propuesta por Podemos.

6.- Permisos de paternidad y maternidad iguales e intransferibles y remunerados por ley.

7.- Acuerdo para mejorar las becas y reducción de las tasas universitarias.

8.- Reforma de la ley electoral con regulación de envío del correo conjunto y listas cremallera obligatorias.

9.- Derogación del artículo 315.3 del código penal que perseguía a los sindicalistas.

10.- Subida del impuesto de patrimonio del 1% a las fortunas de más de 10 millones de euros.

11.- Autorización a los ayuntamientos para gastar su superávit en asegurar escuelas infantiles de 0 a 3 años.

12.- Contempla que la subida del IRPF afecte a las rentas superiores a 130.000 euros.

13.- Las pensiones mínimas y no contributivas subirán un 3% en 2019, lo que tendrá un coste de 384 millones de euros, mientras que el resto de las pensiones aumentarán un 1,6%, según el IPC previsto para el año que viene, para lo que se destinarán 704 millones de euros.

El Consorcio informa sobre el procedimiento indemnizatorio a los asegurados perjudicados por las inundaciones

El Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) ha informado cómo indemnizará los daños producidos a las personas o en los bienes por efecto de las inundaciones ocurridas en Baleares, Málaga y Cataluña los días 8, 9 y 10 de octubre de 2018.

Las indemnizaciones se producirán sobre la base de los siguientes requisitos:

a) Con carácter general, tener póliza de seguro vigente.

b) En el supuesto de daños a personas, éstas deberán tener concertada una póliza de seguro que cubra el riesgo de accidentes o una póliza del ramo de Vida que garantice principalmente el riesgo de fallecimiento.

c) En el caso de vehículos automóviles, se indemnizarán los daños cuando: se hubiese contratado una póliza de seguro con algún tipo de cobertura de daños al propio vehículo; o se hubiese contratado solamente cobertura de responsabilidad civil sin ningún tipo de cobertura de daños al propio vehículo, siempre que la póliza de seguro se hubiese contratado o se hubiese renovado a partir del 1 de julio de 2016.

d) En los demás tipos de bienes, la póliza de seguro deberá incluir la cobertura de alguno de los siguientes riesgos: incendio, robo, rotura de cristales, daños a maquinaria, equipos electrónicos, ordenadores o modalidades combinadas de los mismos.

e) Además de los daños directos en los bienes, el Consorcio de Compensación de Seguros indemniza los daños por pérdida de habitabilidad y desalojo forzoso de una vivienda o inmueble, así como la pérdida de beneficios del negocio o actividad afectada, siempre que estos conceptos se encuentren asegurados en la póliza de seguro contratada, sean consecuencia de un daño directo en los bienes asegurados, y los bienes sean propiedad o estén a disposición del propio asegurado.

La comunicación de los daños podrá hacerse directamente por el asegurado afectado o a través de su aseguradora, o de su agente o corredor de seguros. La forma más rápida y sencilla es comunicarlos por una de las siguientes vías alternativas: A través del teléfono gratuito 900 222 665 o del 952 367 042 con prefijo geográfico. Para momentos puntuales en que pudiera haber saturación, se ha dispuesto un sistema en el que el asegurado puede dejar su número de teléfono al que se le llamará, en un plazo breve, para que pueda comunicar sus daños.

También es posible hacerlo por Internet, a través de la web del Consorcio de Compensación de Seguros www.consorseguros.es, si se dispone de certificado o DNI electrónicos.

Para ello es necesario que se faciliten: Datos de la póliza de seguro (aseguradora y número de póliza); Datos de quién realiza la comunicación de daños y del asegurado, si fueran personas distintas (nombre y apellidos o razón social, NIF o CIF, dirección y teléfonos de contacto); Datos bancarios para el pago de la indemnización (código IBAN); en el caso de daños a vehículos a motor (marca, modelo y matrícula del vehículo dañado) y si se encontrase en un taller para ser reparado, nombre, dirección y teléfono

del mismo para agilizar la peritación de los daños.

El Consorcio de Compensación de Seguros enviará un perito de seguros para valorar los daños. Para facilitar la tarea de peritación se ruega lo siguiente:

a) Tener a disposición del perito: la póliza de seguro y el recibo de la prima que acrediten la existencia del seguro, sus condiciones y su vigencia en el momento en que se produjeron los daños; los presupuestos y facturas de reparación, si los hubiere; y algún recibo o documento bancario en el que conste, para su verificación por el perito, la cuenta bancaria código IBAN a la que se hubiera solicitado que se abone la indemnización.

b) En el caso de deterioro o destrucción de los bienes dañados o de reparaciones urgentes realizadas antes de la visita del perito, el asegurado deberá conservar: los restos de los bienes dañados a disposición del perito y, si no fuera posible, sacar fotografías de la retirada de los mismos; y las facturas en caso de que se tuviese que realizar alguna reparación urgente.

El Consorcio de Compensación de Seguros realizará el pago de las indemnizaciones en todos los casos directamente a los beneficiarios del seguro mediante transferencia bancaria.

Se puede recibir información adicional en el teléfono 900 222 665 o en el 952 367 042 de lunes a viernes, de 9 a 18 horas o en la web www.consorseguros.es

En otro orden de cosas, según los datos que ha facilitado Alejandro Izuzquiza, director de Operaciones del CCS en las sesiones del Observatorio de Catástrofes de la Fundación Aon, el terremoto de Lorca de mayo de 2011 generó 33.200 siniestros que supusieron unas indemnizaciones de 487 millones de euros,

El terremoto de Lorca es el mayor sismo al que se ha enfrentado el CCS. En el caso del terremoto de Mula, en febrero de 1999, el Consorcio gestionó 7.800 solicitudes de indemnización, con un coste de 11 millones de euros. En el más reciente de Mar de Alborán, en enero de 2016, el Consorcio gestionó 5.800 solicitudes y abonó 7,6 millones de euros a los asegurados afectados de Melilla. El CCS pagó la cifra récord de 495,5 millones de euros para hacer frente a los 276.000 siniestros que dejó a su paso la tempestad Klaus, en enero de 2009. En catástrofes producidas por inundaciones, las del sureste peninsular en septiembre de 2012 ocasionaron 32.400 siniestros y 216 millones de euros en indemnizaciones a los afectados.

Los seguros colectivos de Salud crecieron un 6,9% en primas

Los seguros individuales de Salud supusieron un 71% de la recaudación y un 66,9% de los asegurados a junio de 2018, según datos de ICEA.

En cuanto al crecimiento, los seguros colectivos experimentaron un alza del 6,9% en primas, frente a una subida del 5,3% de los seguros individuales.

Mapfre, primera aseguradora en firmar un acuerdo estratégico con Amazon en España

Mapfre y Amazon han firmado la primera alianza en España de este tipo. La fase inicial se llevará a cabo en el mercado español, podría ampliarse posteriormente al resto de países donde Mapfre está presente.

Uno de los ejes fundamentales del acuerdo es la apertura de la primera Oficina Virtual de una aseguradora dentro de Amazon.es donde se podrá conocer en detalle los seguros de la aseguradora y, finalmente, contratarlos en Mapfre si así lo desean. Ambas compañías estudian la opción de incorporar otros servicios más exclusivos asociados a productos comercializados en Amazon, como los seguros para bicicletas, drones o mascotas.

La aseguradora colaborará además con el programa Amazon Familia, que apoya y cuida de las familias, ayudando a los nuevos padres desde el nacimiento o la adopción de sus hijos. Por otro lado, las dos empresas están explorando la posibilidad de instalar los conocidos lockers de Amazon (lugares, a modo de taquillas, de recogida de los pedidos online realizados en el marketplace) en una selección de las 3.000 oficinas de Mapfre en España.

El plan de negocio conjunto contempla también la posibilidad de ampliarse a otros ámbitos estratégicos como la incorporación del sistema de pago Amazon Pay en www.mapfre.es o el intercambio de los programas de fidelización de clientes –Amazon Incentive y Mapfre teCuidamos-.

En otro orden de cosas, Mapfre, por segunda vez en 2018, ha repasado con sus accionistas no institucionales los últimos resultados de la empresa y ha respondido a las preguntas e inquietudes de los asistentes.

Sanitas adquiere Néctar Seguros de Salud

Sanitas ha hecho efectiva de forma oficial la adquisición de Néctar Seguros de Salud, tras llegar a un acuerdo con la Hermandad Nacional de Arquitectos Superiores y Químicos (HNA), y recibir la aprobación de la operación por parte de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones y de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

La toma de control de la sociedad, efectiva desde el 1 de octubre, se ha ratificado en un acto entre representantes de ambas compañías en el que han participado Iñaki Peralta, director general de Sanitas Seguros, y José Luis Gómez, director general de HNA.

La operación incluye la adquisición de una cartera de 34.000 asegurados y la incorporación de los empleados de Néctar que se encargarán de garantizar que los asegurados continuarán teniendo acceso a los servicios que tenían contratados hasta la fecha y de ofrecer los servicios de atención al cliente.

Los errores humanos, causantes del 67% de las brechas de seguridad

Un 'click' en un correo electrónico malicioso, la visita a una página web dañina, la pérdida de un dispositivo electrónico de la empresa... un error humano 'abrió las puertas' a los ciberdelincuentes en el 67% de los siniestros tramitados por Hiscox. Esta es una de las principales conclusiones del informe de la compañía sobre siniestralidad en el entorno digital.

Las causas principales de los siniestros analizados han sido: ransomware (23%); ataque dirigido por hackers (20%); pérdida o mal uso de la información (16%); desviación de pagos y phising (12%); pérdida de dispositivos o documentos (7%); malware (6%), y fallos de software o hardware (3%).

"El uso del ransomware, en el que un atacante desactiva por completo el sistema informático de una empresa y pide un rescate, sigue siendo la herramienta favorita de los ciberdelincuentes. Aunque un análisis del mercado indica que esta táctica va a menos ya que se es más conscientes de la amenaza después de los ataques de Wannacry y Petya", explica Mónica Calonje, directora de Siniestros de Hiscox.

El cryptojacking está despertando el interés de muchos ciberdelincuentes y la tendencia es que se convierta, en los próximos meses, en la artimaña preferida de los hackers. Consiste en que el criminal utilice, de forma clandestina, la capacidad de procesamiento de los sistemas informáticos de una empresa para hacerse con criptomonedas.

Además del cryptojacking, Hiscox alerta del creciente número de 'pequeños' siniestros relacionados con las transacciones fraudulentas, donde un criminal consigue persuadir a una organización para que le pague a él, en lugar de a un proveedor. "Con frecuencia, los ciberdelincuentes solo necesitan usar sus teléfonos móviles para llevar a cabo sencillos ataques o crear direcciones de correo falsas para atraer a víctimas", aclara Calonje.

El Informe Hiscox sobre siniestralidad en el entorno digital dibuja un horizonte optimista para el sector de los ciberseguros. La compañía espera que este mercado alcance un valor de 31.000 millones de euros en 2027. "Hablamos de una cifra hasta once veces superior a la actual, que se sitúa en torno a los 2.700 millones de euros", concluye Nerea de la Fuente, directora de Suscripción de Hiscox España.

Por otro lado, la aseguradora ha participado en la jornada sobre ciberseguridad organizada por el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, en colaboración con la consultora Correduidea, donde se analizó desde diferentes puntos de vista la actualidad y la evolución de las principales amenazas en materia de ciberriesgos, así como las soluciones aseguradoras para empresas y profesionales disponibles en el mercado.

Alan Abreu, suscriptor líder de cyber de Hiscox, ofreció los argumentos de venta para suscribir este tipo de pólizas. Abreu destacó el servicio de respuesta a incidentes realizando una simulación de un ciberataque.

Abreu vaticinó un horizonte positivo para el mercado del ciberseguro: "Soy optimista sobre este mercado, el interés va en aumento y cada día suscribimos más pólizas". Y matizó, "hablamos de una solución muy especializada y llevará tiempo a aseguradoras y corredores trasladar a nuestros clientes el valor y la importancia de disponer de un seguro de ciberseguridad para su compañía".

Unespa lanza una guía de prevención de riesgos cibernéticos para pymes

Los ataques cibernéticos pueden acarrear consecuencias nefastas para la supervivencia de cualquier empresa. Con el fin de ayudar a prevenir y gestionar este tipo de riesgos, Cepreven, Cepyme y Unespa han elaborado la guía "Ciberriesgos: su impacto en las pymes. Prevenir, mitigar, recuperar".

La guía permitirá a las empresas conocer cómo enfrentarse a los riesgos y protegerse ante incidentes cibernéticos, minimizar su impacto, garantizar la recuperación de aquello que haya podido resultar dañado y, principalmente, asegurar la continuidad del negocio tras un ataque. Cualquier compañía, independientemente de su tamaño y de la actividad que realice, puede tomar medidas para protegerse de problemas cibernéticos y, así, preservar su competitividad y supervivencia.

La presentación de la guía es la primera iniciativa en materia de prevención que ponen en marcha Unespa y Cepyme de manera conjunta. Esta acción ha sido posible tras la firma de un convenio de colaboración el pasado 25 de junio para aliarse en la promoción de las prácticas de prevención entre las pymes.

Como complemento a la guía se ha elaborado un decálogo con consejos sencillos de ciberseguridad para pymes. Estas medidas permiten proteger cualquier negocio de ataques e incidentes cibernéticos, sin tener que realizar grandes inversiones.

Este conjunto de buenas prácticas pasa por definir y aplicar una política de ciberseguridad, asegurar y proteger los datos e información, utilizar las redes de forma segura, protegerse contra el malware, utilizar el correo electrónico de forma segura, asegurar el acceso remoto y físico a sistemas y equipos, proteger los dispositivos móviles y la información que contienen, mantener las aplicaciones actualizadas, diseñar y poner en práctica un plan de respuesta.

Chubb reúne a sus corredores en su evento anual en Lisboa

Chubb ha celebrado en Lisboa el evento anual para sus corredores y clientes. Los asistentes tuvieron la oportunidad de conocer al Country President de España y Portugal, Ignacio Borja; y escucharon los planes que tiene el director para la operación portuguesa, así como su compromiso con la mediación.

"Para Chubb, lo primordial es estar siempre al lado de los corredores y clientes, porque solo así es posible adaptarse a sus múltiples necesidades", ha comentado Borja.

El sector apuesta por tomar decisiones ante la incertidumbre del Brexit

Fundación Inade ha organizado en la Facultad de Derecho de la Universidad de La Coruña una tribuna de su Foro Inade, en la que se debatió sobre las implicaciones del Brexit para el sector del seguro y los planes del Lloyd's para Europa.

Expertos del sector como Juan Arsuaga, consejero delegado de Lloyd's Iberia; Álvaro Satrústegui, presidente & CEO de Exsel; Begoña García, responsable de Estrategia y operaciones en Hispania Risk Broker e Hispania Global Underwriting; y Adolfo Campos, director de Fundación Inade, ofrecieron su visión de una situación que se debe afrontar lo antes posible. Concretamente, todos apostaron por anticiparse a las posibles negociaciones de la Unión Europea tomando decisiones que permitan cerciorar que los tomadores no se verán afectados por los cambios que se vayan a realizar.

Así, Arsuaga presentó la solución planteada por Lloyd's para solventar esta circunstancia: la creación de una compañía de reaseguro con domicilio social en Bruselas bajo el nombre de Lloyd's Insurance Company y que podrá emplear el Pasaporte Comunitario para trabajar en los países de la UE. Además, aseguró que "no se va a repercutir a los clientes el coste del Brexit".

Arsuaga continuó explicando las medidas adoptadas e indicó que "esta empresa en Bruselas permitirá seguir haciendo las cosas lo más parecido a lo que se hacía antes. La figura utilizada es a través de contratos de reaseguro y así mantenemos las relaciones que había antes con los 200 brokers y 4.000 agencias de suscripción con las que trabajábamos". El consejero de Lloyd's Iberia adelantó que "en 2019 las primeras pólizas que se hagan ya se emitirán en Europa desde la compañía de Bruselas y que los riesgos europeos sólo se podrán cubrir a través de la misma.

Los demás expertos de la mesa avanzaron la postura de las agencias de suscripción ante esta situación explicando a los asistentes su modelo de negocio. Así, Álvaro Satrústegui indicó que "avisaremos a los clientes del cambio a partir de finales de octubre para que el proceso sea fluido. El Brexit ha generado más complicaciones respecto al compliance pero estamos seguros de que este cambio mejorará nuestra relación con los clientes".

Por su parte, Begoña García añadió que "frente a los tomadores finales será más fácil comunicarles que trabajamos con una compañía en Bruselas, sin tener que indicar el funcionamiento de los sindicatos del Lloyd's". Además, señaló que "está previsto que a finales de octubre empecemos a informar vía carta certificada de los cambios de pólizas". Aun así, reconoció que "el 30% de las pólizas en vigor tienen cláusula de renovación tácita por lo que hemos consensuado con corredores cómo proceder e informaremos a los tomadores del cambio a través de mail o carta certificada".

Los tres ponentes coincidieron en que la pretensión de los partidos nacionalistas de que las comunidades autónomas ordenen y supervisen a todos los distribuidores de seguros y reaseguros "es un 'sinsentido' porque es algo que no está regulado expresamente".

Unespa lanza un portal didáctico para dar a conocer las coberturas más habituales

El seguro quiere hacerse entender. Por eso ha puesto en marcha 'Tus coberturas', para explicar a la gente cuáles son y en qué consisten las coberturas típicas de los seguros más comunes y extendidos. Este proyecto va destinado a todos los públicos y se puso en marcha coincidiendo con la celebración del Día de la Educación Financiera 2018 organizado por el Plan de Educación Financiera, con el que Unespa colabora.

'Tus coberturas' supone un nuevo paso en la divulgación de la cultura aseguradora. En este caso, tiene como línea de trabajo explicar cuáles son las protecciones que suelen incluir los seguros de Automóviles, Hogar, Salud, Vida riesgo y Decesos.

El portal Estamos Seguros pasa a tener una sección específica dedicada a desgranar las coberturas del seguro, de tal forma que los clientes sepan qué hay detrás de cada producto. Así, cuando busquen un seguro, podrán elegir el que más le convenga en base a todas sus características y no tomando el precio como única referencia. Tus coberturas ayuda a la gente a comprobar si los seguros que poseen en la actualidad se adaptan a sus necesidades de protección y, al mismo tiempo, les descubre coberturas que pueden ser de interés y sobre las que pueden recabar más información contactando con su aseguradora o su mediador de seguros.

El site ofrece la definición de 15 coberturas típicas del seguro del Automóvil, 23 del de Hogar, 19 del de Salud, otras nueve propias del de Vida, así como 11 del de Decesos.

Premaat nombra a José Luis González nuevo director general

La Junta de Gobierno de Premaat ha nombrado director general a José Luis González, abogado vinculado a la mutualidad desde hace más de 20 años.

González es especialista en mutualidades de previsión social. Inició su carrera profesional en el sector de previsión social en la Mutua Nacional de la Marina Mercante en 1979 y entró a formar parte del equipo de Premaat en 1997.

Las aseguradoras deben crear soluciones mixtas de ahorro y servicio para cubrir la longevidad

Fundación Inade ha organizado en el salón de actos del Círculo de Empresarios de Galicia (Vigo) una jornada del Foro Inade, en la que, de la mano de expertos de diferentes ámbitos, se debatió sobre el riesgo de la longevidad. Entre otras cosas, se expuso la importancia de que las aseguradoras aporten soluciones mixtas que combinen rentas de jubilación con prestación de servicios residenciales, asistenciales y sanitarios.

El informe "El reto de la longevidad en el siglo XXI" fue presentado por José Antonio Herce, director asociado de AFI y Miembro del Foro de Expertos del Instituto Santalucía, que desgranó los datos más significativos. Para este investigador, "la longevidad es un reto formidable para el siglo XXI". En este sentido, "la actividad de los seguros es absolutamente necesaria y tiene un futuro extraordinario siempre y cuando sepa adaptarse a los cambios del tiempo". Según los datos del informe, en el último siglo, la esperanza de vida al nacer ha mejorado en España un promedio de 4 años por década.

Respecto al sector del seguro, Herce incidió en que "este segmento de la población será un foco de atención importante" y que "las instituciones e industria aseguradora de todo el mundo deben hacer esfuerzos conjuntos para favorecer la asignación de recursos suficientes en esta etapa de la vida". "Hay que intensificar el esfuerzo de I+D en productos y servicios para la jubilación y la industria debe ofrecer no solo mayor tiempo de las rentas sino mayor calidad de vida al beneficiario".

El experto incidió en que "existen dos necesidades bien diferenciadas: para los individuos de edades cercanas a los 65 años se deben ofrecer soluciones mixtas que combinen rentas de jubilación con prestación de servicios residenciales, asistenciales y sanitarios; y, por otro lado, para los menores de 65 años emerge la promoción de estilos de vida que permitan alargar la esperanza de vida saludable. La salud preventiva se convierte en un instrumento muy potente y accionable por las compañías".

Posteriormente, en la mesa redonda moderada por Adolfo Campos, se debatió sobre cómo afrontar la longevidad en una sociedad de cambio con José Antonio Sánchez, director general de ICEA; María Eugenia Líbano, responsable de Formación de la compañía Santalucía Vida y Pensiones; Germán González, director médico del Grupo Vithas; Josefina Fernández, consejera delegada de la red de centros y servicios de atención a la dependencia Domusvi; y José Antonio Herce. Desde el punto de vista de la industria aseguradora, José Antonio Sánchez dijo que "la longevidad es una oportunidad y un reto para el sector asegurador y debemos tener preparados productos adecuados para cubrir estas necesidades".

Seguros Catalana Occidente da a conocer su seguro de vehículo eléctrico e híbrido en Expoelectric 2018

Seguros Catalana Occidente ha participado en la 8ª edición de Expoelectric. Allí informó sobre su seguro específico para el vehículo eléctrico e híbrido y la utilización de grúas con carga eléctrica.

Además, ha mejorado su usabilidad con la localización de puntos de recarga para las necesidades de este tipo de vehículos. Quienes visitaron el estand de Seguros Catalana Occidente participaron en el sorteo de un patinete eléctrico JDBug.

Por otro lado, la aseguradora estuvo presente un año más en la 64ª Feria Agraria de Sant Miquel (Lérida) donde dio a conocer entre las pequeñas y medianas empresas del sector agroalimentario sus productos y servicios.

En otro orden de cosas, el Grupo Catalana Occidente y Colonial han cerrado un acuerdo para el desarrollo de un edificio de oficinas con un total de 20.275 m2 en Madrid. El inmueble, que se encuentra en construcción, estará ubicado en Méndez Álvaro y tendrá las últimas innovaciones en materia de eficiencia energética, así como de distribución de espacios, domótica, zonas verdes, etc. En total, contará con 16 plantas y 270 plazas de aparcamiento y se prevé que esté acabado en 2022. La idea es que en él se concentre la actividad de negocio tradicional del Grupo que actualmente está distribuida en diversas ubicaciones de Madrid.

AXA se alza por décimo año consecutivo como la mejor marca de seguros del mundo

El Grupo AXA, por décimo año consecutivo, se alza con el primer puesto en el ranking Interbrand como primera marca de seguros del mundo con un valor de 11.118 millones de euros en el puesto 47, situándose entre las cincuenta marcas más valiosas.

"Diez años como la primera marca de seguros del mundo es un hito histórico que nos anima a seguir trabajando y por el que tenemos que dar gracias a clientes, empleados y distribuidores de AXA", afirma Jean Paul Rignault, consejero delegado de AXA España.

El seguro paga al año cerca de 1.200 millones por incidentes en empresas

El Informe Estamos Seguros 2017 contiene un estudio dedicado a los seguros de las empresas en el que se estima que las aseguradoras desembolsan unos 1.200 millones de euros cada año para resolver los problemas con los que se topa el tejido productivo español.

Los percances atendidos son de todo tipo. Los Multirriesgos Industriales abarcan más del 80% de los incidentes que padecen las empresas. Le siguen a bastante distancia el transporte de mercancías (5,15% del total) y la avería de maquinaria (4,38%). Cuando este análisis se efectúa tomando como referencia las indemnizaciones desembolsadas en lugar del número de expedientes tramitados, el cuadro cambia algo. El peso de los incidentes ligados a las coberturas de Multirriesgos Industriales sigue siendo destacado, pero su relevancia se modera. Estos percances consumen el 60% de las indemnizaciones desembolsadas por el seguro. Entre tanto, la cobertura de cascos en el ramo de transportes (12%) y el traslado de mercancías (9,5%) aparecen como partidas de importancia en las transferencias de dinero efectuadas.

El pago por cada percance ligado a seguros empresariales varía significativamente entre un tipo de riesgo y otro. Los incidentes ligados a los montajes, por ejemplo, pueden ser infrecuentes pero, cuando se producen, conllevan un desembolso medio de 36.524 euros. Otro tanto pasa con los robos, donde la cuantía media a indemnizar por el seguro asciende a 7.557 euros. En comparación, un incidente de Multirriesgo Industrial –el más típico de todos los que ocurren– asciende a 2.573 euros.

Por lo general, los percances en las industrias tienden a repartirse de manera más o menos equilibrada a lo largo del año. En cambio, la gravedad de los percances no se reparte de manera homogénea. Los incidentes más graves en las empresas tienden a producirse en los meses de septiembre, mayo y, muy especialmente, julio.

Un análisis territorial de las actuaciones del seguro industrial evidencia que Cataluña (20,8%) y la Comunidad Valenciana

(12,9%) son los dos lugares que presencian más siniestros en empresas. Si a estas dos comunidades autónomas se les suma Andalucía y Madrid, estas cuatro regiones rebasan el 60% de los percances que se producen en España en este ámbito. Un análisis por provincias, pone en cabeza a Barcelona (15,63%), Madrid (12,58%) y Valencia (6,40%).

Sin embargo, es en Navarra donde ocurren los percances más serios. En concreto, en la Comunidad Foral el siniestro medio es dos veces y media (155%) más dañino que el incidente empresarial típico en España. Completan el podio Cantabria (+60%) y La Rioja (55%). Los territorios donde ocurren los percances menos problemáticos son Asturias (-47%) y Canarias (-42%). Ahí los incidentes suelen conllevar indemnizaciones que rondan la mitad que la media española.

Omnia Medioambiente facilita a sus mediadores los IPID

Tras la entrada en vigor de la Directiva de Distribución de Seguros (IDD) el pasado 1 de octubre, Omnia Medioambienta ha puesto a disposición de todos sus colaboradores la ficha de información previa sobre el producto (IPID), ofreciendo así una información transparente antes de la contratación de un seguro de Responsabilidad Medioambiental.

Este documento, de formato y estructura común para todas las entidades, ofrece una visión uniforme y clara sobre el producto, permitiendo a los mediadores identificar y comparar de manera ágil y rápida la información de mayor relevancia, facilitado así la oportunidad de tomar una decisión con conocimiento de causa.

Estos documentos (IPID) contiene toda la información específica del seguro en cuestión. En él se detallan desde las coberturas de contratación automática y riesgos excluidos, hasta el procedimiento para rescindir el contrato u obligaciones por parte del asegurado entre otros.

Omnia enviará vía e-mail en cada solicitud la ficha de producto y, además será publicado en su web, ofreciendo así varías vías de soporte para todos sus brokers.

simple. claro. helvetia

Helvetia Seguros lanza un asistente virtual que ayuda en la consulta y contratación del seguro de Decesos

Helvetia Seguros ha incorporado a su página web, y próximamente a las de sus mediadores, un asesor virtual que utiliza la inteligencia artificial para asesorar a los clientes durante todo el proceso de consulta y cotización del seguro de Decesos.

A través de esta herramienta, el usuario tiene la posibilidad de consultar el precio del seguro, recibir un presupuesto personalizado e iniciar la contratación online. El asesor virtual, que ha sido desarrollado con la tecnología de inteligencia artificial IBM Watson, disponible en la nube de IBM, establece de forma autónoma, sin intermediarios, una conversación con el usuario, a través de preguntas y respuestas, para resolver sus dudas sobre el producto.

El asistente virtual se ha sometido a un proceso de aprendizaje para dotarle de la capacidad necesaria para responder a las preguntas más frecuentes que le pueden surgir a un cliente sobre el seguro de Decesos, interactuando con él de forma escrita y, si el dispositivo lo permite, también hablada.

Zurich paga un 33% más en indemnizaciones a las empresas por siniestros

Zurich Seguros abonó en 2017 cerca de 469 millones de euros en concepto de indemnizaciones por los siniestros sufridos por los clientes de su división de Empresas, que engloba tanto a las grandes como a las pymes. Los siniestros relacionados con las flotas de vehículos y la responsabilidad civil fueron los más habituales entre las compañías aseguradas por la entidad en España.

Según los datos difundidos por la aseguradora, el número de siniestros declarados por los clientes de empresas de Zurich en 2017 se redujo un 9% respecto a 2016, aunque el volumen de las indemnizaciones abonadas se incrementó en un 33% en comparación con el periodo anterior. Por tamaño, las grandes empresas recibieron en conjunto cerca de 429 millones de euros en indemnizaciones correspondientes a un total de 128.000 siniestros declarados. Más de la mitad (51%) de estos siniestros estuvieron relacionados con las flotas de vehículos y un 33% con la responsabilidad civil, que son los más frecuentes entre las grandes empresas. Si bien la indemnización media percibida por ellas fue de 3.337 euros, en 61 casos se superó el medio millón de euros.

En cuanto a las pequeñas y medianas empresas que son clientes de Zurich, las indemnizaciones percibidas superaron los 40 millones de euros. Esto supone un 20% más que en el periodo anterior, a pesar de que el número de siniestros declarados fue menor, con cerca de 14.000 reclamaciones presentadas. Los siniestros más habituales entre las pymes durante este periodo fueron los relacionados con los seguros patrimoniales (30%), y comercios y flotas (22%). La indemnización media recibida fue de 1.214 euros.

En otro orden de cosas, Zurich Seguros ha anunciado la incorporación de Anna-Marie Jarvis como nueva directora de la línea de negocio de Property de Empresas. Su objetivo será desarrollar y ejecutar la estrategia en suscripción de las líneas comerciales de Property, Engineering y Energía, así como de liderar la comunidad de suscriptores de estas líneas.

Jarvis aporta más de 25 años de experiencia en el sector asegurador. También tiene un conocimiento privilegiado del área de Property. Nacida en el Reino Unido y licenciada en Empresariales y en español por la Universidad de Gales, Anna-Marie Jarvis cursó estudios específicos en el Chartered Insurance Institute, donde obtuvo el título de Chartered Insurer.

Markel incorpora el producto de RC Profesional a sus mediadores en su herramienta online

Markel España ha implementado el producto de Responsabilidad Civil Profesional en su nueva herramienta tecnológica, MarkelBroker.es, para facilitar la gestión del negocio de sus mediadores.

De esta forma, podrán disponer de una mayor autonomía en: cotización, contratación, descarga de pólizas, consulta de cotizaciones y pólizas, suplementos, buscador de actividades e indicador de garantías por defecto en función del tipo de riesgo.

Con esta nueva incorporación, se amplía el acceso a su catálogo de oferta, estando ya disponibles los productos: Responsabilidad Civil General, Responsabilidad Civil Profesional y Accidentes Personales.

Por otra parte, la aseguradora ha lanzado su nueva página web que mejora la navegación. Entre otras cosas, en ella se incluyen dos servicios de acceso directo desde la home (MarkelBroker.es y e-Compliance).

Por último, comentar que Markel International España, con la colaboración de la correduría Aon, ha sido seleccionada por haber realizado la mejor oferta en la convocatoria realizada por licitación pública de la Diputación Provincial de Jaén, para cubrir de forma colectiva los accidentes de todos sus empleados, así como de los diputados pertenecientes a la corporación.

Santalucía adquiere el 50% de Pelayo Vida

Santalucía y Pelayo Seguros han firmado el acuerdo definitivo por el que la primera adquiere el 50% del capital social de Pelayo Vida. El inicio de la operación se realizó en mayo cuando Santalucía llegó a un acuerdo con Aviva Europe para la adquisición de dicha participación.

Con este acuerdo Pelayo Vida quedará participada por Santalucía y Pelayo Seguros, consolidando en el perímetro del Grupo Santalucía y sus productos serán comercializados a través de la red de distribución de Grupo Pelayo.

El Grupo Santalucía, a su vez, refuerza su posición sectorial en el ramo de Vida, en el que a cierre del primer semestre de 2018 ocupa la 5ª posición en el ranking de ICEA con más de 739 millones de euros de primas en seguro directo. Por su parte, Pelayo Vida ha cerrado el ejercicio 2017 con unos ingresos por primas de 13,1 millones de euros y ha gestionado unos fondos de 96,6 millones de euros, obteniendo un beneficio de 2,8 millones de euros. El ratio de solvencia de Pelayo Vida es 3,1 veces superior al exigido.

IMA Ibérica Asistencia nombra a Carlos García Molina como nuevo director de Operaciones

Carlos García Molina se ha unido al equipo de IMA Ibérica como nuevo director de Operaciones. En ese puesto aportará su experiencia en la transformación de procesos de front y back, mejorando la eficiencia, la calidad y la experiencia de cliente.

Su trayectoria académica le llevó a cursar una Ingeniería Técnica de Informática en la Universidad de Oviedo para posteriormente realizar la Ingeniería Superior en Informática de Gestión de la Uned. En su trayectoria profesional ha pasado por la dirección de los departamentos de Sistemas y de Operaciones en Cigna, y por un puesto similar en Aegon.

Dentro del programa del seminario de planificación a la jubilación que impartirá Julio Fernández, el 22 de noviembre, como novedad, presentará el nuevo Simulador de Planificación a la Protección y Jubilación, que proyectará soluciones integrales en todo lo relacionado con las pensiones.

Nace un nuevo Simulador de Planificación a la Protección y Jubilación

Fernández señala que un proceso adecuado para llevar a cabo una correcta planificación a la jubilación consta de cinco fases perfectamente definidas. Es un proceso altamente complicado, ya no solo por la multitud de parámetros que requiere el mismo sino, también, porque es necesario finalizar con éxito todas y cada una de las fases.

Resalta que Smart Discovery ha interiorizado, desde un primer momento, cómo adaptar esas cinco fases a un entorno mucho más amigable, ágil y sencillo, dando una solución integral basada en un principio de absoluta objetividad mediante el enfrentamiento del perfil con el horizonte.

"Hemos tenido la capacidad de desarrollar una herramienta que nos acompañará durante todo el ciclo de vida, siendo totalmente innovadora ya que trabaja el corto, medio y el largo plazo, generando un plan de previsión personal proyectado a la esperanza de vida", ha indicado Julio Fernández. Se utilizan gráficos y datos para proyectar la situación de los clientes mostrando las necesidades reales de cobertura.

Generali lanza una nueva app para agilizar los trámites de sus clientes

Generali ha lanzado una nueva app, 'Mi Generali', que facilita la gestión de las interacciones del cliente con la compañía a través de una nueva gama de funcionalidades personalizadas.

Isabelle Conner, Group Chief Marketing & Customer Officer de Generali, ha dicho que "la aplicación 'Mi Generali' acelerará el desarrollo de soluciones y aumentará nuestra capacidad de proporcionar servicios personalizados a nuestros clientes, simplificando sus interacciones con nosotros y mejorando la calidad de nuestros productos". 'Mi Generali' también facilita el contacto directo con el mediador, de tal modo que los clientes disfrutarán de una experiencia de uso más sencilla y operativa.

Entre otras cosas, en el ámbito de la gestión patrimonial y financiera de los productos de ahorro e inversión, como gran innovación, la app permite acceder en tiempo real a la posición financiera para que el cliente pueda monitorizar en todo momento la evolución de sus ahorros e inversiones. En breve incluirá, además, la posibilidad de realizar transacciones sobre dichos productos pólizas y planes, tales como efectuar aportaciones extraordinarias, rescates o traspasos entre cestas.

Seguros Pelayo ha obtenido el Premio a la Innovación en el Sector Asegurador, en los Premios ComputerWorld 2018, gracias al trabajo realizado para el lanzamiento de la nueva plataforma de gestión de seguros Agrarios de Agropelayo.

Reconocida la labor innovadora de Pelayo

Esta nueva plataforma ha sido diseñada y desarrollada con la última tecnología web, enfocada en optimizar la experiencia del usuario y sustentada sobre tres pilares principales, usabilidad, rendimiento y seguridad.

Por otro lado, la mutua ha dado a conocer que ha elegido a Real Automóvil Club de España (RACE) para que, a partir de noviembre, realice la prestación del servicio de asistencia en viaje a sus asegurados, aunque Seguros Pelayo mantendrá el equipo de contact center con el que cuenta en la actualidad para la atención a sus clientes.

En otro orden de cosas, David G. Fiñana se ha incorporado a Seguros Pelayo como nuevo director de Tecnología, aportando competencias clave en el plan de transformación tecnológica de la entidad. Fiñana es ingeniero superior de Telecomunicaciones y cuenta con un máster en Comunicaciones Móviles por la Universidad Politécnica de Madrid, así como con un máster en Dirección de Entidades Aseguradoras por ICEA.

Por último, recordar que la mutua, a través del 'Seguro Afición de La Roja', continúa dando cobertura gratuita antes, durante y después del encuentro a todos los que acuden a los partidos que la Selección en España.

Vicente Fuertes es el nuevo subdirector comercial de Grupo Preventiva

El Grupo Preventiva ha incorporado a Vicente Fuertes como nuevo subdirector comercial. El objetivo es reforzar la dirección comercial, a cuyo frente está José Mª Martín, dado el desarrollo que han experimentado los distintos vectores de crecimiento omnicanal y los avances conseguidos en acuerdos de distribución y de reaseguro.

Fuertes, que se incorpora al equipo de la Dirección Comercial y de Desarrollo Estratégico de Preventiva, ha ocupado hasta el momento la Dirección Comercial en el Grupo Pelayo, donde ha desarrollado su labor en los últimos cuatro años. Cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector asegurador.

Por otro lado, la campaña "Icaria" de la aseguradora ha sido galardonada con el Premio a la Mejor Campaña dirigida al Cliente en los VIII Premios de Marketing y Comunicación en el Sector Asegurador. De esta forma se la reconoce como la mejor iniciativa publicitaria, de marketing y de comunicación de aseguradoras.

Esta campaña la han lanzado coincidiendo con el 75 aniversario de la compañía y ha querido reflejar la tranquilidad que sienten sus asegurados. Un aniversario que se celebró a finales de septiembre en Madrid y en donde se dio una escultura a las principales instituciones del sector por "su labor y respaldo constante que nos han permitido estar donde estamos", dijo su presidente Antonio Fernández-Huerga.

Se entregó este reconocimiento a los representantes de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, que lo recogió Raúl Casado en nombre de Sergio Álvarez; a Unespa, que se entregó a Mirenchu del Valle en representación de Pilar González de Frutos; al Consorcio de Compensación de Seguros, que lo recogió Flavia Rodríguez-Ponga; a Agroseguro, recibido por Ignacio Machetti; a ICEA, que se dio a su presidente, José Boada; y al Consejo General, recibido por Elena Jiménez de Andrade.

Las primas de Vida Riesgo ascienden a 2.711 millones en el primer semestre

Las primas de seguros de Vida Riesgo han alcanzado los 2.711 millones de euros a junio de 2018, un 11,4% más que en el mismo mes del año anterior, informa ICEA.

Los asegurados se situaron en 20.242.484, prácticamente la misma cifra que hace 12 meses (un 0,12% más).

Los mediadores expatriates de Liberty Seguros visitan el Centro de Servicio de Barcelona

Liberty Seguros ha invitado a sus mediadores expatriate a visitar su Centro de Servicio a Mediadores de Barcelona, donde pudieron conocer a las personas que brindan el servicio personalizado exclusivamente para profesionales expatriados en estos centros.

Durante la visita, en una sesión informativa, se les ha explicado el marco de la misión de la organización, cómo mide e influye el NPS (Net Promoter Score) de los clientes en el servicio de la empresa y las claves de 'Más por ti', el programa de acompañamiento al mediador, que fomenta su formación continua, cercana y directa.

Otro de los temas que se trató en esta reunión fue la ampliación del equipo expatriates, muestra del valor estratégico que estos mediadores tienen para la compañía.

Seguros Bilbao celebra su centenario

Seguros Bilbao ha conmemorado el centenario de la aseguradora. Durante la celebración, el consejero delegado del Grupo Catalana Occidente, Ignacio Álvarez, señaló que la clave para que Seguros Bilbao haya cumplido 100 años es "su capacidad para ser flexible, lo que le ha permitido adaptarse a las nuevas necesidades de sus clientes y del mercado".

Además, Álvarez subrayó la capacidad de innovar de la compañía "como un elemento diferenciador a la hora de adelantarse a los cambios del entorno. Nuestro trabajo es proteger y asesorar a las personas y empresas sobre cómo deben cubrir sus riesgos y para eso hay que ser innovador y contar con las personas adecuadas".

"Formar parte del Grupo Catalana Occidente ha permitido a Seguros Bilbao afianzar su posición como aseguradora de referencia en la protección de riesgos y previsión a largo plazo de las familias y pequeñas y medianas empresas", destacó José María Serra, presidente del Grupo Catalana Occidente.

Direct Seguros empieza la comercialización de Hogar

Direct Seguros, compañía perteneciente al Grupo AXA, ha arrancado la comercialización de una póliza de seguros de Hogar a través de teléfono y online.

'Direct Hogar', como se denomina la póliza, cuenta con tres tipologías Básico, Confort y Vip que se adaptan a las necesidades de cada cliente y cada vivienda. Entre otras cosas, se cubren los daños por vandalismo, el exceso de consumo de agua o rotura de vitrocerámicas, sanitarios o mármoles. Además, los clientes que quieran ajustar aún más el precio pueden optar por el copago de 50 euros por siniestro.

Reale reúne a sus corredores en el Congreso "Titanium"

Por séptimo año consecutivo, Reale Seguros ha reunido a 130 de sus corredores en el Congreso "Titanium". Este encuentro ha servido para explicar las líneas estratégicas de la compañía y los objetivos marcados para los próximos años.

La jornada comenzó con la bienvenida del CEO de Reale Seguros, Ignacio Mariscal, que, además, hizo un análisis de la situación macroeconómica actual. A continuación, el director Comercial, Javier Espinosa, aportó las líneas estratégicas de la compañía y los objetivos marcados para los próximos años, y el director de Canal Corredores, Rafael Calderón, centró su intervención en las líneas maestras del canal corredores.

Tras ellos, el equipo de Responsabilidad Social de la compañía, Pilar Suárez-Inclán y Arancha Escalada, ofrecieron la visión que Reale Seguros tiene sobre la sostenibilidad y las acciones que desarrollan a través del voluntariado y Reale Foundation.

Para finalizar, el cocinero Martín Berasategui explicó cómo es el funcionamiento de un grupo empresarial como el que él dirige en la actualidad. Bajo el título de 'El secreto del garrote', y conducido por Benjamín Lana, presidente de la división de gastronomía de Vocento, señaló que el éxito del trabajo está en la fórmula PTT: Pasión, Tesón y Trabajo.

Berkley España mejora la gestión de siniestros

Berkley España ha mejorado su proceso de tramitación de siniestros simplificando los pasos al máximo, para que de esa manera el corredor sepa en todo momento en qué estado están los casos que tiene abiertos con la compañía.

La entidad además de facilitar la consulta del estado de siniestros por BE-Net, también enviará mensualmente un fichero con el estado de los siniestros al responsable de la correduría y de esa manera incrementará la eficacia en los procesos y la comunicación con los mediadores.

Berkley España habilitará una plataforma para cumplimentar una encuesta de satisfacción una vez que el siniestro haya sido cerrado.

Por otro lado, la entidad ha puesto a disposición de sus corredores los IPID en su web corporativa. Los Insurance Product Information Documents son los documentos de información previa del seguro que la nueva Ley de Distribución exige para todos los seguros de No vida.

El documento debe ser breve, independiente y de fácil lectura; debe contener información sobre el seguro en cuestión, riesgos y suma asegurada, y un resumen de los riesgos que queden excluidos. También incluye información básica sobre las condiciones de pago de las primas, obligaciones de las partes, duración del contrato, y modos de rescindirlo.

Estos documentos están a disposición de sus corredores en formato PDF para que puedan descargarlos en cualquier momento. Simplemente tienen que entrar en el apartado de cada producto y ahí encontrarán un enlace para ver y descargar cada IPID correspondiente.

Allianz nombra a Beatriz Corti subdirectora general

Allianz Seguros ha nombrado a Beatriz Corti subdirectora general. Será responsable del área de Automóviles, Particulares y Fénix Directo. De esta manera entra a formar parte del Comité de Dirección de la compañía.

Corti Stuber es ingeniera industrial por la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC) y, desde 2004, ha desarrollado su carrera profesional en Allianz desempeñando funciones operacionales, primero en Allianz Seguros y luego en la Región IberoLatam de Allianz. Era, hasta este nombramiento, directora de Organización Regional & Coordinación IT para IberoLatam.

Carlos Ranz se incorpora a International SOS como director de Medios

International SOS ha incorporado a Carlos Ranz como nuevo director de Medios. Su objetivo será definir, dirigir e implantar todas aquellas estrategias en el marco de la tecnología, transformación digital y procesos para dar una respuesta eficiente y ágil a las necesidades del negocio.

Esta incorporación forma parte de la nueva estructura organizativa presentada recientemente por la compañía, más simplificada y acorde al proceso de transformación cultural y de digitalización que experimenta International SOS.

Ranz cuenta más de 20 años de experiencia en el sector IT y asegurador. Ha desarrollado su carrera en empresas como ATOS como Analista de Sistemas y PMO; en MetLife como Manager IT España y Portugal y; más recientemente y hasta su incorporación en SOS Seguros y Reaseguros, como Manager de Transformación Digital y Excelencia Operacional en Capgemini Consulting. Además, cuenta con un Máster en Administración y Dirección Empresas por la Universidad de Barcelona, y un Executive MBA por la EAE Business School en Madrid.

El resultado de la cuenta técnica del sector alcanza el 8,5%

El resultado de la cuenta técnica del seguro, si lo expresamos en base a las primas imputadas retenidas, en junio fue del 8,5%, seis décimas superior al índice obtenido un año antes, según datos de ICEA.

Por su parte, la tasa de siniestralidad del negocio directo, incluyendo el reaseguro aceptado, fue del 77,3% de las primas imputadas, dos décimas por encima de la que hubo a junio de 2017. Mientras que el resultado de la cuenta técnica del ramo de Vida, para los negocios directo y aceptado, obtuvo un índice del 0,72% sobre las provisiones de Vida, similar al existente un año atrás.

CNP Partners diseña un seguro de Protección de pagos para promociones de Metrovacesa

CNP Partners y Slora Solutions, empresa especializada en la prestación de servicios, han firmado un acuerdo con Metrovacesa, promotora inmobiliaria, para la comercialización del producto 'Be Safe', un seguro de protección de pagos para la compra de viviendas.

El seguro, diseñado por CNP Partners, está dirigido a los promotores inmobiliarios, y tiene como principales beneficiados a los compradores de viviendas, que se encontrarán protegidos ante un imprevisto que pueda surgir desde la firma de la compra-venta y hasta la entrega de llaves.

Frente a los seguros tradicionales de protección de pagos vinculados a préstamos, que corren a cargo del comprador y garantizan el pago de la cuota en determinados supuestos, este seguro es contratado por las compañías inmobiliarias a favor de los que adquieren la vivienda.

'Be Safe' ofrece a los compradores cobertura ante diferentes circunstancias, como el desempleo involuntario, la incapacidad temporal o la hospitalización por accidente, situaciones en las que Metrovacesa abonaría hasta un máximo de 12 mensualidades de pagos pendientes de realizar. En situaciones más graves como una incapacidad permanente absoluta por accidente o el fallecimiento por accidente de alguno de los compradores, la inmobiliaria asumiría el pago de la parte pendiente de la vivienda que corresponde a ese comprador.

Caser inaugura una nueva clínica dental en Alcobendas

Caser Dental ha inaugurado recientemente una nueva clínica en Alcobendas (Madrid), donde se cuenta con gabinetes dotados con tecnología 3D de última generación, así como con una amplia lista de especialidades.

Con esta apertura la compañía cuenta ya con 14 centros: dos clínicas en Barcelona; cuatro en Madrid; una en Málaga; una en Santa Cruz de Tenerife; dos en Zaragoza; una en Valladolid; una en Vigo; una en Sevilla y una en Las Palmas de Gran Canaria.

Active Seguros inaugura su oficina central en Valencia

Active Seguros ha inaugurado la nueva oficina central en Valencia, situada en la avenida de las Cortes Valencianas, 17.

En el acto se presentó el vídeo sobre 'Asistencia Active', el nuevo producto de la compañía en 2018.

La adaptación a Solvencia II ha mejorado la gestión de los riesgos de los grupos aseguradores

La directora de Gestión de Riesgos del Consorcio de Compensación de Seguros, María Nuche, ha presentado el primer estudio que analiza en detalle los principales cambios que la implantación de la normativa europea de Solvencia II ha supuesto para los grupos de aseguradoras. También analiza los esfuerzos que durante este tiempo han realizado las autoridades de supervisión de los distintos países comunitarios con el fin de armonizar y coordinar la supervisión de los mismos.

"Solvencia II ha supuesto una mejora indiscutible en la gestión de los riesgos de los grupos de aseguradoras, así como en la reordenación de sus estructuras, organización de su sistema de gobierno, medición interna de sus riegos y traslación a necesidades de capital, gestión de sus fondos propios y calidad y cantidad de información que se ofrece al mercado y a los supervisores", ha comentado Nuche. Para ello, los aseguradores han tenido que realizar "profundos cambios derivados del vertiginoso entorno normativo de los últimos años que les ha permitido modificar sus estructuras organizativas, procesos, mecanismos de gestión de riesgos y de control interno y sistemas de reporting". También han tenido que "transformar muchos aspectos de la organización" con el fin de adaptar su sistema de gobernanza a los estándares impuestos por la normativa europea. Así lo ha indicado Nuche en el acto de presentación de su libro "El impacto de Solvencia II en los grupos de entidades aseguradoras", editado por la Fundación Mapfre.

Durante el acto, en el que también ha participado Sergio Álvarez, director general de Seguros, se ha hecho hincapié en que Solvencia II ha supuesto un avance fundamental en la consolidación de unos estándares normativos a nivel europeo. Ello ha garantizado que la actividad de todos los aseguradores se realice con equidad de las reglas del juego y proporcione una equitativa competencia en el mercado que redunda en la estabilidad de los mercados.

Formación, tecnología e innovación centran el XVI Fórum Cecas

Cecas ha celebrado en Salamanca el XVI Fórum Cecas, una edición cargada de contenidos en los que la formación, la tecnología y la innovación se han impuesto como los ejes centrales del día a día de la mediación.

"Los cambios generan oportunidades, así como nuevas necesidades en la sociedad. Por lo que, ser capaces de anticipar la realidad más próxima, proporcionará una ventaja competitiva que debemos aprovechar", así comenzó su intervención Philippe Marugán, vocal de la Comisión de Corredores del Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia y encargado de presentar y moderar la jornada.

Enrique Cabero, vicerrector de Política Académica y Participación Social de la Universidad de Salamanca, dio comienzo al acto inaugural junto a José Luis de Diego, presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Salamanca; Iñaki Durán, presidente de Cecas; Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros; y Carmen Sánchez, teniente alcalde del Ayuntamiento de Salamanca.

Iñaki Durán apuntó los cambios normativos más inmediatos en materia formativa, recordando que desde Cecas "realizaremos las adaptaciones en materia académica para que la mediación colegiada, y el sector en general, siga teniendo nuestro apoyo, ayuda y colaboración en el cumplimiento de los requisitos que se establezcan en nuestra profesión con la transposición". Adelantó también que, en el desarrollo del reglamento de la IDD, de 5 módulos, 3 giran en torno a la formación financiera, quedando relegada la formación de seguros, solamente, a 2 módulos, y que todo el personal de las oficinas deberá tener, al menos, la titulación de Grupo B.

Elena Jiménez de Andrade comentó que "desde el Consejo General se está trabajando para que en la transposición de la Directiva no disminuyan los requisitos de formación, si no que ésta sea potenciada para poder afrontar los retos que vienen. La formación es una ventaja competitiva que permite dignificar la profesión".

La primera mesa redonda, titulada "Ley de Distribución de Seguros y Reaseguros Privados" albergó una ponencia de Ana García Barona, responsable del área de Regulación de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. Tras su intervención, en la mesa redonda moderada por Pablo Wesolwski, secretario general del Consejo General, se analizó la nueva Ley bajo diferentes puntos de vista, tanto desde el legislador como de los principales actores del mercado asegurador. En ella participaron Elena Jiménez de Andrade y Mirenchu del Valle, secretaria general de Unespa.

"Contratación digital – Insurtech" fue el tema central de la ponencia de Fernando Carbajo, catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad de Salamanca, quien expuso una doble perspectiva de esta nueva tecnología que se está aplicando en el sector asegurador.

La segunda mesa redonda del evento trató sobre "La digitalización y gestión de datos en el sector financiero-seguros". David Salinas, representante de digitalización del Consejo General; Jorge Benítez, presidente de Aemes; Justo Arroyo, responsable del área Legal de Aunna; y Alejandro Mocholí, representante de Fecor en EIAC, debatieron cómo está afectando la digitalización al sector, cuál es la tendencia que se percibe y cómo se presenta el futuro.

La sesión de la tarde albergó dos sesiones más de trabajo. La primera de ellas, moderada por Jordi Mayol, asesor académico de Cecas, se centró en el "Reglamento General de Protección de Datos, Big Data y competencia". Alejando Mocholí, gerente de la Correduría Ferrándiz y Mocholí, realizó una ponencia en la que se asentaron las bases de la mesa redonda posterior, en la que participó junto a David Harvey, asesor del Consejo General.

En la última mesa redonda de la jornada se habló sobre "Comunicación, Universidad y Empresas, diálogo sobre transferencia del conocimiento y talento a la sociedad". En ella participaron Julio Pindado, director del Instituto Multidisciplinar de Empresa y catedrático de la Universidad de Salamanca; y Claudio Aros, responsable de proyectos de Cecas.

Posteriormente, Iñaki Durán y Claudio Aros, presidente y responsable de proyectos de Cecas, respectivamente, presentaron la nueva Plataforma de Formación del Centro de Estudios del Consejo General.

S4 alcanza un acuerdo con la comunidad de propietarios del Polígono Bergondo

S4 Correduría de Seguros y Gerencia de Riesgos y la Comunidad de Propietarios del Polígono de Bergondo (La Coruña) han firmado un convenio de colaboración.

"Desde S4 queremos conocer las particularidades de cada empresa y sus necesidades con el fin de saber cuáles son los riesgos asegurables a los que se enfrenta con su actividad y ofrecer, así un programa de seguros personalizado. Queremos que cada asegurado sienta la tranquilidad de que, a través de S4, se garantiza una gestión integral de cada póliza y un asesoramiento continuado que incluye las revisiones y actualizaciones necesarias para adaptarlas a las necesidades de cada momento", ha indicado Alfredo Blanco, director general de S4.

La campaña 'Vuelve a sentirte seguro' del Colegio de Valencia ha sido premiada

La campaña "Vuelve a sentirte seguro" del Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia ha sido galardonada con el premio especial del Jurado de los premios de Marketing y Comunicación en el Sector Asegurador en su edición de 2018.

Entre los méritos del vídeo para alzarse con este reconocimiento destaca el hecho de que "explica el mensaje de manera clara y sencilla", además de haber sido producido con un ajustado presupuesto. Este premio fue compartido exaquo con el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, por su campaña 'Absurdo'.

Por otro lado, Allianz ha llevado a cabo en el Colegio una jornada sobre la gestión de siniestros, en donde se presentaron la nueva interlocución, el desarrollo de procesos de "digital claims" o las mejoras en asistencia. Entre las novedades en la gestión de siniestros que ha introducido la entidad, se destacó la consulta ampliada, las operativas dirigidas, los encargos periciales o los talleres excelentes. Además se habló de cómo abordar la operativa en siniestros con lesiones, así como las novedades en RC y las casuísticas de Hogar, Comunidades, Comercio, RC y Patrimoniales.

Asimismo, Caser presentó en el Colegio de Valencia sus últimas novedades 'Salud Autónomos', 'Salud Pyme' y el nuevo producto para deportistas 'Salud Non Stop'.

Por último, comentar que el Colegio ha celebrado la tercera edición de su torneo de pádel, con una participación de 18 parejas.

Los mediadores distribuyen el 69,8% de las primas de Multirriesgos

En el primer semestre del año y dentro de los seguros No Vida, Multirriesgos ocupa una vez más el tercer lugar, en esta ocasión con una cuota del 20,5%, siendo agentes y corredores el principal canal de distribución, con cerca de tres cuartas partes del total emitido por estos seguros, según datos de ICEA. En concreto, el 69,8% de las primas y el 61,4% de las pólizas se comercializaron mediante mediadores.

Por su parte, las pólizas de volumen de negocio experimentan un nuevo incremento a junio de 2018, principalmente gracias al canal de agentes y corredores. El canal directo sigue obteniendo tasas elevadas de crecimiento.

E2K reclama a la nueva Ley de Distribución más horas y experiencia en formación

E2K presentó a finales de septiembre sus alegaciones en audiencia pública al borrador de la nueva Ley de Distribución de Seguros en Materia de Formación. Según la responsable del área de Apoyo Legal, Pura Rubio, "todas las alegaciones presentadas se centran en la figura del corredor de seguros. Es un mediador que busca continuamente la excelencia profesional. Por eso, pedimos que el legislador mantenga o mejore los actuales baremos de capacitación".

En concreto, E2K centra sus peticiones en los siguientes aspectos:

1. Mantener la formación previa para Grupo A (o nivel 1) en 500 horas y no como se pretende reducir a 300.
2. Aplaude la inclusión de todos los operadores de bancaseguros en el máximo nivel.
3. Mantener que los agentes vinculados que realizan asesoramiento tengan una carga lectiva de 500 horas como ocurre a día de hoy, no reducir a 200 como se pretende.
4. Incluir que los profesores mantengan sus requisitos basados en la experiencia para impartir formación. El borrador lo obvia.
5. Que los corredores puedan adaptar de forma proporcionada las horas de formación de los colaboradores externos.

El definitiva, afirma Rubio, "cuanto mayor sea la formación, mejor se podrán atender los intereses y derechos de los clientes".

Por otro lado el pasado 4 de octubre, E2K celebró en Madrid su 25 aniversario haciendo un repaso por toda su historia. La evolución de estos años les permite, como dijo su presidente, Pedro Vera, poder acercarse al cliente con ofertas atractivas. Además cuentan con buena reputación en el mercado gracias a "nuestra excelencia, rigor y confianza". La clave está en la eficiencia de la empresa no es su tamaño, porque se puede "ser pequeño y eficiente". En este sentido, Vera señaló que "E2K nos da herramientas adaptadas a nuestras necesidades".

Paloma Arenas, directora general de E2K, explicó que "la unión es la clave del éxito. A esto hay que añadir el intercambio de experiencias entre nosotros y el valor de los servicios que ofrece E2K". Además destacó que "un seguro es más seguro con un corredor" porque sabe analizar los productos y adaptarlos a las necesidades de los clientes.

Según Higinio Iglesias, consejero delegado de E2K, en la actualidad casi 700 corredores están en E2K o en E2K Brokernet. En su opinión, "sólo entre personas íntegras e independientes se produce una verdadera unión. Nuestro mayor logro ha sido crear una plataforma de personas íntegras".

Posteriormente se dio un reconocimiento a Reale, Allianz, Plus Ultra, Liberty, Generali, Surne, Das, International SOS y AXA. Este año, el premio Hertogs se concedió a Reale Seguros. Tras recoger el galardón su CEO, Ignacio Mariscal, mantuvo un conversación con Cristina Llorens, en la que reconoció que E2K es la precursora de muchas cosas: asociacionismo, innovación tecnológica...

El Colegio de Lérida desarrolla una jornada sobre el diseño de seguros industriales

El Colegio de Mediadores de Seguros de Lérida ha realizado la parte práctica (la teórica se desarrolló a finales de junio) de la jornada formativa sobre el diseño de seguros industriales.

El principal objetivo de esta sesión fue establecer una metodología para poder identificar y valorar las principales causas y riesgos por las que cualquier empresa puede tener pérdidas derivadas de daños personales, materiales, de obligaciones... así como pérdidas económicas y, de esta forma, poder diseñar la cobertura aseguradora más adecuada.

Por otro lado, el Colegio de Lérida ha organizado una mesa redonda sobre casuística de siniestros en la que participaron Marta Cipre (Segresegur), Paco Rosa (Gabser) e Iván Caelles (Banasegur), responsables de siniestros de corredurías leridanas; y Xavier Galitó, perito de parte del Colegio.

En ella se expusieron varios siniestros de naturaleza distinta, con una casuística particular, ya fuese por conflictividad, complejidad, resolución judicial, peritaje contradictorio, investigación, consideración de fraude, cumplimiento o incumplimiento de leyes.

José Antonio Heredia, al frente del departamento de Salud de March JLT

March JLT ha incorporado a José Antonio Heredia como director del departamento de Salud, integrado dentro de la Unidad de Previsión Social.

Heredia es licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y cuenta con más de 20 años de experiencia profesional en ventas y servicio al cliente. Antes de incorporarse a March JLT, ejerció los últimos cinco años como responsable de Distribución de Grandes Redes en Asisa.

Por otro lado, en March JLT se ha incorporado a Alfredo Fajardo como director del departamento de Flotas, integrado en la Unidad de Grandes Cuentas Industria y Servicios. Fajardo es licenciado en Economía por la Universidad Autónoma de Madrid. Además, cuenta con un máster universitario en Seguros y Gerencia de Riesgos impartido por la Fundación Mapfre y ha completado el Programa de Desarrollo Directivo en IESE Business School. Asimismo, cuenta con más de diez años de experiencia en el sector asegurador, en compañías como Caser Seguros y Mutua Madrileña.

Adecose renueva cargos de su Junta Directiva

Adecose ha nombrado nuevos cargos en la Junta Directiva, a propuesta del presidente, Martín Navaz: Julio de Santos (Alkora), como vicepresidente 1º; Ignacio Alonso (Centro de Seguros), como secretario; y Carmina Homs (Ferrer & Ojeda), como vicepresidenta segunda.

También se aprobó la incorporación en la Junta como vocal de Oliva Gómez (Molyma), así como la participación en todas las reuniones de la Junta Directiva de Juan Ramón Pla como vocal extraordinario en su calidad de representante del área internacional de Adecose, ocupando la presidencia entrante de la Federación Europea de Intermediarios de Seguros (Bipar) y perteneciendo al Grupo de interés de Seguros y Reaseguros de la Autoridad Europea de Seguros (Eiopa) coordinando el subgrupo de trabajo sobre distribución de este grupo. A los asociados se les informó de la última reunión de la Junta Consultiva de Seguros y Fondos de Pensiones a la que asistió el presidente y en la que se abordaron, entre otros temas, la propuesta de normativa de formación de la DGFSP. A este respecto, se valoraron las aportaciones propuestas por la asociación que se han incorporado en los últimos borradores de Real Decreto de desarrollo del Proyecto de Ley de distribución de seguros y de Resolución en materia de formación.

También se analizó la situación del Proyecto de Ley de distribución de seguros ya en fase de tramitación parlamentaria y las reuniones mantenidas con el sector de cara a consensuar posibles enmiendas, así como las modificaciones principales que trae consigo el Real Decreto-Ley 11/2018 que traspone la Cuarta Directiva Europea en materia de prevención de blanqueo de capitales.

Respecto a la actividad internacional, se destacó la participación de Juan Ramón Plá en la última reunión en Frankfurt del Grupo de trabajo de Interés de Seguros de la Autoridad Europea de Seguros (Eiopa). Finalmente, se aprobó el alta de la correduría de Zaragoza, Anagan, como nuevo socio de Adecose.

En otro orden de cosas, la asociación ha consensuado con Navigators un modelo de carta de condiciones que regulará las relaciones jurídicas entre la aseguradora y las corredurías de la asociación que de forma voluntaria lo suscriban.

Por último, reseñar que Adecose ha participado por tercer año consecutivo en el Día de la Educación Financiera, que se ha centrado en el entorno online. La asociación quiere participar en la divulgación de conceptos básicos del sector asegurador para que sean conscientes de la importancia de proteger lo que más valoran: su patrimonio, su bienestar, su familia. Se dio a conocer un sencillo y visual glosario de términos del ámbito asegurador accesible a todos los públicos, para ayudarles a familiarizarse con conceptos específicos como cobertura, siniestro, tomador o riesgo.

En el marco del Día de la Educación Financiera, Adecose firmará próximamente un acuerdo con la Fundación Lumière, que prepara a niños y jóvenes para que comprendan mejor el cine mediante una amplia educación audiovisual, mediante el que se dará una formación a los escolares asistentes a las Jornadas de Cine en Educación y Valores en temática de seguros y economía.

Apromes explica la importancia del asociacionismo a los corredores dominicanos

Dentro del tour académico organizado por el consultor Alberto Hoyos con la Fundación Uceif y Santander Finantial Institute, el presidente de Apromes Javier García-Bernal, ha impartido una ponencia sobre el presente y futuro del corredor de seguros en España y la importancia del asociacionismo.

La Asociación Dominicana de Corredores de Seguros (Adocose) asistió representada por su presidenta Eloísa Muñoz y la Junta Directiva al pleno, así como alguno de los componentes de dicha asociación, en un total de 25 mediadores.

El tour académico desarrolló un programa internacional de seguros y gerencia aseguradora entre los días 24 y 28 de septiembre en Madrid, donde se abordó entre otros temas la gestión aseguradora a través de mediadores de éxito en España, técnicos, comerciales y de recursos humanos.

Por otro lado, como es habitual, Apromes ha estado presente en Les Journées du Courtages 2018 celebradas en París, representada en esta ocasión por Alfred Escomel, vocal de Relaciones Internacionales. Las jornadas han estado marcadas por la actualidad legal y la evolución del marco de actuación de las corredurías en el mercado y su relación con el cliente.

La implementación de la RGPD y su impacto en las relaciones con los clientes ha sido objeto de diferentes talleres. Uno de ellos dirigido por el presidente de ECA, socio de Apromes, Karim Irouche, donde se ha explicado el impacto de la RGPD en los sistemas de comercialización electrónicos.

También se habló sobre el funcionamiento de la LPS y la nueva ley francesa relativa a los organismos de representación de los corredores.

ACS-CV imparte el curso 'La correduría como empresa comercial'

ACS-CV ha desarrollado el curso 'La correduría como empresa comercial', una escuela formativa impartida por la consultora Dextra con un total de 16 horas lectivas.

Varias áreas de trabajo se abordaron en este curso, como el autoanálisis en función de los indicadores de desarrollo empresarial y desarrollo de negocio o los puntos de apoyo y de mejora en la actividad comercial de la correduría.

Además, se ofrecieron herramientas para motivar la acción comercial del equipo de la correduría y para mejorar la gerencia y la organización interna, asumiendo un espíritu emprendedor abierto a los cambios y la innovación.

Aon inicia la transformación de su área de Claims

Aon ha anunciado el comienzo del proceso de transformación de su área de *Claims* en España. Desde este departamento se asesora y tramita un número cercano a los 200.000 siniestros cada año, dando muy diferentes servicios de asistencia a sus clientes de diversos sectores y tipos de riesgo.

Con un enfoque absolutamente centrado en el cliente (*client experience*), se analizará el valor que desde esta unidad se aporta, y se rediseñarán todos los procesos de trabajo actuales con todos los actores, tanto internos como externos. La tecnología y la innovación son las bases sobre las que Aon edificará el nuevo escenario de servicio e información, generando sistemas de conectividad con aseguradoras y protocolos de actuación que redundarán en una nueva experiencia de cliente en las reclamaciones.

Para liderar y ejecutar este proceso Aon ha nombrado Head of Claims a José Ramón Menéndez, que cuenta con amplia experiencia dentro de la firma dirigiendo diversas áreas del negocio como Siniestros, Energía, Tecnología o Mercado Asegurador entre otras.

Su equipo se dividirá en dos áreas de actuación dirigidas: Professional Services, bajo la dirección de Antonio Belda, experto en asesoría y defensa del cliente en siniestros complejos; y Claims Management Services, a cargo de Jorge García, con amplia experiencia dirigiendo proyectos muy orientados al cliente mediante la tecnología.

Por otro lado, Aon España ha anunciado su entrada en el ámbito de la telemedicina de la mano de Openhealth, start up creada por médicos y profesionales de tecnología que cuenta con una plataforma de telemedicina para empresas denominada openhealth.es, que permitirá ofrecer un servicio de teleconsulta médica dentro de su oferta de programas de salud para empresas. Se incluyen servicios como la videoconsulta programada, la videoconsulta inmediata y la consulta online vía chat en especialidades como medicina familiar y pediatría, entre otras. Además, cuenta con servicios de monitorización de variables de salud en tiempo real.

Por último, señalar que Aon ha lanzado una nueva plataforma de gestión de seguros exclusiva para agencias de viaje. La plataforma permite cotizar y contratar al momento todo tipo de seguros de viaje (asistencia, anulación, aventura, grupos, estudiantes, nieve, business...) con las principales aseguradoras del país. La plataforma también incluye un buscador que ayuda a localizar los seguros más adecuados utilizando filtros como tipo de viaje, aseguradora o destino. Desde la misma herramienta el agente puede consultar los seguros contratados, realizar modificaciones o enviar las pólizas por correo electrónico.

El IX Fórum Anual Willis Towers Watson Networks analiza el futuro de la red

Willis Towers Watson Networks ha reunido en Berlín a corredores asociados y compañías partners en su IX Fórum Anual, durante el cual se abordó el futuro de la red, de la mano de los expertos profesionales asistentes, y se promovió el networking entre ellos.

El Foro sirvió también como evento de cierre de la celebración del X Aniversario de la alianza que, desde su nacimiento, ha integrado a más de medio centenar de corredores asociados repartidos por 38 provincias.

Durante este IX Fórum, Javier Gausí, Head of Willis Towers Watson Networks, destacó la hoja de ruta prevista para la Alianza en 2019, que pasa por la tecnología para conseguir una mayor integración y optimización de recursos, el desarrollo de productos innovadores en cuanto a comercialización y segmentos de negocio específicos a los que dirigirse, y la integración de carteras como elemento de crecimiento inorgánico para los asociados, contando con el apoyo de la marca Willis Towers Watson.

Durante las jornadas de trabajo se habló de big data, de microseguros gracias a las nuevas apps y sobre el futuro de las pensiones y el reto de la longevidad en el siglo XXI.

Por otro lado, Willis Towers Watson ha ampliado su equipo de Global Infrastructure con el fichaje de Jon Chapman como nuevo Head of Construction Broking para Europa Occidental, que tendrá su sede en Madrid. Chapman, experto en Infraestructuras Globales, es responsable del desarrollo del enfoque integrado de la construcción en la región de Europa Occidental.

Los mediadores toledanos se forman sobre Pérdida de Beneficios

El Colegio de Mediadores de Seguros de Toledo ha celebrado una jornada de formación sobre Pérdida de Beneficios, patrocinada por Asertia Risk Advisors.

En ella, Pedro Antonio González repasó las distintas coberturas que se pueden encontrar en esta modalidad, así como el argumentario a la hora de asesorar a los clientes, porque es una solución para la empresa que tiene esta garantía contratada.

Marsh España refuerza su organigrama

Marsh ha hecho público el nombramiento de Pablo Trueba y Faustino Martin como nuevos Managing Director de Marsh España, alcanzando así la máxima categoría dentro de la organización, así como de Elvira Lacalle como directora del rea de Clientes Multinacionales - Multinational Client Service (MCS).

Trueba que desde hace unos meses es el líder del segmento Corporate & Sales en Marsh España, se incorporó en el año 2000 a la oficina de Marsh en Barcelona donde trabajó en diferentes áreas de la organización. Posteriormente se incorporó a XL Catlin, donde desempeñó funciones con responsabilidades en Energía, Ingeniería y Construcción, llegando a liderar la práctica de Energía de la entidad a nivel europeo. En julio de 2016, Trueba se reincorporó al proyecto de Marsh en Barcelona como responsable de Risk Management y Multinational Client Services. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universitat Abat Oliba CEU (San Pablo CEU), Trueba cuenta con un MBA por la escuela de negocios Esade, el título de mediador de seguros y una experiencia de más de 18 años en el sector asegurador.

Martin recientemente había asumido el liderazgo del segmento Commercial & Consumer/Motor en Marsh España. Diplomado Superior en Ciencias del Seguro por Inese y Mediador de Seguros, Faustino Martin se incorporó al departamento de Consumer de Marsh en 1999 como gerente. Anteriormente acumuló experiencia profesional en diferentes departamentos de Mapfre, como ejecutivo de cuentas en el área de Flotas y Colectivos de AON Gil y Carvajal, y posteriormente como director técnico de GYC Services, y como director Territorial de la Red de agentes Financieros de Open Bank (Grupo Santander).

Lacalle es licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid, se incorporó a Marsh en 2004 como junior en el área Internacional. Durante esos 14 años ha colaborado activamente en la captación y desarrollo de negocio tanto para MCS como para otras áreas.

En otro orden de cosas, hay que señalar que el Grupo Marsh & McLennan Companies, con unos ingresos de 14,04 mil millones de dólares, lidera un año más el ranking mundial de brokers de seguros, seguido de Aon y Willis Towers Watson, según el ranking publicado por la revista Business Insurance.

Por último señalar que Marsh, junto con la aseguradora Chubb, ha celebrado en Madrid el Festival Dive In en el que se ha tratado la inclusión laboral y la reinserción de distintos colectivos en España.

Summa aborda nuevas técnicas de comercialización en su X Convención Comercial

La X Convención Comercial de Summa ha acogido una mesa redonda con empleados, franquiciados y medidores asociados a la correduría para debatir sobre nuevas técnicas de comercialización que permitan crecer de forma estable, continuada y con la máxima rentabilidad.

En Summa ya se cuenta con robots, asesoramiento virtual o comunicaciones estándares a los clientes para crear experiencias únicas en ellos y permitir gestionar una red comercial de colaboradores con el mínimo esfuerzo.

"Después de haber superado la transformación digital del negocio, ahora el reto es, aprovechándonos de esta tecnología, crear métodos de comercialización diferentes e impulsar ese cambio en la organización", ha declarado Oscar Rincón, director comercial de Summa.

En este contexto, se habló ampliamente de la Ley de Distribución y las oportunidades comerciales que surgen de las nuevas exigencias a los corredores de seguros.

Summa está trabajando en modelos de comercialización apoyados en la digitalización donde cobran protagonismo nuevas formas de relacionarse personalmente con los clientes.

El Colegio de Mediadores de Seguros de Castellón ha concedido el premio Rotllo 2018 a Unión Alcoyana Seguros tras imponerse a las otras dos finalistas, AXA y Fiatc. La entrega se realizó en la celebración de Patrona del Seguro, que se celebró en septiembre.

El Colegio de Castellón otorga el premio Rotllo a Unión Alcoyana

Carlos Mirón, director comercial de Unión Alcoyana, subrayó que la entidad entiende el premio como "un agradecimiento a la tarea que la aseguradora realiza con la mediación", un canal que debe ser "la mano que guíe al cliente también en esta etapa de transformación que estamos viviendo". Cabe recordar que tanto los tres finalistas como el ganador han sido escogidos por votación directa de los colegiados, llevada a cabo durante las últimas semanas.

Antonio Fabregat, presidente del Colegio de Castellón, aprovechó su intervención para señalar las carencias que, en su opinión, tiene el anteproyecto de Ley de Distribución ya que "no nos satisface a los mediadores porque es una Ley excesivamente intervencionista, no tenemos las manos libres para poder defender adecuadamente al consumidor". Para Fabregat, "la nuestra es una actividad que se legisla mucho y se conoce poco", y apeló a la unidad del sector para poder influir en la modificación del texto.

Newcorrred crea un software de gestión y servicios exclusivo para nuevos corredores

Newcorred, en colaboración con la empresa de tecnología Gecose Software, ha creado Newcornet, un software de gestión exclusivo diseñado especialmente con funcionalidades y utilidades propias para los corredores y correduría que inician su actividad profesional.

"Los corredores y correduría que empezamos tenemos unas necesidades propias y especiales por tener estructuras muy pequeñas, recursos bajos y una necesidad de ayuda permanente. Por eso, con la creación de Newcornet hemos convertido el concepto de Software de Gestión en un aliado de todos los corredores y correduría que empezamos nuestra actividad al dotarle además de un Panel de Servicios Avanzados con procesos automatizados para nuestra profesión como son la apertura de claves con compañías, los cambios de posición mediadora, las cancelaciones de pólizas o los contratos con colaboradores y algunos más que se irán incorporando más adelante, y todo ello con un coste bajo para que esté al alcance de todo emprendedor que empieza su actividad", ha señalado Jorge Campos, presidente de Newcorred.

Newcornet se compone de dos partes:

1. Un ERP de gestión con todas las utilidades y soluciones propias de la gestión de contratos, pólizas, clientes, cartera, recibos, remesas, cobros, liquidaciones, siniestros, gestión comercial, analítica de datos y emisión de informes, automatización de procesos, así como conectividad con compañías, en formato EIAC, adaptaciones al RGPD, y emisión de la DEC anual.
2. Un panel de servicios avanzados. Un portal web accesible desde cualquier dispositivo con: central de automatización de apertura de claves con las entidades, central de cambios de posición mediadora, central de cancelaciones de pólizas, central de negocio colaborativo entre corredores, central de automatización de los contratos con colaboradores y una base de datos con contactos de todas las compañías e información de las que cubren riesgos atípicos.

Además, recientemente Newcorred firmó un acuerdo con el Banco Sabadell para que los miembros de la asociación que lo deseen puedan obtener una exclusiva financiación para la adquisición de Newcornet con condiciones especiales.

Artai aborda la reformulación del riesgo en una jornada ante directores financieros

Artai ha participado en el III Congreso Nacional de CFO, de APD, que congregó a más de mil cargos directivos de compañías referentes a nivel nacional e internacional. El presidente de la correduría, Jaime Borrás, fue el encargado de liderar una de las mesas redondas, en el que se analizaron las 10 tendencias que están presentes en la agenda de la dirección financiera de las organizaciones.

Un total de 31 ponentes examinaron cada una de las nuevas tendencias de las agendas de las direcciones financieras actuales. Borrás lideró la segunda tendencia sobre la reformulación del riesgo, en la que se hizo hincapié en la necesidad de contar con una mayor profesionalización del riesgo para su análisis y reformulación.

En este sentido, afirmaron que el CFO puede colaborar estando dentro de la estrategia de inversión y analizando el riesgo certero de cada país. Por otro lado, Artai ha participado en la feria Conxemar como correduría de seguros de empresa con una unidad especializada exclusivamente en el sector pesquero. Para la dirección de Artai Pesca, que cuenta ya con más de 1.500 barcos de pesca asegurados, la feria de Conxemar es "una nueva oportunidad de acercar al sector pesquero mundial la importancia de realizar una gestión integral de riesgos".

Aunna Asociación centra su Junta Directiva en la nueva legislación y su plan estratégico

Aunna Asociación ha celebrado la junta directiva de septiembre, en la que se ha realizado un seguimiento de las distintas áreas de trabajo de la organización (Ley de Distribución, Ley de Formación, protección de datos, registro de Malas prácticas sectoriales, etc.) y la adopción de nuevas acciones para mantener la evolución del desarrollo de su plan estratégico.

Asimismo, la Junta ha dedicado un capítulo especial al 25º aniversario de la asociación, al cual se dedica este año su congreso anual, Espacio Aunna, cuyo lema: 'Construyendo Historia, creando futuro' pone el acento en la trayectoria y experiencia de la asociación y el papel que está llamada a desempeñar como defensora de los intereses e impulsora de empresas y profesionales de las corredurías de seguros.

La plataforma de gestión integral de seguros de Intermundial ya está operativa

Intermundial ha presentado Safer, una plataforma que permite la gestión integral de seguros y que está operativa desde el pasado 2 de octubre. La herramienta es un canal y espacio únicos donde las agencias de viaje y los corredores de seguros podrán realizar todas las gestiones asociadas al seguro de Viaje. Desde Intermundial se indica que cualquier corredor de seguros se puede conectar a esta herramienta.

El nuevo ecosistema está disponible de forma gratuita para las más de 8.000 agencias de viaje de 8 países (5.000 en España) y para los 100 corredores que trabajan con Intermundial. Consiste en un software capaz de conectar, en una única plataforma, todas y cada una de las fases entre los clientes y su seguro de Viaje. De esta forma, cuando algo falla en el viaje y hay una pérdida de servicio, desde la plataforma se compensa al viajero organizándole una alternativa de viaje y compensándole por esa pérdida.

La plataforma, que ha sido diseñada y desarrollada íntegramente por el equipo de Tecnología de Intermundial a lo largo de más de dos años de trabajo, permite el control total de todas las partes del seguro, desde la contratación de los productos, hasta

conocer en tiempo real la información de la tramitación de los siniestros de los asegurados. Su objetivo es multiplicar la rentabilidad y maximizar la venta.

Además de permitir la gestión integral de los seguros, la plataforma ha sido diseñada bajo las máximas de "sencillez, claridad y transparencia" para lograr una óptima experiencia de cliente.

Según Intermundial, "el resultado de la integración de Safer se traduce en un doble beneficio. Por un lado, los profesionales de las agencias logran una visión 360º en las gestiones del seguro mejorando su productividad y reforzando su rentabilidad al aumentar sus ventas. Por otro lado, el viajero asegurado incrementa sus niveles de satisfacción con la agencia al beneficiarse de una contratación más rápida y personalizada y al poder disfrutar de una comunicación de incidencias más ágil y efectiva.

Safer se presenta como un proyecto vivo y en evolución constante del que se presentarán actualizaciones semestrales con nuevas funcionalidades.

El Colegio de Navarra analiza el papel de las redes sociales

El Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra ha acogido una jornada de formación de Fiatc sobre redes sociales para mediadores.

Carles Turon, director de formación de la aseguradora, hizo hincapié en la importancia de las redes sociales en la actualidad y, por eso, desgranó las redes más importantes (Facebook, Twitter, Linkedin e Instagram), su utilidad y los contenidos de valor que pueden generar los colegiados.

La primera de las ideas que transmitió fue que "las redes sociales son una extensión de nosotros: son nuestra tarjeta de presentación". A continuación, dio algunos trucos para generar contenidos de valor. En primer lugar, habló de la investigación "para conocer a los clientes" y "saber sus gustos y sus necesidades". En base a su perfil se podrá ofrecer un producto más acorde. Por eso, Turon ahondó en la idea de valerse de estas herramientas para transmitir "tranquilidad a los clientes" ya que los mediadores de seguros "venden la confianza que necesitan". "A partir de conocer a los clientes habría que definir el formato: texto, imagen o vídeo", argumentó.

Turon ofreció algunos consejos generales para conectar con los clientes: "Hay que compartir contenidos de valor, pensar en lo que le gusta a tu target y preguntarles qué es lo que hacemos bien, para potenciar lo positivo y ponerlo en valor". El director de formación abogó "por la utilización de un lenguaje llano e informal y hablar siempre en positivo".

Los Colegios de Córdoba, Huelva y Sevilla presentan un portal geolocalizador

Los Colegios de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla han presentado el portal www.mediadordesegurosonline.com, en el que los usuarios que lo visiten podrán descubrir cuál es el profesional del seguro más cercano que tienen con un simple clic.

Asimismo, se presentó la nueva web de los Colegios, que pretende ser mucho más intuitiva y fácil de usar para los colegiados, en la que destacan la zona de la Ventanilla Única, toda la actualidad del sector mediante las publicaciones de los perfiles de redes sociales de los Colegios o un área privada mucho más accesible. De esta forma se aporta nuevas ventajas a los colegiados con el aumento de la visibilidad, un acceso más directo a la formación, el networking, o las actividades más relevantes del Colegio.

Grupo Euro-Center organiza una jornada sobre ciberriesgos ante empresarios granadinos

Grupo Euro-Center Correduría de Seguros y la Cámara de Comercio de Granada han organizado el 5º Desayuno de Ciberriesgos, celebrado en el Salón de Plenos de la institución cameral. La sesión dio lugar a un debate sobre los riesgos que la ciberdelincuencia aporta a la sociedad empresarial actual, las soluciones que la industria informática ofrece y la cobertura que la industria aseguradora garantiza.

La sesión ha tenido como ponentes a Luis Miguel Fernández, abogado y profesor de la Facultad de Derecho de Granada; Javier Delgado, profesor de la UGR y consultor en ciberseguridad; Albano Villar, especialista en ciberseguridad; Manuel Fernández, corredor de seguros y economista; y Pedro Jodar, corredor de seguros y especialista en riesgos empresariales.

Grupo Euro-Center organiza periódicamente cursos, seminarios, conferencias y desayunos de trabajo en las Cámaras de Comercio, Confederaciones de Empresarios, Colegios Profesionales, Universidades, entre otros, para comunicar a la sociedad andaluza las soluciones que la industria aseguradora mundial ofrece al mundo empresarial y a la sociedad en general.

Red Mediaria incorpora a Valle Oficina Asociada Salamanca

Red Mediaria ha incorporado a su red a Valle Oficina Asociada Salamanca. Con ella, ya cuenta con 19 oficinas abiertas al público en Castilla y León, Galicia y Extremadura.

Su gerente Álvaro Valle, con un bagaje profesional en el sector asegurador desde hace 20 años y siguiendo los pasos familiares, ha creído conveniente integrarse en “una red más competitiva”, tanto en servicios a clientes como a su propia correduría.

Por otro lado, Red Mediaria ha estado presente en la II edición del Programa de Desarrollo Directivo Adecose-UEM con la participación del responsable comercial de la oficina de Salamanca, Alejandro Pérez, en la sede de Madrid.

En otro orden de cosas, Red Mediaria estrenó en septiembre el Boletín Cliente, con el objetivo de seguir avanzando hacia nuevas formas de comunicación con sus asegurados con consejos y productos de interés.

El I Premio Insurtech Club Cojebro Junior reconocerá a empresas innovadoras del sector

Cojebro, en asociación con Insurtech Community, ha lanzado la primera edición del Premio Insurtech Club Cojebro Junior para empresas tecnológicas innovadoras y startups, para potenciar propuestas de nuevas tecnológicas de interés en el sector.

Los contenidos de las propuestas podrán tratar los siguientes temas:

- Proyectos que aporten un avance tecnológico e implemente acciones y/o procedimientos digitales en beneficio del sector asegurador, especialmente en la mejora de la distribución y en la relación con los usuarios y clientes.
- La influencia social del proyecto en el desarrollo del sector asegurador.
- Las actividades y propuestas elaboradas en base a proyectos de aplicabilidad y soluciones a problemas actuales y de futuro.
- Proyecto que mejore la relación y el servicio con los clientes.
- Proyecto que mejore la productividad, ya sea mejorando los costes transaccionales, o bien, que aporte mayor valor añadido manteniendo los costes.

El jurado valorará especialmente la innovación de las propuestas, la transformación digital y su impacto en el seguro asegurador.

La entrega del premio se efectuará en el Casino de Madrid, el 22 de noviembre de 2018, en el acto oficial de clausura del 25º Aniversario de Cojebro.

La correduría Tempu renueva su web

La correduría Tempu ha renovado su web para otorgar mayor visibilidad a la marca, así como ofrecer información y servicios a sus clientes y colaboradores externos de la compañía.

Para ello pone a disposición de sus clientes un área privada desde donde poder contratar, gestionar declaraciones de siniestros, consultar las primas pagadas, obtener duplicados, efectuar comunicaciones y pagar los recibos. También dispone de un área específicamente destinada para la atención de los colaboradores externos de Tempu, a fin de poder gestionar online altas, suplementos, apéndices y siniestros, así como consulta de las pólizas intermediadas, siniestros, liquidaciones y duplicados de documentos.

La plataforma ha sido dotada con tecnología web punta para hacerla lo más interactiva, intuitiva y robusta posible.

Arrenta Quarto Pilar ha llegado a un acuerdo con el Grupo Inmobiliario Reines, por el que este último podrá comercializar seguros de forma absolutamente profesional, tanto vinculados al sector inmobiliario como de otros tipos.

Arrenta Quarto Pilar incorpora al Grupo Inmobiliario Reines en la comercialización de sus seguros

A través de dicha colaboración, las agencias inmobiliarias de Grupo Reines podrán comercializar seguros de todo tipo con su propia marca, Salvus, aunque serán gestionados por Arrenta Quarto Pilar. La relación con los clientes, contratación, gestión y solución de siniestros también será realizada por el equipo de Arrenta Quarto Pilar.

Reines incorporará en su web las calculadoras de Arrenta Quarto Pilar, que permiten tarificar las pólizas más adecuadas para cada caso. Desde la correduría también se facilitará formación continua a los equipos directivos y comerciales de la red de la inmobiliaria.

Centerbrok y Albroksa se alían para la comercialización y gestión del modelo de franquicia

El inicio de la relación comercial entre Centerbrok y Albroksa tiene como objeto principal ofrecer al mercado un modelo de franquicia completo y potente y para ello combinarán sus respectivas soluciones creando una nueva marca la Central franquicias que comercializaran conjuntamente y será gestionada por Albroksa.

A su vez y fruto de dicha alianza, Albroksa se integrará como socio de Centerbrok y como miembro de su Red. Según Francisco Alcántara, consejero delegado de Albroksa, “con Centerbrok compartimos una misma estrategia en la potenciación de estructuras empresariales, y el perfil de nuestros franquiciados es idéntico. Con esta iniciativa estamos en mejores condiciones de liderar la oferta de franquicias de correduría de seguros de España”.

En palabras de Mariano Gómez, presidente de CenterBrok, ampliamos nuestra capacidad operativa en el mercado de las franquicias con la especialización de Albroksa en la gestión de franquicias y por la integración en nuestra organización de una correduría de referencia.

Albroksa cuenta hoy con 65 delegaciones franquiciadas en 30 provincias y una cartera de 40.000 clientes. CenterBrok dispone de 62 miembros en su Red, está presente en 38 provincias e intermedia en su conjunto 160 millones de euros. Precisamente, CenterBrok incorporó a finales de septiembre dos nuevas correduría: la turolense Domingo y Micolau (Alcañiz) y a la gerundense Mireia Mademont (Olot).

Howden Iberia cerró 2017 con 20 millones en comisiones

Howden Iberia ha presentado sus resultados de 2017-2018, que ha cerrado con 20 millones de euros en comisiones. Salvador Marín, consejero delegado de la correduría afirmó que se ha experimentado en el ejercicio 2017-2018 un crecimiento orgánico del 12% y se han intermediado 150 millones de primas y 45 millones en pensiones.

Estos grandes resultados que han hecho "un sueño realidad" se han podido conseguir "gracias fundamentalmente a cuatro pilares" que, según explicó, son "los empleados que llevan trabajando durante tantos años con pasión e ilusión; la fidelidad de los clientes, la lealtad de los proveedores y la confianza de los accionistas", explica Marín.

Por su parte, Santiago Herrero, presidente de Howden Iberia, recordó que este año se ha producido la "consolidación e integración" de la correduría Bergé que Howden compró en el pasado ejercicio; se han abierto oficinas en Canarias, San Sebastián y Bilbao, y se han tramitado más de 10.000 siniestros. Presumió además de que la empresa cuenta ya con 14.000 clientes en seguros personales y 2.000 clientes corporativos, lo que les lleva a reiterar su objetivo de alcanzar los 40 millones de euros en ingresos por comisiones en cuatro años.

David Howden, por su parte, destacó la buena progresión del grupo desde sus inicios, habiendo registrado crecimientos de doble dígito en prácticamente todos los ejercicios.

Los mediadores coruñeses se forman sobre colectivos de Salud

El aula de formación del Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña ha recibido a DKV para la jornada sobre colectivos de Salud.

Carlos López, director de sucursal, Fátima Fandiño, inspectora de red externa La Coruña y Lugo, y Tomás Hernández, consultor de la unidad de formación, desarrollaron las características de los seguros colectivos de Salud y los beneficios para los mediadores de seguros.

Víctor L. García, vicepresidente del Colegio, aprovechó el acto para dar a conocer el plan de formación del último trimestre del año, que recoge actividades como la presentación de la agencia de suscripción Xenasegur, la mesa informativa sobre la situación actual de las pensiones en España y las alternativas que ofrece el sector, las XXXI Jornadas de Estudio y Formación de Seguros y la ponencia de Asisa sobre los seguros personales.

Howden Iberia, bróker de seguros de Hyperion Insurance Group y con oficina en Sevilla, ha organizado un concierto de piano benéfico en el Teatro de Capitanía, de la capital hispalense.

Howden Iberia preparó un concierto de piano benéfico en Sevilla

La pianista Odelia Eliezerov Sever fue la protagonista del recital, cuya recaudación se dona a la Orden Hospitalaria de San Juan de Dios y a proyectos educativos en las áreas más desfavorecidas de México a través de Intered. Esta actividad está dentro de la iniciativa de la Fundación Hyperion "Million for a million" creada para celebrar el 25º aniversario del Grupo.

La Fundación Alejandro Da Silva Contra la Leucemia recibe una donación del Colegio de Las Palmas

La Fundación Alejandro Da Silva recibió a primeros de octubre una donación por valor de 1.000 euros del Colegio de Mediadores de Seguros de Las Palmas, para contribuir a la lucha contra la leucemia y la mejora de la calidad de vida tanto de los afectados por esta patología como de sus familiares.

La Junta de Gobierno del Colegio de Mediadores acordó destinar la recaudación de las III Jornadas del Mediador de Seguros en Canarias a la responsabilidad social corporativa. La cantidad aportada por los colegiados se ha donado a la Fundación Canaria Alejandro Da Silva, para premiar la labor realizada por esta organización a lo largo de sus casi 30 años de andadura.

Red Mediaria, dentro de su política de Responsabilidad Social Corporativa, sigue colaborando con Adela (Asociación Española de Esclerosis Lateral Amiotrófica). Alfonso Pérez, vicepresidente ejecutivo, ha participado como voluntario de cierre de carrera en el III Trail Escarpes del Tormes el pasado 7 de octubre en Cabrerizos (Salamanca).

Red Mediaria apoya una carrera solidaria por los enfermos de ELA

Desde Red Mediaria, se animó a todos a comprar kilómetros para recaudar fondos a favor de Adela con el fin de colaborar a la mejora de la calidad de vida de los afectados por esta enfermedad y la de sus familias.

La recaudación íntegra irá destinada a esta causa solidaria y el Club de Atletismo DCabrerizos, organizador del evento, se unirá haciendo una aportación por cada atleta que participe en el Trail y en el Crosstrail Escarpes del Tormes.

El pequeño libro rojo de las ventas

12,5 grandes secretos para vender más

Jeffrey Gitomer

Editorial: Alienta
Precio: 12,95 € libro impreso
7,99 € libro electrónico

Dicen que los vendedores odian leer, por eso este pequeño libro usa un lenguaje claro, sencillo y directo y está diseñado para llevar consigo todo el conocimiento, sabiduría, experiencia y pasión por las ventas que necesita un vendedor.

Incluye una tabla de contenido por capítulo y está repleto de citas, ilustraciones, consejos e ideas para, más allá de la clásica pregunta de cómo vender, entender mejor por qué compra la gente, una pregunta aún más fundamental que todo vendedor tiene que hacerse.

Se trata de una pequeña guía práctica que se convertirá en una obra imprescindible para todos aquellos profesionales que deseen formarse en temas comerciales o mejorar sus habilidades.

Vendedores de emociones

Descubre el factor clave para el éxito de las ventas en tienda

Cristina Castillo

Editorial: LID
Precio: 19,90 € libro impreso
11,99 € libro electrónico

"A partir del valor que seas capaz de darte, los demás, clientes, compañeros de empresa, darán también un valor diferente a tu trabajo. El *retail* necesita de profesionales capaces de creer en ellos mismos y de recordarse que sin su trabajo no hay negocio posible", explica Cristina Castillo.

Este libro tiene como objetivo recordar que, si quieres un cambio y vivir tu profesión de otra manera, deberás tomar conciencia de lo importante que eres para ti y para tu empresa, y ponerte a entrenar para que, si lo deseas, ese cambio se produzca.

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

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