Premio San Francisco Javier
de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Número 93 Marzo 2020

www.pymeseguros.com

Visión de experto
José Santiago, director comercial de Ruiz Re Correduría de Seguros. En Multirriesgos Pymes se debería modular más el producto

Punto de encuentro
La regulación sobre transportes marcará el futuro de los seguros de drones

Más a fondo
Al alza la satisfacción de los corredores con las compañías

In situ
El dinero de las cuentas de clientes se considera propiedad del corredor en caso de quiebra

Lluis Obiols, director de Empresas de Generali

El aumento de siniestros atmosféricos no consorciables preocupa al ramo de **MULTIRRIESGOS** Pyme

PlusUltra Seguros

Seguridad que se comparte

Siempre a punto para tus clientes

Comercio Plus

Porque sabemos lo importante que es tu comercio para ti, te ayudamos a protegerlo con un seguro a la medida de tu negocio, que se adaptará perfectamente a las necesidades de tu actividad y ofreciéndote la cobertura necesaria.

www.plusultra.es

¿Tienen sentido las cuentas separadas de los corredores?

El 20 de febrero el Congreso de los Diputados convalidó el Real Decreto 3/2020 por el que se transponía al ordenamiento jurídico español la IDD (Directiva de Distribución de Seguros) y con él se establecía la entrada en vigor en mayo de la obligación de que los mediadores tengan cuentas de clientes separadas del resto de recursos económicos del mediador. El debate se ha creado porque no se dice nada sobre que sean cuentas intocables en caso de quiebra o insolvencia de la correduría. Por lo tanto, no quedaría protegido el cliente, que es lo que realmente pretende la norma (ver **Al día distribución**).

Precisamente, en la XIX edición del Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías, Juan Ramón Pla, presidente del Bipar, reconoció que según está redactado el texto, en caso de concurso de acreedores el dinero de esas cuentas bancarias se incluiría. En su opinión, tal vez no se ha puesto la coletilla de que quedarían excluidas esas cantidades en caso de concurso de acreedores porque afecta también a la ley mercantil (ver **In situ**).

Hasta que se aclare, los corredores seguirán haciendo su función que es asesorar adecuadamente a sus clientes tanto en nuevos riesgos como los seguros para drones (ver **Punto de encuentro**) donde se espera que despegue el mercado cuando los drones puedan transportar mercancías; como en el Multirriesgos pymes (ver **Hablando claro**).

Precisamente en el ramo de Multirriesgos se muestran preocupados por el aumento de la siniestralidad, tanto en intensidad como en frecuencia, derivada de los fenómenos atmosféricos atípicos que se están produciendo a consecuencia del cambio climático. Cada vez hay un mayor número de fenómenos atmosféricos adversos, no consorciales, que impactan tanto a las empresas como a los resultados del ramo.

Por parte de los corredores que trabajan los Multirriesgos Pymes se pide que las aseguradoras sigan trabajando para modular el producto, agilizar la emisión e introducir nuevas garantías que lo sigan haciendo atractivo y ágil de gestionar para poder dar respuesta al cliente en los tiempos que piden (ver **Visión de experto**).

Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Staff

Directora
Carmen Peña
carmen@pymeseguros.com

Periodista
Aitana Prieto
aitana@pymeseguros.com

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

Diseño y maquetación
Estudio 9C

Fotógrafa
Irene Medina

Banco De Imágenes
Fotolia

06 Hablando claro
Lluis Obiols, director de Empresas de Generali. El aumento de siniestros atmosféricos no consorciables preocupa al ramo de Multirriesgos Pyme

10 Visión de experto
José Santiago, director comercial de Ruiz Re Correduría de Seguros. En Multirriesgos Pymes se debería modular más el producto

PymeSeguros Revista online para corredores y correduría
Número 93 { Marzo 2020 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

03 **Editorial**
¿Tienen sentido las cuentas separadas de los corredores?

34 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

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

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

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

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

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

14 **Punto de encuentro**
La regulación sobre transportes marcará el futuro de los seguros de drones

20 **Más a fondo**
Al alza la satisfacción de los corredores con las compañías

26 **In situ**
El dinero de las cuentas de clientes se considera propiedad del corredor en caso de quiebra

32 **Riesgos de empresa**
Pon en marcha tu propia estrategia de ciberseguridad en solo 3 pasos

Lluis Obiols, director de Empresas de Generali

El aumento de siniestros atmosféricos no consorciables **PREOCUPA** al ramo de Multirriesgos Pyme

Una de las principales preocupaciones para la modalidad de Multirriesgos Pyme es abordar el aumento de la siniestralidad, tanto en intensidad como en frecuencia, derivada de los fenómenos atmosféricos atípicos que se están produciendo a consecuencia del cambio climático. Cada vez nos encontramos con un mayor número de fenómenos atmosféricos adversos, no consorciales, que impactan tanto a las empresas como a los resultados de nuestro negocio. En opinión de Lluis Obiols, director de Empresas de Generali, la siniestralidad del ramo se puede mejorar actuando sobre ciertas palancas: buena selección del riesgo, una inspección de riesgo que permita identificar las medidas de protección implementadas por las empresas y una suscripción del riesgo muy profesional, que vele por el cálculo de una prima equilibrada y una cobertura adecuada.

Se habla de una desaceleración de la economía para este año ¿Cree que influirá en el ramo Multirriesgos Pymes?

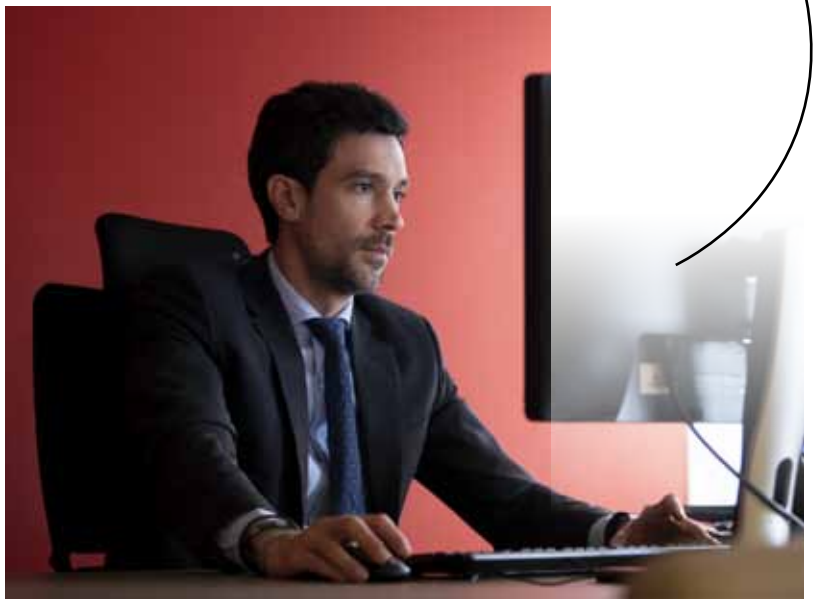
Es indudable que una desaceleración de la economía española afectaría al ramo Multirriesgo Pymes, que vería ralentizar su ritmo de crecimiento. La disminución de la actividad representa menores capitales a asegurar, un mayor crecimiento en el número de empresas que cierran su actividad y desaparecen, así como un menor crecimiento en el número de nuevas empresas. Obviamente nos afectará.

En las Jornadas de Perspectivas de ICEA se dijo que en Multirriesgos los 10 primeros grupos aseguradores detentan el 74% del negocio. ¿Qué efecto tiene esta gran concentración en el ramo?

En mi opinión no tiene impacto alguno. Estamos ante un mercado de especialistas, motivo por el que hay una concentración en un número de aseguradoras. Pero esto no afecta para nada al nivel de competencia, que yo destacaría que es muy elevado. Esta competencia es muy buena para el cliente y muy positiva para la "salud" del sector.

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

La siniestralidad del ramo se puede mejorar actuando sobre ciertas palancas, por todos bien conocidas. En primer lugar, una buena selección del riesgo atendiendo a todos los factores, incluidos la salud financiera de la empresa. Por supuesto, una inspección de riesgo que permita identificar las medidas de protección implementadas por las empresas e incluso les recomendamos aquellas que les faltan por implementar. Y en tercer lugar, una suscripción del riesgo muy profesional, que vele por el calculo de una prima equilibrada y la fijación de las condiciones de cobertura adecuadas. Y por supuesto una revisión sistemática de nuestra cartera de empresas aseguradas para monitorizar su evolución en el tiempo.



En Generali ponemos a disposición de nuestros clientes pólizas modulares y totalmente customizables

En Generali damos mucha importancia a crear relaciones duraderas con nuestros clientes, ya que nuestro propósito es ser su socio de por vida. Esto conlleva que generemos en torno al cliente la prestación de una serie de servicios que van mas allá de la puramente aseguradora, con un servicio que aporta valor como son nuestros informes de inspección de riesgo, que incluyen recomendaciones de mejora, muy valorados por nuestros clientes.

Estamos en un mundo cambiante. ¿Por dónde va la demanda de las pymes?

La fase del diseño de la póliza con su total adaptación a las necesidades reales del cliente es esencial. Nosotros en Generali ponemos

HERRAMIENTAS DIGITALES PARA RELACIONES A LARGO PLAZO

El 50% de las primas de Multirriesgos industriales de Generali se capta a través de los corredores. Eso pone de manifiesto, según su director de Empresas, Lluis Obiols, que "se trata de productos competitivos y con gran aceptación entre la mediación".

Tanto los agentes profesionales como los corredores son parte esencial de su modelo de distribución. La propuesta de Generali para el canal de la mediación se basa, por un lado, "en nuestra amplia gama de productos combinados, con nuestras capacidades tecnológicas y, por supuesto, con la dedicación y profesionalidad de nuestros equipos. A ello añadiría nuestra oferta formativa, así como nuestra capacidad para el desarrollo de servicios, especialmente en el entorno de la digitalización", apunta Obiols.

Los corredores que trabajan con Generali, "además de vincularse a una empresa centenaria y líder en su sector, ofrecemos a los mediadores la mejor formación y una serie de herramientas digitales que les permiten establecer relaciones a largo plazo con los asegurados y, por tanto, la oportunidad de ampliar su cartera. También ponemos a su disposición una red de técnicos altamente cualificados, que les podrá dar soporte en cualquier etapa del proceso de contratación".

A cambio, en Generali quieren convertirse en socios de por vida de sus clientes. Por esta razón, es fundamental para la aseguradora "contar con un excelente equipo profesional, comprometido, capaz de adelantarse y dar respuesta a las necesidades de los clientes cómo, cuándo y dónde ellos precisen", sentencia Obiols.

De manera constante aparecen nuevos objetos y necesidades a asegurar, gracias también al auge del IoT

a disposición de nuestros clientes pólizas modulares y totalmente customizables. Precisamente, nuestra red de agentes profesionales y de corredores son los expertos que analizan la actividad empresarial y asesoran al cliente en las coberturas que precisan para así contar con un proyecto totalmente personalizado.

A ello se añade la importancia de estar a la vanguardia y ser capaces de desarrollar nuevas coberturas que comienzan a demandarse de forma cada vez más generalizada, como el caso del ciberriesgo. Nuestro seguro de ciberriesgo no solo ofrece una póliza muy completa, sino que además permite la elaboración de informes de evaluación del riesgo, esenciales para conocer la exposición de cada empresa ante un eventual ciberataque.

Por último, nuestros clientes también demandan soluciones para su actividad internacional, cada vez más frecuente.

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

De manera constante aparecen nuevos objetos y necesidades a ase-

gurar, gracias también al auge del IoT. La posibilidad de ofrecer servicios digitales o Apps con conectividad para diferentes dispositivos (seguridad, consumo eléctrico…) y dispositivos con corte de agua en casos de escape, son alternativas sobre las que ya se está actuando.

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

Uno de los principales retos es abordar el aumento de la siniestralidad, tanto en intensidad como en frecuencia, derivado de los fenómenos atmosféricos atípicos que se están produciendo a consecuencia del cambio climático. Esta es actualmente una de nuestras principales preocupaciones. Si bien el rol del Consorcio es de extraordinaria importancia, cada vez nos encontramos con un mayor número de fenómenos atmosféricos adversos, no consorciales, que impactan tanto a las empresas como a los resultados de nuestro negocio.

¿Cómo valora la amenaza de los GAFA (Google–Apple–Facebook–Amazon) en el Multirriesgo? ¿Se puede banalizar la contratación de un seguro por precio?

El modelo de negocio de los GAFA en este momento es más de distribuidor que de fábrica de seguros. En su rol de distribuidor actúan sobre la variable volumen-precio únicamente. Por consiguiente, aportan verdaderamente poco valor ya que este tipo de negocio es un negocio de especialistas, en los que el asesoramiento de un profesional (agentes, corredores) es valorado por el cliente.

En la actualidad percibo a los GAFA como un reto en el mercado de las *commodities* (especialmente Autos), y aún lejos de ser un actor relevante en el negocio industrial.

La experiencia del cliente es para nosotros nuestro eje de actuación

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

Nuestro modelo de negocio se basa en la calidad. El precio debe ser competitivo, pero el factor de diferenciación es el alto estándar de calidad: en el momento de la contratación, especialmente a través del asesoramiento profesional del mediador y de nuestros técnicos, así como en el momento de la suscripción por personal altamente cualificado, en la inspección de riesgos y, por supuesto, en la gestión del siniestro. La experiencia del cliente es para nosotros nuestro eje de actuación.

¿Están pensando en sacar algún nuevo seguro para Multirriesgo Pyme?

Actualmente estamos trabajando en un nuevo producto para microempresas, que responde perfectamente a las necesidades del mercado español.

Carmen Peña
Fotos: Irene Medina

José Santiago, director comercial de
Ruiz Re Correduría de Seguros

En Multirriesgos Pymes se debería **MODULAR** más el producto

Las compañías de seguros que trabajan los Multirriesgos Pymes están apostando por pólizas más claras, modulares, contemplando garantías más amplias. "Además están delegando competencias a los corredores para que puedan dar un servicio más ágil, algo que requieren las pymes", indica José Santiago, director comercial de Ruiz Re. Sin embargo, cree que "las aseguradoras deberían seguir trabajando para modular el producto, agilizar la emisión e introducir nuevas garantías que lo sigan haciendo atractivo, ágil de gestionar para poder dar respuesta al cliente en los tiempos que hoy nos exigen".

Multirriesgos es uno de los ramos más importantes del sector asegurador por volumen de primas. Así lo atestigua José Santiago, director comercial de Ruiz Re, que añade que "forma parte de los seguros que más fidelizan al cliente. En nuestra correduría los valoramos mucho porque es la clave de la confianza depositada y nos abre la puerta para poder asesorar sobre otros ramos".

De hecho, según cifras de febrero 2020, en esta correduría ya superan los 6 millones de euros en el negocio Multirriesgo Pyme. Santiago explica que "con la implantación hace unos años de nuestro departamento de Empresas estamos experimentando un mayor encaje de riesgos en la correduría, mejorando el ratio de conversión de ofertas a pólizas y la experiencia de nuestro cliente".

Tanto es así que aunque últimamente se habla de una desaceleración de la economía, las previsiones en Ruiz Re hacen caso omiso a esas previsiones porque "estamos en expansión y en 2020 vamos a conseguir crecimientos de dos dígitos en este ramo. Hemos habilitado nuevos puntos de venta y desde el departamento de Empresas, un centro de valoración y análisis de riesgos a nivel nacional, se da servicio especializado a nuestros clientes de directo y a nuestra red de colaboradores profesionales".

En Ruiz Re se tiene una clara vocación por la venta de Multirriesgos Pymes "movidos por su afán de dar atención a nuestros asegurados y estar a la altura con ellos. Eso nos obligó a diversificar y a especializarnos en Empresas, incorporar más ramos en la correduría para atender a los empresarios con necesidades particulares, así como trabajar con más aseguradoras que pudieran cubrir sus riesgos ampliando la oferta", afirma su director comercial.

Los GAFAs no son una amenaza en la distribución de seguros para empresas porque necesitan estudio de los riesgos y asesoramiento especializado

EL ASESORAMIENTO PALÍA LA DEFICIENCIA DE COBERTURAS

Según indican los datos del último 'Mapa Emprendimiento South Summit 2019', el 60% de los emprendedores y startups no está bien asegurado. José Santiago indica que "es cierto que nos encontramos, más veces de lo que nos gustaría, pólizas con deficiencias en las coberturas, que son mejorables. Por eso siempre aconsejamos que los clientes se pongan en manos de un corredor que estudie sus riesgos y, una vez analizados, busque las mejores opciones de aseguramiento".

No hay que olvidar que las pymes tienen características diferentes y necesitan una oferta de soluciones personalizadas. "Por ello, es necesario incluir en el contrato de seguro cada una de las características especiales de la empresa, modificando o ampliando el condicionado particular o el general", argumenta Santiago.

El reto, según él, "es que aunque cada vez los seguros Multirriesgo Pyme son menos encorsetados y en algunos casos se pueden modular según las necesidades de cobertura del cliente, hay que introducir en las pólizas apartados aclaratorios normalmente por clausulas especiales. En Pyme los productos 'a la carta' que se puedan configurar desde la garantía de Incendio son los preferidos para

construir la póliza cubriendo todos los riesgos".

Las compañías de seguros están apostando por pólizas más claras, modulares, contemplando garantías más amplias. Además están delegando competencias a los corredores para que puedan dar un servicio más ágil, algo que requieren las pymes. No obstante, el director comercial de Ruiz Re cree que "las aseguradoras deberían de ser más flexibles, ya que no hay dos riesgos iguales, no debería existir un contrato único. Entendemos que lo hacen por simplicidad, pero cada vez son más las que se esfuerzan por modular las pólizas, con distintas opciones y configuración según las necesidades del cliente. La realidad es que tenemos que recurrir a introducir por medio de cláusulas especiales aquellas peculiaridades de la empresa que se asegura".

En su opinión, "las aseguradoras deberán de seguir trabajando para modular el producto, agilizar la emisión e introducir nuevas garantías que lo sigan haciendo atractivo, ágil de gestionar para poder dar respuesta al cliente en los tiempos que nos exigen. La mayoría de las veces hay que recurrir a realizar varias pólizas diferentes porque las coberturas del Multirriesgo están limitadas, sobre todo en responsabilidad civil".

Por otro lado, Santiago considera que "la prevención es crucial para evitar accidentes. Además de las obligaciones legales de prevención laboral y de las obligaciones de industria respecto al cumplimiento de medidas de prevención por el tipo de actividad, estamos de acuerdo en que se deberían de desarrollar herramientas preventivas. Ya existen aseguradoras que premian la existencia de medidas de protección de rango superior al exigido, aplicación de normas de conducta sobre limpieza...".

Con la implantación del departamento de Empresas hay un mayor encaje de riesgos en la correduría, mejorando el ratio de conversión de ofertas a pólizas y la experiencia del cliente

PENDIENTES DE LOS CAMBIOS

Una de las peculiaridades de los corredores es que deben estar siempre al tanto para buscar las mejores opciones del mercado para sus clientes. "Por ejemplo, ha aumentado el importe de las indemnizaciones por responsabilidad civil patronal y eso nos obliga a revisar los sublímites en las pólizas de seguro para actualizar esta situación y que la cobertura de la póliza sea suficiente para cubrir el riesgo del cliente", comenta José Santiago.

Por otro lado, cada vez son más las empresas que para poder competir realizan varias actividades a la vez y eso obliga a ampliar las actividades detalladas en la póliza de seguro para asegurar la cobertura. "Lo que antes no era obligatorio, ahora sí puede serlo, como ocurre con diversas actividades y el riesgo medioambiental. Por otro lado, las empresas ahora sufren muchos más ataques informáticos y nosotros tenemos la obligación de informarle y de ofrecerle los productos que ha creado el mercado para asegurarlos. El cliente quiere que el corredor de seguros esté pendiente de los cambios y que le atienda, que le informe y que le proponga soluciones", sentencia Santiago.

Entre ellas se encuentra una app web para clientes de empresa que ha desarrollado Ruiz Re, en donde tienen acceso a su información en tiempo real, totalmente inte-

ractiva, que les facilita la gestión de sus seguros y la inmediatez en las respuestas. Este desarrollo forma parte de la estrategia de innovación de la correduría que ha tenido una gran aceptación entre sus clientes empresa.

Sobre la utilización del internet de las cosas (IOT) en las empresas, Santiago piensa que "no tardará mucho en generalizarse. De hecho, ya existen pymes de relativa nueva creación que incorporan muchos avances tecnológicos y conocen lo que ocurre en su empresa en tiempo real. Entendemos que se integrará en las pólizas con absoluta normalidad".

En cuanto a la entrada de los GAFA (Google-Apple-Facebook-Amazon) en el Multirriesgo, José Santiago opina que "es una amenaza real por la comodidad que ofrecen al cliente y por la utilización habitual de estos medios. Siempre que vaya unido a una prima competitiva sin duda tendrá su hueco en la comercialización de seguros, pero no en seguros para empresas que necesitan estudio de sus riesgos y asesoramiento especializado. En Multirriesgo Pyme la figura del corredor de seguros es y va a seguir siendo crucial por su profesionalidad".

Multirriesgos Pyme abre la puerta para poder asesorar sobre otros ramos

PROBLEMAS DE ENCAJE

La realidad es que los mediadores distribuyen casi el 70% de las primas de Multirriesgos. La razón de esto, según el director comercial de Ruiz Re, se encuentra en el hecho de que "los Multirriesgos hay que entenderlos y el mediador de seguros es quien está preparado para conectar con el cliente y trabajar con él en dos vías fundamentales: el asesoramiento, estudio de riesgos y búsqueda de las garantías que se necesitan y de la prima adecuada; y el acompañamiento con los siniestros, el asesoramiento y defensa de sus intereses".

Para José Santiago, "el mayor valor añadido del corredor de seguros en los Multirriesgos Pyme es el asesoramiento que proporcionamos al cliente, fruto del conocimiento que poseemos de los riesgos, de los productos y de las leyes que rigen en el seguro. Por otro lado, el siniestro es el momento de la verdad, la razón por la que el cliente pagó una prima y por la que espera una respuesta adecuada y justa, por eso es crucial que se haya realizado correctamente el asesoramiento en la contratación de la póliza".

Los mayores problemas a los que se enfrentan los corredores que distribuyen el ramo de Multirriesgos Pymes son que no encuentran "el encaje de algunos riesgos que no son deseados por las aseguradoras por su peligrosidad, por los malos resultados que les han generado y que les ha obligado a renunciar a su contratación o agravar las primas. Actividades como la del reciclaje, madera, tapicerías, plásticos, reforestación, obra pública, farmacéuticas, derribos/demoliciones…, son algunos de los ejemplos. Los corredores tenemos que encontrar soluciones para nuestros clientes y estas restricciones de las aseguradoras nos generan problemas de encaje de riesgos con los clientes".

Aitana Prieto / Carmen Peña
Fotos: Irene Media

La regulación sobre transportes marcará el **FUTURO** de los seguros de drones

Una legislación joven y un volumen de uso reducido hacen que las pólizas de drones aún tengan mucho potencial de crecimiento. Aunque en el caso de los usos profesionales la RC es de carácter obligatoria, corredores y compañías creen que el mercado despegará cuando se posibilite que los drones puedan transportar mercancías, una auténtica revolución para el sector logístico, que requerirá de una clara regulación.

Para los profesionales aseguradores la actual legislación sobre uso de drones tiene ciertas "lagunas" y "va un poco por detrás de lo que son las posibilidades", como admite Felipe Pastor, responsable de suscripción de Transportes de Caser, quien, no obstante, afirma que "prácticamente está cubierto todo lo que son trabajos profesionales".

"Los usos sí están definidos, el problema es el desarrollo práctico de esos usos", añade Álvaro Satrústegui, gerente comercial de Excess Corredores, para quien aún queda pendiente en nuestro país abordar ciertas cuestiones como el empleo de drones para transporte o emergencias sanitarias. "Lo más complicado es el transporte, porque prácticamente hay que establecer pasillos aéreos y unas normas de juego complicadas, pero con la tecnología que hay hoy sorprende mucho que no se haya puesto encima de la mesa ya", reconoce.

Manuel Lozano, responsable de Suscripción de Empresas de Espabrok, coincide en que "actualmente la definición de espacio aéreo queda un poco corta, sobre todo en logística y transporte", y corrobora que todo el sector anda pendiente de una regulación por parte de la Unión Europea (UE) que aún no ha llegado.

De hecho, Álvaro Satrústegui certifica que en Estados Unidos ya se están haciendo prácticas de transporte en determinadas áreas, lo cual es significativo para el desarrollo de estos aparatos, toda vez que el país norteamericano es de los que más control aéreo tiene y a la vez más tráfico: "Esas pruebas servirán para el resto, porque salvo excepciones, no hay áreas tan transitadas", se muestra confiado.

EL VALOR DE LA REGULACIÓN

Una regulación que ayudaría al sector asegurador, especialmente "de cara a la comercialización", destaca Manuel Lozano, y más teniendo en cuenta que las de drones son pólizas de suscripción obligatoria.

Coinciden sus compañeros en la mesa redonda organizada por Pymeseguros en que una regulación permitiría al seguro "tener una estructura en la que basarse. Si no sería algo muy abierto", atestigua Felipe Pastor.

Felipe Pastor

Álvaro Satrústegui

Manuel Lozano

En esta línea, Satrústegui pone el reciente ejemplo del dron que invadió el espacio aéreo del aeropuerto Madrid-Barajas: "Si no estuviera regulado que está prohibido operar a menos de 5 millas (8 kilómetros) con este tipo de artefactos, esto sería un problema para todos", aprecia.

Efectivamente, el seguro de RC para el uso de drones comerciales es obligatorio, aspecto que se cumple a rajatabla, toda vez que, como recuerda, "no puedes pilotar un dron desde el punto de vista comercial si no tienes la licencia y no la puedes tener si no tienes el seguro". "La AESA [Agencia Española de Seguridad Aérea] es taxativa en eso: no puedes tener un dron y trabajar con él si no estás dado de alta como operador y el dron también", corrobora Pastor.

Los expertos recuerdan que el seguro está vinculado al dron, y no al operador, y "dependiendo del peso tienen que tener su identificación y su matrícula", explica Lozano.

Con la regulación para el transporte este seguro se desarrollaría sobremanera en España, "porque la aplicación de los drones a la industria logística es brutal", concibe el gerente comercial de Excess Corre-

dores. "Cuando eso sea una realidad, el sector tomará otra dimensión, tanto desde el punto de vista de responsabilidad civil como de daños", concibe.

"De ahí la complejidad de la definición de espacio aéreo", sostiene el responsable de Suscripción de Empresas de Espabrok, quien ve que la industria es muy joven y posee muchas opciones, que evolucionarán con la sociedad, que cada vez compra más por internet.

"Aun así, no va a ser tan sencillo. Habría que regular demasiados pasillos aéreos en las ciudades", cree el responsable de suscripción de Transportes de Caser, para quien "si la ley no avanza" el sector asegurador está bastante bloqueado: "Podemos prever algo, pero de ahí no pasamos", asegura.

"Los drones comerciales y los recreativos son diferentes. Los comerciales se tienen que regir obligatoriamente por las normas de aviación, aunque no estén en el tratado". Felipe Pastor

DRONES CON PERSONAS, INVIABLE

También se puso sobre la mesa las pruebas que están realizando en Alemania de drones operando con personas en su interior. Para Felipe Pastor, responsable de suscripción de Transportes de Caser, a día de hoy el seguro para cubrir esa circunstancia "es inviable", pues "tiene que haber antes una regulación sobre ello, y es muy complicada". En este sentido pone el ejemplo de los coches autónomos, que, aunque tecnológicamente están preparados, aún no lo hacen porque, entre otros aspectos, no se puede determinar sobre quién recae la responsabilidad en caso de accidente.

"En EE.UU. la legislación va sobre el producto, por lo que los fabricantes no se atreven aún a ponerlo en marcha, están apurando todo tipo de pruebas para ver el índice de incidencia que pueden tener y si es aceptable desde el punto de vista de los aseguradores que tienen los fabricantes", señala Álvaro Satrústegui, gerente comercial de Excess Corredores, para quien una vez que se determine esta cuestión en los coches autónomos, se hará también en los drones con pasajeros.

Manuel Lozano, responsable de Suscripción de Empresas de Espabrok, añade un condicionante, ya que a su entender "está por ver cómo sería la tecnología de esos drones, es decir, si es asistida o no". En este sentido, recuerda que en España ahora no está permitida la circulación de aparatos no controlados, sin piloto.

"Esas limitaciones que hoy existen en cuando a la regulación también se dan en el seguro de ciberriesgos a efectos de los usos, es decir, no podrá haber reclamaciones de determinados tipos de usos en ciertas zonas", aclara Álvaro Satrústegui, ante la posibilidad de contar con una póliza de ataques cibernéticos que proteja al dron ante hackeos.

CAPITALES MÁS AMPLIOS

En cuanto a la suficiencia de los capitales mínimos de las pólizas, como comenta Felipe Pastor, la legislación europea ha permitido a los países miembros que los drones con hasta 150 kilos contraten su propio capital. En primera instancia se tomó un capital antiguo, que eran 220.000 euros derecho de giro, que equivalen a un poco menos de 300.000 euros. En la actualidad ese capital se ajus-

ta a aparatos de hasta 20 kilos; a partir de ahí hay que ir a legislación europea, cuyo mínimo obligatorio serían 750.000 euros derechos especiales de giro. Aunque "siempre hay soluciones de ampliación de capital", como refiere Manuel Lozano, quien esté interesado puede hacerlo por el mínimo, que son 300.000 euros.

En cualquier caso, coinciden los expertos en que existen coberturas adecuadas en el mercado a lo que exige la ley, tanto de la RC obligatoria para los drones comerciales, los ciberriesgos o la RC profesional para los pilotos, como enumera Satrústegui.

"Quizás el mercado español adolece de una oferta en lo que a cobertura de daños se refiere", puntualiza Lozano, ya que, si bien el dron puede quedar cubierto, muchas veces incorpora otros equipos (filmación, medición, etc.) que son muy caros ("a veces hasta triplican el valor del propio dron).

Para Pastor, la escasa oferta de seguros de daños para drones en España responde precisamente a que tiene "una rentabilidad bastante compleja".

"La clave va a ser el transporte, cuando tenga una regulación y se marquen las reglas del juego".
Álvaro Satrustegui

"Yo soy de la opinión de que debería de ser algo más potente", considera el director general de Excess Corredores, para quien los límites habría que elevarlos, pues el siniestro que se puede ocasionar operando con un dron puede ser de gran envergadura: "Cuando pensamos como aseguradores debemos pensar en lo catastrófico, como si un dron se estrella contra un autobús con 52 personas a bordo y tiene un accidente", comenta.

FUERA DE HOGAR

Por eso, sobre la posibilidad de que el seguro de Hogar cubra los daños por el uso de drones recreativos, los profesionales coinciden en que todos los drones tienen que tener un seguro propio, incluso los recreativos, ya que, como certifica el responsable de suscripción de Transportes de Caser, tienen su riesgo propio y no pueden estar contemplado dentro de una RC de Hogar, aunque sean "mucho menos peligrosos".

"A los clientes siempre les recomendamos la contratación de un seguro de RC de drones", afirma el responsable de Suscripción de Empresas de Espabrok, para quien las compañías deberían potenciar este producto, para evitar, entre otras cosas, que Hogar se convierta en el seguro que todo lo cubre. De hecho, confiesa que la inmensa mayoría de las aseguradoras aconsejan "encarecidamente" que se contrate un seguro específico. Y resalta que hay compañías que aprecian que no lo cubre Hogar porque este seguro excluye los riesgos de aviación.

El gerente comercial de Excess Corredores destaca que, si se va a la parte técnica, "los drones no son aviación", pues ningún tratado de aviación los incluye. De hecho, en su experiencia con suscriptores de aviación, cotizan estos aparatos aparte: "No es los mismo un dron de 500 gramos que uno de más de 20 kilos", comenta, refiriéndose en concreto a los de uso recreativo. Además, "la norma que rige el uso comercial no rige los drones de uso recreativo".

"Los drones comerciales y los recreativos son diferentes", apuntala Felipe Pastor, responsable de suscripción de Transportes de Caser, "los comerciales se tienen que regir obligatoriamente por las normas de aviación, aunque no estén en el tratado".

"Dada la polémica, yo me quedo más tranquilo si mi cliente contrata un servicio de responsabilidad civil para el dron. Hay riesgos inherentes que van a hacer necesario contratar un seguro específico", concluye Manuel Lozano, responsable de Suscripción Empresas de Espabrok.

"Me quedo más tranquilo si mi cliente contrata un seguro de responsabilidad civil específico para cubrir los riesgos inherentes al dron".
Manuel Lozano

DISTRIBUCIÓN UNIVERSAL

En cualquier caso, Felipe Pastor cree que sigue siendo un negocio muy abierto, que cualquier mediador podría desarrollar, pues no es un producto excesivamente complejo, aunque los corredores, "por experiencia", son "los que más controlan el tema".

Álvaro Satrústegui considera que el componente de obligatoriedad de este seguro hace que su distribución se universalice. Aunque, a su parecer, sí existe cierta complejidad, "cuando hay un uso comercial", lo que requiere cierta especialización, ya que depende del uso profesional que se realice o de la localización del aparato, ya que muchos de ellos deciden ir a grabar a otras zonas y entonces se depende de las normativas locales.

Para Manuel Lozano precisamente ahí reside la oportunidad de la diferenciación del servicio, pues no es lo mismo el asesoramiento para cumplir con la normativa que obliga a tener una RC para operar en España, que si las necesidades del cliente son más amplias.

"Hay algunos corredores que han hecho de este producto una llave de entrada", reconoce Satrústegui, aunque "normalmente quien está más familiarizado con este tipo de productos es el distribuidor, por eso se busca tener distribuidores como colaboradores", lo que implica tener una clientela extensa.

El hecho de que se dependa de las legislaciones locales, que algunas permiten unas cosas y otras no, hace que Pastor considere que "lo más normal sería ir a un riesgo de aviación puro y duro que valdría para todos en principio", pues no se puede estudiar la legislación de todos los países.

Lozano pone el acento en que se trata de una industria relativamente joven, con una legislación en nuestro país que apenas tiene seis años, además de ser una actividad muy sujeta a la base tecnológica con lo cual exige muchas veces que la regulación vaya más ligera. "Ahora, el corredor al cliente lo que le recomienda es el seguro de la RC, que es lo obligatorio. Y luego dependiendo de las necesidades, se puede ir buscando alternativas en el mercado internacional para otros seguros", aprecia.

Aitana Prieto / Carmen Peña
Fotos: Irene Medina

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

902 400 900 / www.reale.es

REALE SEGUROS

REALE GROUP

TOGETHER MORE

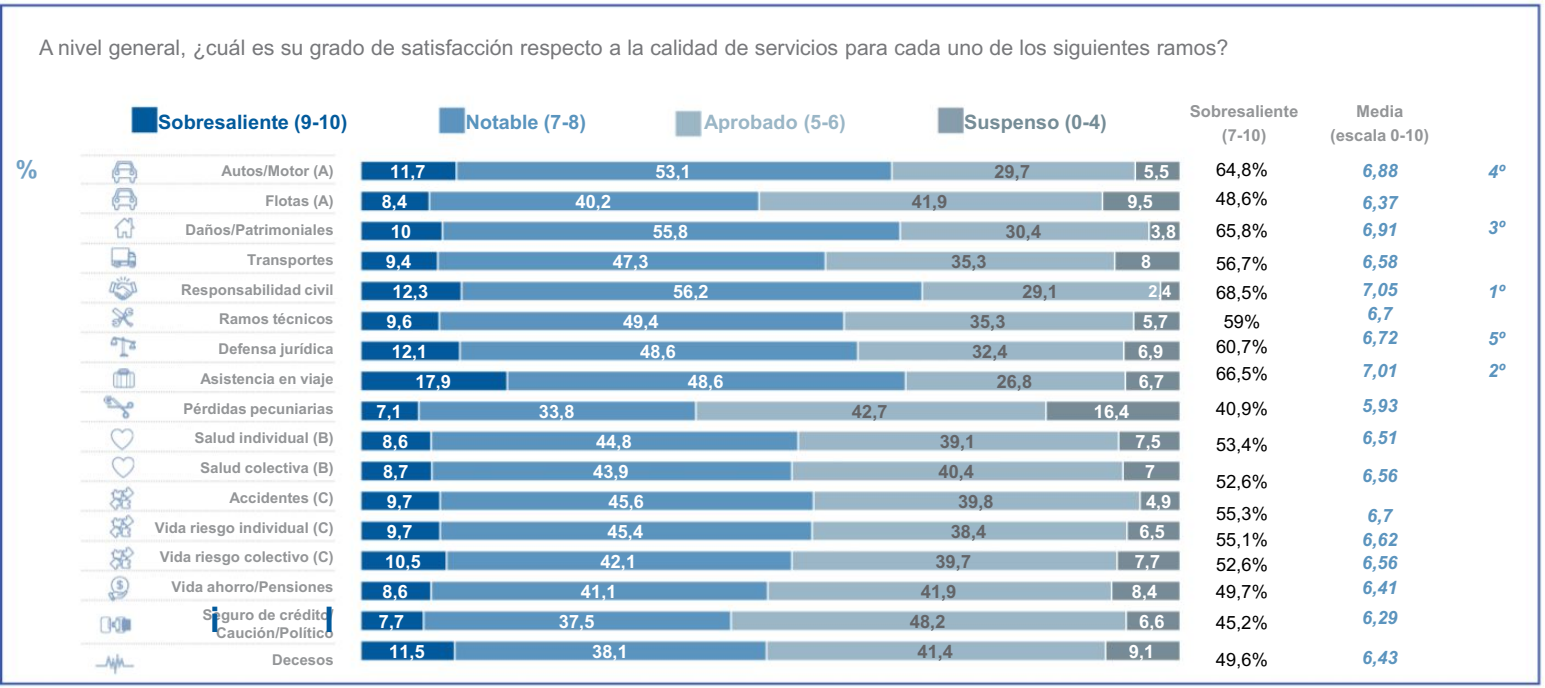
Al alza la **SATISFACCIÓN** de los corredores con las compañías

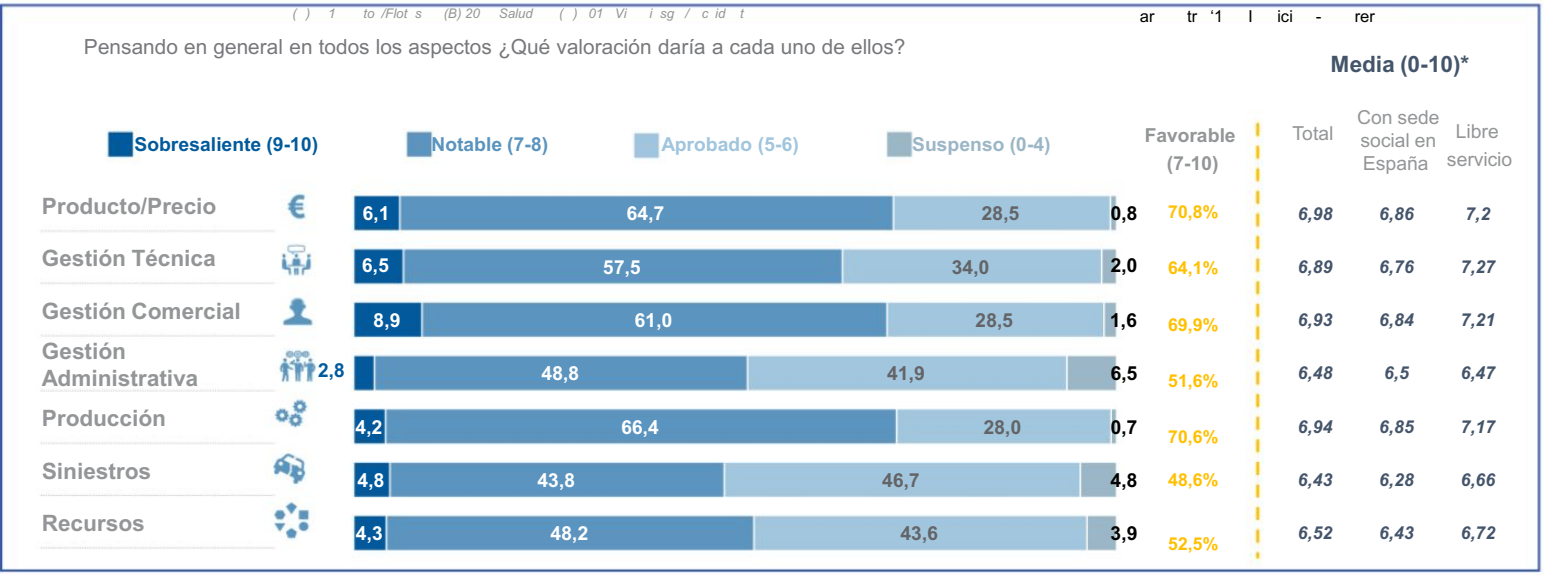
La satisfacción de los corredores con el servicio que les prestan las aseguradoras ha vuelto a la senda alcista de los últimos años, solo interrumpida el ejercicio anterior, cuando retrocedió ligeramente, tal y como demuestra la XI edición del Barómetro Adecose. Este ejercicio la nota media se ha situado en el 6,75, ocho décimas por encima del registro de doce meses antes.

La participación en el informe ha crecido notablemente en 2019, con la implicación de 1.090 empleados de un total de 107 corredurías, lo que supone más del 86,9% de los socios de Adecose, cuando el año pasado esa cifra se situó en el 80,3%.

Esta alta participación provoca que adquiera un relieve fundamental el hecho de que un 61,4% de los corredores consideren como "total" o "bastante favorable" su grado de satisfacción con la calidad del servicio que les ofrecen las aseguradoras, una valoración que recupera los niveles de 2017, tras el bajón del ejercicio pasado (57,5%).

Este repunte en la satisfacción de los profesionales se ha experimentado tanto por parte de las compañías que están en régimen de establecimiento o libre prestación de servicio (LPS), como las que tienen sede social en España; las primeras han pasado del 61,8% de 2018 al 67,7% y las segundas del 55,4% al 58,2%, similares a los del ejercicio 2017.





RESPONSABILIDAD CIVIL, RAMO MÁS VALORADO

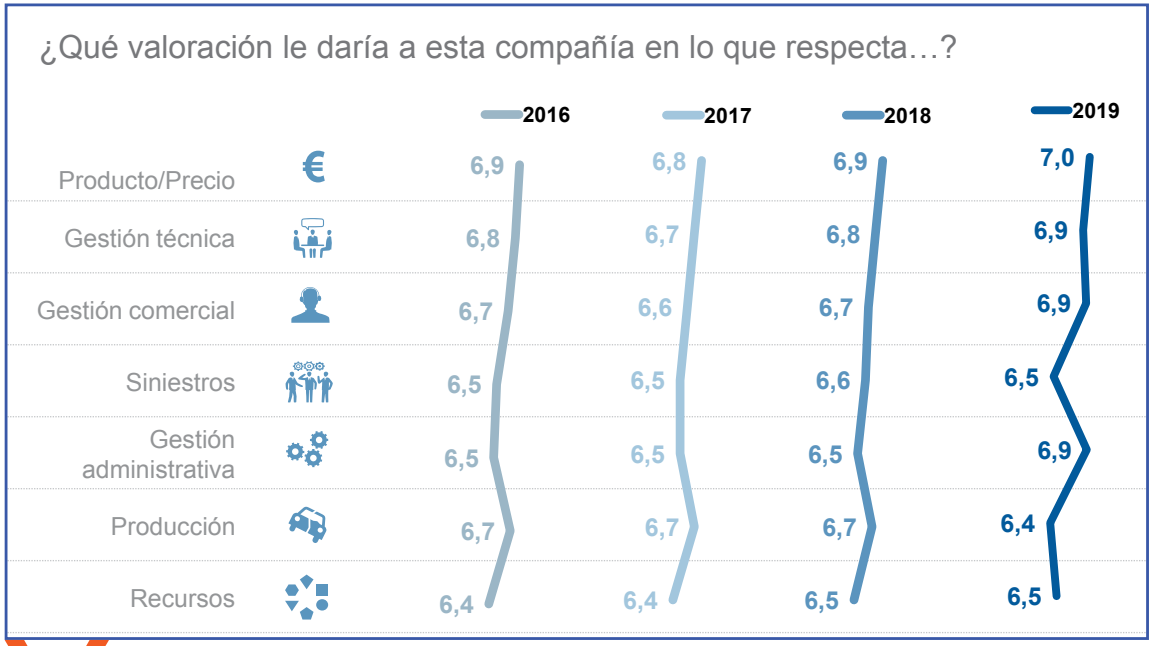
En esta ocasión, Responsabilidad Civil ha sido el ramo más valorado por los corredores, con un 68,5% de los encuestados que le han dado una valoración entre "bastante" y "totalmente favorable" (superando el 65,95% del anterior registro), y un 7,05 de puntuación media. Desbanca en el primer puesto a Asistencia en Viaje, líder en los últimos años, que baja hasta el 66,5% de satisfacción desde el 69,9% de 2018. Tras ellos se sitúa Daños/Patrimoniales (65,8%), que sube una posición; Autos/Motor (64,8%); y Defensa Jurídica (60,7%).

Un año más, la media de valoración del conjunto de los ramos es muy positiva, ya que, excepto Pérdidas Pecuniarias, el resto están por encima del 6 sobre 10, y en esta ocasión es en Accidentes donde se producen las mayores diferencias entre la aseguradora mejor valorada y la peor (de un 5,2 a un 7,5), mientras que en Pérdidas Pecuniarias se dan los valores más ajustados (de un 5,6 a un 6,1).

Entre los aspectos concretos del servicio, un año más la relación entre Producto-Precio sigue siendo la mejor

valorada, con un 6,98 sobre 10 (subiendo ligeramente respecto a 2018, cuando obtuvo un 6,85). Muy cerca se sitúan Producción (6,94); Gestión Comercial (6,93); y Gestión Técnica (6,89), que cae al cuarto puesto tras dos años consecutivos como segundo aspecto mejor valorado. Gestión Administrativa (6,48) y Siniestros (6,43) son los servicios que obtienen peores resultados.

En Producto/Precio la oferta de coberturas a un precio competitivo es lo que más se aprecia, por encima de la claridad para entender los contratos y la adaptación de la cartera de productos. En Gestión Técnica/Comercial la capacidad técnica y conocimiento de suscripción vuelve a ser lo más valorado, mientras que la agilidad de respuesta a las nuevas necesidades ofreciendo soluciones obtiene la menor puntuación un ejercicio más. En Recursos repite como lo más considerado la facilidad de contacto con personas con capacidad de decisión dentro de la compañía, mientras que la utilidad del sistema informático para agilizar el trabajo sigue siendo lo peor visto. En Gestión Administrativa y Producción destaca la puntualidad en el envío de documentos, aunque solo ligeramente por encima del volumen de carga administrativa que se traslada al empleado y la ausencia de errores en los documentos. Por último, en Siniestros, lo más estimado es la actitud en la resolución de siniestros y pago de las indemnizaciones, mientras que un año más lo menos calificado es el acceso a la información sobre el siniestro.



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

12 ENTIDADES RECIBEN UN NOTABLE

Respecto a la satisfacción global con la calidad del servicio de cada una de las aseguradoras con las que trabajan, este año Reale vuelve a ser la mejor considerada, con una nota media de 7,55, seguida de Surne (7,38), Hiscox (7,33), Liberty Seguros (7,24), Berkley (7,21), Ergo Seguros (7,13), Arag (7,12), Zurich (7,12), Plus Ultra (7,09), Fiatc (7,07), Seguros Bilbao (7,06) y Markel (7,01). La valoración de las compañías ha crecido notablemente, ya que mientras el año anterior solo siete de ellas conseguían una puntuación de notable, en esta edición la cifra se ha incrementado hasta las doce entidades.

Las únicas aseguradoras que son las mejores valoradas en varios ramos son Reale en Autos, Flotas, Daños Patrimoniales y Pérdidas Pecuniarias; y Surne en Accidentes, Vida Ahorro/Pensiones, Vida Riesgo Individual y Vida Riesgo Colectivo. En el resto, las más apreciadas son: Plus Ultra Seguros, en Transportes; Berkley, en Responsabilidad Civil; Asefa, en Ramos Técnicos; Arag, en Defensa Jurídica; Ergo, en Asistencia en Viaje; DKV,

A nivel general, ¿cuál es su grado de satisfacción respecto a la calidad de la compañía para cada uno de los siguientes ramos?

MEJOR VALORADAS	1º	2º	3º	4º	5º
Autos/Motor (A)	Reale Seguros	Liberty Seguros	Catalana Occidente	PlusUltra	Fiatc
Flotas (A)	Reale Seguros	Allianz	PlusUltra	Fiatc	Catalana Occidente
Daños/Patrimoniales	Reale Seguros	Zurich	PlusUltra	Liberty Seguros	Fiatc
Transportes	PlusUltra	Zurich	Catalana Occidente	Generali	Fiatc
Responsabilidad civil	Berkley	Markel	Zurich	Reale Seguros	PlusUltra
Ramos técnicos	Asefa	Zurich	PlusUltra	Generali	Allianz

Nota: Aseguradoras con las que trabajan al menos el 75% de las corredurías y con una base muestral de 50 o más encuestas.
(A) 2018 Autos/Flotas

A nivel general, ¿cuál es su grado de satisfacción respecto a la calidad de la compañía para cada uno de los siguientes ramos?

MEJOR VALORADAS	1º	2º	3º	4º	5º
Defensa jurídica	Arag	Reale Seguros	DAS	Catalana Occidente	Intrauriol
Asistencia en viaje	Ergo	Arag	Intrauriol	Fiatc	[illegible]
Pérdidas pecuniarias	Reale Seguros	Ergo	DAS	—	—
Salud individual (B)	DKV	Asisa	Fiatc	[illegible]	AXA
Salud colectiva (B)	Cigna	DKV	Asisa	[illegible]	Fiatc
Accidentes (C)	Surne	Markel	Reale Seguros	Berkley	Liberty Seguros
Vida riesgo individual (C)	Surne	Liberty Seguros	Zurich	Reale Seguros	Asisa
Vida riesgo colectivo (C)	Surne	Zurich	[illegible]	Fiatc	AXA
Vida ahorro/Pensiones	Surne	Fiatc	Zurich	Catalana Occidente	Santalucía
Seguro de crédito/Caución/Político	Coface	Crédito y Caución	Cesce	Solunion	Berkley
Decesos	Fiatc	Generali	DKV	Helvetia	Liberty Seguros

Nota: Aseguradoras con las que trabajan al menos el 75% de las corredurías y con una base muestral de 50 o más encuestas.
(C) 2018 Salud (D) 2018 Vida riesgo/accidentes

en Salud Individual; Cigna, en Salud Colectivo; Coface, en Crédito; y, Fiatc, en Decesos.

En los aspectos concretos del servicio, Arag mantiene su hegemonía en Producto/Precio (seguida de Reale y Markel); Gestión Comercial (por delante de Reale y Berkley); y Producción (por encima de Reale y Liberty Seguros). Sin embargo, pierde el liderato en el resto de apartados, ya que el año pasado hizo pleno en todos ellos. En esta ocasión, Reale es la más apreciada en Gestión Administrativa, Recursos y Siniestros, seguida en todas ellas por Liberty Seguros y en tercer puesto Berkley, Markel y Arag, respectivamente. En Gestión Técnica, Fiatc obtiene la mejor valoración, por delante de Asefa y Zurich.

Respecto al grado de fidelidad de los corredores hacia las aseguradoras, las compañías con los que los profesionales están más dispuestos a seguir trabajando son Reale, Surne, Arag, Liberty Seguros, Hiscox, Berkley, Zurich, Ergo, Markel, AXA XL, Plus Ultra, Chubb, Fiatc, Seguros Bilbao, DKV y Asefa, que obtienen todas ellas una valoración por encima del 7 sobre 10, y que suponen el doble de compañías que alcanzaron el notable en 2018.

EIAC SE AFIANZA

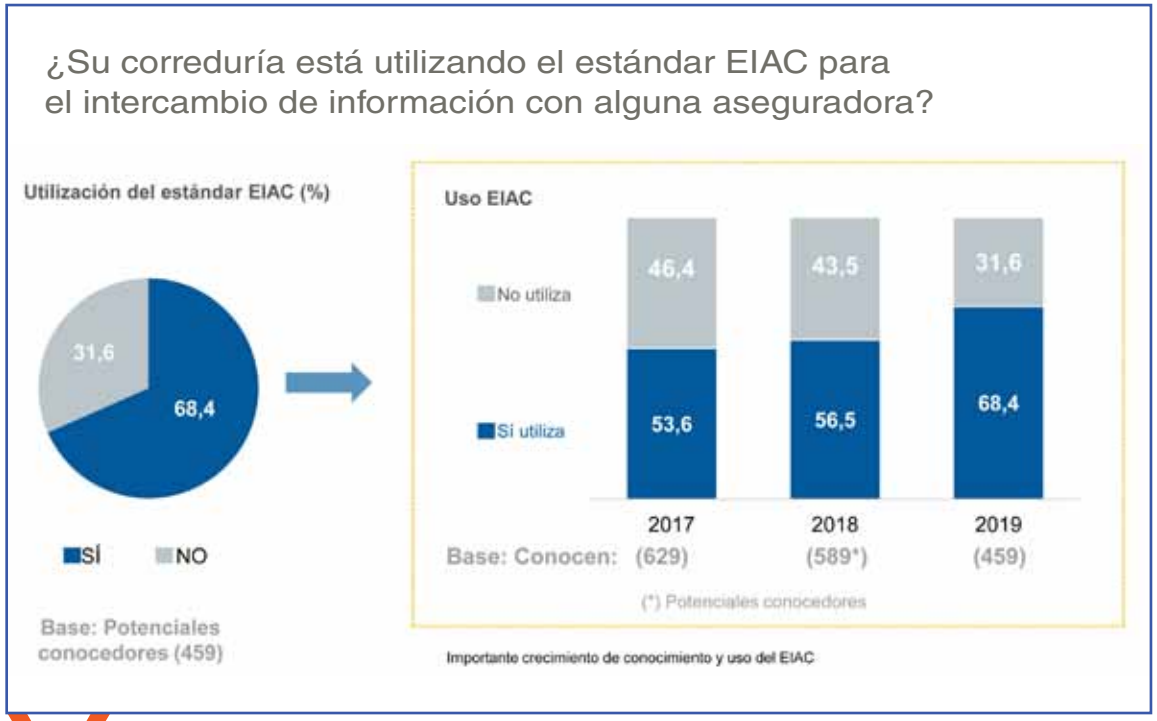
Otro de los aspectos más destacados del Barómetro de Adecose de los últimos años es la inclusión en el cuestionario de preguntas para determinar el conocimiento, uso y limitaciones del Estándar de

Intercambio de Comunicación (EIAC). El porcentaje de compañías que ya disponen de un proveedor tecnológico ha crecido significativamente en el último año y ya supone el 92,3%, frente al 87,6% de doce meses antes.

También ha mejorado el grado de satisfacción con el servicio prestado por las tecnológicas con el tema del EIAC. El 59,8% dan una puntuación por encima del 7 sobre 10 (en 2018 fue el 58,9% de los encuestados), con una nota media de 6,94 sobre 10 (sube levemente, desde el 6,79 del ejercicio anterior).

También ha crecido significativamente (un 8,1% más) el número de encuestados que afirma que su proveedor tecnológico le ha informado de que su correduría puede realizar la comunicación utilizando el estándar EIAC, pues ya son ocho de cada diez profesionales. De estos, ya lo utilizan un 68,4%, cuando en 2017 esa cifra era del 56,5%. De hecho, tan solo el 27,7% de las corredurías no tienen planificada su implantación a corto plazo, frente al 32,2% que ya tenían todos los procesos totalmente operativos cuando se realizó la encuesta y el 40,1% que tienen previsto implementarlos hasta mediados de 2020.

Sobre los aspectos a mejorar, los corredores destacan en primer lugar que la descarga de ficheros esté más automatizada (el 67,0% lo ven totalmente o bastante necesario), que se implementen nuevos procesos de descarga con nueva información (64,7%), que mejore la calidad actual de los datos en los procesos existentes (64,1%) y que aumente la información contemplada actualmente ya que es insuficiente para sus necesidades (60,6%).



Un 72,3% de las corredurías prevén tener ya implantado el estándar EIAC a mediados de 2020, frente al 27,7% que no lo tienen aún planificado

Con respecto a los canales de comunicación, a diferencia del año anterior los resultados indican un descenso en el tratamiento personal con el cliente, tanto en seguros particulares como en seguros de empresa.

Finalmente, se ha abordado el uso que las aseguradoras hacen de los datos de los clientes para cosas diferentes a la razón por la que se aportan. Ha aumentado considerablemente la percepción de que las compañías los usan frecuentemente o con bastante frecuencia para otros temas (del 42,1% al 49,7%).

Aitana Prieto

¿Y si el inquilino no paga?

Lo nuestro es defender lo tuyo

ARAG

Alquiler Viviendas

Para más información:
Consulta a tu mediador
93 485 89 05 - 91 599 82 87 | www.ARAG.es

XIX Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías

El dinero de las cuentas de clientes se considera **PROPIEDAD** del corredor en caso de quiebra

La XIX edición del Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías, que organiza Inese dentro de la Semana del Seguro, no se libró de uno de los debates más actuales entre los mediadores (ver Al día distribución): el hecho de que las cuentas separadas de clientes no están a salvo en caso de quiebra de la correduría. Juan Ramón Pla, presidente del Bipar, reconoció que según está redactado el texto, en caso de concurso de acreedores el dinero de esas cuentas bancarias se incluiría. Piensa que tal vez no se ha puesto la coletilla de que quedarían excluidas esas cantidades en caso de concurso de acreedores porque afecta también a la ley mercantil. Pero tiene claro que lo que busca la IDD es la clara división de esas cuentas. Asimismo, indicó que no cree que en el recorrido parlamentario del Real Decreto "pueda sufrir algún cambio". Si lo hubiera, "sería poco significativo. Tal vez alguna matización".

La jornada comenzó con una entrevista en directo de Juan Manuel Blanco, director Editorial de Inese, a Juan Ramón Pla, presidente del Bipar, un organismo que aglutina a todos los mediadores de seguros, independientemente de su tamaño. Pla dijo que el hecho de que sea un español el que represente a la mayor entidad profesional de la mediación europea, es fruto de "un esfuerzo de muchos años, de asistir todos a los distintos eventos de la federación, de hablar con las autoridades europeas, de estar pendientes de ser participativos, etc.".

Juan Manuel Blanco y Juan Ramón Pla.

En opinión del presidente del Bipar, la Ley de Distribución de Seguros ha transcrito de manera literal la Directiva de Distribución de Seguros (IDD). "Se ha transpuesto sin añadir obligaciones que no estuvieran en la IDD. No se ha ido más allá de lo que se exigía en la directiva".

Juan Arsuaga, Cristina de Uriarte, Mónica Ribé, Pedro Serra y Enrique Schoch.

Lo curioso es que aunque en España acabamos de trasponer la directiva, a nivel internacional ya se está programando la revisión de la IDD porque en algunos países, como Alemania, lleva dos años en vigor y se quiere evaluar el impacto que está teniendo. La misión de esta revisión es evaluar si se han conseguido los objetivos y si existe algún riesgo de que los mediadores desaparezcan. Calcula Pla que en 6 u 8 años habrá una futura directiva.

Asimismo, indicó que no cree que en su recorrido parlamentario del Real Decreto "pueda sufrir algún cambio". Si lo hubiera, "sería poco significativo. Tal vez alguna matización".

En 6 u 8 años habrá una futura directiva de distribución de seguros

A preguntas del público sobre la necesidad de tener cuentas separadas por parte de los mediadores, Juan Ramón Pla reconoció que según está redactado el texto, en caso de concurso de acreedores el dinero de esas cuentas bancarias se incluirían. Piensa que tal vez no se ha puesto la coletilla de que quedarían excluidas esas cantidades en caso de concurso de acreedores porque afecta también a la ley mercantil. Pero tiene claro que lo que busca la IDD es la clara división de esas cuentas.

PLAN DE PREVISIÓN PANEUROPEO

Asimismo le preguntaron desde el público sobre el Plan de Previsión Paneuropeo cuyo objetivo es que haya solo un plan de pensiones independientemente del país en el que estés. Pero señaló que es compleja su implantación por los aspectos fiscales que existen en cada nación. Sobre la internacionalización de la distribución Juan Ramón Pla está convencido de que será más fácil con la digitalización. Por ejemplo, el chatbot te permite hablar en diferentes idiomas sin conocerlos.

En cuanto al Brexit, habló del riesgo de impacto económico en general en España por los ingleses que

viven aquí y habrá que ver cómo se desarrolla. "En Eiopa no se quiere compañías pantalla, se precisa contar con una estructura total. Así se hizo con el Lloyd's".

Sobre el Proyecto de contrato único paneuropeo, Pla explicó que va despacio porque el hecho de que la legislación de cada país sea diferente, lo complica. Pero cuando se instaure, hará más fácil que se realicen contratos en varios países a la vez.

BENEFICIOS DE LAS NETWORKS PARA EL MEDIADOR

Posteriormente, se celebró una mesa redonda sobre el beneficio de las networks para la mediación, moderada por Juan Arsuaga, presidente y consejero delegado de Lloyd›s Iberia, y en la que participaron Cristina de Uriarte, directora de Líneas Financieras y Negocio Internacional de Concentra; Mónica Ribé, consejera delegada de RibéSalat; Pedro Serra, del departamento Técnico de Ferrer y Ojeda; y Enrique Schoch, director general de Filhet Allard MDS.

Cristina de Uriarte habló de las características de WBN (Worldwide Broker Network), una red que se creó en 2015 y que está presente en más de un centenar de países, con 135 integrantes. Estar en ella les permite hacer negocio nuevo. De Uriarte comentó que en ocasiones, a través de Concentra se da servicio a correduría de España que no están en una networks y que necesitan un seguro para un cliente que sale fuera de nuestras fronteras. "O bien hacemos de conexión con la correduría de fuera o bien les ayudamos a colocar el negocio allí".

Mónica Ribé explicó el funcionamiento de Assurex Global, "la entidad más grande de gestión de riesgos del mundo, con 19.000 profesionales y más de 100 brokers". Se creó en 1954 en Estados Unidos. Su objetivo al integrarse es conseguir "un servicio inmediato y profesional por parte de cualquier miembro de la red".

Vicente de los Ríos.

Álvaro Iglesias.

Las Networks permiten a la correduría fidelizar al cliente español que sale fuera

Pedro Serra comentó que pertenecen a Uniba Partners, que se creó en 1987 y cuenta con más de 60 corredores repartidos en unos 130 países. Lo integran "correduría locales de tamaño mediano o pequeño y que operan en todos los ramos". Lo que más valoran desde Ferrer & Ojeda "no es el negocio que recibimos, que es importante, sino poder fidelizar al cliente español que sale fuera". Lo habitual, a no ser que se trate de una comisión muy alta, es que la comisión se la quede por completo el socio que realiza el trabajo.

Por último, Enrique Schoch afirmó que "somos los más peculiares de los cuatro que estamos aquí". Brokers-Link nace en 2004, pero hasta 2008 no comienza a operar. En 2015, deciden convertirse en una compañía, con las correduría como accionistas. Además tienen cautivas en Malta que les permiten dar ciertos servicios. También cuentan con una plataforma que en tiempo real informa de todo lo que ocurre.

Para pertenecer a las networks es necesario pagar

una cuota anual que, en algunos casos, depende de la facturación de cada correduría. Además, como parte de la financiación, cuentan con la esponsorización de las aseguradoras para los eventos anuales.

En el caso de que una correduría de otro país con la que tienes negocios deja de ser socia del networks al que perteneces, Serra explica que te permiten mantener con ella la cartera que ya tienes, pero para el negocio nuevo se tiene que buscar a un socio.

EL MISTERIO DE REINVENTARSE

Tras la pausa del café llegó el 'Misterio de reinventarse: cómo adaptar mi empresa a la era digital' de la mano de Vicente de los Ríos, CEO de Líderes y Digitales. Afirmó que se trata de un aspecto necesario si tenemos en cuenta que casi la mitad de las empresas que se crearon en 2014 no llegaron a 2017. Esto se debe, entre otras cosas, al *'Grundswell'*, "fenómeno social que consiste en que las personas utilizan las tecnologías para intercambiarse lo que necesitan, sin recurrir a empresas".

Pero realmente, ¿cómo están cambiando los negocios? De los Ríos habló de 6 aspectos a tener en cuenta: el principio de la economía colaborativa; la entrada de modelos disruptivos; los cambios en la cadena de valor producidos por la tecnología; el paso del *customer centric* frente al *product centric*; y la entrada de nuevos líderes digitales. En su opinión, la disrupción aparece en el mercado cuando se trata mal al cliente y no cuando falta tecnología.

Para reinventar una empresa hay que: equilibrar el corto y el largo plazo y ver si es necesario revisar el modelo de negocio; escuchar más y hablar menos, hacer una escucha consecuente que lleve a la acción; asumir riesgos y cambiar la forma de tomar las decisiones; probar cosas diferentes, hay que innovar aunque no siempre funcione; estar en contacto con la realidad y trabajar con los otros, no se puede hacer la transformación solos; tener sensatez y criterio para satisfacer las necesidades reales; generar confianza, apostar por los valores humanos y ver cómo se sienten nuestros clientes; y contar con la experiencia de los más mayores de la empresa. A esto hay que unir el liderazgo y la comunicación.

Joaquín Tabernero.

La Ley de Distribución de Seguros ha transpuesto de forma literal la IDD. Sin añadir obligaciones que no estuvieran en ella

LA REALIDAD DE LA OMNICANALIDAD EN LOS CORREDORES

Las tres últimas intervenciones se centraron en la figura del corredor omnicanal. Para Álvaro Iglesias, profesional independiente del sector asegurador, la clave está en traspasar al modelo digital la experiencia de cliente que ofrecemos a nivel personal.

La omnicanalidad es una apuesta empresarial rentable que se basa en tres pilares: conocer bien al cliente, definir su experiencia y gestionar la conversación (determinar cómo te comunicas con él).

Álvaro Iglesias señaló algunos pasos claves que hay que dar: Tener una estrategia y disponer de los recur-

sos necesarios para llevarla a cabo; estrategia de marketing digital; disponer de los medios digitales; analítica (hay que estar midiendo los resultados permanentemente); disponer de CRM; y mejorar la experiencia de cliente con un plan de clientes.

Joaquín Tabernero, CEO de Finsa Correduría Técnica de Seguros, y José Antonio Carrasco, director de Innovación de Ruiz Re y Segurisimo, explicaron qué están haciendo las corredurías en las que trabajan.

Tabernero indicó que cuentan con negocio directo, integración de corredurías, agentes exclusivos (colaboradores de una red propia) y colaboradores como administradores de fincas y otras apuestas digitales (como la plataforma que tienen para los talleres, concesionarios, acuerdos con agencias de viaje a través de la web, seguros de hípica que se basan en la omnicanalidad…).

En Finsa Correduría Técnica de Seguros llevan a cabo la omnicanalidad, "utilizando herramientas al alcance de nuestros recursos limitados; haciendo partícipes del cambio a todos los miembros del equipo; mediante la formación específica; buscando el mayor apoyo de nuestros proveedores tecnológicos; y analizando la experiencia del cliente por cada uno de nuestros canales".

Entre otras cosas, resaltó la importancia de la utilización de WhatsApp Business, que es barato y tiene un retroceso muy bueno. Además cuentan con una web que da asistencia las 24 horas del día, incluso los festivos; un call center que siempre está atendido; la utilización del CRM para disponer de toda la información del cliente; la utilización de firma digital; empleo de procesos automáticos; y uso frecuente de las redes sociales. Entre sus objetivos futuros figura la mejora de la web del cliente; el uso de los chatbot y la contratación online de los clientes.

José Antonio Carrasco.

La disrupción aparece en el mercado cuando se trata mal al cliente y no cuando falta tecnología

Por su parte, José Antonio Carrasco señaló que la clave del éxito que está teniendo Ruiz Re Correduría de Seguros está en la cercanía con el cliente. Al cambiar su modelo de negocio y empezar a trabajar con colaboradores, se hizo necesaria la inversión en tecnología. Por eso, según Carrasco, "hemos incorporado talento y tecnología en todos los procesos (tanto propia, como del mercado)".

Asimismo, dio a conocer las bondades de Lemon, la insurtech creada por la correduría, que ofrece soluciones que simplifican, facilitan y ayudan a gestionar la empresa. Se consigue un mayor número de datos del cliente, que facilitan la venta cruzada.

En cuanto a Salomon, una herramienta innovadora con tecnología propia, dijo que permite comparar de forma objetiva diferentes seguros incidiendo en la cobertura que más interesa al cliente. Incluso puede comparar productos de compañías con las que no trabaja la correduría.

Entre los objetivos de futuro está crear un CRM omnicanal propio, un cotizador de seguros personales, el análisis predictivo de perfiles y el uso del Big Data.

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

Pon en marcha tu propia **ESTRATEGIA** de ciberseguridad en solo 3 pasos

Miguel Aguilar, director de Desarrollo de Negocio y Suscripción de Hiscox

El incidente cibernético es, estadísticamente, el mayor riesgo al que se enfrentan las empresas en la actualidad. Por eso es tan importante poner en marcha una estrategia propia de ciberseguridad en solo 3 pasos.

El Instituto Nacional de Ciberseguridad (Incibe) gestionó más de 100.000 incidentes en 2019 y estima que las pequeñas y medianas empresas sufren el 70% de este tipo de ataques. Directivos y empresarios deben ser conscientes de las consecuencias a las que están expuestos, o saber que en ocasiones un ciberataque puede detener su actividad, un hecho que si se alarga en el tiempo podría significar el cese del negocio.

Al igual que cualquier profesional es experto en su propia actividad, las aseguradoras tenemos entre nuestras principales habilidades una que destaca sobre el resto: **la capacidad de evaluar los riesgos.** De varios estudios se deduce que es nueve veces más probable sufrir un siniestro cibernético que un robo en cualquier centro de trabajo.

El tejido empresarial español está asegurado por debajo de sus necesidades, y tienden a contratar los seguros mínimos u obligatorios. Lamentablemente esta decisión puede convertirse indirectamente en el primer paso hacia el cierre del propio negocio.

El último informe de Hiscox sobre riesgos en las empresas elaborado por YouGov, compañía de investigación, ponía de manifiesto que el incidente cibernético es, estadísticamente, el mayor riesgo al que se enfrentan las empresas en la actualidad, seguido de sufrir una inundación o un robo en las oficinas o centro de trabajo. Y el problema es que ningún dato indica que esta realidad no vaya a ir a más, tanto en valores cuantitativos, por número de siniestros, como en valores cualitativos, con incidentes más evolucionados y de mayores consecuencias, tanto financieras como de reputación para las compañías.

CREANDO UNA ESTRATEGIA DE CIBERSEGURIDAD PARA LA PYME

Aunque cada día es más habitual encontrarnos con negocios que desarrollan e integran la estrategia de ciberseguridad, las pymes españolas continúan necesitando recursos y las ciberamenazas, sus consecuencias y el impacto negativo en los negocios evolucionan a mayor velocidad y cada día son mayores. Los ciberdelincuentes son cada vez más rápidos y sofisticados, y tienen en su punto de mira a las empresas de cualquier tamaño.

La pregunta que se hacen los directores o gerentes de

estas pymes es, "¿por qué alguien va a tener interés en atacar mi empresa?", cuando debería preguntarse, "si fueras un ladrón a qué casa entrarías, ¿a una grande con un sistema de seguridad de alarma o a una pequeña con la ventana abierta?" En este nuevo escenario, las pymes españolas deben cambiar el chip: tomar conciencia de la importancia de la ciberseguridad y aplicar medidas preventivas sólidas.

El primer paso será identificar los riesgos a los que está expuesto el negocio, o sea, saber cuáles son sus amenazas reales. A partir de ese ejercicio recomendamos establecer medidas de seguridad básicas y actualizar o adquirir nuevo software. En segundo lugar deberíamos poner en marcha un programa de formación y concienciación del equipo, así como facilitar procesos de copia de seguridad, control de proveedores, protocolos de acceso a la información de la compañía y control de transferencias. Y por último, habría que establecer un control y actualización de los procesos de manera sistematizada para saber que la estrategia de ciberseguridad funciona, y para completar la protección, transferir el riesgo potencial de un siniestro cibernético a una póliza especializada.

El ciberseguro representa la mejor herramienta para dar una respuesta ágil y eficaz a un incidente de este tipo y aminorar los daños

Lamentablemente, en numerosas ocasiones, los ciberataques no se pueden evitar. El ciberseguro representa la mejor herramienta para dar una respuesta ágil y eficaz a un incidente de este tipo y aminorar los daños. Sin embargo, esta cobertura sigue siendo la solución aseguradora menos utilizada por las empresas.

Desde Hiscox ayudamos a nuestros corredores y sus clientes, empresas y profesionales, a pensar en las necesidades básicas de protección, ofreciéndoles una solución aseguradora integral para fortalecer la seguridad de su negocio. Disponer de un seguro para incidentes cibernéticos no solo protege a las empresas ante los incidentes más habituales, como puede ser una infección por virus, la negación del servicio, o una brecha de seguridad de datos, sino que cubrirá a estos negocios ante ataques que aún no existen y que están siendo desarrollados por los ciberdelincuentes en este momento.

SI EL RIESGO ES SENCILLO,
NO TE COMPLIQUES

MyHiscox: cotización
y emisión inmediata.

www.myhiscox.es

HISCOX

Unit linked vinculado a un bono socialmente responsable

Mapfre refuerza la oferta en seguros de Vida–ahorro con el lanzamiento de 'Valor Activo III', un nuevo unit linked a prima única, ligado a la evolución del índice Eurostoxx Select Dividend 30 (S3DE Index) y vinculado a un bono social de BBVA cuyos fondos irán destinados a proyectos sociales

Este seguro de Vida-ahorro supone una alternativa para ahorradores que busquen las posibles rentabilidades positivas generadas por la renta variable, y que estén dispuestos a asumir un riesgo moderado.
El producto tiene una duración de algo más de 2 años, al término de la cual se reembolsará el 100% del capital más un rendimiento del 5,12%, si el índice ha evolucionado positivamente o se ha mantenido. En el caso de que el valor del índice al vencimiento se encuentre entre el 90% y el 100% respecto al valor de referencia inicial, el seguro reembolsará el 100% del capital, garantizando así el capital íntegro. Sólo en el caso de que la evolución del índice fuera inferior al 90% respecto al valor inicial, se abonará el 90% del capital invertido.
'Valor Activo III' cuenta con la posibilidad de vencimiento anticipado transcurrido un año desde la contratación de la póliza, con una posible rentabilidad del 2,56% si el índice evoluciona positivamente respecto a su valor inicial o se mantiene igual..

Mutua de Propietarios ha presentado 'Hogar Sin Barreras', el primer seguro destinado a las personas con movilidad reducida. Creado para atender sus necesidades especiales, el seguro incluye asesoramiento e información en materias vinculadas a la discapacidad, la realización de un diagnóstico de accesibilidad, un servicio de telefarmacia, la responsabilidad civil derivada del uso de sillas de ruedas con motor o la gestión de subvenciones y licencias, entre otras coberturas.

Producto de Hogar para personas con movilidad reducida

El nuevo seguro de Mutua de Propietarios cubre la gestión de los trámites de solicitud de subvenciones y ayudas para la ejecución de las mejoras propuestas en el estudio de accesibilidad que se realiza; de las licencias, y de las ayudas para personas con discapacidad y mayores con limitaciones de movilidad.
El asesoramiento telefónico sobre aspectos como los recursos sociales y asistenciales del municipio y de la comunidad autónoma de residencia –por ejemplo, teleasistencia, ayuda domiciliaria, centros de día o residencias completan este seguro que trata de hacer la vida más fácil al 74% de las personas con discapacidad que afirma tener dificultades para desarrollar las actividades básicas de la vida diaria.

Planes de pensiones basados en el ciclo de vida del cliente

Caser Generación es la gama de planes de pensiones basados en el ciclo de vida del cliente creada por Caser Pensiones con el objetivo de adecuar las inversiones en función de la edad.

Son planes diseñados para adaptar la inversión automáticamente, de tal forma que a medida que va pasando el tiempo sea más conservadora. Esta gama de planes de pensiones formada por 'Generación 60', 'Generación 65' y 'Generación 70', se caracteriza por una mayor proporción en renta variable en las generaciones más jóvenes, cambiando a renta fija para preservar las ganancias obtenidas con la renta variable en el largo plazo. El objetivo es ir estabilizando las ganancias según se acerca la fecha de jubilación.

En todos los planes de pensiones de Caser Generación las aportaciones pueden ser periódicas y/o extraordinarias, siendo el importe mínimo de 30 euros. Además, cada plan invierte en diferentes activos financieros sin tener que cambiar de producto y sin estar pendiente de los diferentes momentos de mercado y según se va acercando la fecha de jubilación. Otra de las características de Caser Generación es el compromiso y la realización de inversiones en activos socialmente responsables.

Póliza específica para personas con autismo

DKV, junto con la agencia Cobergest, en colaboración con Federación Autismo Madrid, han desarrollado una póliza de Salud integral para personas con Trastorno del Espectro Autista (TEA) que ofrece una atención especializada con profesionales formados en TEA, un gestor personal de atención sanitaria y tiempo reducido de espera en el hospital.

En una primera fase, se pondrá en marcha una prueba piloto en Madrid, donde los pacientes serán atendidos en el Hospital Universitario HM Montepríncipe. Posteriormente, se extenderá al resto del territorio nacional.

La póliza cuenta con asistencia primaria, urgencias, especialidades médico quirúrgicas, medios de diagnóstico, con alta tecnología, psiquiatría, cobertura dental, cobertura en accidentes de tráfico y laborales, fisioterapia y rehabilitación, entre otras.

Además, con este seguro de Salud se ofrecen beneficios a los usuarios y un cuadro médico muy completo.

Los profesionales de la salud recibirán formación en TEA con el asesoramiento de Autismo Madrid.

Asistencia en Viaje, que cubre actividades deportivas y de aventura

International SOS ha lanzado un nuevo seguro que se incorpora a su oferta de Asistencia en Viaje para particulares, especialmente pensado para todas aquellas personas que les gusta combinar sus viajes por el mundo con su deporte favorito.

'Asistencia en Viaje Deporte y Aventura', incluye un amplio listado de deportes cubiertos, gracias al cual podrán disfrutar de una tarde de surf, un día de escalada, una ruta de alpinismo..., incluso una sesión de paracaidismo de hasta 5.000 metros de altura. Se puede contratar de forma sencilla, con garantías opcionales y límites económicos configurables, adecuados para cada persona y cada viaje.
Incluye: Asistencia médica y sanitaria con ámbito de cobertura mundial; hasta 200.000 euros de gastos médicos en el extranjero; gastos ilimitados en caso de traslado sanitario o en caso de repatriación por fallecimiento; hasta 20.000 euros en caso de fallecimiento o invalidez absoluta por accidente; gastos de anulación de viaje de hasta 3.000 euros; límite de 2.400 euros para la cobertura de pérdida o robo de equipajes; y hasta 3.000 euros en reembolso de vacaciones.
Y para los amantes del esquí y el snowboard, se incluye: rescate en pistas; gastos de ambulancia por accidente; gastos de muletas por accidente; gastos de forfait; y pérdida de clases de esquí.

Seguros de Accidentes con tarifas asequibles

Mapfre lanza 'Renta 80' y 'PRM del conductor', dos nuevos seguros de Accidentes individuales, con tarifas muy asequibles.

'Renta 80' está destinado a proteger al asegurado ante cualquier accidente que le pueda ocurrir durante las 24 horas del día, y de forma opcional se puede contratar la garantía de gastos sanitarios desde 80 euros.

Por su parte, 'PRM Conductor' es un seguro de Accidentes individual destinado a la protección del asegurado durante la conducción. Es un producto que complementa al seguro del Automóvil, pudiéndose contratar desde poco más de 60 euros.
En ambas modalidades, las garantías y sumas aseguradas vienen predeterminadas en el momento de la contratación y el asegurado percibirá una indemnización inicial en caso de accidente y, además, una renta mensual durante 10 años.

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**

Las empresas pierden más de 321 millones al año por el dirty data

Cada vez son más las empresas que se ven desbordadas en la recopilación, el procesamiento y el almacenamiento del volumen de datos relacionados con sus actividades habituales de negocio. A esta realidad se le suma una nueva variable poco explorada y conocida por el tejido empresarial: el dirty data. Según los últimos datos analizados por la deeptech española Hocelot, este fenómeno provoca cada año en España unas pérdidas de 321 millones de euros.

En los últimos años, los dirty data, es decir, el conjunto de datos incorrectos, incompletos, desactualizados o duplicados que se encuentran en las bases de datos de las empresas, se han convertido en uno de los principales obstáculos para las compañías. Estos datos pueden ser incorrectos bien porque el usuario se ha equivocado al introducirlos o han quedado obsoletos (por ejemplo, por un cambio de domicilio), o bien porque han sido falsificados de forma intencionada con fines ilegales o delictivos en encuestas, formularios o solicitudes de prueba de un servicio.

Contar con un dato fiable y actualizado es vital para las empresas que necesitan analizar el perfil de sus clientes para ofrecerles un producto personalizado (aseguradoras, bancos, compañías telefónicas…). Cuando esos datos son erróneos, las compañías incurren en pérdidas importantes, ya que se pierde agilidad en los procesos y se toman decisiones de negocio en base a análisis incorrectos.

La Agencia Tributaria (AEAT) lanzó a primeros de febrero el borrador del Modelo 303 de declaración mensual del impuesto, por parte de 13.000 contribuyentes escogidos como avanzadilla.

Hacienda lanza el nuevo modelo de declaración mensual del IVA que empezarán usando 13.000 pymes

Se trata de empresarios incluidos en el Suministro Inmediato de Información (SII) o IVA en tiempo real, en vigor desde julio de 2017, dados de alta en el Registro de devolución mensual (Redeme) en donde se encuentran pequeñas empresas, muchas de ellas, pymes exportadoras, según fuentes de la AEAT.

En 2021 se espera que el borrador amplíe los servicios que ofrece y que vaya incorporando contribuyentes. La AEAT no se marca un objetivo cerrado y por ahora avanza que los cerca de 3,5 millones de declarantes del impuesto podrán en el futuro beneficiarse de un servicio personalizado. Todos los contribuyentes obligados a presentar autoliquidación por IVA podrán recibir asistencia para la confección del modelo 303. Quienes no estén en el SII y quienes sí lo estén, pero no sea posible ofrecerles un cálculo de la liquidación dispondrán de información y trámites censales, a lo que se sumará la precumplimentación de otros campos.

La Agencia Tributaria podrá acceder a la base de datos de los notarios sobre los titulares reales de empresas

La Agencia Tributariay el Consejo General del Notariado han suscrito un convenio en virtud del cual la Agencia podrá acceder a la información contenida en la base de datos de Titularidad Real del Notariado, información que para Hacienda será de "gran utilidad" para la lucha contra el fraude fiscal en relación con la creación de entramados societarios opacos con fines fraudulentos.

Según la Agencia Tributaria, el acuerdo entre ambas partes supone un reforzamiento de la colaboración que venían manteniendo en base a convenios anteriores, así como una "sensible mejora" en la obtención de información para la lucha contra el fraude.

El acceso sistemático de la Agencia Tributaria a la información de los notarios sobre titularidades reales de personas jurídicas, que comenzará dentro de un par de meses y tendrá una actualización mensual, permitirá reforzar el control de los entramados societarios de entidades supuestamente independientes.

Hacienda indica que la aparente falta de conexión entre este tipo de sociedades facilita a quienes las controlan la creación de redes de facturación falsa u operativas fraudulentas como la facturación recíproca para eliminar beneficios del grupo, el desplazamiento ilícito de rentas hacia entidades sin tributación efectiva, la obtención de devoluciones improcedentes o el alzamiento de bienes.

Resulta de especial importancia para la Agencia la información que obtendrá sobre actos y operaciones en las que participe una persona jurídica o un '*trust*', dada la asiduidad con que se realizan operaciones societarias con la única finalidad de crear redes de opacidad para realizar actividades defraudatorias.

Un ciberataque puede costar a una empresa entre 35.000 y 75.000 euros

Según el último informe del comparador Acierto.com, se estima que los hackeos en España tuvieron un impacto de 40 millones de euros. Una cifra probablemente por debajo de la realidad si tenemos en cuenta que no todas las víctimas denuncian. El coste medio de un ataque a una de ellas ronda entre los 35.000 y 75.000 euros, en función del tamaño de la entidad.

Según datos de su último informe, el 70% de los ciberdelitos están dirigidos a pymes y, en los últimos años, los ataques informáticos a compañías han aumentado un 130%. El problema es importante porque 6 de cada 10 pequeñas y medianas empresas que son víctimas de un ataque informático desaparecen seis meses después de él.

A pesar de la magnitud del problema, poco más del 30% de las pymes encuestadas cuenta con protocolos de seguridad básicos, e incluso con el protocolo web https.

Se deroga el despido por bajas laborales

El 20 de febrero entró en vigor el Real Decreto-ley que deroga el artículo '52.d' del Estatuto de los Trabajadores que permite a los empresarios el despido objetivo de un trabajador por acumular faltas de asistencia aunque estén justificadas, tras su publicación en el Boletín Oficial del Estado (BOE).

La supresión del '52.d' se produce después de que el Tribunal Constitucional, en una sentencia conocida a finales de octubre, avalara la extinción del contrato laboral por causas objetivas si hay faltas de asistencia justificadas aunque intermitentes.

Ahora el Gobierno, siguiendo también recomendaciones del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE), procede a derogar este artículo para que la acumulación de ausencias justificadas deje de ser una causa objetiva de despido, cuya indemnización es de 20 días por año trabajado con un máximo de 12 mensualidades.

El Ejecutivo argumenta en la norma que el artículo '52.d' es susceptible de provocar discriminación indirecta por razón de discapacidad, ya sea porque el despido recaiga sobre personas con diversidad funcional reconocida o porque afecte a personas con enfermedades de larga duración..

Eliminar la brecha laboral de género tendría un impacto económico de más de 200.000 millones

La brecha salarial de género asciende al 21,9% (las mujeres cobran 5.784 euros anuales menos que los hombres), según un informe de la plataforma ClosinGap elaborado por la consultora PwC. Eliminar la brecha de género en el empleo y en la ocupación a tiempo parcial tendría un impacto económico de 201.913 millones de euros, representativos del 16,8% del PIB.

La directora de Strategy&Economics de la consultora PwC, Anna Merino, ha explicado que cerrar la brecha de género en el empleo -de 12 puntos porcentuales en 2018- impulsaría el PIB en 137.700 millones de euros, el 11,5% del PIB.

Asimismo, cerrar la brecha entre las tasas de parcialidad masculina (7%) y femenina (24%), mejorando la presencia de mujeres con jornada a tiempo completo, podría inyectar otros 50.800 millones de euros en la economía (4,2% del PIB).

Si se elimina la diferencia entre el número de horas trabajadas por ambos colectivos, la brecha salarial desciende, pero se queda en el 13,5%, siendo el salario por hora de las mujeres 2,2 euros inferior al de los hombres.

Grupo Pelayo cierra 2019 con un beneficio neto de 5,3 millones

La facturación de Pelayo en 2019, matriz del Grupo, se ha situado en 362,4 millones de euros, con un ligero descenso de un 1,3% respecto a 2018. La cartera total de pólizas supera los 1,3 millones, con un volumen de clientes próximo a un millón y una cuota en el mercado de Autos de un 2,7%.

La mutua mantiene un excelente nivel de solvencia, situándose 2,8 veces por encima de la cuantía de solvencia exigida. El capital disponible se ha situado en 367,8 millones de euros.

La facturación de Autos, la más importante para Pelayo, fue de 298,7 millones de euros, un 1,6% inferior a 2018, y la cartera de este ramo ha alcanzado las 851.738 pólizas.

El ratio de siniestralidad se ha situado en un 68,5%, frente al 70,8% de 2018. Esta mejora se debe a los esfuerzos que se están haciendo en el control de costes, así como a la apuesta de Pelayo por una cartera de calidad.

Con todo ello, el beneficio neto ha alcanzado los 4 millones de euros, lo que supone un aumento del 34,4% sobre los 3 millones de euros del ejercicio anterior. Este incremento es muestra del buen comportamiento de la política de selección hacia mejores riesgos y del ajuste de los gastos durante el ejercicio.

Agropelayo, sociedad constituida con los negocios agrarios de Pelayo y Agromutua, se ha mantenido como uno de los líderes del sector agrario, con una cuota de mercado del 17%. En el ejercicio 2019 ha alcanzado una facturación de 140,8 millones de euros y un beneficio neto de 2,1 millones de euros, rompiendo la tendencia de pérdidas de los dos años anteriores por los adversos fenómenos meteorológicos.

Los objetivos prioritarios para 2020 se enfocan a incrementar beneficios, fidelizar a los clientes de mayor valor, implantar un modelo de omnicanalidad y seguir aumentando la diversificación del negocio. Asimismo, la mutua ha iniciado un Plan de transformación empresarial apostando por la innovación y la tecnología, y mantiene el objetivo de ser líderes en calidad percibida por el cliente, con un servicio más personalizado, cercano y comprometido, para aumentar la fidelidad.

La compañía de Vida, de la que Pelayo es socio al 50% con Santalucía, ha alcanzado una facturación de 16,8 millones de euros, unos fondos gestionados de 95,9 millones de euros y un beneficio neto de 0,3 millones de euros.

ICEA da a conocer más de 20 oportunidades de negocio asegurador

Altran España e ICEA han identificado en la jornada 'La convergencia de los seguros personales en el futuro' más de 20 oportunidades de negocio para el sector asegurador durante la próxima década. Entre ellas, destacan los seguros de Dependencia, la integración vertical de las aseguradoras y las alianzas con las big techs.

El evento fue inaugurado por José Antonio Sánchez, director general de ICEA, quien puso en contexto la situación actual de "un sector rentable y solvente, que ha mejorado en 2019", algo que, en su opinión, le va a permitir afrontar las transformaciones necesarias con más tranquilidad. Apuntó que la batalla de las empresas se ha trasladado a otros ecosistemas, donde las big techs, tenderán a hacerse con la distribución.

Antonio Martín, director del área de Estudios y TI de ICEA, realizó una detallada fotografía del sector al cierre de 2019. En su opinión la situación no va a ser optimista en los próximos años, cuando el negocio de Vida se enfrente a un entorno duro, con un considerable aumento de la esperanza de vida, una pérdida del equilibrio entre el negocio de Vida-riesgo y ahorro y un cambio en las reglas y los modelos de negocio a causa de la Inteligencia Artificial y el Machine Learning. Ante este panorama, coincidió con el director general de ICEA en que será necesaria una mayor personalización de los productos, así como una integración con servicios adicionales para "aminorar la incertidumbre y equilibrar la cuenta de resultados". Para No Vida estimó difícil mantener los niveles de rentabilidad, "pese a tener una situación envidiable para abordar los cambios". El reto será, concluyó, "ir a un modelo que permita mantenerse y, a la vez, lograr rentabilidades elevadas".

Por su parte, Víctor Pizarro, Head of Strategy and Transformation de Servicios Financieros en Altran España, identificó las macrotendencias que configurarán el sector asegurador en 2030, también las oportunidades de negocio emergentes para futuros escenarios dentro del sector e indicó los cambios que deben realizar las aseguradoras para poder sobrevivir en un entorno altamente competitivo, con nuevos *players* y en un momento en el que los patrones de consumo están cambiando de forma acelerada. "No vamos a adivinar el futuro –advirtió-, son reflexiones sobre futuros plausibles y cómo afrontarlos en el caso de que estos sucedan. El futuro es impredecible".

No obstante, sí estimó posible identificar oportunidades, mediante el uso de técnicas de Scenario Planning, para lo que consideró imprescindible "quitar barreras mentales". El equipo que elaboró el informe detectó cuatro palancas que serían la clave de la elaboración de los escenarios futuros: la estabilidad de la Seguridad Social, la proliferación de la tecnología, la comercialización de seguros en forma de servicio y la aparición de nuevos *players*.

Se identificaron más de 20 oportunidades de negocio, de las cuales se seleccionaron tres, que se acoplaron a cada uno de los posibles escenarios: los seguros de Dependencia, la integración vertical de las aseguradoras y las alianzas con las big techs.

De ahí, se extrajeron las siguientes conclusiones:

- Respecto al seguro de Dependencia, se prevé que en 2030 en España habrá un mercado potencial de 2.952 millones de euros. Teniendo en cuenta que la edad media de contratación de este seguro es de 45 años, los potenciales clientes serían más de 21 millones.

- En cuanto a la integración vertical, las conclusiones indican que los mercados adyacentes con mayor potencial para una aseguradora son los hospitales privados no benéficos, las residencias privadas de la tercera edad y las funerarias. De acuerdo con los análisis propios y con los índices de facturación de estos sectores en los últimos años, se prevé que hasta 2030 los primeros crezcan un 46%; las segundas, un 39%; y las terceras, un 18%.
- Los principales argumentos con los que se defiende la oportunidad de las alianzas con big techs son: que el 48% de los asegurados españoles utiliza al menos un dispositivo conectado para monitorizar sus automóviles, hogares y/o salud, y se espera que alcance el 80% en el futuro; que los dispositivos conectados aumentan hasta 5 veces las interacciones con las aseguradoras, lo que está relacionado con una mejor experiencia de cliente; que existe una clara correlación entre conectividad y fidelización y, especialmente, "que el 50% de los consumidores estarían dispuestos a considerar a Amazon a la hora de comprar un seguro por sus precios competitivos, su reputación y su facilidad en el proceso de compra", subrayó el directivo de Altran.

Como cierre, se identificaron cuatro puntos de acción que las aseguradoras deberían abordar en el corto plazo: reformular su aproximación al asegurado, "con productos más sencillos, que entienda el consumidor", impulsar la conciencia del ciudadano conectado, redefinir su canal de distribución y el papel del intermediario y, por último, reformular la suscripción, "personalizarla", para lograr una mejor experiencia y mayor fidelización.

La jornada se cerró con un debate en el que participaron Joaquín Mariano López, COO de Hospitales HM; Rubén Muñoz, COO de Santalucía; José Miguel Rodríguez, profesor y coordinador académico de UC3M; y Germán Bautista, director de Negocio Grandes Cuentas y Clientes de Caser, y en el que Javier de la Lama, director de Servicios Financieros de Altran España, actuó como moderador. Todos ellos coincidieron en la necesidad de personalizar los servicios que se ofrecen e incluir servicios añadidos, pero también en la importancia que van a tener los datos para el sector y la oportunidad de negocio que puede suponer su explotación. Asimismo estuvieron de acuerdo en la importancia del servicio, en la necesidad de buscar alianzas con otros actores del mercado y en que se pasará de "un modelo de contingencias a un modelo de prevención".

Caución, la modalidad de No Vida que más crece

Durante el año 2019, la modalidades de seguros de No Vida que más creció fue Caución, con una subida del 44,04%.

Por detrás se sitúa a gran distancia Transportes, con un 8,27%; Asistencia, con 6,37% y Otros Daños a los bienes, con un 6,36%, ha señalado ICEA.

Mapfre crece un 15,2% en 2019

El beneficio neto de Mapfre en 2019 se situó en 609 millones de euros, una cifra que representa un incremento del 15,2% respecto al año anterior. Los ingresos del Grupo aumentaron un 7,1%, hasta los 28.472 millones de euros. En cuanto a las primas, la subida fue del 2,2%, hasta los 23.044 millones de euros, gracias, entre otros, a la buena evolución del negocio en España, en el área regional Latam Norte y al negocio reasegurador. Los tipos de cambio de monedas no han tenido un impacto relevante en este ejercicio (+0,2%).

Los resultados de este año están fuertemente condicionados por el coste de los tifones Faxai y Hagibis en Japón (107 millones de euros), los daños producidos por los disturbios causados en Chile (24 millones) y los daños derivados de las DANAs en España (17 millones), entre otros eventos. Las cuentas del año 2019 recogen, asimismo, un deterioro de los fondos de comercio de Mapfre Asistencia por importe neto de 66 millones de euros. Sin considerar los impactos catastróficos y los deterioros del fondo de comercio tanto en 2018 como en 2019, el beneficio de Mapfre habría subido un 1% hasta los 822 millones de euros.

En el área regional Iberia (España y Portugal), las primas se incrementaron un 0,8%, hasta los 7.718 millones de euros, mejorando también su resultado un 3,6%, hasta 498 millones de euros.

En España, las primas alcanzaron los 7.582 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 0,8%. En el ramo de Automóviles, las primas crecieron un 1,3%, hasta los 2.314 millones de euros. También destaca la buena evolución del negocio de Hogar, que creció un 4,8% y el de Comunidades, con un incremento del 8,5%. Las primas de Salud y Accidentes registraron un comportamiento positivo, al incrementarse un 3,7%.

Las primas de Mapfre Vida ascendieron a 2.473 millones de euros, un 5,8% menos que un año antes. Este descenso está motivado por las dificultades derivadas de los bajos tipos de interés, así como por una reducción del negocio bancoasegurador, debido a campañas de rentas de colectivos y productos de ahorro lanzadas en 2018 y que no se repitieron en 2019. Destaca la buena evolución de los seguros de Vida riesgo, con un crecimiento cercano al 10%. Asimismo, es importante destacar el aumento del patrimonio de los fondos de pensiones, que crecieron un 12,4%, hasta los 5.479 millones de euros, mientras que los fondos de inversión se incrementaron un 11,1%, hasta casi 3.600 millones de euros

En este sentido, Mapfre ha anunciado que premiará a los clientes que formen parte de su plan 'Programa tu futuro', otorgando hasta un 2% de bonificación a las aportaciones que realicen a los planes de pensiones adheridos a dicho programa, y cumplan los requisitos de la promoción.

El plan "Programa tu futuro" de Mapfre permite ahorrar en una cesta de fondos de pensiones adaptada a cada cliente, en función de su edad y perfil de riesgo, ajustando continua y automáticamente la composición de dichos fondos en función de las variaciones que se producen en el ciclo

vital de cada persona.

En esa política de regalos, por segundo año consecutivo, la aseguradora lanza la promoción 'Vuela con Mapfre', dirigida a todas aquellas personas que contraten una póliza de Autos y otra de Hogar antes del 30 de abril. Los clientes serán premiados con un vuelo nacional o internacional (Europa y Marruecos) de ida y vuelta para dos personas. Asimismo, el cliente se beneficiará de los 'descuentos por vinculación' por tener más de dos productos contratados con la compañía.

Asimismo, los clientes que contraten un seguro de Salud antes del 31 de marzo recibirán una suscripción gratuita de 6 meses al servicio premium de Savia, cuyo objetivo es acompañar al usuario en la gestión de su salud y la de su familia. Podrán acceder a este regalo tanto si contratan un seguro individual, ya sea de asistencia sanitaria o en la modalidad de reembolso.

Precisamente Savia ha sido reconocida como la mejor iniciativa en la categoría de inteligencia artificial de la 3ª edición de los Premios Digitales de El Español. El objetivo de estos galardones es dar visibilidad a las mejores iniciativas en materia de transformación digital.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha incorporado más de diez nuevos servicios a la cobertura de bricolaje y reparación de electrodomésticos de sus seguros de Hogar. Desde menos de 30 euros al año los clientes de la aseguradora podrán disfrutar de esta ampliación de cobertura.

Por otro lado, Mapfre ha dado a conocer que en 2019, sus clientes en España realizaron 65 millones de transacciones digitales, un 44,4% más que en 2018, y llevaron a cabo más de 960.000 descargas de apps, un 16% más. Además, la web de la compañía recibió el año pasado más de 15,8 millones de visitas, frente a los 12 millones de 2018.

Mapfre cuenta ya con más de 1,3 millones de asegurados registrados en su área de Clientes. Estos han realizado más de 1 millón de consultas de precio a través de sus tarificadores online.

Por último, señalar que Mapfre ha liderado el Ranking de Presencia en Internet de Aseguradoras del periodo de julio-diciembre 2019 de **Innovación Aseguradora.**

Ayax entra en el ramo de Caución de la mano de HDI Global

Ayax continúa su expansión para convertirse en la agencia de suscripción española líder del mercado en número de líneas de producto. Por eso, ha llegado a un acuerdo con HDI Global para distribuir el seguro de Caución.

Ayax ofrece un amplio abanico de garantías desde las contractuales hasta legales pasando por: Garantía de licitación (provisionales y definitivas); Garantía de acopio (de pago de anticipo); Garantía de mantenimiento; Garantía de calidad; Retenciones por daños materiales, por vicios o defectos de la ejecución que afecten a elementos de terminación o acabado de la obra; Garantía por gestión de residuos de construcción y demolición; Garantía de concesión; Garantía aduanera; Garantía de subvenciones; Garantía frente a AENA; Energías renovables.

Con posibilidad de emitir pólizas tanto para operaciones puntuales para determinados proyectos, así como líneas abiertas que puedan usar los clientes para diferentes proyectos.

AXA refuerza su compromiso con la mediación en la Convención de Corredores Partner

AXA ha congregado a sus corredores más destacados en la convención anual partner con el objetivo de presentar las principales novedades comerciales y el compromiso de la aseguradora con la mediación profesional. La compañía, en palabras del director del canal, Pedro Navarro, quiso agradecer el esfuerzo a los corredores por haber conseguido "un ciclo de crecimiento histórico".

"Los tres grandes retos que tenemos por delante en los próximos tres años es consolidar la estrategia de crecimiento sostenible, incrementar en tres puntos nuestra cuota de mercado y aumentar en un 20% las pólizas emitidas en los modelos de conectividad corredores", señaló Navarro.

Los directivos de la compañía desgranaron algunas de las novedades y mejoras para este ejercicio, entre las que destacaron la simplificación en los procesos de suscripción y la trazabilidad de los productos, que aportará transparencia para los corredores.

Durante la convención, AXA se mostró dispuesta a seguir trabajando en la mejora de las relaciones con los corredores, continuando con la escucha activa e incorporando sus propuestas. "No tenemos otra forma de distribuir que con la mediación profesional", aseguró Luis Sáez de Jáuregui, director de Distribución y Ventas de la aseguradora.

Durante la jornada, se recordó que AXA acaba de adquirir por quinto año consecutivo su compromiso de estabilidad, competitividad y servicio con la mediación profesional. En este sentido, Sáez de Jáuregui señaló: "Este compromiso dice que somos predecibles; y la predictibilidad en vuestros negocios aseguradores es fundamental".

Los responsables del canal reconocieron que aspiran a tener más del 33% de las primas de los corredores del mercado asegurador. "Nuestra estrategia pasa por hacer una selección de riesgos y ser muy buenos en precio en aquellos que nos interesa asumir", aseguró el director de Distribución y Ventas.

Los compromisos que ha adquirido AXA con la mediación independiente son vasos comunicantes en tanto que la simplificación del servicio y los procesos conducen a una mayor eficiencia, que permite a su vez una mayor competitividad.

Posteriormente, AXA hizo entrega de un galardón a Maciste Argente en reconocimiento a su profesionalidad y su importante trayectoria dentro de la mediación profesional. Argente es socio de Aprocose, presidente fundador de esta asociación, y presidente de Fecor entre 2018 y 2020.

Por otro lado, la aseguradora, en la Convención Nacional de los Territorios de la compañía, ha entregado el premio a la mejor gestión en diferentes ramos de AXA a Javier Montaraz, director general de Bárymont & Asociados.

Por último señalar que la entidad ha reorganizado dos de sus direcciones territoriales al nombrar a Mar Romero y Ainara Ruíz de Gauna nuevas directoras territoriales de Levante-Baleares y de Oeste respectivamente. Ambas directivas acumulan cada una más de 15 años de experiencia en la compañía donde han desarrollado diferentes puestos de responsabilidad.

Mar Romero es licenciada en Administración y Dirección de Empresas, PDG del IESE, Máster en Auditoría por la Universidad San Pablo CEU y Programa Promociona de Esade.

Por su parte, Ainara Ruíz de Gauna es PDD (Programa de Desarrollo Directivo) en la Escuela de Organización Industrial, Executive MBA por la EAE y diplomada en Magisterio.

Cesce aborda la internacionalización de la empresa andaluza en Latinoamérica

Cesce ha participado en el seminario 'La internacionalización de la empresa andaluza en Latinoamérica', celebrado en la Cámara de Sevilla. En el encuentro se abordaron las perspectivas económicas actuales, las principales coberturas que presta Cesce y su presencia en Latam.

El presidente de la Cámara de Sevilla, Francisco Herrero, en la inauguración del acto, adelantó que en 2020 este organismo va a poner en marcha "misiones comerciales en Colombia, Chile y México para impulsar y reforzar la internacionalización de las empresas andaluzas".

Durante su intervención, el presidente de Cesce, Fernando Salazar, ha recordado algunos de los principales riesgos que están afectando a los mercados actualmente, como el Brexit, la situación desatada por el coronavirus en China y la guerra arancelaria. Salazar ha subrayado la labor de asesoramiento y de cobertura del riesgo comercial y Caución que desempeña Cesce y ha explicado que, hoy en día, la compañía asegura más de 40.000 millones de euros en facturas. Además, ha destacado que el 86% de los clientes de Cesce son pymes y que, sólo en Andalucía, la aseguradora cuenta con 1.500 pólizas (987 de pymes).

Por su parte, la directora de Riesgo País y Gestión de Deuda de Cesce, Inés Menéndez de Luarca, ha puesto el foco en la desaceleración del crecimiento económico en Latinoamérica. "La creciente conflictividad social, la incertidumbre política y la presencia de importantes desequilibrios fiscales y externos se encuentran entre los principales factores de riesgo. No obstante, la región sigue ofreciendo interesantes oportunidades de negocio para las empresas españolas", ha remarcado.

Sobre la presencia de Cesce en Latam, el director de Filiales de la compañía allí, Jesús Urdangaray, ha recordado que la aseguradora acaba de cumplir 20 años en la zona y que, hoy en día, está operativa en 10 países en todo el mundo; 7 de ellos, en América Latina.

La facturación por primas de Reale crece un 3,68%

Reale Seguros ha presentado un avance de los resultados correspondientes al ejercicio 2019, en el que destaca el crecimiento por primas experimentado de un 3,68%, superando por primera vez los 900 millones de euros. Además, en España reduce su índice de siniestralidad hasta situarlo en el 59,3%, consiguiendo un crecimiento rentable mejorando en casi un punto porcentual el ratio combinado, que se sitúa en el 95,4%.

Ignacio Mariscal, consejero delegado de Reale Seguros, ha afirmado que "año tras año venimos presentando unas cifras muy positivas que confirman que tanto Reale Seguros como Reale Vida están consiguiendo desarrollar un negocio rentable y sólido, mejorando la eficacia en el modelo de gestión y rentabilidad de la actividad aseguradora. Y todo ello manteniendo nuestra apuesta decidida por la mediación, mediante la cercanía con nuestros colaboradores y clientes, y preparándonos para sus nuevas necesidades aseguradoras a través de la innovación".

Por ramos, destaca el crecimiento de Diversos, con Hogar y Pyme a la cabeza que han crecido más de un 4% en el último ejercicio. Con respecto al ramo de Auto, el incremento fue del 3,2%, cifra que casi duplica el crecimiento medio del sector. A esto se añade que el aumento en los ramos viene acompañado por una mejora en la selección de riesgos que hace que haya descendido la siniestralidad en casi 2,5 puntos porcentuales, situándose al cierre del ejercicio en el 59,3% (frente al 61,82% de 2018).

Respecto a los datos de Reale Vida y Pensiones, la otra compañía aseguradora de Reale Group en España, y que en 2020 cumple su décimo aniversario, destaca el aumento de la facturación por primas en 10 millones de euros, superando por primera vez los 50 millones (51,5 millones de euros).

La evolución del negocio se refleja en el incremento de la cartera de clientes. A cierre de ejercicio, 1.873.995 clientes confían en Reale Seguros, lo que supone un crecimiento del 3,5%.

Reale Seguros tiene previsto renovar su portfolio de productos durante 2020. Destaca el lanzamiento en el primer semestre del nuevo producto de Reale Moto y la renovación de su producto de Hogar. Durante 2019, se comenzaron a dar los primeros pasos en modalidades y versiones de productos dirigidos a los nuevos modelos de movilidad con el lanzamiento del producto RC para Patinetes y Bicicletas Eléctric@s. Este año, la compañía pretende desarrollar su oferta para vehículos híbridos y eléctricos.

En el ramo de Seguros Personales, la oferta se renovará y actualizará en tres productos: Reale Contigo (Decesos), Reale Accidentes y Reale Vida Global, con novedades tanto en la suscripción como en nuevas garantías acordes al mercado.

El último barómetro de Adecose ha reconocido a Reale Seguros como la compañía mejor valorada por parte de sus asociados (7,55). Asimismo, ha sido catalogada como mejor aseguradora en los ramos de Autos, Flotas, Daños Patrimoniales y Pérdidas Pecuniarias.

En otro orden de cosas, Reale Seguros ha reunido a 10 expertos de distintos

ámbitos para participar en un coloquio sobre el futuro de las pensiones. Tras la bienvenida, que corrió a cargo de la directora de Comunicación Institucional y RSE de Reale Seguros, Pilar Suárez-Inclán, el coloquio ha sido inaugurado con la intervención de la presidenta de Unespa, Pilar González de Frutos, que ha tratado de compartir con la audiencia algunas características que pueden tener las pensiones del futuro.

González de Frutos ha destacado que las pensiones del futuro se podrán caracterizar por: tener unos niveles más elevados de incertidumbre de los que tenemos en este momento; porque los jubilados tengan sistema "multipensión"; y porque las pensiones serán lo que decidamos en este momento que sean.

Desde el punto de vista de cómo el sector asegurador debe adaptar la oferta a los nuevos perfiles han participado Leticia Feria, directora de Oferta y Producto de Reale Seguros, y Cristina Alejandrina, responsable del Canal Agencias. Feria ha indicado la necesidad que tienen hoy en día las compañías de aborda una importante labor: educar a la gente en el ahorro.

Por su parte, Alejandrina ha subrayado que, desde las compañías se debe orientar a los clientes a encontrar un planificador financiero que le ayude a identificar sus necesidades.

Por último señalar que el **Colegio de Mediadores de Seguros de Lérida** ha organizado una jornada formativa CIDE/Ascide, en colaboración con Reale Seguros, en donde se habló del funcionamiento de los sistemas Cicos y SDM, y su capacidad de agilizar y simplificar las reclamaciones de siniestros entre automóviles.

Agroseguro abona más de 21,5 millones por siniestros de olivar en 2019

La adversa climatología del ejercicio 2019 ha elevado las indemnizaciones que Agroseguro ha realizado al seguro de olivar a más de 21,5 millones de euros por los daños ocasionados en 80.347 hectáreas.

En este cultivo ha sido la sequía, riesgo muy recurrente en nuestro país, la que más daños ha causado: la falta de lluvias ha afectado a los rendimientos tanto de aceituna de verdeo como de almazara, totalizando cerca de 13.000 hectáreas. Las tormentas de pedrisco, en algunos casos de gran virulencia, también han resultado especialmente dañinas y han afectado a casi 10.000 hectáreas de olivar. Entre ambos riesgos, la superficie afectada ha estado alrededor del 30% de la total asegurada.

La comunidad autónoma de Andalucía, principal zona productora de aceituna, acumula más de 19 millones de euros, de los cuales el 56,35% (10,78 millones de euros) se concentra en la provincia de Jaén. A continuación, se encuentran Extremadura, con 1,17 millones de euros, y Castilla-La Mancha, con casi 790.000 euros de indemnización.

Hiscox adapta su sistema de suscripción al formato de pago FACe

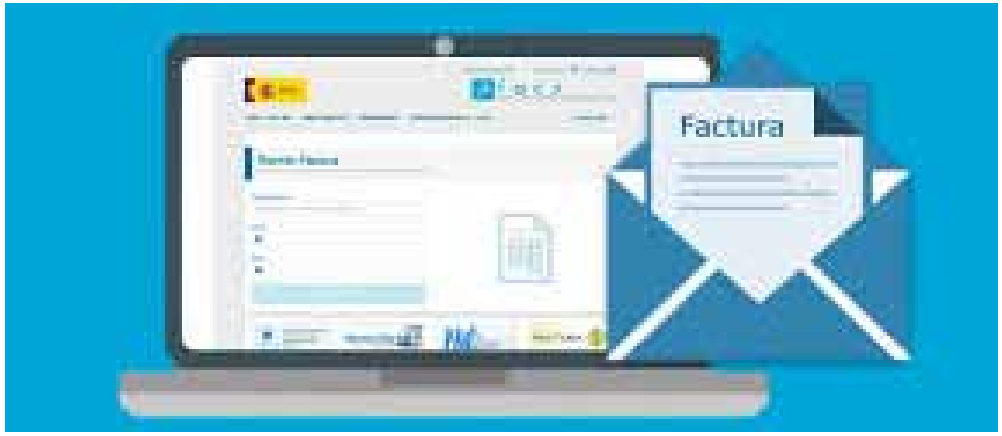
Hiscox ha actualizado su sistema de suscripción para adaptarlo a las características del formato de pago FACe, procedimiento de facturas electrónicas de la Administración General del Estado. Así, los corredores que colaboren con la compañía verán como los ficheros de pago se generarán de forma automática. Esta solución supondrá hasta un 80% de ahorro de tiempo en la gestión de las pólizas.

Para aquellas pólizas que se ajusten al sistema de pago FACe, bastará con que los corredores envíen en el momento de la cotización los datos requeridos como DIR3, Referencias, etc, y la factura de la póliza se emitirá de manera instantánea.

"En el trabajo que desarrollamos mano a mano con nuestros colaboradores, no solo tratamos de poner a su disposición las pólizas y coberturas más completas, sino que también dedicamos nuestros recursos a hacer su día a día más fácil. Prueba de ello fue la creación de la plataforma online MyHiscox, que les permite reducir el tiempo que dedican a cuestiones administrativas, y ahora también esta adaptación del procedimiento de suscripción que hará mucho más ágil el proceso de gestión de facturas electrónicas", ha comentado Diego Pedrosa, director financiero de Hiscox.

En otro orden de cosas, la aseguradora sigue en su objetivo de dar a conocer la importancia de la ciberproteción de los negocios y por eso ha distribuido entre el sector asegurador un decálogo en formato de infografía con algunos consejos básicos. La guía ha sido desarrollada para facilitar al corredor su trabajo de sensibilización con directivos y propietarios de compañías, o profesionales autónomos, de cara a afrontar un 2020 más ciberseguro y minimizar la exposición al riesgo.

El primer paso será saber cuáles son sus amenazas reales de cada negocio. A partir de ese ejercicio recomienda establecer medidas de seguridad básicas y actualizar o adquirir nuevo software.



Además, plantea poner en marcha un programa de formación y concienciación del equipo, así como facilitar procesos de copia de seguridad, control de proveedores, protocolos de acceso a la información de la compañía y control de transferencias. Por último, la compañía sugiere establecer un control y actualización de los procesos de manera sistematizada para saber que la estrategia de ciberseguridad funciona, y para completar la protección, transferir el riesgo potencial de un siniestro cibernético a una póliza especializada.

Además, dentro del programa de iniciación en ciberseguridad para corredores que está impulsando Hiscox, la compañía ha lanzado un espacio en su blog con el objetivo de acercar esta temá-

tica al sector. Asimismo, la aseguradora ha realizado una jornada sobre ciberseguridad para los asociados de **Apromes**.

En su campaña de formación a los mediadores, Hiscox ha impartido, en colaboración con el **Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid**, una sesión sobre seguros de RC Profesional y D&O. En ella, además de repasar las singularidades y posibilidades comerciales de ambos productos, se ha analizado el mercado y las necesidades que están demandando los profesionales y directivos de hoy. El objetivo de la sesión era animar a los mediadores a que se inicien o profundicen en el mundo de los seguros especializados para empresas y profesionales.

La aseguradora también ha impartido en Barcelona una sesión formativa, en colaboración con el **Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona** y la Fundació Auditorium, sobre seguros para altos patrimonios (hogares exclusivos, colecciones de arte y coches clásicos). La aseguradora ha revisado, además, las últimas tendencias del mercado en estos ramos. Además de los contenidos teóricos y prácticos en materia aseguradora, los colegiados han tenido la oportunidad de conocer ejemplos reales del 'valor añadido' que pueden aportar las pólizas para altos patrimonios.

Las indemnizaciones del seguro agrario superan los 640 millones

El ejercicio 2019 ha resultado meteorológicamente muy inestable, aunque algo más benévolo, en términos de indemnizaciones, que los anteriores, alcanzándose los 640,74 millones de euros. Desde este punto de vista, los tres últimos ejercicios se encuentran entre los cuatro más severos de la historia del seguro Agrario, solo por detrás de 2012, que fue el que registró el mayor volumen de siniestralidad.

En total, la superficie siniestrada alcanza los 1,9 millones de hectáreas, correspondiendo la mitad a daños por sequía en cultivos herbáceos.

Los eventos climáticos han afectado especialmente a los cultivos de frutales, con una indemnización de 115,17 millones de euros, y a los de herbáceos extensivos, con 115,10 millones, de los que más del 96% corresponden a cereal de invierno y girasol. A continuación, les siguen las producciones de cítricos, con más de 63 millones de euros, las hortalizas y la uva de vino, con más de 37 millones de euros cada uno, y el olivar, cuya indemnización supera los 21 millones de euros.

También son destacables las indemnizaciones en el seguro de compensación por falta de pastos, debido a la escasez de precipitaciones, que ascendieron a 24 millones de euros.

Por comunidades autónomas, la región de Murcia y Castilla y León han sido las más afectadas, ambas con más de 100 millones de euros de indemnizaciones. También ha sido elevada la siniestralidad de las comunidades de Castilla-La Mancha, con cerca de 66 millones de euros, y Comunidad Valenciana y Extremadura, con más de 55 millones de euros cada una.

DKV presenta su nuevo espacio Innolab de salud digital

DKV ha presentado su nuevo espacio de innovación DKV Innolab de salud digital. Situado dentro de Barcelona Health Hub, es un centro creado para generar conocimiento práctico, investigando y analizando tendencias emergentes, haciendo partícipes a todos los usuarios, profesionales, asociaciones y empresas de áreas diversas con el objetivo de crear soluciones con los socios adecuados.

El ámbito de experiencia del DKV Innolab de salud digital es la salud positiva inteligente que busca contribuir a la sostenibilidad del sistema sanitario. "Se trata del primer espacio del mundo dedicado exclusivamente a desarrollar la salud positiva inteligente. El principal objetivo es que el Innolab llegue a ser referente en este tipo de salud mediante un modelo de innovación conducida por la utilidad que transforme el conocimiento disponible en valor sostenible, siempre a través de las nuevas tecnologías", explican desde la entidad. Este centro quiere convertir la promoción y mantenimiento de la salud y el bienestar en el principal motor de equilibrio y sostenibilidad. Eso será posible gracias a la creación de nuevas soluciones digitales que permitan mejorar el comportamiento individual y estilo de vida de las personas.

Hna y Premaat se preparan para fusionarse

Hna (Mutualidad de los Arquitectos y Químicos) y Premaat (Mutualidad de Aparejadores y Arquitectos Técnicos) estudian la fusión de ambas entidades con el objetivo de mejorar su posición y ampliar su presencia en el mercado asegurador.

La fusión constituye un modelo único en el ámbito de las mutualidades de previsión social tanto por la dimensión de la misma como por el ejemplo que supone de colaboración y compenetración en este tipo de entidades.

Desde el punto de vista económico, la fusión permite el aprovechamiento de sinergias y la optimización de las capacidades individuales de cada mutualidad, y se materializa en más de 4.000 millones de activos y cerca de 200.000 asegurados.

La fusión está sujeta a las autorizaciones necesarias tanto de los organismos preceptivos como de las respectivas asambleas de ambas entidades.

La Generalitat alcanza un acuerdo con el sector asegurador para impulsar la cualificación de los profesionales

El departamento de Educación de la Generalitat de Cataluña ha presentado un convenio de colaboración firmado con Unespa, Adecose, los respectivos Colegios de Mediadores de Seguros de Barcelona, Tarragona, Lérida y Gerona, la Fundación Auditorium y el Colegio de Actuarios de Cataluña. El objetivo es impulsar la formación y la cualificación de los profesionales del sector asegurador para adecuarla a las necesidades de las diferentes entidades y promover la FP dual.

El convenio refuerza la promoción del ciclo formativo de grado superior de Administración y Finanzas -orientado al ámbito de la gestión de seguros- en todos los institutos dependientes del departamento que lo imparten. Concretamente, el ciclo abarca dos módulos formativos que permiten que el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona, a través de su Fundación Auditorium, pueda acreditar al alumnado titulado para trabajar en la mediación de seguros.

El primer módulo incluye la formación específica de Técnica de Seguros, con una duración de 198 horas, compuesto por cuatro unidades formativas: Introducción a los seguros, Técnica de suscripción de productos, Siniestros, e Indicadores y obligaciones contables. El segundo módulo es el de Gestión de seguros, con una duración de 99 horas y con tres unidades formativas: Habilidades clave en gestión de seguros, Eficiencia y calidad del servicio y Digitalización de seguros.

Este programa de FP dual en la gestión de seguros se imparte actualmente en tres institutos. El convenio permitirá establecer nuevos acuerdos de colaboración específicos con aseguradoras, empresas, colegiados y demás asociados de las organizaciones firmantes, para seguir expandiendo este ciclo de FP orientado al ámbito de la gestión de seguros en modalidad dual.

El objetivo final es mejorar la inserción laboral de los profesionales y futuros profesionales del sector asegurador y satisfacer la demanda de personal cualificado con conocimientos de seguros. El 85% de los alumnos de la primera promoción de este ciclo recibió una oferta laboral de las empresas y las corredurías de seguros donde realizó la formación dual.

Este convenio estará en vigor hasta el 31 de diciembre de 2023, con posibilidad de una prórroga máxima de cuatro años.

Miguel Albelda, nuevo responsable de Desarrollo de Negocio de Levante de Berkley

Berkley España ha abierto delegación en Levante, al frente de la cual estará Miguel Albelda como nuevo responsable de Desarrollo de Negocio de Levante, zona integrada por la Comunidad Valenciana y Murcia.

Albelda cuenta con formación superior en Dirección Financiera, y diversos cursos del sector asegurador. Su nombramiento se enmarca en la filosofía y la estrategia de Berkley España de estar más cerca de sus corredores. Con la incorporación de Albelda, ya son 5 las delegaciones en España, estando presentes en Madrid, Barcelona, Sevilla, Bilbao y Valencia, y quedando así cubiertas todas las zonas del país y dando servicio de primera mano a los corredores.

Por otro lado, aprovechando la entrada en vigor de las normas de formación exigidas por la nueva Ley de Distribución, la aseguradora ha lanzado la tercera convocatoria del Programa de formación online Experto en Specialties (PES), creado especialmente para corredores. El PES cuenta con 3 módulos: módulo técnico, módulo de gestión empresarial y módulo de IT y tiene una carga lectiva de 30 horas certificadas.

En otro orden de cosas, Pelayo Muñiz, responsable de la Zona Sur de la aseguradora, Ángel Macho, director de Negocio, y Alicia Fernández Reimat, suscriptora de Cyber, han impartido una jornada en el **Colegio de Mediadores de Seguros de Málaga** donde se profundizó en las características del seguro de ciber.

Fernández Reimat habló sobre la necesidad de contratación de los seguros de ciber, las coberturas y los riesgos a los que están expuestas no solo las grandes corporaciones, sino también las pymes, y las soluciones aseguradoras de 'Berkley Cyber Risk Protect'.

Markel ha incorporado a su equipo comercial a César Ameijide como responsable Territorial de la Zona Centro-Sur (Andalucía, Castilla la Mancha, Extremadura, Murcia, Islas Canarias y Madrid) para desarrollar y potenciar los planes de negocio.

César Ameijide refuerza el área comercial de Markel

Ameijide ha desarrollado casi toda su carrera profesional en Santalucía, donde ha ocupado puestos como jefe de Servicio Atención Empresas, Coordinador Producción Venta Directa, etc. En los últimos 12 años ha centrado su actividad con corredores, como responsable de Canal y Territorial.

Avant2 incorpora un módulo para facilitar a los corredores la recuperación de la versión de un vehículo por la matrícula

Codeoscopic ha lanzado su nuevo Módulo de Identificación de Versiones de Vehículos en Avant2, una funcionalidad que permitirá recuperar la versión de autos y motos a partir de la matrícula y que optimizará la información disponible para los corredores a la hora de cotizar un riesgo.

Este nuevo servicio amplía las funcionalidades del multitarificador. Está ya disponible como add-on y las corredurías podrán contratar si ya tienen instalado Avant2, y también está incorporado en la adquisición de nuevas licencias.

"Este gestor de consulta de versiones ayudará a los corredores a obtener de una forma instantánea información importante y necesaria para precargar una cotización, evitando cargar versiones que no estaban a la venta en el momento de la matriculación del vehículo. Con algunos datos sencillos de conocer para el cliente, podrán reducir la lista de versiones que aparecen de un vehículo, de forma que el mediador ganará tiempo y le resultará más sencillo encontrar la versión correcta", ha explicado Sergio Delgado, director de Gestión y Control Comercial de Codeoscopic.

Por otro lado, Avant2 ha presentado la evolución del sector a través de las cifras de los Barómetros que viene editando desde 2017, y que presentan un reflejo de la evolución de proyectos, contratación y primas medias de nueva producción. En su análisis del último trimestre de 2019 se registran recuperaciones en las primas medias de los ramos de Autos y Motos, junto con un importante crecimiento en emisiones de los seguros del Hogar y Autos.

Estas cifras, dentro de un contexto de desaceleración económica, muestran la fortaleza del canal mediador en nueva emisión, que sigue creciendo en volumen y participación de mercado en los ramos de No Vida.

El seguro de Automóviles fue el que se presentó más dinámico, con crecimientos récord tanto en proyectos como en emisiones, alcanzando las 99.267 pólizas en el cuarto trimestre. En cuanto a la prima media, se situó en 350 euros en el último trimestre de 2019.

El seguro Multirriesgo del Hogar también presentó en el último trimestre del año las cifras más altas de proyectos y emisiones. En esos meses se emitieron en el multitarificador un total de 13.975 seguros de Hogar, que completan una cifra próxima a las 50.000 pólizas en todo el año: el doble de las emitidas en 2018. La prima media en el cuarto trimestre de 2019 alcanzó los 193 euros, con una ligera caída respecto al trimestre anterior.

Por último, el seguro de motocicletas cerró el cuarto trimestre 2019 con valores menores en emisiones y pólizas, con respecto a los dos trimestres anteriores. El trimestre se cerró con 6.642 emisiones, para un total de 28.000 pólizas en 2019. En cuanto a la prima media, en el cuarto trimestre presentó una fuerte recuperación, con un valor de 163,5 euros.

Los mediadores de MGS se forman sobre el aprovechamiento y potenciación de sus capacidades

La Fundación MGS ha organizado en Bilbao la primera sesión de su ciclo de jornadas formativas 'Seres excepcionales, organizaciones excelentes', a cargo del economista y escritor Fernando Trías de Bes y dirigida a la red de ventas de MGS Seguros.

Trías de Bes, experto en marketing, creatividad e innovación, abordó cuestiones relacionadas con la toma de decisiones, el liderazgo y el desarrollo empresarial. La jornada fue de carácter práctico, y en ella el ponente planteó a los asistentes una serie de retos y objetivos de mejora, compartiendo con los profesionales técnicas y recursos para el aprovechamiento y potenciación de sus capacidades.

MIC Insurance-Millenium crece un 40% en 2019

MIC Insurance-Millennium ha tenido un importante crecimiento en volumen de negocio de un 40%, con un total de primas brutas a 31 de diciembre de 2019 de 100,4 millones frente a los 72 de hace un año.

Esta compañía, que detenta el número 1 del ranking de Caución durante seis años consecutivos, destaca por su evolución en Activos, cifra que ha pasado de 178,8 millones de euros en 2018 a 212 millones en el ejercicio anterior, lo que supone un incremento de un 18,56 %.

Su evolución en siniestralidad media pasa de un 51% en 2018 a un 50% en 2019, y su ratio combinado neto de reaseguro, en este ejercicio, ha alcanzado el 92%. También se señala el crecimiento en Fondos Propios, pasando a ser de 45,2 millones frente a los 41,7 de 2018, con un crecimiento de un 8,39%.

El liderazgo de la compañía MIC Insurance en el ramo de Caución se ha consolidado en 2019 con un incremento del 17%, gracias a un volumen de primas de 18,3 millones frente a los 15,7 millones del ejercicio anterior.

El plan de negocio de la compañía para 2020 apuesta por un crecimiento importante en todos los ramos de Construcción, teniendo en cuenta la especialización en el ramo de esta compañía, que acredita una experiencia de 25 años en este sector.

Liberty comparte su nuevo modelo comercial con sus mediadores expatriates

Liberty Seguros ha celebrado su Convención Anual de Mediadores Expatriates 2020 bajo el lema 'Hacia el futuro inteligente', un encuentro que tiene como objetivo hacer balance del ejercicio 2019 y determinar las líneas estratégicas y objetivos para 2020, pero sobre todo tener un espacio de diálogo y escucha con los mediadores.

"Estamos en un momento decisivo para nuestro negocio y las decisiones que tomemos en los próximos años marcarán un punto de inflexión para el sector. La digitalización, la rentabilidad, la eficiencia y una mirada global nos harán desmarcarnos de nuestros competidores, estableciendo nuestra estrategia para 2020", ha señalado Jesús Núñez, director ejecutivo de Venta y Distribución para España, Portugal e Irlanda.

La convención ha servido también como marco para el diálogo con los mediadores, así como para reconocer el trabajo de los mejores mediadores del pasado año, en Líneas Personales, con Crecimiento Rentable, en Venta Cruzada y en Derivación a Talleres.

Mirando a 2020, se planteó el nuevo modelo comercial, así como los retos y ejes de negocio que estarán sostenidos en la mediación como canal prioritario: la rentabilidad, el crecimiento y la transformación tecnológica. Además, se plantearon las iniciativas impulsadas para los mediadores especializados en negocio expatriate, así como las nuevas oportunidades de negocio.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha nombrado a Paloma Gullón como nueva Compliance Leader, pasando a ser la máxima responsable de la función para los negocios en España, Irlanda y Portugal, unificados desde 2018 en una entidad única regulada desde nuestro país. En su nuevo cargo asumirá la responsabilidad de liderar el equipo gestor del cumplimiento normativo. La nueva Compliance Leader aporta a Liberty su extensa experiencia en el sector, con una trayectoria ligada a la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP). Es licenciada en Derecho y en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Pontificia de Comillas (Icade).

Por otro lado, Liberty se afianza en el mercado español superando 500.000 pólizas de Hogar. La red de mediadores ha suscrito 310.000 pólizas en total, de las cuales 60.000 son nuevas pólizas generadas en 2019. Más de 90.000 pólizas se captaron a través de acuerdos con socios, principalmente bancaseguros. Además, más de 100.000 clientes han contratado de manera directa sus pólizas a través de la web, la Oficina de Clientes o del teléfono.

Por último señalar que la entidad es la segunda aseguradora generalista, entre las diez más valoradas del ranking del Barómetro de **Adecose**, por su calidad de servicio. En la calificación de los corredores ha obtenido un 7,24, frente al 7,13 del año anterior.

DAS Seguros reúne a su equipo comercial en su convención anual de ventas

DAS Seguros ha celebrado su convención anual de ventas, conducida por Adolfo Masagué, director comercial de la entidad, quien después de proyectar y valorar los principales indicadores acerca de los resultados alcanzados en el pasado 2019, presentó el Plan de Acción 2020 a llevar a cabo para alcanzar los objetivos para la entidad y, en concreto, para el canal de mediación.

Adolfo Masagué dio a conocer los principales pilares con los que se apoyará el área comercial para conseguir los objetivos fijados: digitalización, productos, acciones y soporte al equipo comercial y acciones de marketing y comunicación.

Por parte de Jordi Rivera, CEO del Grupo DAS, destacó los resultados alcanzados por la entidad, y en especial en el canal de mediación durante el pasado ejercicio, agradeciendo el esfuerzo de la fuerza comercial y su contribución a la obtención de los resultados. Jordi Rivera trasladó a los asistentes los principales hitos a alcanzar en este 2020 en las distintas líneas de negocio del Grupo DAS, destacando que paralelamente al importante crecimiento que debe alcanzar la entidad, es condición *sine qua non*, que el negocio aportado venga con la etiqueta de "negocio rentable".

En otro orden de cosas, DAS Seguros e **IMQ** han alcanzado un acuerdo de colaboración para potenciar la posibilidad de realizar un testamento online con asesoramiento legal gratuito. A partir de esta colaboración, los clientes de IMQ disfrutarán del servicio Mi Test@mento, mediante el que podrán reflexionar y elaborar sus últimas voluntades desde la comodidad del hogar, resolviendo sus dudas con el apoyo de un abogado durante toda la tramitación.

Por otro lado, **Innovación Aseguradora** ha seleccionado a DAS Seguros como líder de las categorías de 'Web' y 'Blog' en su Ranking de Presencia en Internet de Entidades Aseguradoras del segundo semestre de 2019.

Chubb ha anunciado el nombramiento de Marisa Gutiérrez como Major Accounts Business Development Manager para España y Portugal. En su nuevo cargo se centrará en el desarrollo de negocio enfocado en Grandes Cuentas, tanto en la gestión de cartera de corredores y clientes como en reforzar la presencia de Chubb en este mercado.

Marisa Gutiérrez, nueva Major Accounts Business Development Manager para España y Portugal de Chubb

Gutiérrez se unió a Chubb en 2014 y cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector asegurador, principalmente en puestos de suscripción.

ICEA pone en valor la robotización para optimizar la experiencia del cliente

ICEA; Grupo Oesía, especializada en tecnologías de la información e ingeniería para la industria Aeroespacial, Seguridad y Defensa; y Jacada, proveedor de tecnología de robotización de procesos de servicio al cliente, han celebrado una jornada sobre robotización y automatización para la mejora de la eficiencia en seguros y de la experiencia de cliente, donde se han abordado casos reales y las claves para implantar con éxito estas tecnologías.

La apertura de la jornada corrió a cargo de Jose Antonio López, responsable de Seguros de Oesía quien enfocó la jornada hacia la resolución de los problemas que afronta el sector ante su transformación digital.

"Más allá de la robotización es necesario incorporar la inteligencia artificial con el objetivo de mejorar lo que percibe el cliente y la eficiencia en el funcionamiento de los Contact centers, creemos que la experiencia de cliente debería ser sin esfuerzo tanto para los empleados que dan servicio al cliente como para los propios clientes", señaló José Ignacio García, Sales Director de Iberia de Jacada. "Actualmente, 8 de cada 10 procesos se pueden automatizar dando lugar a que el agente pueda realizar otras funciones para generar empatía con el cliente", aseguró que "aunar robotización e Inteligencia artificial es la clave para incrementar la eficiencia en estos servicios".

Omar Orta, director de Transformación Digital de Grupo Oesía, centró su intervención en el tema 'Eficientar las funciones centrales en las Organizaciones del siglo XXI', en la que realizó un recorrido analítico de la evolución tecnológica y su impacto en la sociedad y en las empresas. "Un ejemplo claro es como el mapa de riesgos de las compañías ha cambiado totalmente porque los servicios y los procedimientos se desarrollan desde entornos digitales, que deben estar convenientemente securizados, de ahí la importancia de las Oficinas de Transformación Digital", advirtió Orta.

Consultores del área de Transformación digital de Grupo Oesía abordaron el análisis de un caso de éxito de transformación digital desarrollado por la propia compañía.

Por parte de ICEA, Antonio Martín, director de Administración, Estudios y TI de ICEA, destacó que "la robotización a corto plazo es clave para mejorar la satisfacción del cliente y ser competitivo en el mercado".

Marcial Fernández, director de Operaciones y Organización de ICEA, destacó como el Machine learning o Servicios cognitivos o Blockchain tienen el mayor peso entre los proyectos que están usando las entidades de seguros actualmente.

Por último, Silvia Leal, experta en Innovación y Tecnología, abordó la robotización en el futuro del mercado de trabajo, en un momento en el que en España hay dificultad para cubrir 1 de cada 4 vacantes, debido a la falta de adecuación de los perfiles a las demandas del mercado.

Fiatc presenta sus estrategias en su Convención de Directores Territoriales

Fiatc Seguros ha celebrado su Convención de Directores Territoriales con el lema 'Con el futuro siempre presente'. Durante el evento, se realizó un balance del ejercicio en 2019 y se pusieron en común las principales estrategias y novedades para este año en los ramos estratégicos de la entidad.

Joan Castells, presidente ejecutivo, realizó un análisis de los riesgos globales y destacó la importancia de adaptarse especialmente a aquellos de carácter medioambiental y climático y a las amenazas cibernéticas.

Santiago Gómez, director comercial, presentó los objetivos y estrategias comerciales con dos valores claros: pasión y profesionalidad. Por su parte, Joan Manuel Castells, director de estrategia y desarrollo corporativo, puso el acento en la importancia de los datos en el negocio asegurador, tanto en la creación y personalización de productos, anticipación de riesgos, lucha contra el fraude, prevención de siniestros y en la detección de oportunidades de negocio, entre otros muchos aspectos.

Premiada la solución 'Leonardo' de Generali España

Generali España se ha alzado con el premio ApeL a la excelencia en e-learning en la categoría de solución más innovadora por su proyecto 'Leonardo', que se enmarca dentro de su Portal de Formación Gener@.

'Leonardo' es un asistente virtual desarrollado por Generali que interactúa con el usuario haciendo uso del lenguaje natural. Este chatbot permite establecer un canal de relación con el cliente para asistirle y asesorarle proactivamente en todo aquello que necesite y facilitarle sugerencias que dinamicen su actividad.

La herramienta cuenta con múltiples funcionalidades entre las que destacan la localización de recursos dentro de un documento, la asistencia virtual para la ejecución de múltiples transacciones (solicitar cursos, acceder al historial formativo, contactar con los tutores…). El asistente virtual de Generali también informa de los cursos pendientes de finalizar, de los más populares, los mejor valorados, de las novedades formativas y realiza recomendaciones individualizadas.

Recientemente 'Leonardo' ha sido potenciado con la implementación de Discovery, un motor de IA combinado con un gestor documental, que permite la búsqueda y consultas sobre productos de seguros.

Coface, la compañía de Crédito mejor valorada por el Barómetro Adecose

La XI edición del Barómetro Adecose reconoce a Coface como la aseguradora mejor valorada por las correduría asociadas, en el ramo de Crédito/ Caución/Político.

Coface es la compañía mejor clasificada en el ramo de Crédito, seguida por Crédito y Caución, Cesce y Solunion.

Asimismo, el informe de 2019 detecta ligeros aumentos en el nivel de satisfacción en la calidad de servicio global en el ramo de Seguro de Crédito/Caución/Político.

Arag crece un 7,8% en 2019

Arag ha cerrado el ejercicio de 2019 superando los 150 millones de euros de facturación en España y Portugal, manteniendo la rentabilidad alcanzada estos últimos años. El crecimiento de la facturación, de un 7,8%, se ha basado en Defensa Jurídica (8,7%) –gracias al excelente comportamiento de la gama de protección de alquileres – y en Asistencia en Viaje (8,2%), muy especialmente en el segmento relacionado con las personas y el turismo (12,2%).

El grupo sigue focalizando sus esfuerzos en la calidad del servicio. En el XI Barómetro de Adecose, los corredores de la asociación han vuelto a elegir a Arag como mejor aseguradora de Defensa Jurídica y segunda en Asistencia en Viaje. La entidad ocupa de nuevo la primera posición en las categorías de producto y precio, gestión comercial y producción. Asimismo, a nivel interno, se han efectuado más de 13.000 llamadas a asegurados monitorizando los distintos aspectos clave de su "experiencia como usuario".

La compañía resalta que los abogados de Arag han recibido un 3% más de consultas que en 2018. Las llamadas más frecuentes han estado relacionadas con temáticas como la vivienda, asuntos laborales y de consumo.

El Plan Estratégico de la compañía prioriza tres ámbitos de actuación: el apoyo pluridisciplinar a la mediación, la gestión del talento interno y la potenciación de la adaptación al cambio.

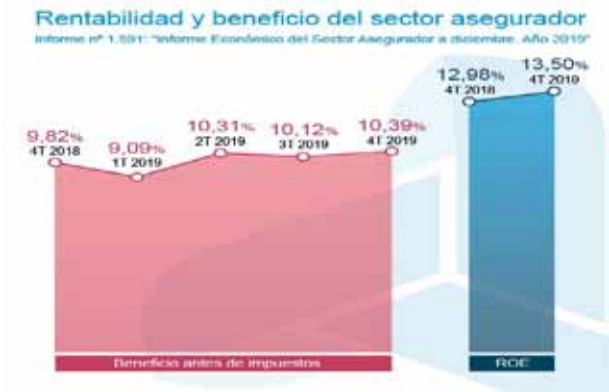
El seguro de Vida gestiona 241.000 millones de sus clientes

Las aseguradoras de Vida gestionaban 240.955 millones de euros de sus clientes a cierre de 2019. Es decir, un 4,95% más que un año atrás. De esa cantidad, 194.786 millones corresponden a productos de seguro, un 3,35% más. Los restantes 46.169 millones constituyen el patrimonio de los planes de pensiones cuya gestión ha sido encomendada a entidades del sector. Este último importe es un 12,10% superior al anotado el ejercicio anterior por estas mismas fechas.

Destaca la pujanza de seguros individuales de ahorro a largo plazo (Sialp). Estas pólizas, popularmente conocidas como Planes de Ahorro 5, movían 4.321 millones al acabar el año 2019 y crecen un 14,94% con carácter interanual. La evolución de los planes individuales de ahorro sistemático (PIAS) también es llamativa porque al cierre del ejercicio alcanzan los 14.457 millones y registran un crecimiento del 6,94%.

Las rentas vitalicias y temporales constituyen el producto más relevante en términos de volumen de ahorro gestionado. Acumulan unas provisiones técnicas de 89.989 millones de euros, un 2,42% más que un año atrás. A esto se suma la transformación de patrimonio en rentas vitalicias que, tras repuntar un 13,97% entre un año y otro, alcanza los 2.594 millones de euros.

Los productos unit linked mueven, por su parte, 14.276 millones de euros, tras crecer un 16,66%. Entre tanto, los capitales diferidos anotan un alza del 0,62% y acumulan 50.326 millones de euros. Los planes de previsión asegurados (PPA), mientras tanto, descendieron un 1,19% el volumen de ahorro acumulado, hasta los 12.343 millones.



El beneficio antes de impuestos del sector fue del 10,39% de las primas en 2019

En el cuarto trimestre de 2019 se han incrementado los indicadores de rentabilidad respecto al mismo periodo del año anterior, según datos de ICEA. El beneficio antes de impuestos sobre primas imputadas aumentó en 0,57% y la rentabilidad sobre recursos propios (ROE) se situó en el 13,50%, 0,52% más que hace un año.

En cuanto a la solvencia, el ratio de solvencia (SCR) fue del 237%, incrementándose algo menos de tres puntos con respecto al año anterior y cinco puntos y medio con respecto a septiembre de 2019.

Asisa incrementó sus primas un 4,36% en 2019

El Grupo Asisa cerró el año 2019 con su mayor cifra histórica de facturación en primas: 1.221 millones de euros, un 4,36% más que el año anterior. Este crecimiento ha permitido al Grupo avanzar en su desarrollo multirramo, fortalecer su red asistencial propia, incrementar su presencia internacional y acelerar su proceso de transformación digital.

En 2019, la compañía creció en todos los ramos en los que opera: Vida, Accidentes, Decesos, Mascotas y Asistencia en Viajes, el último incorporado a su oferta.

En el ramo de Salud, las primas alcanzaron los 1.204,35 millones de euros, con un crecimiento del 3,85%. Además, se incrementó el ramo dental, donde aumentaron tanto sus primas como el número de asegurados (casi un 9%).

Por su parte, Asisa Vida cerró el ejercicio con casi 10,5 millones de euros en primas, un 37% más que se une al crecimiento del 21% registrado en 2018.

En cuanto al ramo de Decesos, incrementó su volumen de primas un 173,5% y duplicó su número de asegurados, hasta rozar los 40.000 a finales del año pasado. En el resto de ramos, el volumen de primas superó los 6,1 millones de euros (un 130% más) tras comenzar a comercializar productos de Asistencia en Viajes.

Asisa ya cuenta con más de 2,5 millones de clientes tras incrementar su cartera en más de 140.000 asegurados en 2019.

En otro orden de cosas, Asisa es la aseguradora de salud con mejor presencia en Internet, según el 'Ranking de presencia en Internet de entidades aseguradora' que elabora Innovación Aseguradora con datos de 71 compañías. Ha obtenido 64,99 puntos, tres más que en la anterior edición del ranking.

Las primas de Vida Riesgo crecen hasta los 4.859 millones

ICEA ha informado que las primas de seguros de Vida Riesgo han alcanzado los 4.859 millones de euros a diciembre de 2019.

Eso supone un 3,07% más que en el mismo mes del año anterior. Por su parte, los asegurados se situaron en 21.017.884, un 2,87% más.

Vida Caixa creció un 20% en 2019

Vida Caixa cerró el ejercicio 2019 con un beneficio neto de 795 millones de euros, un 20% más que el año pasado. Al cierre del año, Vida Caixa comercializó un total de 12.060,3 millones de euros en primas y aportaciones, un 11,7% más.

El negocio de ahorro ha experimentado una evolución positiva en primas y aportaciones (+13,2%). En un entorno sostenido de bajos tipos de interés, las soluciones de ahorro gestionado como los planes de pensiones, las rentas vitalicias o los unit linked han permitido a los clientes de Vida Caixa obtener rentabilidades muy positivas en un entorno controlado de riesgo.

El negocio de riesgo retrocede ligeramente (-3,3%), debido al crecimiento extraordinario del año pasado, pero se mantiene cercano a los mil millones de euros en primas.

El volumen de recursos bajo gestión ascendió a 93.010,8 millones de euros, un 10,7% más. La gestión activa de las inversiones ha propiciado una importante revalorización del patrimonio, que se refleja en la cuenta de resultados. Del total, 54.755 millones de euros corresponden a seguros (+8,4%); 30.608 millones de euros, a planes de pensiones y EPSV (+15,2%), y 7.648 millones de euros corresponden a BPI Vida e Pensões (+10,4%).

Con una base de 5,2 millones de clientes en España y Portugal, VidaCaixa se mantiene a la cabeza del sector asegurador en España con una cuota de mercado del 13,4%. Consolida su liderazgo en Vida con una cuota de mercado del 28,1% y también en planes de pensiones con un 25,5% del total del patrimonio en estos productos.

Iris Assistance renueva su certificado de calidad

Iris Assistance ha obtenido la certificación ISO45001 y ha renovado las certificaciones ISO9001 e ISO14001, otorgadas por Bureau Veritas Certification, para sus centros de Madrid, Málaga, Valencia, Barcelona, Oviedo y La Coruña.

ISO 9001
ISO 14001
ISO 45001
BUREAU VERITAS
Certification

"La norma ISO45001 junto con la norma ISO9001 (calidad) e ISO14001 (medioambiental) complementa nuestro sistema integrado de gestión. Con ella, además de focalizarnos en la calidad de nuestro servicio, y el respeto al medio ambiente, garantizamos que toda nuestra actividad se realice, teniendo en cuenta la salud y la seguridad de nuestros empleados", ha destacado Carlos Ortiz, director de Tecnología y Procesos de Iris Assistance.

Mutual Médica celebra su centenario

Mutual Médica, mutualidad de los médicos para médicos, cumple un siglo acompañando y protegiendo a los médicos a lo largo de toda su vida, respaldándolos ante todas sus necesidades aseguradoras, tanto profesionales como personales.

El origen de Mutual Médica va ligado a la historia de la economía colaborativa, cuando en 1920 un grupo de médicos decidieron agruparse para poder ayudarse mutuamente ante situaciones de riesgo personal: defunción, enfermedad, etc. Desde entonces no ha dejado de crecer hasta llegar hoy a más de 65.000 médicos mutualistas.

Plus Ultra Seguros se marca como principal objetivo reforzar su red de mediación

Plus Ultra Seguros ha celebrado sus jornadas comerciales con el objetivo de trasladar a sus mediadores los datos más importantes de 2019, así como explicar la hoja de ruta de la compañía para este ejercicio. El nuevo director general de Plus Ultra Seguros, Julián Herrera, destacó que para este ejercicio se seguirá impulsando la labor comercial de la red de mediación, "un pilar fundamental en el desarrollo de la compañía y un colectivo que nos permite ofrecer soluciones personalizadas a los clientes de una manera cercana y profesional".

Además, Herrera añadió que el avance en los procesos de conectividad y en la individualización de la oferta para la red de mediación serán aspectos importantes a implementar durante este año. Unas medidas que, sin duda alguna, "impulsarán la actividad comercial de Plus Ultra Seguros y favorecerán la capacidad de proponer a nuestros clientes el producto que mejor se adapte a sus necesidades".

Por su parte, el director general comercial de la compañía, Luis Vallejo, hizo hincapié en que para la aseguradora es clave seguir apostando por la digitalización como la mejor herramienta para simplificar los procesos de contratación, al mismo tiempo que destacó la apuesta de Plus Ultra Seguros por la formación y la capacitación de los mediadores, "un factor fundamental que mejorará positivamente el servicio que ofrecemos a nuestros clientes".

El director de gestión y control comercial de Plus Ultra Seguros, Javier Montoya, ofreció las diferentes iniciativas que la aseguradora desarrollará durante este ejercicio en los ramos de Automóviles, Particulares, Empresas y Vida. Además, destacó que en 2020 llevarán a cabo una renovación de varios productos destinados a particulares y empresas.

La creación de red y la captación de talento, ejes de la XVII Convención Comercial de Caser

El Negocio Agentes y Corredores de Caser ha celebrado su XVII Convención Comercial anual que ha girado en torno a la creación de red y la captación de talento.

El lema 'Busca-Capta-Crece' ha sido el eje principal de las dos jornadas, durante las que se plantearon nuevos modelos para la búsqueda de perfiles de éxito, así como acciones para impulsar el crecimiento presentando proyectos concretos sobre los ejes de actuación para este año: la eficiencia comercial y operativa, la digitalización al servicio de la mediación y el desarrollo de negocio. Además, se puso especial foco en la reorientación del negocio de Vida, de acuerdo al actual escenario marcado por los tipos de interés.

La jornada comenzó con la intervención de Ignacio Martín, director del Negocio Agentes y Corredores, que presentó las cifras de cierre del ejercicio anterior y expuso los objetivos y retos a los que se enfrenta el negocio en 2020.

Ignacio Eyriès, director general de Caser, fue el encargado de clausurar el encuentro con un análisis de las cifras que avalan la solidez y solvencia de la compañía y destacando el trabajo de la red Comercial del Negocio Agentes y Corredores.

Zurich Seguros cambia su modelo de organización

Zurich Seguros ha anunciado la implementación de una nueva dinámica y modelo de organización en sus áreas tradicionales de trabajo en España. La nueva organización tien cuatro segmentos clave de cliente: Personas, Negocios, Empresas y Alianzas, liderados respectivamente por Sonia Calzada, Agustín Fernández, Beatriz Valentí y Ana Baranda. Además, Agustín Fernández se incorpora al Comité de Dirección en España.

Asimismo, se crea la nueva función de Servicio Cliente, liderada por Carlos Palos, y que aglutina todos los servicios de Zurich al mercado, como Siniestros, Centros de Servicio a la Mediación y Contact Centers. Se trata de una apuesta para acelerar la modernización de la experiencia de mercado para clientes y mediadores.

Esta nueva función trabajará junto con la Dirección de Transformación liderada por Margarida Gabarro para potenciar la introducción de tecnologías para mejorar la experiencia de mercado y acompañar la digitalización de la mediación.

Zurich sigue apostando por los nuevos modelos de negocio digital para particulares y empresas con Zurich Klinc y ZurichEmpresas.es, que forman el área de Negocio Digital, liderada por Stefano de Liguoro, nuevo miembro del Comité de Dirección.

Norte Hispana Seguros centra la estrategia en la digitalización de su red comercial

Norte Hispana Seguros ha celebrado sus jornadas comerciales en donde ha explicado la estrategia y los objetivos de la compañía de cara a 2020. Durante el evento también se hizo un repaso de los hitos más destacados de la firma en el pasado ejercicio.

El director general de Norte Hispana Seguros, Augusto Huesca, destacó el esfuerzo realizado por la organización durante el año, trabajo que ha dado como resultado la consolidación del crecimiento del seguro de Decesos.

Además, el director general también puso de manifiesto los avances experimentados en la digitalización de la red comercial, un objetivo que será prioritario para este año.

Por su parte, el consejero delegado del Grupo Catalana Occidente, Ignacio Álvarez, resaltó las buenas cifras obtenidas por Norte Hispana Seguros, así como el crecimiento experimentado por el Grupo Catalana Occidente durante 2019.

Por otro lado, el director comercial de Norte Hispana Seguros, Juan Sánchez, recordó las novedades de productos y servicios durante el pasado ejercicio, resaltando el esfuerzo realizado por la compañía en la personalización y flexibilización en la contratación de las nuevas soluciones aseguradoras.

Las reservas matemáticas de Vida alcanzaron los 194.786 millones

A 31 de diciembre de 2019, la reserva matemática de los seguros de ahorro había crecido en 6.147 millones de euros respecto al año anterior, según informa **ICEA**.

Los seguros con garantía de interés aportan 4.108 millones de euros, mientras que los vinculados a activos contabilizan 2.039 millones de euros.

Ana Matarranz, Iñaki Berenguer y Susana Pérez, personas del año de la AJPS

La Asociación de Jóvenes Profesionales del Seguro (AJPS) ha anunciado sus tres "Person of the Year" en el sector asegurador. Ana Matarranz, directora general de Willis Towers Watson; Iñaki Berenguer, CEO y cofundador de Coverwallet; y Susana Pérez, directora general de Inese y fundadora de #RedEWI, han sido las tres personalidades del sector seleccionadas por la asociación.

La directora general de Willis Towers Watson Iberia, Ana Matarranz, ha sido elegida por su apoyo y contribución para impulsar diferentes habilidades de liderazgo entre los jóvenes de su organización y por promover el liderazgo femenino en el sector asegurador. Iñaki Berenguer es cofundador y CEO de CoverWallet, una insurtech que ha re-inventado el sector seguros de empresa gracias a los datos, el diseño y la tecnología. Susana Pérez, directora general de Inese, ha sido elegida por impulsar la primera red de liderazgo femenino del sector asegurador, #RedEWI (Empower Women in Insurance), y por llevar a cabo desde Inese diferentes acciones con la finalidad de atraer talento joven hacía el sector, como en el caso de UP!, el primer bootcamp sectorial de seguros.

Begoña Moreno, nueva suscriptora senior de Property de AXA XL

AXA XL ha anunciado el nombramiento de Begoña Moreno como suscriptora senior de Property en Iberia, con sede en Madrid. En su nuevo cargo, fomentará el desarrollo y la gestión de la cartera de Property de AXA XL en España.

Moreno tiene más de 15 años de experiencia en el sector asegurador. Comenzó su carrera en Vitalicio Seguros antes de ocupar diferentes puestos de suscripción en Marsh, Zurich Global Corporate y AIG Europe. Más recientemente, fue underwriter senior especializada en soluciones internacionales en QBE Insurance Europe. Tiene una ingeniería técnica en Electrónica Industrial, así como estudios de ingeniería en Organización Industrial, por la Universitat Politécnica de Valencia.

El Colegio de Lérida celebra su Asamblea General Ordinaria

El Colegio de Mediadores de Seguros de Lérida ha celebrado la Asamblea General Ordinaria, donde se aprobó la liquidación del presupuesto y la memoria de actividades de 2019, así como del ejercicio de 2020.

Uno de los datos más destacados durante la reunión se encontró en el área económica. El Colegio obtuvo en 2019 un 3,52% más de ingresos respecto lo presupuestado y los gastos supusieron un 2,71% menos, según lo fijado.

Durante la Asamblea se remarcó también la cifra récord de entidades colaboradoras vinculadas con el Colegio durante el año 2019, fijada en 24.

Otros de los temas que se trataron durante la Asamblea fue el aumento de actividades que el Colegio ha potenciado un año más, el incremento del número de servicios y acciones formativas para ofrecer a los colegiados y las buenas relaciones con las entidades colaboradoras.

Nace la asociación Broker Solutions, con corredores de Andalucía y Extremadura

La asociación Broker Solutions se ha creado en febrero para dar representatividad a las corredurías de seguros de Andalucía y Extremadura. Su objetivo es "la unión de fuerzas y el trabajo conjunto de las empresas dedicadas al sector de cara a la optimización de nuestros recursos, la gestión de servicios, una mayor formación y la mejora de resultados".

Broker Solutions pretende aunar a las corredurías para compartir sus logros y beneficiarse del potencial del trabajo en equipo. "Sumamos esfuerzos y apostamos por la innovación, la formación, por las nuevas tecnología y la diferenciación con el objetivo de aumentar nuestra eficacia y competitividad tal y como requieren los nuevos tiempos", han manifestado.

"El eje sobre el que pivota nuestra marca es conseguir la máxima eficiencia comercial de todas las corredurías miembros de Broker Solutions mediante un estilo homogéneo de relación con el cliente y un claro objetivo de especialización en ramos, productos y servicios. Además, cuenta con un proyecto tecnológico innovador para la adaptación de las corredurías de seguros en la transformación digital", añaden desde la asociación.

La exigencia de cuentas de clientes separadas no protege al asegurado

El 20 de febrero el Congreso de los Diputados convalidó el Real Decreto 3/2020 por el que se transponía al ordenamiento jurídico español la IDD (Directiva de Distribución de Seguros) y con él se establecía la entrada en vigor en mayo de la obligación de que los mediadores tengan cuentas de clientes separadas del resto de recursos económicos del mediador. Independientemente de la interpretación que se pueda realizar de la redacción (si son cuentas bancarias o cuantas contables), la realidad es que no se dice nada de que serán cuentas que no se podrán tocar en caso de quiebra o insolvencia de la correduría. Por lo tanto, no quedaría protegido el cliente, que es lo que realmente pretende la norma.

Este hecho es lo que ha motivado a **E2k** a anunciar que va a presentar ante la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) un escrito para que se interprete el artículo 136.4 de la Ley de Distribución de Seguros porque se argumenta que "la obligación de que el corredor tenga cuentas de clientes completamente separadas del resto de recursos económicos del mediador" no protege de ninguna manera al cliente. En su opinión, solo aporta trabajo administrativo a los corredores.

La clave de todo está en saber ¿qué se entiende por cuentas de clientes? ¿Son cuentas contables o cuentas bancarias? Ambas se consideran cuentas de clientes pero sin embargo no tienen nada que ver una con la otra: la primera sería un apunte contable nominado, con una cuenta contable para cada cliente; y la segunda sería una cuenta bancaria, que "según está redactado se puede interpretar que sea una cuenta para todos los clientes o una cuenta bancaria para cada uno de los clientes que tenga la correduría", afirma Higinio Iglesias, consejero delegado de E2K.

El hecho de tener una cuenta bancaria diferente para los clientes (independientemente de que sea una o muchas) "no consigue proteger al cliente porque el titular de la cuenta siempre sería el corredor y en caso de embargo o insolvencia, serían embargadas igualmente".

Sin embargo, sí incrementaría la carga administrativa para el corredor que podría cuantificarse en un 30% más debido al trabajo que se generaría cuando se producen devoluciones bancarias, según Iglesias, porque habría que devolver comisiones de la cuenta bancaria de la empresa a la cuenta bancaria de los clientes.

En opinión del consejero delegado de E2K "la solución es estructurar un buen sistema contable con una contabilidad estructurada y auditada".

Teniendo en cuenta que el Real Decreto-ley se tramitará como proyecto de ley por el procedimiento de urgencia, "cabe la posibilidad de aclarar todo esto a través de una enmienda", afirma Higinio Iglesias.

Sin embargo, desde el portal de formación **Campus del Seguro,** junto con la web **leydedistribucióndeseguros.es,** tienen claro que cuando se habla de "cuentas de clientes completamente separadas" se refiere, exclusivamente a "cuentas bancarias diferentes del resto de cuentas donde se transfieren los recursos ordinarios del mediador". Pero se aclara que esta obligación solo afectaría a aquéllos mediadores que cobran las primas.

No obstante, coincide en que el redactado del artículo 136.4 del Real Decreto-Ley

no es del todo acertado al no ser estrictamente literal la traducción que se ha hecho del texto de la IDD, que se refiere en este aspecto con el término "*customers' monies*" ("dinero de clientes") y nuestro texto habla de "fondos de clientes". Si la traducción hubiera sido literal respecto al texto de la IDD, el redactado habría sido este: "Un requisito de que el dinero de los clientes se transfiera a través de cuentas de clientes estrictamente segregadas y de que esas cuentas no se utilicen para reembolsar a otros acreedores en caso de quiebra".

Asimismo, desde Campus del Seguro se llama la atención sobre el término "transferir" al referirse a la acción exigida al mediador sobre los "fondos o dinero" del cliente. En este aspecto no cabe la duda de la interpretación que el legislador se refiere a una operativa puramente bancaria consistente en el traspaso, ingreso o abono de haberes en una cuenta bancaria.

Además de lo expuesto anteriormente, desde un punto de vista contable, se dice que "el argumento de que el artículo 136.4 se refiere a 'cuentas contables' y no a 'cuentas bancarias' no tiene recorrido porque esto ya se hace desde siempre en toda aplicación contable normal.

Desde Campus del Seguro se cree que el redactado del artículo 136.4 del Real Decreto-Ley es insuficiente y debería llevar un párrafo más que determinase y dejase claras algunas características de estas 'cuentas bancarias separadas' en lo que a gestión interna se refiere. Por ejemplo, la prohibición a que estas cuentas tengan domiciliaciones o tarjetas de débito y/o crédito vinculadas, así como a la libre disposición de los saldos resultantes una vez transferidos los fondos a las aseguradoras y al tratamiento de las habituales comisiones y gastos bancarios en las cuentas que, de cargarse en las mismas por la entidad, lo estarían haciendo sobre un capital que está en depósito pues es de tercera/s persona/s.

"Esto evidencia la necesaria exigencia de que estas cuentas tengan una base de saldo mínimo necesario de fondos del propio mediador para cubrir estos posibles gastos y comisiones bancarias si es que la cuenta en cuestión utilizada para este caso los tuviera.

Asimismo, a la vista de esto, se hace necesario disponer de políticas internas de organización y uso de estas cuentas que recojan toda esta operativa vinculada a estas cuentas bancarias separadas". Desde Campus del Seguro están elaborando un manual estandarizado para todos sus clientes afectados por este nuevo requisito para que lo implementen.

Por último, desde Campus del Seguro se hace mención a que en el Real Decreto-ley 3/2020, de 4 de febrero, se ha tipificado expresamente el incumplimiento de esta obligación de tener "cuentas bancarias separadas" como "Infracción Muy Grave" en su artículo 192.

Eso significa, según el artículo 194, que además de la posible cancelación de la inscripción en el registro administrativo de la DGSFP y de la suspensión por un plazo máximo de 10 años para el ejercicio de la actividad, se puede imponer una multa por los siguientes importes que puede llegar a ser (para las corredurías) del 3% del volumen de negocio anual total según las últimas cuentas disponibles aprobadas por el órgano de dirección o de un millón de euros; y para los corredores personas físicas, la mayor de las siguientes cantidades: 100.000 euros o el doble del importe de los beneficios obtenidos o de las pérdidas evitadas con la infracción, en caso de que pueda determinarse.

Silvino Abella no se presentará a la reelección de presidente de Espabrok

Tras 22 años en el cargo de presidente de Espabrok, Silvino Abella ha decidido, por razones personales y profesionales, no presentarse a la reelección en las próximas elecciones al Consejo de Administración. "Me satisface apartarme de la dirección de la empresa en un magnífico momento desde todas la ópticas posibles", dijo Silvino Abella en el acto de entrega del VIII Premio Solidario Espabrok a primeros de febrero.

Realmente la asociación se encuentra en un buen momento, con un crecimiento del 11%. Así lo corroboró, Luis López Visús, director general de Espabrok, cuando presentó las cifras conseguidas en 2019, donde se incorporaron ocho nuevas correduría, llegando ya a 90 asociados (47 corredurías más desde julio de 2016). Eso les permite tener presencia en 36 provincias y en 17 comunidades autónomas. Su facturación total ronda los 210 millones de euros de primas intermediadas. Aunque el 86% de ellas corresponden a No Vida, López Visús resaltó el hecho de que se haya ganado peso en Vida (14%) y de que se apuesta por Empresas, que ya supone el 33%.

Por su parte, la correduría Espabrok terminó el ejercicio con un crecimiento del 9% en la actividad de empresas y casi 2.400 cotizaciones gestionadas. Su ratio de conversión de pólizas fue del 9% y superaron las 400.000 en nueva producción.

Entre las novedades de este año, el director general de Espabrok adelantó su iniciativa 'estrella': un proyecto de consultoría para permitir a todas las corredurías trabajar de un modo eficiente. Su funcionamiento se basará en identificar y eliminar las tareas que no aportan valor y tener más tiempo para la labor comercial.

El director general de la asociación presentó 10 oportunidades que "hemos de aprovechar". De las que destacó sobre todo 4: Necesidad de extender el perfil de cliente con nuevos negocios y ampliando la oferta; ganar en eficiencia, es fundamental optimizar procesos; los corredores han de estar más formados y especializados en productos técnicos; y hay que tener claro que el nuevo cliente espera más un consultor o asesor que un ejecutor.

Posteriormente tomó la palabra Silvino Abella, que fue crítico en su discurso porque considera que "estamos en un sector profesional que se ha venido trivializando año. El cliente ha perdido muchas de las referencias que eran nuestras señas de identidad en el pasado. Por eso demanda independencia y no imposiciones, reivindica servicio y no desidia, seguridad y rigor, y no incertidumbre y anarquía". En su opinión, "tenemos una importante labor: tanto mediadores como entidades hemos de ser firmes defensores de la honorabilidad y valía de nuestro sector, tenaces garantes de su profesionalidad y crédito, enérgico soporte de una actividad herida por una legislación condescendiente con algunos actores del mercado, y amnésica y paralizadora con otros que hemos sido el auténtico germen y soporte del mismo".

Por otro lado, la sede de AXA acogió el arranque de la Alta Escuela del Segmento Empresas para Corredores de Espabrok,

iniciada en formato presencial, con la presencia de 25 corredurías de la red. El objetivo es incrementar los conocimientos técnicos y desarrollar una metodología de asesoramiento integral al cliente empresa.

El calendario de formación contempla sesiones de nivel inicial y especialización hasta el mes de junio, bajo una metodología de actividades online, estudio de casos, discusiones en grupo y autoevaluaciones.

Asimismo, **Lloyd's Iberia** ha impartido en sus instalaciones de Madrid una jornada formativa a 20 alumnos de la Escuela de Negocios Ipac Bachelor Factory de Paris.

Dentro de los programas de licenciatura del IPAC, se contemplan jornadas en empresas con el objetivo de guiar a los estudiantes hacia el empleo mediante el desarrollo del placer de aprender, el deseo de tener éxito, la apertura internacional y el gusto empresarial. La agenda del día tuvo como objetivo conocer a fondo el Lloyd´s como mercado de seguros especializado a nivel mundial, su estructura, su perfil de negocio, y en nuestro mercado las razones de su establecimiento en Bruselas.

Beatriz Ramírez, directora del área Legal y Compliance del Lloyd´s, fue la encargada de transmitir dicho conocimiento al alumnado.

Luis López Visús, director general de Espabrok, dio la bienvenida a los asistentes afirmando que "el sector asegurador abre enormes oportunidades para el desarrollo del talento, siendo importante conocer las oportunidades de integración en el mundo profesional, y creemos firmemente en que el éxito empresarial radica la mayoría de las veces en el factor humano, por lo que conocer las inquietudes de futuros talentos a unir a tus equipos de trabajo es una necesidad para alcanzar objetivos".

El Colegio de La Coruña comienza su plan de formación para 2020

El Aula de formación del **Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña** ha recibido a los alumnos de la segunda convocatoria del curso Grupo B semipresencial e intensivo. La apertura oficial del curso corrió a cargo de Carmen Aradas, vocal de la Junta de Gobierno.

En esta primera acción, se abordó la función del **Consorcio de Compensación de Seguros**, conferencia que fue impartida por Antonio González, delegado en Galicia de este organismo.

Por otro lado, el Colegio gallego ha celebrado la sesión dedicada a 'La institución aseguradora, el coaseguro y el reaseguro', impartida por Fernando Grela, gerente territorial comercial de **Pelayo Mutua de Seguros**; y la conferencia 'El contrato de seguro y obligaciones de las partes' impartida también por Grela.

Esta acción formativa que el Colegio ha organizado en colaboración con entidades colaboradoras del sector, facilitará a los mediadores el acceso a la formación necesaria de sus empleados y colaboradores, y así cumplir con las exigencias de la formación obligatoria incluidas en el real decreto-ley 3/2020, del 4 de febrero, de medidas urgentes, que recoge la trasposición de la Directiva (UE) 2016/97 del Parlamento Europeo y del Consejo, del 20 de enero de 2016, sobre la distribución de seguros.

Cecas y el Instituto de Estudios Financieros darán formación en finanzas a los mediadores

Cecas y el Instituto de Estudios Financieros (IEF) impartirán formación especializada en finanzas destinada a corredores y agentes. Ambas instituciones ofrecerán conjuntamente tres cursos, que permitirán, por un lado, proporcionar los conocimientos necesarios para el asesoramiento financiero a particulares optimizando la relación con el cliente y, por el otro, ampliar su negocio aprovechando la oportunidad que supone la aplicación de la normativa MiFID II y el entorno de tipos de interés bajos.

"La aplicación de la normativa MiFID II obliga a todas las personas físicas que asesoren o vendan productos financieros a contar con los conocimientos y competencias necesarias. Esto supone una nueva oportunidad para los mediadores de seguros", ha señalado Javier Barberá, presidente de Cecas.

Cecas y el IEF han refrendado su colaboración mediante la firma de un acuerdo que contempla desarrollar tres tipos de cursos:

1.– Curso de preparación para la certificación European Investment Assistant (EIA). Permite dominar los aspectos técnicos vinculados a la inversión, productos, gestión de carteras, fiscalidad y otros elementos que facilitan la relación con los clientes y que se combina con la propia experiencia profesional obtenida de la asesoría aseguradora. Forma en mercados financieros; inversiones colectivas y otros vehículos de inversión y previsión; y en fiscalidad, cumplimiento normativo y ético.

2.– Curso de preparación para la certificación European Investment Practitioner (EIP). Introduce a la asesoría y gestión de patrimonios; forma en cálculo financiero y fija la base de la teoría de carteras; ofrece los fundamentos de la inversión; estudia los mercados financieros; forma sobre fondos de inversión; amplía la formación en seguros y planes de pensiones; aporta la formación en fiscalidad e impuestos; y finaliza con los conocimientos de cumplimiento normativa y ética en el asesoramiento financiero.

3.– Curso de preparación para la certificación European Financial Advisor (EFA). Incluye en su programa: cálculo financiero, teoría de carteras y rentas financieras; Mercados financieros I, II y III - renta fija; renta variable y coyuntura económica, análisis técnico; y derivados, estructurados y divisas. También se estudian fondos y sociedades de inversión; crédito e inversión inmobiliaria; planificación financiera y ética en el asesoramiento financiero; y planificación fiscal.

La realidad es que la asesoría en finanzas se consolida como una oportunidad de negocio para corredores y agentes de seguros que asesoran sobre seguros de Vida, Salud y Decesos, planes de ahorro, de pensiones, de previsión asegurados o unit linked. La demanda de profesionales con este perfil se ha incrementado y por eso Cecas promueve la formación de mediadores con programas específicos en finanzas para desarrollar la especialización de estos profesionales.

Por otro lado, tras la reciente transposición de la Directiva de Distribución de Seguros y Reaseguros (IDD), Cecas ha lanzado la formación 'Guía práctica de la Ley de Distribución de Seguros. Qué debes conocer'. Con ella se pretende conseguir que los mediadores, sean colegiados o no, puedan actualizarse y conocer todas las novedades que trae consigo este nuevo marco regulatorio.

Este curso tendrá una duración de dos meses máximo y una carga lectiva de diez horas. Se impartirá en modalidad e-learning y abrió su proceso de matrícula el 20 de febrero.

El programa se organiza en torno a cuatro módulos. En la primera sesión, "El porqué de una nueva ley", se analizará cómo surge esta directiva europea, con qué objetivo, cómo ha sido su trasposición en España. El siguiente bloque, 'Un ámbito mucho más amplio: Distribución', se centrará en explicar el cambio de ámbito, ya que según ésta se considera distribuidor de seguro no sólo a los mediadores, sino también a las compañías, a aquellos que distribuyan productos con carácter auxiliar (como las agencias de viajes) y los denominados comparadores de seguros online.

El módulo tres lo protagonizan las directrices sobre Productos de Inversión Basados en Seguros (IBIP). 'Qué son y sus especiales reglas de distribución', ya que el mediador deberá saber qué productos de Vida-Ahorro se enmarcan en esta categoría y cómo le afecta como distribuidor. Y, por último, el cierre se hará con un bloque 'Los cambios que supone la LDS para la mediación de seguros', donde el mediador conocerá cuál es la información a suministrar a los clientes, es decir, qué diferencia supone informar o asesorar, el nuevo régimen de infracciones, las nuevas disposiciones sobre formación o la obligatoriedad de disponer de cuentas separadas para los ingresos de las primas de los clientes.

Sáez de Montagut & Moreno y Tomás Amado, nuevos socios de Cojebro

Las correduría**s Sáez de Montagut & Moreno** y **Tomás Amado** se han incorporado como socios a **Cojebro**, tras su aprobación, por unanimidad, de la Asamblea General de Socios.

"Formar parte de esta asociación, a partir de hoy, me colma de satisfacción por la mejora y el avance que Cojebro le va a reportar a mi correduría, pero especialmente por compartir proyectos con grandes amigos que aquí tengo. Me esforzaré al máximo por estar a la altura del nivel que tiene esta organización", ha destacado Javier González, titular de Sáez de Montagut & Moreno, de Madrid.

Con sede en Gijón, Tomás Amado, correduría de seguros, se convierte en el representante de Cojebro en Asturias, provincia donde no existía ningún socio. "Es una magnífica oportunidad para compartir, aprender y aportar todo lo que pueda del conocimiento y bagaje empresarial adquiridos durante los años de actividad de nuestra correduría familiar", ha comentado Tomás Amado.

En otro orden de cosas, Cojebro ha celebrado en Barcelona su tradicional Almuerzo de Alta Dirección Aseguradora, en el que homenajea al dirigente que ostenta la máxima responsabilidad de una de sus aseguradoras preferentes. En esta ocasión, ha sido Vicente Cancio, CEO de **Zurich Seguros,** el invitado de honor.

Los cambios estructurales de los grupos de interés, el Brexit y Solvencia II centran la última reunión del IRSG

Juan Ramón Pla, tesorero de Adecose, ha acudido a la última reunión del Grupo de Interés del Seguro y Reaseguro (IRSG), organizado por Eiopa en Frankfurt (Alemania). Durante la jornada se informó sobre los cambios estructurales que se producirán en los grupos de interés (stakeholder groups), se revisó la Directiva Solvencia II y se analizó la preparación ante los distintos escenarios del Brexit, entre otros asuntos de interés.

Uno de los puntos más importantes de la reunión fue la redefinición de la composición de los miembros que formarán los nuevos grupos. Esta nueva estructura será aplicable a todos los grupos de interés y estará conformada por 30 miembros, de los cuales trece representarán a la industria; otros trece, a consumidores y representaciones organizativas; y cuatro, a miembros académicos.

Los nuevos grupos de interés verán ampliada la duración de los mandatos de dos años y medio a cuatro, lo que implica que el plazo del actual Grupo finalizará un año y medio antes de lo previsto, y el nuevo comenzará en septiembre de 2020, por un periodo de cuatro años. Además, cualquier miembro actual podrá volver a someter su candidatura.

En cuanto al Brexit, Juan Ramón Pla ha afirmado que Eiopa tomará las medidas necesarias para proteger a los consumidores. Para ello realizará un seguimiento de los planes de contingencia implementados por cada una de las autoridades nacionales y, además, supervisará el establecimiento dentro de la UE de aquellas aseguradoras con sede en Reino Unido que han optado por continuar operando en la Unión Europea.

Asimismo, cabe destacar la aprobación para que las personas físicas de terceros países puedan continuar siendo miembros de organizaciones europeas a título personal, siempre y cuando demuestren que sus competencias son de interés para la Unión Europea. Esta medida permitirá a ciudadanos de Reino Unido continuar formando parte de organizaciones de la Unión Europea.

Por último, se trataron otros temas de interés como el Plan de Pensiones Paneuropeo (PEPP), en el que ya se está trabajando de forma activa; la revisión de la Directiva Solvencia II; y la sostenibilidad en las finanzas (Green Deal), un aspecto clave para la Unión Europea que se pretende impulsar más allá del ámbito financiero.

Por otro lado, la delegación de Adecose (Juan Ramón Pla, tesorero y actual presidente de Bipar; Borja López-Chicheri, director gerente; y Marta Mariño, responsable de relaciones institucionales y proyectos) ha asistido a la reunión semestral de la Federación Europea de Intermediarios de Seguros (Bipar) que tuvo lugar en Bruselas.

Las jornadas -presididas por Juan Ramón Pla- comenzaron con las tradicionales reuniones de los comités de Agentes y de Brokers, donde el profesor de economía de la Universidad de KU Leuven, Karel Van Hulle, profundizó en las nuevas exigencias que traerán consigo Solvencia II y los efectos indirectos que tendrá en los distribuidores de seguros. Además, el académico adelantó un posible cronograma del procedimiento legislativo de la norma en Europa, fijando 2024 o 2025 como el periodo de transposición de la directiva.

Sin embargo, las regulaciones que coparon buena parte de los paneles fueron la Ley de Distribución de Seguros y el Reglamento General de Protección de Datos. Se indicó cuáles son las principales dificultades que se están encontrado en la implementación de la IDD, debido a las diferentes interpretaciones de los Estados miembros en temas relacionados con el IPID y la gobernanza de productos.

En cuanto a la problemática del GDPR, se abogó por una armonización y cooperación por parte de todas las autoridades nacionales de protección de datos para fijar plazos máximos de resolución de procedimientos administrativos. En ese sentido, se recalcó que España es de los pocos Estados miembros que tiene establecida una fecha límite para este tipo de casos.

Willis Towers Watson Networks centra sus esfuerzos en la generación de venta en el marco tecnológico

Madrid ha acogido el XII Consejo Anual de Willis Towers Watson Networks. En él su director general, Javier Gausí, señaló los objetivos que se ha marcado la alianza para 2020, sobre los que destacó fundamentalmente, "acercar el mundo Willis Towers Watson a la alianza, orientar los esfuerzos a la generación de venta en el marco tecnológico, desarrollar un marco formativo de adaptación a la nueva Ley de Distribución de Seguros y potenciar el negocio de Vida entre las corredurías asociadas".

En el evento, su plataforma tecnológica Willplatine volvió a ser este año protagonista, resaltando tanto sus bondades, habilidades comerciales y mejoras que de manera continua experimenta. Se habló también del crecimiento exponencial de la usabilidad que está experimentando la plataforma por parte de los asociados.

Francisco de León, abogado especialista en seguros del Bufete Ashurst, instruyó a los asistentes sobre las principales novedades de la IDD recientemente aprobada y cómo afectan a los corredores de seguros.

En otro orden de cosas, la asociación Insurance ERM (Enterprise Risk Management) ha fallado el premio a la 'Solución analítica del año', que en la edición de 2020 ha sido para el software Radar Live, de la consultora Willis Tower Watson.

Esta solución permite a las aseguradoras -tanto de Vida, como de No Vida- emitir precios al instante, aplicar reglas de tarificación, realizar ajustes o usar algoritmos de tipo machine learning, entre otras funciones, directamente en un sistema de tarificación en tiempo real.

E2K ha preparado a sus corredores sobre la IDD

E2K ha comunicado que lleva preparando a sus corredores más de un año sobre la nueva Ley de Distribución de Seguros, que es consecuencia de la trasposición de la Directiva europea que se debió aprobar en octubre de 2018 y que el Gobierno aprobó a primeros de febrero mediante Real Decreto Ley.

"Desde que en mayo de 2018 se inició la tramitación como un proyecto de Ley para adoptar la directiva, E2K ha ofrecido una batería de soluciones para que nuestros corredores estén preparados para los cambios a los que se deben de adaptar", ha declarado Paloma Arenas, directora general de E2K.

Recientemente E2K, a través de su Alta Escuela para Corredores, celebró un webinar sobre 'Tu correduría adaptada a la IDD', en el que se explicó los cambios y novedades y se ofreció abundante documentación sobre la nueva regulación.

"Desde siempre analizamos los cambios más importantes que afectan al corredor y les confeccionamos el soporte documental que necesitan para su adaptación. Pero es importante destacar que los corredores están en constante adaptación, lo hacen rápida y eficazmente, pero echamos en falta legisladores que 'sepan de seguros' y que acometan una regulación constructiva y estable en el tiempo", ha manifestado Pura Rubio, responsable del área de Apoyo Legal de E2K.

Por otro lado, la red nacional de corredores de seguros de E2K ha incorporado a seis correduría radicadas en diferentes puntos de España: Segurvillegas (Santander); I-Segur Banyoles (Girona); SCV Mediadores de Seguros (Valencia y Castellón); G. Baylin Correduría de Seguros (Madrid); Abad Socias (Palma de Mallorca); e Iñaki Durán (Guipúzcoa). Esto supone más de 250 oficinas dispersas por toda la geografía para llegar al consumidor de forma cercana.

Howden Iberia y Banasegur firman un acuerdo de colaboración estratégico

Los corredores de seguros españoles Howden Iberia y Banasegur han firmado un acuerdo de colaboración estratégico con el objetivo de hacer crecer sus negocios en España, Portugal y Latinoamérica.

Howden Iberia, corredor especialista en seguros de Crédito, Caución, alimentación, energía, RC profesional, Administraciones Públicas y Ciber, entre otros ramos, podrá transmitir parte de su conocimiento en dichas especialidades al equipo de Banasegur y ofrecer nuevos productos a los clientes que así lo deseen. Por su parte, la correduría catalana, líder en seguros Agropecuarios en el mercado español, se apoyará en la capilaridad de Howden Iberia y en su presencia en Iberoamérica para la expansión de su negocio.

La protección de datos centra las principales consultas de asesoramiento legal de los socios de Aunna

El servicio de asesoramiento técnico del área Legal de Aunna Asociación recibió un total de 581 consultas a lo largo de 2019. De ellas, un 22% se referían a dudas sobre el RGPD (Reglamento General de Protección de Datos) y un 28% a cuestiones regulatorias.

Justo Arroyo, responsable del área Legal de Aunna Asociación, se ha mostrado muy satisfecho con el resultado de esta iniciativa y con la buena acogida que ha tenido entre los socios. "El gran número de consultas que nos han hecho llegar los socios durante el último año, significa que estamos ofreciendo un servicio útil para que puedan desarrollar su actividad de forma eficiente y con la tranquilidad de cumplir con todos los requisitos que marca la Ley".

Este servicio de Aunna Asociación incluye desde la gestión del departamento de Atención al Cliente (DAC), pasando por el asesoramiento y apoyo legal en todas las cuestiones relacionadas con la actividad profesional y empresarial que implica la labor cotidiana del corredor de seguros.

Las cuestiones más recurrentes han sido las relativas a la nueva Normativa de Protección de Datos (RGPD), la recientemente aprobada trasposición de la IDD y las obligaciones que conlleva para los profesionales del sector.

En segundo lugar, han destacado las consultas que tienen que ver con el desarrollo de las relaciones entre corredurías y aseguradoras y las que se refieren a la interpretación de las Cartas de Condiciones. Asimismo, los socios han mostrado especial interés por los aspectos regulatorios del ejercicio de la profesión, así como por la interpretación de la Ley del Contrato del Seguro y otras obligaciones sometidas a control administrativo, como titulaciones, compatibilidades, cambios de participaciones o posiciones dominantes, que han sido de especial importancia entre los temas consultados.

Por último, la gestión y tramitación de siniestros declarados a las entidades aseguradoras ha demostrado ser otra de las cuestiones que han suscitado mayor interés entre los correos recibidos, a lo que hay que sumar el resto de actividades y competencias realizadas por el área Legal de la asociación.

En otro orden de cosas, Aunna Asociación ha incorporado a lo largo de 2019 un total de 14 nuevas corredurías en 12 provincias españolas (Álava, Albacete, Almería, Alicante, Burgos, Cantabria, La Coruña, Las Palmas de Gran Canaria, Madrid, Murcia, Palencia y Valencia).

Estas nuevas incorporaciones permiten a la asociación seguir creciendo en el desarrollo de su proyecto de negocio a largo plazo, con el objetivo de ofrecer mejores productos y servicios a sus socios y asociados.

De todas las nuevas incorporaciones, un 65% llegaron a través de recomendaciones de otros socios y un 35% a través de la página web.

Aon y la Asociación Española de Startups (AES) han alcanzado un acuerdo por el que Aon se convierte en partner de AES. A su vez, ambas organizaciones se comprometen a trabajar conjuntamente en proyectos innovadores que aporten valor al conjunto del sistema emprendedor español.

Aon impulsará el emprendimiento de la mano de la Asociación Española de Startups

Raimundo Abando, Innovation Lead de Aon, considera que "el objetivo de este acuerdo es impulsar proyectos e ideas que mejoren la calidad de los proyectos emprendedores, ya que estamos convencidos de la importancia que tienen para el desarrollo económico y social de nuestro país".

En otro orden de cosas, Aon ha reforzado su apuesta por el área de Health & Benefits en España con el nombramiento de Stephanie Zweifel, como directora de Client Engagement, e Ignacio Salvatierra, como director de Desarrollo de Negocio de Salud. Desde sus nuevas posiciones se encargarán de establecer y fortalecer relaciones de confianza a largo plazo con los clientes y prospectos de la firma, así como de ampliar la oferta de soluciones de la multinacional en el área de la salud y el bienestar de acuerdo con la transformación del mercado y las necesidades actuales de las empresas.

Los mediadores de Córdoba, Huelva y Sevilla se instruyen en especialidades comerciales

A finales de enero se celebró la sexta sesión del Programa de Formación Continua del Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla. La jornada, que tuvo como título 'Desarrollo de especialidades comerciales', ha sido impartida por Javier Sierra, miembro de Eutropía/Egestiona.

El objetivo de esta formación fue la identificación y generación de especialidades comerciales que beneficie en la consecución de clientes, así como la obtención de herramientas para la especialización de las actividades del profesional del seguro. Todo ello según ámbitos geográficos o colectivos sociales. Del mismo modo, los asistentes conocieron los nuevos mercados que se están desarrollando en la actualidad.

En las próximas sesiones del Programa de Formación Continua del Colegio, se hablará de los sistemas de trabajos y workflows, liderazgo y gestión o protocolos de actuación, entre otros temas.

Apromes alcanza un acuerdo de colaboración con la aseguradora francesa La Parisienne

Alfred Escomel, director de Relaciones Internacionales de Apromes, Alexandre Rispal, Chief Revenue Officer de la aseguradora francesa La Parisienne Assurances, han firmado en París un acuerdo de colaboración. De esta forma, la asociación pretende multiplicar las oportunidades comerciales de sus socios con entidades europeas e innovadoras.

La Parisienne Assurances es una aseguradora digital que desarrolla y distribuye productos de seguros de Daños y Accidentes en marca blanca y a medida en 13 países europeos a través de una amplia gama de socios de distribución: corredores, insurtechs, actores de comercio electrónico y minoristas. Sus soluciones de seguros (que combinan productos con características tradicionales, bajo demanda y parametrizadas) se ofrecen en forma de API para integrarse fácil y rápidamente en las plataformas digitales de sus distribuidores. Esta completa digitalización de precios, gestión de contratos y pago de siniestros a través de sus API y blockchain privada permiten a La Parisienne lanzar productos personalizados y competitivos en el mercado en menos de 10 semanas.

Rispal ha destacado que la vocación principal de Apromes es informar, promover y defender los intereses de sus miembros y multiplicar las oportunidades comerciales con entidades europeas e innovadoras como La Parisienne. "Podremos ofrecer nuestros productos a medida, tradicionales y en uso, en el camino y en la afinidad, a los corredores miembros de Apromes para ampliar su gama de productos y servicios diferenciadores", ha declarado.

Días después de la firma, en la sede de Apromes se realizó la presentación de esta aseguradora francesa. En ella, Rispal destacó especialmente el deseo de su compañía de desarrollar su crecimiento en Gran Bretaña, Italia y España, destacando que su presencia y establecimiento en nuestro país será este año, si bien, ya trabajan en libre prestación. En España entran de la mano de Apromes, y por lo tanto sus exclusivos productos serán distribuidos por sus asociados. En concreto, la aseguradora trabaja en digitalización y distribución de productos de Daños, Accidentes, Flotas, vehículos profesionales, patinetes eléctricos, productos afinitarios, movilidad y otros.

Por otro lado, la correduría de Córdoba Guerra de Moral, cuyo director es Rafael Guerra, se ha incorporado a Apromes aportando mayor presencia asociativa en Andalucía.

Cohebu recuerda que la nueva ley hipotecaria permite a los clientes contratar seguros con compañías ajenas al banco

Cohebu Correduría de Seguros ha explicado en un comunicado que la nueva ley hipotecaria concede la libertad a los usuarios para que puedan suscribir sus seguros con otra compañía y ha puesto en valor la figura del mediador como experto en la materia.

Se acabó contratar seguros obligatorios con el banco a cambio de una hipoteca. Así lo pone de manifiesto el Banco de España, que ha remitido un requerimiento a todas las entidades bancarias, indicándoles que, de acuerdo con la nueva ley de crédito inmobiliario en vigor, el precio que promocionan en sus hipotecas no puede mostrar la rebaja por bonificaciones. La noticia ha sido acogida con satisfacción por los usuarios y también por los mediadores de seguros, que celebran esta medida que evitará que se exija a los clientes de banco su vinculación a cambio de bajar los precios de los préstamos hipotecarios cuestión que no debe de afectar a las condiciones firmadas en el momento de la firma de la operación.

El gerente de Cohebu Correduría de Seguros, José Antonio Buzón, ha valorado positivamente que ahora sean los clientes "los que deciden" y destaca que un mediador de seguros "es la opción más aconsejable para los usuarios dado que oferta mejores primas, seguridad y servicio personalizado en pos del interés del asegurado. Un corredor de seguros busca siempre la mejor opción para sus clientes".

Los mediadores de Toledo analizan la IDD

El Colegio de Mediadores de Seguros de Toledo ha celebrado un taller sobre la 'Transposición de la Directiva IDD'. Una jornada en la que César García, abogado, doctor en Derecho de Seguros y corredor de seguros, expuso los retos a los que se enfrenta el sector tras la aprobación del Proyecto de Ley de Transposición de la Directiva de Distribución en Seguros.

Durante la jornada, García detalló los cambios que la nueva norma puede generar a los mediadores, ya sean agentes, corredores u operadores de bancaseguros, así como las condiciones de acceso a la profesión de mediador, para los futuros profesionales.

"Es muy importante que los profesionales del sector asegurador conozcan las modificaciones que la Directiva de Distribución nos traerá a nuestro día a día, por ello, durante esta jornada hemos querido dar algunas claves para que su incorporación se pueda llevar a cabo de forma eficaz", ha matizado César García.

El Consejo General cree que el seguro de cancelación no es aplicable en el Mobile

Los mediadores de Seguros consideran que las indemnizaciones derivadas de la cancelación del Mobile World Congress de Barcelona podrían ser responsabilidad exclusiva de GSMA, la empresa organizadora del evento. Ante las dudas suscitadas acerca de si son las aseguradoras o el GSMA quienes deben hacer frente a las pérdidas, el Consejo General de Mediadores de Seguros explica que "las compañías de seguros normalmente están exentas del pago de las indemnizaciones que se deriven de su suspensión ya que no cubren una contingencia como la causada por el temor al coronavirus, máxime como ha explicado el Gobierno, que en España no hay ninguna alerta sanitaria".

Con la información disponible hasta el momento, el coste debería asumirlo, por tanto, la empresa GSMA que decidió cancelar ante la cascada de bajas de los expositores asistentes por el miedo al coronavirus. El seguro de cancelación que habitualmente se contrata en eventos importantes como el Mobile suele cubrir la cancelación, posposición, abandono o reubicación del evento por causas fuera del control del asegurado como climatología adversa, inutilización de la sede por incendio o ruina, luto nacional, huelgas, terrorismo/amenaza, etc. También hay cláusulas que incluyen alerta sanitaria como en el caso de pandemias. Pero para activar la póliza, la causa de cancelación debe estar justificada y, por tanto, es necesario que un organismo oficial o una autoridad competente ordene o al menos recomiende la no celebración.

El consejero delegado de la GSMA, John Hoffman, aseguró en rueda de prensa que la cancelación del Mobile World Congress de Barcelona se había debido a una situación de "fuerza mayor". Una declaración que es importante porque aducir esta cláusula es el único argumento que podría esgrimir para no pagar indemnizaciones. Algo difícil ya que el coronavirus no puede ser considerado una "fuerza mayor" al no haberse declarado la pandemia en España.

Desde el Consejo General explican que "difícilmente, en el momento en que se contrató el seguro del Mobile se podía prever que iba a suceder algo así. Es algo habitual a la hora de contratar las pólizas, no te planteas introducir una cláusula de este tipo por lo extraordinario del caso. Lo ocurrido introduce una reflexión sobre los límites de las coberturas".

El Colegio de Madrid realiza una jornada sobre la ley de Distribución

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid ha realizado una jornada de formación sobre la recién aprobada Ley de Distribución del Seguro. En ella se abordó las principales novedades introducidas por el Proyecto de Ley de Distribución de Seguros y Reaseguros Privados (LDS) que traspone al derecho español la Directiva de Distribución de Seguros (IDD).

Para el Colegio de Madrid, las sesiones formativas sobre la nueva norma son de especial interés para los colegiados, ya que va a regular la actividad de los mediadores durante los próximos años y es clave tener un conocimiento adecuado de la misma.

Juan Ignacio Álvarez, jurista especialista en la Ley de Distribución de Seguros y asesor del Colegio de Mediadores de Madrid, fue el encargado de impartir las jornadas, donde trató los asuntos más novedosos del nuevo Real Decreto, en relación con su ámbito objetivo y subjetivo de aplicación y régimen transitorio, la clasificación y actividad de distribuidores (mediadores de seguros y aseguradoras) y colaboradores externos, los requisitos de formación y mecanismos de solución de conflictos, entre otras.

Mediavanz elabora un plan de formación inicial y continua para sus miembros

La asociación Mediavanz ha lanzado un campus con todos los contenidos para la formación inicial obligatoria, así como para la continua de los empleados y colaboradores de sus corredurías miembros, desarrollado por Campus del Seguro.

A partir de ahora Mediavanz dispone de una "herramienta y servicio de gestión global de la formación" que, además de los contenidos formativos, le sirve de registro automático de la formación en los términos exigidos a los corredores y corredurías por la Ley de Distribución de Seguros y por el que recibirá también un servicio permanente de consultas y asesoramiento sobre el tratamiento de la formación obligatoria para cada caso particular y un servicio de ayuda en caso de inspección en materia de formación, para cumplir en todo momento con los requisitos normativos.

Los mediadores valencianos se forman sobre ciberriesgos, Insurtech y atención al cliente

El Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia ha realizado recientemente diferentes jornadas sobre ciberriesgos, Insurtech y atención al cliente en sus instalaciones.

En la de ciberriesgos, organizada junto a Correduidea, se ofreció una visión amplia de la ciberseguridad de la mano de expertos y profesionales, aportando herramientas para conocer mejor las necesidades reales de los clientes de los mediadores, con ideas y consejos para poner en práctica en el día a día.

La jornada 'Insurtech, tecnología y corredores de seguros: cómo multiplicar los resultados económicos', impartida por Wefox, mostró cómo un marketplace que conecta a las corredurías con las compañías de seguros puede brindar a los asegurados una experiencia más beneficiosa, simplificada e intuitiva.

En este taller se analizaron las ventajas de las insurtech para las pequeñas y medianas corredurías, poniendo especial foco en las demandas del asegurado y, cómo este tipo de empresas pueden ayudarles a incrementar su volumen de negocio.

Mientras que el curso intensivo sobre atención al cliente, impartido por Inmaculada Marco, tuvo como objetivo "aprender a manejar y entrenar sus habilidades, las propias y las que descubran en el curso, dirigidas a la comunicación y a la venta". En este sentido Marco apunta que el curso, que impartió este jueves parte de su primer módulo, se apoya "con fórmulas de ventas propias del siglo XXI, que trabajaremos con el fin de que ayuden a los asistentes a crecer como profesionales y hacer crecer a sus empresas". Se trata, en definitiva, de facilitar "una forma de abordar la venta que les ayude a optimizar sus acciones de captación y fidelización".

Este curso consta de cinco sesiones y está dirigido a profesionales del sector y a empleados, ofreciendo diferentes opciones de matriculación para su impartición. Además del curso completo, el Colegio brinda la posibilidad de cursar únicamente el módulo dedicado a la comunicación, con dos sesiones, o el de ventas, con tres jornadas.

En otro orden de cosas, el Colegio de Valencia ofreció una conferencia en el marco del Foro de Empleo y Emprendimiento de la Facultad de Economía de la Universidad de Valencia en la que se puso de relieve que la mediación de seguros interesa como opción laboral de calidad. Alejandro Fuster, de la Comisión de Formación del Colegio, desgranó las principales ventajas de la mediación como salida laboral, subrayando la seguridad laboral, la "importantísima labor social" desarrollada por los profesionales del sector o la "pluralidad en el empleo", por cuanto se requieren perfiles profesionales muy diversos.

Aprocose aborda cómo el apetito al riesgo puede ayudar a los mediadores a mejorar sus ofertas de coberturas

La segunda edición del Curso Superior en Gestión de Riesgos y Seguros de la Universidad CEU-Cardenal Herrera de Valencia, impartido por Agers e impulsado por Aprocose y el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia, continúa con sus sesiones formativas con el módulo impartido por el profesor José Luis Solís, centrado en el concepto de apetito al riesgo del empresario individual.

En su opinión esta cuestión "puede ayudar a los mediadores en el entendimiento de este en los negocios de sus clientes y hacer ofertas de cobertura que atiendan realmente al apetito de cada uno de ellos". El objetivo es que, con esta información "logren que las coberturas sean mucho más adaptadas a los riesgos de aquellos, obteniendo una cobertura adecuada y la demostración de que el mediador se preocupa del negocio del cliente y, en definitiva, obtener una fidelización en sus relaciones de negocio".

Solís explica que "los alumnos tienen una experiencia profesional práctica importante en la gestión de los riesgos asegurables", pese a que la sesión ha abundado en otras áreas de riesgos no asegurables, entendiendo hacia dónde se dirige la actividad del empresario.

Grupo Intercor hace balance del ejercicio 2019

En la última reunión mensual de Grupo Intercor, se trataron diversos temas y en especial los concernientes a las cifras definitivas del cierre del ejercicio 2019.

El asociado Fernando Tapias ha presentado un Cuaderno de Formación de su empresa, T & B Consulting, valorando su contenido y estudiando los cursos necesarios y más atractivos para todas las correduría y empleados de las mismas, y se valoró la posibilidad de implementarlos en 2020 para la asociación.

En la misma reunión, finalizando la jornada de mañana, asistió la aseguradora Berkley representada por Ángel Macho y Rubén Castaño. Se realizó la valoración del cierre del 2019 con la asociación y la situación para el presente ejercicio, comentando las acciones comerciales de la aseguradora para el año actual. Asimismo, Macho realizó una exposición sobre valoración de los distintos ramos del seguro.

Summa destaca la transparencia como valor clave en las relaciones con los clientes

En su intervención en la Cumbre de Mediadores celebrada en Valencia con el título 'Crecimiento y Transformación en un sector patas arriba', Jose Antonio Vargas, CEO de Summa, organizadora del evento, destacó la transparencia como uno de los valores clave en las relaciones con aseguradoras, clientes y colaboradores.

En un entorno de información fluida y omnipresente, la transparencia se convierte en un potente aliado de la libertad para poder tomar decisiones, afirmó Vargas.

Asimismo dijo que lo que dio éxito en el pasado no es lo que será útil en el futuro. El sector está pasando a un modelo que denomina de co-participación, en el que los corredores pequeños y medianos dejan de ser hombres orquesta para ser solistas dentro de una gran orquesta u organización que les aporta las herramientas y conocimientos para ser importantes.

Añadió que, en este entorno, ya real, "donde el mediador tiene que invertir intensivamente en tecnología para no quedar descolgado, elegir la orquesta apropiada, el modelo apropiado y el socio adecuado es la tarea más importante para el corredor".

Tres ideas marcaron la jornada:

- Nueva Ley de Distribución y su implantación, que tiene muchos matices y diferencias con importantes repercusiones y responsabilidades nuevas para el mediador. En definitiva, no es más de lo mismo, como algunos pensaban porque lo difícil está en los detalles.
- Tecnología. Un sector que se transforma, según los ponentes, de ser intensivo en personas y relaciones, a ser intensivo en tecnología. Inversiones, que, junto a los nuevos entrantes tecnológicos, marcaran la agenda de los mediadores en los próximos años.
- Nuevos modelos de coparticipación. Los ponentes han coincidido a la hora de vislumbrar posibles alternativas para el mediador que pasan por la adaptación del modelo de negocio, la inversión en tecnología y la colaboración con otros mediadores dentro de nuevos modelos de co-participación si no se puede invertir al ritmo que demanda el mercado.

En definitiva, en un sector en plena transformación, el mediador puede verse abrumado por los riesgos y amenazas que se avecinan, pero también puede reinventarse, volverse a ilusionar con nuevos proyectos de crecimiento coparticipativo y ser protagonistas de su propio futuro.

Por otro lado, Summa ha reforzado su posición en Murcia con la incorporación de Antonio Martínez en Puerto Lumbreras. Su objetivo es transformar el modelo de negocio y adaptarse a las nuevas realidades y retos de la mediación.

El Colegio de Zaragoza lanzará un plan tecnológico para mejorar la competitividad de sus colegiados

El Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza presentará este año un plan tecnológico con el que ayudará a los colegiados a aumentar su competitividad. La iniciativa se basa en el desarrollo de herramientas digitales para mejorar áreas estratégicas en sus negocios y comunicar de forma eficaz el valor añadido de un distribuidor de seguros colegiado.

Desde el Colegio cuentan que "con este proyecto buscamos hacer más eficiente el trabajo de nuestros colegiados para que aumente su rentabilidad, consigan más ventas y fidelicen mejor a sus clientes". A través del departamento de Innovación del Colegio se ha realizado un trabajo de consultoría para explorar los puntos críticos a los que se enfrentan los colegiados a la hora de comunicarse con sus clientes y optimizar la rentabilidad.

La investigación ha detectado varias áreas claves de mejora en las que se centrará el proyecto. Desde el Colegio se crearán hasta 12 guías rápidas de desarrollo que se proponen como herramientas de trabajo para incidir sobre ellas, tenerlas como recordatorio o ayuda para establecer nuevos protocolos. Estas guías serán multiplataforma y contarán con recursos visuales como infografías.

Otra de las apuestas es proveer a los colegiados de materiales divulgativos para que puedan posicionarse ante sus clientes como asesores de alto valor añadido. En el Colegio explican que "nuestro valor diferencial no está solamente en la labor de asesoramiento que realizamos, sino también en muchos servicios y garantías que poseemos y los consumidores desconocen, como el servicio de defensa del cliente, o los seguros asociados en la protección de sus intereses".

Newcorred y Albroksa se alían para distribuir seguros Agrarios

Newcorred y Albroksa han firmado en febrero un acuerdo de colaboración para la distribución de seguros Agrarios por los miembros de la asociación.

En palabras de sus directivos, este acuerdo comercial, fruto de las sinergias de negocio entre ambas entidades, persigue aprovechar la alta especialización de Albroksa en el ramo de Agroseguros con la gran capilaridad de la asociación que le confiere una fuerte penetración en el entorno rural del país.

Mediante este acuerdo de colaboración, Albroksa facilitará la contratación de seguros en condiciones preferentes a las 250 correduría y corredores asociados a Newcorred, prestando su asesoramiento en la ejecución del contrato de las distintas líneas de negocio y en la gestión del siniestro.

El Consejo General advierte de las ocho coberturas indispensables en un buen seguro de esquí

El esquí y el snowboard se sitúan entre las 10 prácticas deportivas con mayor número de accidentes y de lesiones. De ahí que desde el Consejo General de Mediadores de Seguros dan a conocer las ocho coberturas que no deben faltar en un buen seguro de esquí.

El precio de un rescate en montaña en España cuesta 200-300 euros si se realiza a través de los 'pisteros', socorristas de las estaciones de esquí. Si resulta necesario el traslado a un centro hospitalario en helicóptero, el coste oscilará entre los 3.500 y 5.000 euros. El rescate en pista en Francia, Suiza o Italia ronda los 400 y 500 euros; si el traslado al centro médico se produce en helicóptero, el precio puede dispararse hasta los 8.000 euros.

Por eso, el Consejo General advierte que es conveniente revisar bien las coberturas que incluye el seguro que se contrata y comprobar que es adecuado para la práctica deportiva que vamos a realizar y el destino al que nos dirigimos. Un seguro estándar viene a salir por unos 4-5 euros día y uno para toda la temporada a partir de los 40 euros.

Recomienda que el seguro de esquí recoja, al menos, las siguientes coberturas: Rescate en pista (gastos del operativo del rescate que puede realizarse en trineos, en moto de nieve o incluso en helicóptero); Gastos médicos quirúrgicos y farmacéuticos (incluir los desembolsos de hospitalización y tratamientos tanto en España como en el extranjero); Gastos de hotel y estancia (incluidos los días de reposo que pueda necesitar el accidentado, así como los de sus acompañantes o familiares); Reembolso del forfait y clases de esquí de los días no disfrutados; Gastos de pérdida, demora o daño del equipaje y del equipo deportivo; Responsabilidad Civil por los daños a terceras personas durante la práctica del esquí; Gastos de traslado de familiares o acompañantes en caso de hospitalización de más de cinco días; y repatriación.

La Fundación Uniteco renueva con la Universidad de Alcalá su Cátedra de Salud, Derecho, Seguro y Responsabilidad Civil

La Fundación Uniteco y la Universidad de Alcalá de Henares (UAH) han renovado su compromiso con respecto a la Cátedra de Salud, Derecho, Seguro y Responsabilidad Civil para los próximos tres años.

Este convenio tiene como objetivo fomentar la formación, la investigación y la divulgación científica en los ámbitos de la medicina para los profesionales de la salud, así como del derecho y la responsabilidad civil.

Ruiz Re abre nuevas oficinas en Murcia y en Pontevedra

En febrero, Ruiz Re ha inaugurado nuevas oficinas en Puerto Lumbreras (Murcia) y en el municipio de Combarro (Pontevedra).

La de Puerto Lumbreras se encuentra en el corazón de la localidad, en la avenida Región Murciana, 19. Se trata de oficinas amplias e ideales para mantener la apuesta de la correduría por la atención personalizada y el asesoramiento experto, siempre cerca de sus clientes.

Por su parte, Galicia ya cuenta con un nuevo punto de atención al cliente en el municipio de Combarro (Pontevedra), dirigido por Teresa Martins, que ha dedicado toda su vida profesional a los seguros y cuenta con amplia experiencia en el mundo de la correduría donde ha trabajado durante casi una década.

En 2020, año en el que Ruiz Re celebra su 50º aniversario, se unen nuevas aperturas en localidades como Cuntis, Consuegra, Nerja, Alicante capital o Palma de Mallorca, sumándose a las más de 50 oficinas de la correduría, y ofreciendo su servicio exclusivo a sus más de 50.000 clientes.

Precisamente para celebrar este aniversario, Ruiz Re va a realizar un sorteo entre sus clientes para asistir a uno de los partidos de la Copa de Rugby Seis Naciones, el evento europeo de rugby por excelencia. Los participantes pueden ganar dos entradas para acudir al partido entre Roma e Inglaterra que tendrá lugar en el Estadio Olímpico de la capital italiana el 14 de marzo.

Rafael Carrasco liderará la Asesoría Jurídica de Centerbrok

Centerbrok ha incorporado a Rafael Carrasco para dirigir su Asesoría Jurídica. Licenciado en Derecho y Administración de Empresas por la universidad Carlos III de Madrid, lleva 10 años ejerciendo como abogado en Madrid con amplia experiencia procesal en asuntos civiles, mercantiles y seguros.

Con formación en compliance de sociedades, Carrasco es perito económico además de mediador civil y mercantil.

"La incorporación de Rafael se enmarca en la estrategia de potenciar los servicios a nuestra red con departamentos que aporten valor añadido a la actividad diaria de negocio. Desde su nuevo puesto, además de los aspectos corporativos y societarios propios del cargo, será el responsable de la asesoría jurídica del grupo en materia de siniestros", ha declarado Fernando Castellanos, director general de Centerbrok.

Los Colegios de Castilla y León abordan la finalización del mandato del actual Consejo Autonómico

En la última Asamblea del Consejo Autonómico de los Colegios de Mediadores de Seguros de Castilla y León presidida por Eugenio Aybar, en la sede del Colegio de Valladolid, se trató el asunto de la finalización del mandato actual del Consejo Autonómico que coincidirá con las elecciones del Consejo General y de los Colegios.

También se liquidaron las cuentas y se aprobó el presupuesto para el año 2020. El tesorero, José Tríbez, presentó su informe y la memoria de 2019. Asimismo, se trató el asunto del Congreso Internacional de Valencia en el mes de junio y se aprobó una partida para subvencionar a los colegiados que asistan.

Newcorred habilita un gabinete pericial para orientar a sus miembros en la gestión de siniestros

Newcorred ha puesto en marcha un gabinete pericial desde el que va a facilitar a sus miembros que puedan recibir, de manera gratuita, asesoramiento y orientaciones en la gestión y tramitación de los siniestros de las pólizas de sus clientes tanto en la fase de alta del siniestro y comunicación a la compañía, como en el proceso de tramitación, petición de información y planteamiento del siniestro, así como en caso de posibles actuaciones ante un rechazo del siniestro o en caso de desacuerdo con la indemnización propuesta por la aseguradora.

"La gestión del siniestro es parte de la esencia del servicio que todo corredor de seguros debe ofrecer a sus clientes", han señalado desde Newcorred. Esto hace necesario que esta gestión sea eficaz y profesional desde su comunicación a la compañía hasta su cierre con el pago de la indemnización.

En esta primera fase, el gabinete pericial de Newcorred va a arrancar inicialmente con servicios de asesoramiento para los siniestros de Autos y Riesgos Diversos. A la vista de cómo vaya evolucionando el servicio, lo irán ampliando en una segunda fase también al asesoramiento sobre los siniestros de otros seguros como, por ejemplo, patrimoniales.

Por otro lado, Newcorred ha entregado el premio al Mérito Emprendedor en la categoría de "Mediadores con más de 50 años de trayectoria profesional", en su tercera edición a Manuel Serrano, fundador de la Correduría de Seguros Serrano & Reverte (de Lorca); y el Premio al Mérito Emprendedor en la categoría de personas públicas a Inés Sainz, empresaria del sector de la Comunicación, que en su faceta de emprendedora está siendo un modelo de lucha y esfuerzo para otros emprendedores.

La correduría PT&H diseña un programa de seguros para empresas de reciclado de metal

La correduría Pérez Torregrosa e Hijos (PT&H), tras años de estudio y trabajo, ha diseñado un producto dirigido fundamentalmente a centros de reciclado de metal, reciclado de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) y desguaces, que ofrece una solución integral al cliente, asegurando Daños a Instalaciones, Responsabilidad Civil y Responsabilidad Medioambiental, todo ello apoyado en compañías de seguro y reaseguro internacionales.

Con este programa, PT&H da respuesta a la falta de cobertura que se viene produciendo en el sector del reciclado. Actualmente, existen gran número de empresas sin cobertura de seguro y otras que están teniendo serios problemas en las renovaciones de sus programas de aseguramiento.

"Además de conseguir una solución aseguradora exclusiva, solvente e integral para este tipo de empresas, hemos logrado que este programa de seguros se ajuste según las características del riesgo, aportando una excelente relación entre coberturas y primas, así como unas franquicias razonables", ha asegurado Manuel Pérez, consejero delegado de PT&H.

S4 reúne a su equipo comercial para fijar los objetivos de 2020

S4 ha reunido a su equipo comercial con el fin de presentar resultados del ejercicio anterior, plantear las novedades y fijar los objetivos y la estrategia para el año 2020.

Alfredo Blanco, director general de S4, indicó que "2019 ha sido un gran año. Cumplimos 20 años y tenemos por delante muchos retos, pero hay uno clave: consolidar esta estrategia de desarrollo económico competitivo y sostenible, siempre de la mano de una política de responsabilidad social empresarial clara".

Posteriormente, comenzaron dos jornadas de trabajo bajo el lema '20 años asegurando la diferencia', en las que los integrantes de los diferentes departamentos expusieron sus estrategias particulares, sinergias y planes de trabajo en equipo. Se destacó además la importancia del método comercial desarrollado a nivel interno en los últimos tiempos.

Tras el repaso de cifras, resultados y objetivos, se profundizó en dos aspectos clave para la empresa: el cuidado del equipo y del entorno en el que la compañía opera. En este sentido, se llevaron a cabo varias sesiones de formación y coaching de la mano de profesionales que potencian el sentimiento de equipo.

Adecose ha celebrado su Junta Directiva del mes de febrero donde se ha aprobado la entrada de un nuevo socio, la correduría de seguros Acxon Correduría de Seguros. Con esta incorporación, Adecose aumenta su presencia en Navarra donde ya cuenta con cuatro asociadas.

Acxon Correduría de Seguros se incorpora a Adecose

Durante la reunión se trató en profundidad la transposición de la Directiva de Distribución de Seguros y Reaseguros que el Gobierno aprobó el pasado 4 de febrero en Consejo de Ministros. La Junta analizó el articulado del Real Decreto Ley que entró en vigor el 6 de febrero e identificó los temas que generarán más dudas a las corredurías a la hora de adaptarse a la nueva regulación. En ese sentido, se ha concretado un plan de acción para dar apoyo a los asociados a través de la formación y de la actualización de toda la documentación jurídico-práctica.

Artai, presente en el II Foro Empleo de la Universidad de Vigo

Artai ha participado en el II Foro Empleo de la Universidad de Vigo, que se ha celebrado en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Contó con un stand en el que acercó al alumnado la actividad que desempeña la correduría y las posibilidades laborales que ofrece. Además, el consejero delegado de Artai, Rubén Martínez, ofreció una charla en la que expuso claves de cara a la búsqueda de empleo en el momento de acabar los estudios.

Con la participación en este Foro Empleo, Artai tiene el objetivo de captar talento joven, además de poner en valor el sector del seguro y proporcionar herramientas para los estudiantes de cara a la búsqueda de empleo. Según Rubén Martínez, se trata de "una iniciativa muy interesante que sirve para reducir el gap entre la universidad y la empresa".Artai también invita a participar en el sorteo de un Xiaomi Redmi Note 8T entre los estudiantes que hagan llegar su currículum a la empresa a través de artai.com/talento. El plazo de participación comprende hasta el 20 de marzo. El sorteo se realizará el próximo 1 de abril.

Espabrok entrega el VIII Premio Solidario a la Fundación Isabel Gemio

Tras dilucidar entre 327 ONGs que se han presentado en esta edición al Premio Solidario de **Espabrok**, la Fundación Isabel Gemio, dedicada a la investigación y tratamiento de las llamadas enfermedades raras, ha obteniendo 52 semanas de investigación.

En palabras de Silvino Abella, presidente de Espabrok, "solidaridad, compartir, colaboración, contribuir… son palabras que adquieren un valor innegable si van acompañadas de acciones precisas y reales". En esta ocasión, han decidido apoyar a una asociación que está trabajado para la investigación de enfermedades raras. Se estima que existen actualmente en torno a 7.000 enfermedades raras. Según la OMS una enfermedad es rara cuando afecta a menos de 5 individuos de cada 10.000. Son enfermos que requieren cinco años de media para recibir un diagnóstico… y a veces no llega jamás.

Isabel Gemio, presidenta de la fundación, recibió el premio con satisfacción porque llevan 10 años trabajando para la investigación de "estas enfermedades minoritarias o poco comunes", como las llamó ella. Ya llevan invertidos 1.700.000 euros y cuentan con 7 proyectos de investigación abiertos que han generado 3 patentes, trabajando solo con hospitales públicos. Gemio se quejó de que "en este país no hay cultura de respaldar la ciencia". Afirmó que los países más felices no son los más ricos, son los más solidarios".

Ruiz Re colabora en el I Encuentro de Padres con Niños con Discapacidad

Ruiz Re colaboró con la organización Felicidad Auténtica en la celebración del I Encuentro de Padres con Niños con Discapacidad. Una iniciativa que busca aplicar las técnicas de motivación y felicidad, que se utilizan en las empresas, en familias con niños con discapacidad. Ruiz Re colabora con la organización del encuentro en el marco de sus acciones socialmente responsables enfocadas a la familia y la infancia.

Las jornadas motivacionales han demostrado ser muy efectivas en la actitud de las personas, algo que repercute directamente en su felicidad. Es por ello que este encuentro buscó enfocar este coaching a padres, madres y familiares de niños con necesidades especiales. En Ruiz Re conocen muy bien las ventajas de la motivación y la búsqueda de la felicidad en todos los ámbitos de la vida, por ello se enamoraron de este encuentro y no quisieron perder la oportunidad de apoyarlo.

AyF Correduría de Seguros ha llegado a un acuerdo para ser patrocinadora de la expedición de la científica gallega Alba Aguión a la Antártida a finales de 2020, tras un intenso año de preparación junto con 75 compañeras científicas de todo el mundo. Se enmarca en la iniciativa Homeward Bound, que aspira a crear una red internacional de mujeres con el objetivo de impulsar el liderazgo femenino e influir en la toma de decisiones en beneficio de nuestro planeta.

AYF Correduría apoya una expedición científica a la Antártida

"Desde AyF Correduría sentimos una enorme satisfacción al poder contribuir con nuestro granito de arena al trabajo de Alba Aguión y a la visibilidad de las mujeres científicas. Nos enfrentamos a desafíos globales, como el cambio climático, que requieren que las personas con más talento, independientemente de si son hombres o mujeres, puedan realizar las máximas contribuciones posibles para que nuestro hogar común siga siendo un lugar habitable".

Explican que "con la denominación 'Alba Aguión: Objetivo Antártida' realizaremos una intensa difusión y seguimiento en todos nuestros canales de información (web, redes sociales y comunicación con los medios) de los distintos hitos que Alba vaya alcanzando, además de que ella misma nos narrará en primera persona todos los detalles de la planificación de la expedición y de su estancia en la Antártida. Ya tenemos de un artículo y un vídeo de presentación que están disponibles en https://ayfcorreduria.com/ver-actualidad/87-conoce-mas-alba-aguion-proye...".

La acción se integra en sus dos líneas principales de RSE: contribuir a la lucha contra el cambio climático, tanto desde la concienciación como desde la acción; y colaborar para la igualdad plena entre hombres y mujeres en las empresas, sobre todo en niveles directivos donde hay mucho trabajo que hacer.

S4 dona a la lucha contra el cáncer más de 5.200 euros

S4 Correduría de Seguros y Gerencia de Riesgos recaudó en el 7º Concierto Solidario de Navidad 'Por ellas', 5.285 euros que ha donado íntegramente a la AECC de Orense para financiar el Programa de Ayudas Económicas para Situaciones de Emergencia Social.

Esta cantidad es fruto de la suma total de la venta de las entradas, donaciones a la fila cero y de las acciones del equipo de voluntariado de S4 para promocionar el Concierto.

"En S4 siempre hemos caminado junto a proyectos cuyo fin es dar visibilidad a la enfermedad y apoyar a los pacientes, a sus familiares y al personal médico e investigador que cada día trata de mejorar los procesos de diagnóstico, los tratamientos y la atención durante todo el proceso y, en esta ocasión, le tendimos la mano a un Programa cuyo fin es mejorar la situación de muchas familias", indicó Pilar Sarabia, directiva de S4 en Orense.

Convierte las visitas web en ingresos

Es el momento de trabajar la calidad del usuario para diseñar una estrategia CRO

José de la Espada, José Manuel Gómez–Zorrilla

Editorial: LID
Precio: 19,90 € libro impreso

¿Estás bien posicionado en los motores de búsqueda, pero no logras convertir tus visitas en clientes? ¿Quieres que tus acciones de marketing digital sean más eficientes? ¿No sabes cómo mejorar la conversión de tu web o aplicación? Es el momento de empezar a trabajar la calidad del usuario para diseñar una estrategia CRO (optimización del ratio de conversión) adecuada.

Con CRO aprenderás a diseñar test y experiencias personalizadas para mejorar los procesos de conversión de una web o a construir un *data layer* o capa de datos que mejorará tus ventas finales. En definitiva, aprenderás a dar un giro de 360º a tu marketing digital para trabajar la calidad de usuario basándote en la analítica.

Influencer Marketing

Conecta tu marca con tu público

Patricia Sanmiguel

Editorial: LID
Precio: 19,90 € libro impreso

¿Está tu marca preparada para conectar con su público y activar la influencia 3.0? ¿Tienes claro cuáles son las estrategias más efectivas y cómo medir y optimizar tus campañas? ¿Has pensado en desarrollar tus propios *influencers* y trabajar la influencia orgánica? ¿Sabes cómo se aplican los códigos éticos y legales al *influencer* marketing?

Influencer Marketing es una guía que te facilitará, paso a paso, la elaboración de planes de marketing de influencia, desde la elección de los influyentes óptimos para tu empresa y marca hasta la correcta medición del retorno de inversión. Además, podrás conocer estrategias de éxito, aprender de los casos de estudio y conocer herramientas y agencias especializadas en *influencers*.

FOTOGRAFÍA PROFESIONAL

Comunicación
Prensa
Foto corporativa
Reportaje.....

IM
fotografía

Irene Medina
677 552 881

irene@irenemedina.com
www. irenemedina.com

INFORMACIÓN RELEVANTE PARA PYMES Y AUTÓNOMOS

A DIARIO

Accede a las noticias que te interesan en:

WWW.PYMESEGUROS.COM