

Premio San Francisco Javier
de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

NÚMERO 64

ABRIL 2017

www.pymeseguros.com

Punto de encuentro

La falta de consenso sobre el cambio de posición mediadora ocasiona problemas

Más a fondo

Más del 88% de las pymes y autónomos confían en los mediadores para proteger sus negocios

In situ

Existe una mayor estabilidad en el empleo de la mediación de seguros

Julián Trinchet

Director del Canal Corredores
de Mapfre España

Salud precisa **VIGILANCIA**
de la adecuada relación
entre coberturas y coste





EN CASER, QUEREMOS COMUNICARNOS CONTIGO.

ES EL MOMENTO DE EMPRENDER Y SOMOS TU MEJOR OPCIÓN.

Caser se apoya en el avance de las nuevas tecnologías y la digitalización para convertirse en el referente de la Mediación Profesional en nuestro país. El **respaldo constante a sus Mediadores**, el servicio global que ofrece, su presencia en todo el territorio nacional y su amplia oferta de productos, lo convierten en el **mejor socio**.

✓ ¿ACEPTAS?

901 41 07 07 • agentescorredores.caser.es



75
Aniversario

AGENTES Y
CORREDORES

Seguros de tu confianza

Las pymes y autónomos apuestan por los mediadores

El 88,3% de las pymes y los autónomos tienen claro que a la hora de contratar los seguros para sus negocios prefieren hacerlo con la ayuda de un mediador (ver [Más a fondo](#)). La razón de ello, es que prefieren realizar la contratación en persona. El 86,2% de los pequeños empresarios así lo afirma, frente al 7,8% que contrata por teléfono y solo el 1,5% que lo hace por internet. Esto garantiza el negocio futuro de este canal de distribución, que apuesta por ese nicho de mercado.

Una de las pólizas que más aceptación tiene entre los empleados es Salud, un 44,4% se confiesa preocupado por la salud y seguridad de sus empleados. De hecho,

es uno de los pocos ramos que han seguido creciendo a pesar de la crisis. Sin embargo, es preciso que se vigile la adecuada relación de coberturas/coste, el mantenimiento de la calidad asistencial y la creciente colectivización del ramo (ver [Hablando claro](#)).

Además, en el negocio de pymes y autónomos, también influye el cambio de posición mediadora y la considerable cantidad de problemas que acarrea: derechos económicos, condiciones contractuales, cambios de productos... Una serie de inconvenientes que generan conflictos entre las partes, porque existe una falta de consenso entre los principales actores de la distribución (ver [Punto de encuentro](#)).



Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Staff

DIRECTORA
CARMEN PEÑA
carmen@pymeseguros.com

PERIODISTA
AITANA PRIETO
aitana@pymeseguros.com

ÁREA COMERCIAL
CARMEN PARAMIO
616468849
carmen2@pymeseguros.com

MAQUETACIÓN Y DISEÑO
ESTUDIO 9C

FOTÓGRAFA
IRENE MEDINA

BANCO DE IMÁGENES
FOTOLIA



06 **Hablando claro**

Julián Trinchet, director del Canal Corredores de Mapfre España.
Salud precisa vigilancia de la adecuada relación entre coberturas y coste

04

PymeSeguros
Revista online para corredores y corredoras

Número 64 • Abril 2017
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

C/ JUAN PASCUAL, 21 - 4º B
28017 MADRID
TF: 91 367 04 46



12 **Punto de encuentro**

La falta de consenso sobre el cambio de posición mediadora ocasiona problemas

- 03 **Editorial**
Las pymes y autónomos apuestan por los mediadores

- 26 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

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

- 34 **Al día seguros**
Noticias del sector asegurador

- 56 **Al día distribución**
Noticias de los corredores de seguros

- 75 **Algo más que negocio**
Acciones de RSC realizadas por corredores

- 76 **Rincón de lectura**
Libros útiles para la empresa



18 **Más a fondo**

Más del 88% de las pymes y autónomos confían en los mediadores para proteger sus negocios



22 **In situ**

Existe una mayor estabilidad en el empleo de la mediación de seguros



Julián Trinchet, director del Canal
Corredores de **Mapfre España**

Salud precisa **VIGILANCIA** de la adecuada relación entre coberturas y coste

El ramo de Salud es uno de los pocos que han seguido creciendo a pesar de la crisis. Sin embargo, es preciso que se vigile la adecuada relación de coberturas/coste, el mantenimiento de la calidad asistencial y la creciente colectivización del ramo. Mapfre ha basado su estrategia, en la creación de equipos con personal especializado en la gestión de colectivos, que ha permitido ganar la confianza de importantes empresas y corredores para gestionar sus pólizas.

A pesar de la crisis, el ramo de Salud ha seguido creciendo año tras año. De hecho, el pasado ejercicio fue el de mayor crecimiento desde 2008. ¿Cómo valora este hecho?

El seguro de Salud se ha adaptado muy bien a un entorno de crisis económica reaccionando tanto en precio como en oferta para poder seguir asegurando a un cliente con menos capacidad económica. Parece una cuestión sencilla: la salud siempre es lo primero. El ciudadano valora muy positivamente poder contar con un seguro privado que ofrezca distintas coberturas ajustadas a sus necesidades, con servicios de valor añadido y acceso inmediato a especialistas, a pruebas médicas, a hospitales de referencia, a programas de prevención y a tratamientos especializados para cualquier enfermedad.

Una de las coberturas adicionales que más crecimiento está experimentando es la dental, con aumentos de dos dígitos en el volumen de primas y asegurados en los últimos cinco años. ¿En qué medida se está convirtiendo en la cobertura estrella?

El seguro de Salud Dental avanza a buen ritmo y seguirá haciéndolo pues ofrece coberturas necesarias no amparadas por la sanidad pública. De un tiempo a esta parte este producto, así como las coberturas dentales incluidas en las pólizas de Salud, ha evolucionado de forma importante. Se trata de una modalidad con amplio potencial de crecimiento, debido, entre otras razones, a su sencilla contratación.

Todos somos cada vez más conscientes de la importancia que tiene la salud dental y día a día son más las personas que buscan aspectos únicos que ofrece este seguro. Para dar respuesta a esta realidad, en Mapfre apostamos, por ejemplo, por ofrecer algunos tratamientos sin coste para los niños y jóvenes hasta 15 años.

Existe una percepción en el mercado de que las primas de Salud son demasiado bajas. En 2016 la prima media del

seguro de Salud bajó un 14,4% en el cuadro médico sin copago...

Es cierto que las pólizas de Salud, cada vez más, incorporan un número mayor de coberturas y servicios, sin olvidarnos de la paulatina inclusión de nuevas técnicas médicas que suponen un incremento del coste medio de los servicios, y que este coste no se ha visto reflejado en una subida de primas similar.

¿Qué opina sobre el hecho de cambiar la contratación del seguro de Asistencia Sanitaria para hacerlo por periodos de tiempo más cortos y renovables para captar a otros nichos de mercado (estudiantes, trabajadores temporales que vienen de otros países...)?

Es un debate abierto en el sector asegurador y no solo para el ramo de Salud. Todos estamos dedicándole tiempo a explorar nuevos modelos y nichos de distribución. Evidentemente,



El seguro Dental es una modalidad con amplio potencial de crecimiento, debido, entre otras razones, a su sencilla contratación



Mapfre, dispuesta a ayudar a los corredores para que su negocio sea más rentable

Los seguros de Salud generan comisiones sumamente interesantes, en muchos casos superiores al 25% en pólizas particulares. Sin embargo los corredores no acaban de apostar por este ramo. En opinión de Julián Trinchet, director del Canal Corredores de Mapfre España, “todavía algunos lo ven como un ramo para especialistas, pero también hay corredores que hace mucho tiempo que lo incorporaron como un ramo importante de sus carteras, e incluso en bastantes casos, se han convertido en especialistas. Muchos corredores son conscientes de que Salud no ha dejado de crecer durante la crisis. Además se trata de un ramo demandado y valorado por los clientes y donde la mediación juega un papel importante. Las aseguradoras debemos llevar a cabo iniciativas para ayudar a los corredores a sentirse respaldados y cómodos comercializando nuestros productos de Salud”.

La realidad es que cada vez hay más corredores que se interesan por este ramo en el que el asesoramiento y la

mediación son importantes. Por ese motivo, Trinchet cree que “es una buena oportunidad para que los corredores incrementen su seguro y protejan sus carteras. Los corredores deben dar el paso de incluir Salud en su oferta porque es una forma de crecer y afianzar la relación con sus clientes. Salud es un seguro que se usa y, por ello, también fideliza mucho”.

A todos los corredores que se acercan a Mapfre para comercializar su producto se encuentran con que su seguro “está muy valorado según lo refleja el índice de satisfacción de sus clientes (NPS), que es el más alto del sector. Además, tenemos una completa gama de seguros individuales. Para colectivos cerrados contamos con personal especializado en Salud que puede ayudarles tanto en la oferta como

En Mapfre contamos con equipos de especialistas que están a disposición del corredor

en la gestión. Para corredores especialistas en Salud ese apoyo es importante y para los no especialistas, es vital. En definitiva, ponemos a su disposición toda una estructura de soporte que les ayuda a gestionar seguros de Salud con sus clientes, con el objetivo de que se sientan respaldados”, afirma Julián Trinchet.

En Mapfre, 750 millones de euros son mediados por corredores. En Salud, el 15% de las primas vienen a través de corredores y en nueva producción es el 13%. Todavía hay un amplio margen de crecimiento en este ramo. “Es un canal con el que nos sentimos muy cómodos y con el que a lo largo de todos estos años se han establecido relaciones sólidas que nos ayudan a crecer. Principalmente, les pedimos profesionalidad, conocimiento y rigor. Mapfre está dispuesta a ayudarles para que su negocio también crezca y sea cada vez más rentable”, asevera el director del Canal Corredores de Mapfre España.



en el ramo de Salud, y principalmente por tratarse de uno de los seguros con mayor tasa anual de uso por asegurado, llevarlo a la práctica no es sencillo, y aunque ya existen ejemplos en el mercado todavía queda camino por recorrer.

La captación de clientes entre aseguradoras se centra básicamente en aquellos que ya tienen un seguro de Salud, produciendo una rotación de cartera. ¿Qué hay que hacer para captar al cliente nuevo (parece que hay un 80% de la población que no tiene seguro de Salud)?

La rotación de clientes no solo se produce en el ramo de Salud. Obviamente es más sencillo que adquiera un producto o un servicio quien ya lo conoce y lo usa. Sin embargo, en los últimos años Mapfre ha captado a nuevos asegurados y efectivamente seguimos pensando que hay un importante margen de crecimiento. De hecho, el total de asegurados de Salud no ha dejado de crecer durante la crisis.

En nuestro caso tratamos de combinar una clara apuesta estratégica de crecimiento en Salud, con todo lo que ello implica, con unos altos niveles de calidad en el servicio y una oferta global para nuestros clientes. En este punto la mediación tiene un papel relevante.

Los clientes en pólizas colectivas están creciendo a un ritmo bastante superior a los individuales...

La tendencia a la colectivización del mercado en el seguro de Salud es una realidad. Este producto cuenta con un atractivo fiscal para las empresas como elemento retributivo que, unido a la excelente valoración que los empleados tienen de este seguro, hacen que la contratación de este tipo de producto esté en auge. Sin embargo hay un porcentaje importante de asegurados que no pueden acceder a un seguro colectivo y necesitan de un seguro individual. El crecimiento

En Mapfre tratamos de combinar una clara apuesta estratégica de crecimiento en Salud, con unos altos niveles de calidad en el servicio y una oferta global para nuestros clientes



de Mapfre el año pasado en los nuevos seguros de Salud individuales fue superior al 17%. Creo que todavía hay recorrido.

¿Cree que las aseguradoras y los corredores tienen que aprender a trabajar con una variedad muy amplia de colectivos abiertos y cerrados o se tiende más a la especialización en el conocimiento de sus clientes y mercado y de la segmentación de la oferta?

Creo que hay que diferenciar entre seguros colectivos e individuales. En los primeros lo habitual es realizar una oferta a la medida del cliente, y para ello en Mapfre contamos con equipos de

especialistas que están a disposición del corredor, y donde evidentemente el conocimiento que tanto el corredor como la aseguradora tengan del cliente y el mercado facilita el trabajo y mejora la comercialización.

Nuestra oferta para el seguro individual se sustenta en un porfolio de productos de alta calidad donde el precio se adecua en función de las necesidades del cliente.

¿Qué retos tiene actualmente el sector de los seguros de Salud?

Tenemos que vigilar la adecuada relación de coberturas/coste, el mantenimiento de la calidad asistencial y la creciente colectivización del ramo.

¿En qué medida está adquiriendo importancia el seguro de Salud para expatriados dentro del ramo?

Años atrás, solo las grandes empresas o multinacionales contaban con empleados en otros países. Actualmente son ya muchas pequeñas y medianas empresas que han dado el salto a nuevos mercados para poder subsistir. En ese escenario, las empresas se han encontrado con trabajadores a los que había que cubrir y garantizar su sanidad en otros países. Esta circunstancia, ha propiciado una mayor demanda de los seguros de Salud para expatriados.

Salud siempre ha sido un ramo muy concentrado en pocas aseguradoras. ¿Cuál está siendo la estrategia de Mapfre para ganar cuota de mercado?

Efectivamente. Más de tres cuartas partes del mercado está en manos de las cinco primeras aseguradoras entre las que se encuentra Mapfre, y donde somos la primera aseguradora multiramo, es decir, que no se dedica solo a Salud. El resto de nuestros principales competidores son monoramo.

Se han incorporado nuevas coberturas y servicios, y su coste no se ha visto reflejado en una subida de prima similar



En ese entorno, hemos basado nuestra estrategia, en la creación de equipos con personal especializado en la gestión de colectivos, que nos han permitido, en los últimos años, ganar la confianza de importantes empresas y corredores para gestionar sus pólizas de Salud.

Igualmente hemos iniciado el despliegue de un canal específico de ventas para Salud con muy buenos resultados hasta la fecha.

También hemos redefinido nuestro portfolio de productos, escuchando a los clientes y a los mediadores, y segmentando en base a las necesidades que nos han trasladado. El hecho de poder ofrecerles a ambos una oferta aseguradora global también ha contribuido positivamente.

CARMEN PEÑA
FOTOS: IRENE MEDINA

ALBROKSA FRANQUICIAS

Misión: desarrollar una red de delegaciones franquiciadas lideradas por profesionales de la mediación de seguros.

Con pasión por lo que hacemos, excelencia, asesoramiento independiente, ética, transparencia, innovación, flexibilidad y escalabilidad.

Inmejorables condiciones competitivas de nuestra franquicia PRESTIGIO:

- Autonomía en el trato con el cliente
- Centralización de las tareas administrativas
- Recursos humanos en la Central con la mayor profesionalidad y experiencia
- Amplísima capacidad con Aseguradoras y Agencias de Suscripción
- Productos exclusivos
- Oficina de colocación de riesgos
- Campus de formación
- Acceso a prestigioso gabinete de peritos, letrados y redes asistenciales
- Uso intensivo de la conectividad con las Aseguradoras
- Potente software de gestión y multitarificador
- Plan de negocio ambicioso
- Alianzas estratégicas
- Sin canon de entrada para el profesional

www.albroksa.com - expansion@albroksa.com

C/ Ceres 21, 10004 Cáceres - 927 233 430



26.000 clientes



9.000.000 € de cartera



34 delegaciones y franquicias



8 comunidades autónomas



9 años de andadura



500.000 km recorridos



21.213 cafés



albroksa
CORREDURIA DE SEGUROS

REGISTRO DGS: J-2652

Willis
Towers
Watson
Networks

40 años
ADECOSE
ASOCIACIÓN FRANQUICIA DE
CORREDURAS DE SEGUROS



La **FALTA DE CONSENSO** sobre el cambio de posición mediadora ocasiona problemas

El cambio de posición mediadora es una práctica que, si bien no es habitual, su impacto es bastante significativo, tanto para mediadores como para aseguradoras. Más aún si se constata la considerable cantidad de problemas que acarrea: derechos económicos, condiciones contractuales, cambios de productos... Una serie de inconvenientes que generan no pocos conflictos entre las partes, toda vez que el sector adolece de falta de consenso entre los principales actores de la distribución. Y la próxima Ley de Distribución de Seguros tampoco parece dispuesta a regular esta situación.

12



Aunque las principales asociaciones de mediadores reconocen la dificultad de contabilizar las pólizas que sufren este proceso, sí disponen de algunas cifras aproximadas que ponen de relieve la importancia de este tema. Tomás Rivera, presidente de **Fecor**, consejero delegado de **Espanor** y director general de **Gesfive**, apunta que existen entre 750.000 y 1 millón de pólizas al año afectadas.

Además, la tendencia parece al alza: “En los últimos años ha habido un incremento de este tipo de solicitudes”, corrobora José Antonio Martín, director comercial y de Marketing de **Markel**, quien pone el acento en que en su compañía aproximadamente un 1% de las pólizas sufren solicitudes de cambio de mediador.

Coincide con este auge Juan María Pérez, responsable del área Legal de **Aunna Asociación** y abogado y socio director de **Business Consulting**, quien destaca que en su caso concreto su asociación recibió el año pasado en torno al 15% de consultas referidas a este asunto.

Se necesita una postura común

“En **Adecose** tenemos muchísimas consultas al respecto, aunque se solucionan gracias a nuestro modelo de carta de condiciones suscrito con las aseguradoras”, corrobora Borja López-Chicheri, director gerente de esta asociación. Sin embargo, se lamenta de que el sector sigue sin un patrón unitario que permita afrontar todas estas situaciones.

“Cuando es un poco absurdo”, apunta Juan María Pérez, ya que a su entender hay un mandato del cliente que puede revocarlo en el momento que quiera y que hay que respetarlo.

En este sentido, Borja López-Chicheri señala que habría que seguir la senda de las sentencias judiciales, que por ahora se inclinan mayoritariamente a que la retribución debe recaer en cada periodo sobre el mediador que tenga el mandato del tomador: “Debe cobrar el que trabaja”, concluye.



Juan María Pérez.



Borja López-Chicheri.



Tomás Rivera.



José Antonio Martín.

Tomás Rivera considera que sería una cuestión que se podría resolver regulándolo en la Ley de Distribución, ya que ahora depende de la compañía y del mediador la resolución de una forma u otra, sin un criterio común, que confunde a clientes y profesionales. “Por eso hubiera sido importante que se especificara en la Ley de Distribución, un sitio en el que hubiésemos puesto un poco de orden y se hubieran establecido las reglas con las que jugar”, confiesa.

La falta de consenso se produce sobre todo, según los participantes en la mesa redonda, con el Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, que mantiene una postura distinta al resto de asociaciones del sector. Especialmente en los plazos de los derechos económicos, ya que, a su entender, “surtirán efecto a favor del nuevo mediador a partir de la siguiente renovación de la póliza inmediatamente después de que la aseguradora sea notificada de la voluntad de cambio de mediador. Para ello esta notificación deberá haberse realizado un mes antes de la fecha de vencimiento del seguro”, según se recoge textualmente en su Código de Prácticas de Mercado.

“Los que estamos aquí [**Adecose**, **Fecor** y **Aunna Asociación**]”, refiere Rivera, “defendemos que, a nivel de gestión, el mandato sea

“Hubiera sido importante que se especificara en la Ley de Distribución, un sitio en el que hubiésemos puesto un poco de orden y se establecieran las reglas con las que jugar”. Tomás Rivera



“Debe cobrar el que trabaja y hay que atenerse a la carta de condiciones suscrita entre la aseguradora y el corredor”. Borja López-Chicheri



“Los sistemas de las aseguradoras requieren un tiempo para adaptarse; pongámonos de acuerdo en cuál puede ser y ya está”, inquiriere Pérez.

“Pero si hubiera un consenso por parte de toda la mediación, las aseguradoras no podrían argumentar que se trata de una cuestión operativa”, incide el presidente de Fecor. “Sobreponer el sistema sobre el deseo de alguien de cambiar su representante es un problema”, concluye.

Desde Adecose, además, no se entiende la postura de querer cobrar del cliente cuando ha nombrado a otro mediador: “Si un cliente, sobre el que ya no hago ninguna labor, ya no me quiere tendré que preocuparme

más en recuperarlo”, comenta López-Chicheri.

Doble comisión

También hay que tener en cuenta el problema que supone a las aseguradoras tener que pagar dos comisiones a dos corredores distintos para solventar el cambio de posición mediadora sin generar grandes conflictos. Esta situación se produce, principalmente, cuando la petición se realiza muy cerca de la fecha de vencimiento de la póliza y las compañías ya han pagado las retribuciones.

La cuestión, comenta Tomás Rivera, presidente de Fecor, es que en muchas ocasiones un corredor ha suscrito la carta de condiciones con una organización que defiende el efecto inmediato del mandato del cliente y el otro mediador con el Consejo General, que exige un

inmediato; mientras que, a nivel de derechos económicos, sea al siguiente vencimiento de la póliza”.

Serios problemas

En lo que todos los intervinientes en la mesa redonda de PymeSeguros coinciden es que el cambio de posición mediadora genera serios problemas tanto al corredor como a la aseguradora, principalmente relativos a los derechos económicos.

Desde el punto de vista de las aseguradoras, José Antonio Martín señala que igualar las condiciones del producto es uno de los obstáculos con los que se encuentran más a menudo. También destaca otros inconvenientes de este proceso: los plazos de gestión, la revocación de órdenes de cambio; la gestión administrativa-informática...

mes de antelación, y la aseguradora termina cediendo para no tener un problema mayor, ya que se puede llegar a judicializar el proceso.

“Son situaciones muy extremas, casos muy excepcionales”, reseña José Antonio Martín, quien reconoce que a pesar de no ser habituales y del perjuicio económico que conlleva a la aseguradora, se termina pagando una doble comisión.

En este sentido, el director gerente de Adecose, también lanza una crítica a las aseguradoras, porque en ocasiones firman cartas de condiciones de unas asociaciones de corredores y también códigos de uso de los Colegios de Mediadores, “por lo que al final están firmando dos posiciones distintas”.

Mantener las condiciones

Otro aspecto a valorar en el cambio de posición mediadora es el mantenimiento de condiciones cuando este traslado se produce durante la vigencia de la póliza. Todos los profesionales coinciden en que lo habitual es que los términos se mantengan, aunque el mediador que gestione el producto sea otro. “En un primer momento se respeta el contrato, se respetan los mismos términos y es a posteriori cuando el nuevo mediador estudia la póliza y plantea al cliente adaptar el riesgo a las necesidades reales y se solicita incluso suplementos a la misma póliza, de mejora de alguna garantía, de regularización de capitales, etc.”, destaca Martín.

Desde Aunna Asociación se hace hincapié en que los efectos económicos están sometidos a una cuestión legal: “La prima se devenga al inicio del periodo de cobertura y la comisión o retribución del corredor también, con lo cual la ha percibido ya para todo el periodo, no para un número determinado de mensualidades, ni de trimestres. Con lo cual es que no debería existir conflicto por ahí”, sostiene el responsable del área Legal de la institución.

Exclusividad para el diseñador de la póliza

Aspecto distinto es cuando ha sido el propio profesional el que ha diseñado el seguro contratado por el tomador. “Yo soy partidario de que, cuando existen acuerdos de distribución, haya exclusividades a favor del mediador que crea ese producto y el cliente debe saber que no puede continuar con el mismo producto y decidir si sigue con el cambio”, considera Tomás Rivera.

“El problema es la adaptación al cien por cien de los términos contratados”, confiesa el director comercial y de Marketing de Markel, porque lo que sí estima es que si el cliente solicita un cambio de mediador, la compañía no puede oponerse.

“Lo malo es que el cliente se puede enfadar contigo, porque ahora las condiciones son distintas”, incide el director gerente de Adecose, quien considera que en estos casos el mediador nuevo está en una posición delicada.

Rivera es de la opinión de que “si has trabajado un producto para un segmento determinado, para un nicho concreto de clientes, lo has negociado con la compañía, has invertido cierto tiempo creándolo, has identificado las necesidades de ese colectivo y lo pactas con una aseguradora, no me parece justo, que cuando has hecho ese trabajo, al día siguiente, venga otro y se lo lleve”.

“El problema es la falta de regulación. Lo correcto sería que estuviera todo perfectamente definido”, reitera José Antonio Martín,

“El problema del cambio de posición mediadora es la adaptación al cien por cien de los términos contratados”.
José Antonio Martín



“Se le está quitando importancia al contrato de seguro. Yo creo que por eso es por lo que los profesionales tenemos que luchar”.

Juan María Pérez Ortiz



director comercial y de Marketing de Markel, quien señala que en su compañía se han encontrado con varios casos en los que el cliente se ha empeñado en que se respeten los términos de la póliza anteriormente contratada.

Informar al mediador cesado

Tampoco está regulado el que la aseguradora proporcione al mediador la copia de solicitud del cambio solicitado por el cliente. Algo a lo que, como recuerda Juan María Pérez, responsable del área Legal de Aunna Asociación, no están obligadas las compañías. “Yo creo que por una cuestión de formas, de educación, de pura orde-

nación de tu negocio, el asegurador que recibe una carta en este sentido debería comunicárselo al mediador”, sugiere.

“Internamente nosotros tenemos un protocolo de actuación y entendemos que sí que tenemos que informar al corredor anterior. Solamente por ética comercial, por cortesía”, coincide José Antonio Martín.

Además, Borja López-Chicheri, director gerente de Adeco, recuerda que el anterior mediador debería estar informado al menos para que pueda eliminar los datos personales que tiene del cliente, ya que al no operar con él ya no tendría que disponer de ellos.

Para el presidente de Fecor sigue siendo un problema de normativa: “Si se hubiera regulado se podría exigir a quien quiera hacer un cambio de mediador que comunique a favor de quién lo

hace y dé el mandato al que lo tenía antes en el mismo acto”, concluye.

¿Qué pasa con la figura del mediador complementario?

El debate entre los expertos también trajo a colación la figura del mediador de seguros complementario, prevista en la nueva Ley de Distribución, y que puede someterse asimismo a un cambio de posición mediadora. Ahora bien, ¿cómo articularla?

Para Tomás Rivera, presidente de Fecor, trae consigo más dificultades a la mediación, ya que deja la vía abierta a multitud de empresas ajenas. “¿Alguien le va a impedir a Iberdrola vender el seguro de Hogar por donde pasa la luz? En ese caso a lo mejor sí va a haber petición de cambio de mediador”, advierte.

“Precisamente cubriendo las caídas de tensión, que es algo vinculado a su producto, y que, por tanto, es estrictamente complementario de acuerdo con la definición de la ley”, apostilla Juan María Pérez, quien desde su asociación ha intentado que la nueva normativa acotase más esta figura para limitarla a casos concretos, como la agencia de viajes que vende un seguro para un determinado traslado.

Borja López-Chicheri, sin embargo, considera correcto que la ley contemple a estos intermediarios, “para que todo el mundo esté regulado y tenga las mismas obligaciones y los mismos derechos”.

“En el fondo hay una cuestión más triste”, señala Pérez, “y es que se está quitando importancia al contrato de seguro. Yo creo que por eso es por lo que los profesionales tenemos que luchar”, concluye.

AITANA PRIETO / CARMEN PEÑA

FOTOS: IRENE MEDINA

Para leer más sobre la mesa redonda [pulse aquí](#)





Tu salud empieza con la **prevención**

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

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

Más del 88% de las pymes y autónomos **CONFÍAN** en los mediadores para proteger sus negocios

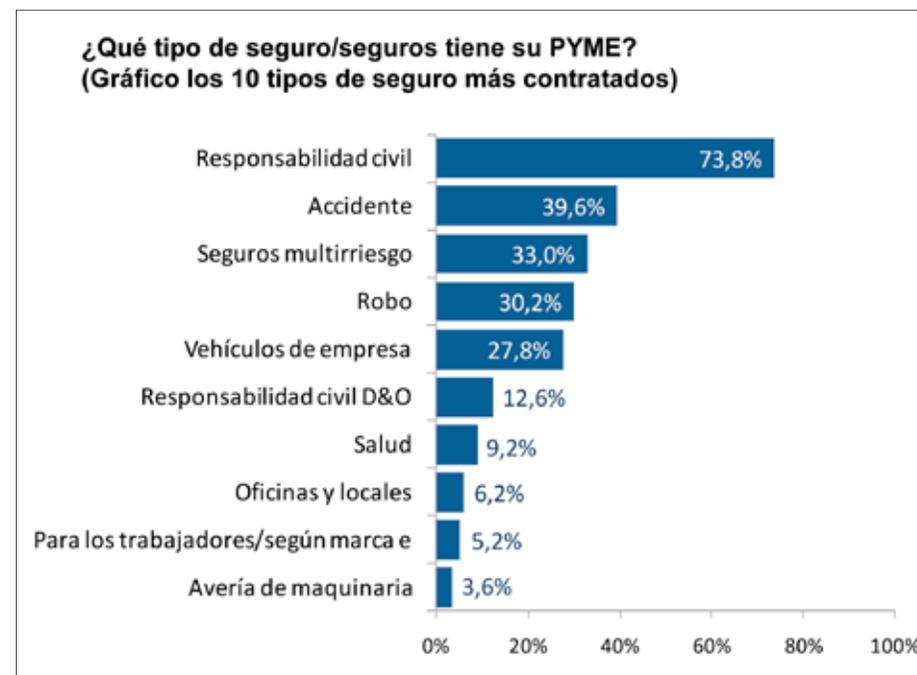
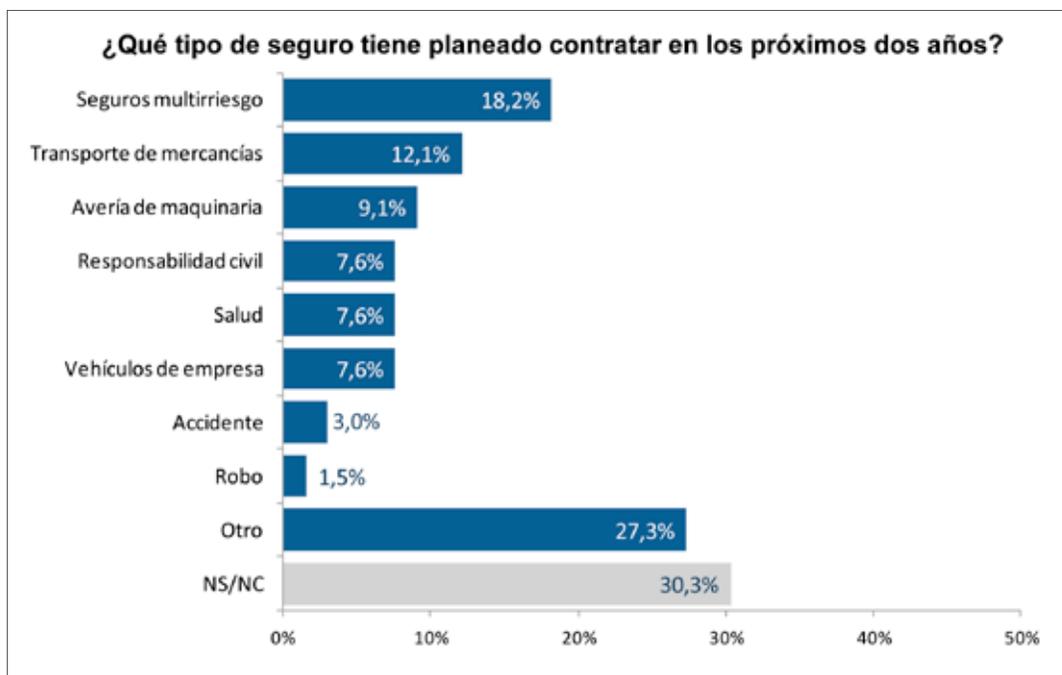
Las pymes y los autónomos lo tienen claro: a la hora de contratar los seguros para sus negocios el 88,3% prefiere realizarlo con un mediador, que directamente con la compañía. Un dato que pone en evidencia la confianza de los pequeños empresarios en este canal de distribución, según revela un estudio desarrollado por [Liberty Seguros](#), junto con la consultora [SigmaDos](#), en el que se refleja la cultura aseguradora de las compañías españolas.

El 86,2% de los pequeños empresarios prefiere realizar la contratación de seguros en persona

Esta preferencia a la hora de adquirir los seguros es bastante homogénea en toda España, con pequeñas variaciones según las regiones. Así, los empresarios gallegos son los que más valoran la labor de la mediación, tanto que un 96,1% recurren a un agente o corredor para proteger su negocio. Por el contrario, los castellanoleoneses son los que realizan una mayor apuesta por la contratación directa con la aseguradora (un 13,7%, frente al 8,6% de media nacional).

Esta prevalencia de los mediadores se debe, en gran medida, a la preferencia de pymes y autónomos de realizar la contratación en persona. El 86,2% de los pequeños empresarios así lo afirma, frente al 7,8% que contrata por teléfono y solo el 1,5% que lo





hace por internet. Este dato pone en evidencia que la gestión telemática o informática no se ha consolidado en este segmento de empresas, en el que se prima el trato cara a cara con un profesional especializado.

Esta relación con el mediador se mantiene también en el día a día. Así lo pone en evidencia el estudio –para el que se han realizado 900 entrevistas–, al constatar que el 82,6% de los encuestados acude a su corredor o agente de confianza cuando quiere realizar cualquier gestión relativa a sus pólizas.

En estas situaciones, son los valencianos y, de nuevo, los gallegos los que en mayor medida se dirigen a su mediador (89,1% y 89,2%, respectivamente), mientras que los andaluces son los que más gestionan los asuntos de sus seguros directamente con la compañía (13,9%, cuando la media nacional es de 10,5%).

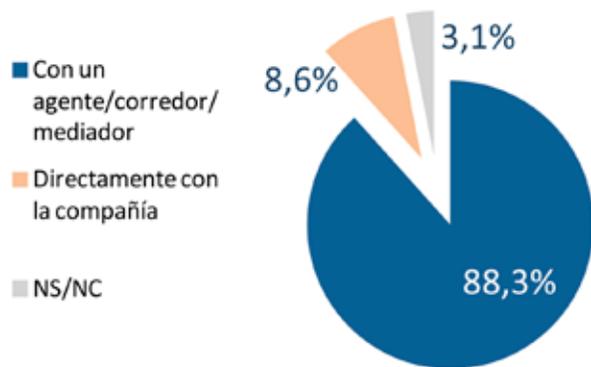
Gran penetración del seguro

Estos datos resultan aún más relevantes si se tiene en cuenta la gran incidencia de los productos aseguradores entre las pymes de menos de 50 empleados y los autónomos españoles. No obstante, el 98,6% afirma tener uno contratado para proteger su negocio, frente a un escaso 1,4% que carece de él.

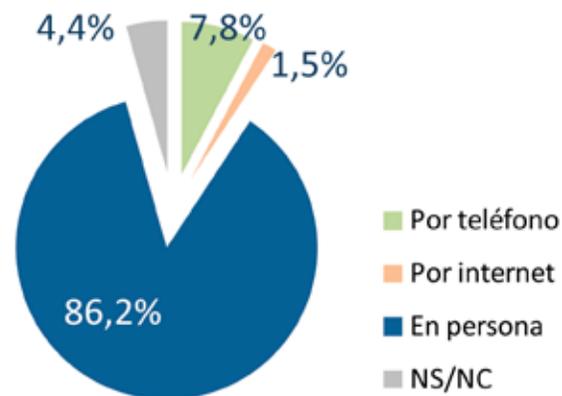
Aunque esta penetración es estable en todo el territorio nacional, los empresarios de Andalucía, Castilla y León y Galicia son los más proclives a contratar un seguro (99% de las pymes). En el lado opuesto se encuentra Aragón, donde lo disponen un 97,9% de las compañías, comunidad que destaca, además, por ser en la que hay un mayor número de empresas sin ningún seguro (2,1%).

En cuanto al tipo de póliza de la que disponen, sobresale, con un 73,8% de los casos, las empresas que tienen contratado uno de

¿Con quién contrató su seguro (en caso de tener varios, el que considere más importante para su empresa, aparte del obligatorio), con un agente/corredor/mediador o directamente con la compañía?



¿Cómo contrató su seguro (en caso de tener varios, el que considere más importante para su empresa, aparte del obligatorio)?



sa preocupado por su salud y seguridad y la de sus empleados.

Además, un 6,1% de los empresarios afirma haber realizado esta contratación por recomendación de su asesor o mediador de seguros, figura esta última que destaca como consejero y prescriptor especialmente en Castilla y León, donde el 8,8% reconoce su peso en la adquisición de un producto. En el lado opuesto se sitúan las pymes valencianas, ya que solo un 3% alude a esta figura como determinante en la contratación.

Sean por los motivos que sean, la utilidad de los seguros para las pymes y autónomos es evidente. Un 95% de los negocios de menos de 50 empleados consideran que es necesario contar con uno, frente a un escaso 4,2% que reniega de su valor. La importancia que se da a de estos productos es un factor común en todas las regiones analizadas, ya que en ningún caso desciende del 93,2%. Eso sí, los pequeños empresarios vascos, con un 98,1%, son los que más convencidos están de sus beneficios.

Responsabilidad Civil, al que le siguen en notoriedad el de Accidente (39,6%), Multirriesgo (33,0%) y Robo (30,2%).

Un listado que varía respecto a la demanda futura de seguros. Un 7,2% de las pymes tiene pensada añadir un nuevo producto de protección a su negocio en los próximos dos años y de ellas, un 18,2% apuesta por el seguro Multirriesgo, al que le siguen en intencionalidad de contratación el de Transporte de Mercancías (12,1%) y de Avería de Maquinarias (9,1%). El de RC, el más popular en la actualidad, pasa al cuarto lugar, empatado con los de Salud y de Vehículos de Empresa (7,6%).

Obligados por ley

Sobre las razones que han llevado a los empresarios a contratar un seguro, tres destacan por encima de todas. El 68% de los encuestados reconoce que es obligatorio por ley para su sector o tamaño de empresa, mientras que un 58,3% muestra su preocupación ante el coste que pueda suponer un siniestro y un 44,4% se confie-

La obligatoriedad, el coste ante un siniestro y la preocupación por la salud y la seguridad, principales razones para tener un seguro

reniega de su valor. La importancia que se da a de estos productos es un factor común en todas las regiones analizadas, ya que en ningún caso desciende del 93,2%. Eso sí, los pequeños empresarios vascos, con un 98,1%, son los que más convencidos están de sus beneficios.

Robos y accidentes, principales siniestros

Y eso que más de la mitad de las pymes y autónomos, aun disponiendo de alguno, no han tenido que hacer uso de él. De hecho, solo un 45,2% han sido víctimas de algún robo, delito o siniestro de algún tipo por el que haya tenido que recurrir al seguro.

En todas las comunidades la siniestralidad es menor al 50%, siendo la más alta en Castilla y León (47,1%) y el País Vasco (47,1%). La Comunidad Valenciana y Andalucía son, por el contrario, las que presentan menor siniestralidad entre las pequeñas empresas y los autónomos.

Los problemas más frecuentes en este tipo de empresas son los robos, que representan el 56,5% de los siniestros por el que las pequeñas empresas han necesitado recurrir al seguro, seguido de los accidentes (37,9%). En menor medida, pero también con un impacto relevante, destacan las averías de maquinaria (11,2%), los desastres naturales (7,3%) y los incendios (5,1%).

Confianza en la aseguradora

A los encuestados en el estudio también se les inquirió sobre su grado de confianza en su aseguradora, que resulta ser bastante elevada, calificando con un 8,2 sobre 10 la fiabilidad en sus compañías.

Los aspectos que más valoran de ellas es que respondan con rapidez cuando se le solicita asistencia o información; que gestionen adecuadamente los siniestros; y que se adapten a su negocio y a las necesidades del mismo. Por el contrario, lo menos importante para las empresas con menos de 50 empleados es que la entidad tenga una marca conocida, atributo valorado con un 7,2.

Aunque la mayoría de encuestados no se posicionan cuando se les pregunta si ha considerado cambiar de aseguradora, la intención de irse a otra compañía se vislumbra baja y las razones que prevalecen son el mal servicio de la compañía, mejorar la cobertura del seguro o mejorar el precio.

Una fidelidad que contrasta con el importante número de compañías que trabajan con distintas aseguradoras. Así, el 14,7% posee productos de dos entidades y el 7,5% trabaja con tres o más aseguradoras.

Siempre a tu lado para que tus clientes estén protegidos

91 538 60 62
www.santalucia.es

Como corredor, tu mayor labor es asegurar la tranquilidad de tus clientes. Por eso, desde santalucía, ponemos a tu disposición una amplia gama de productos adaptados a sus necesidades, para garantizarles la mejor de las protecciones. Para más información, contactanos en el mail corredores@corredurias@santalucia.es

santalucía
SEGUROS
Estamos cerca, estás seguro



La Asociación Empresarial de Mediadores de Seguros (**Aemes**) ha presentado el 'III Estudio Aemes sobre el empleo en el sector de la mediación de seguros privados', del que se desprende que este sector tiene una gran estabilidad en el empleo. En él se indica que se ha producido un incremento del 1,7% en el número de empresas activas de mediación con empleados (el 98% de ellas son micropymes).

Existe una mayor **ESTABILIDAD** en el empleo de la mediación de seguros

22

Esta nueva edición del documento de análisis, seguimiento y evaluación de las relaciones laborales del sector se basa en una encuesta multitudinaria sobre el año vencido 2015. El objetivo de este estudio, según Francisco Rodríguez Querol, presidente de la patronal, es “radiografiar la realidad de nuestro sector para valorar y destacar sus fortalezas, así como para diagnosticar sus aspectos mejorables”.

En el estudio se señala que hay 12.824 empresas activas con empleados en el sector de la mediación, lo que supone un incremento del 1,7% respecto a 2013, año de la publicación del anterior

informe. El 98% de esas compañías son micropymes (1 a 9 empleados), y el número de empleados total es de 31.439 trabajadores en régimen general, de los cuales el 69% son mujeres. Así, la media de trabajadores en el sector es de 2,45 por empresa y el 48,02% tiene entre 18 y 40 años. Las plantillas más jóvenes se encuentran en las empresas de 10 a 49 trabajadores. Mientras que las de más edad están en las empresas de entre 50 y 249 empleados.

Para Pedro José Molina, vicepresidente de Aemes, “la gran conclusión que podemos sacar de estos datos es la gran estabilidad



de la que puede seguir presumiendo nuestro sector. No en vano, casi el 40% de los trabajadores tiene una antigüedad superior a los diez años, y el 43% de las empresas paga a sus trabajadores por encima del convenio. Pocos sectores de la economía española pueden competir con esas cifras". En cuanto a las comisiones, la cosa cambia porque se ha producido un ligero aumento de las empresas que no han generado incremento de ingresos por comisiones. En concreto, el 54,12% no las han tenido. Por tamaño, las micro-pymes son las que más han aumentado los ingresos (56,49%) y las empresas de 10 a 49 empleados las que menos (35,71%).



En el sector de la mediación de seguros hay casi 31.500 trabajadores en régimen general, de los cuales el 69% son mujeres

tratación, pues los contratos indefinidos se sitúan por encima del 85%. En 2015 se ha producido un leve aumento de las empresas que contrata (33,06%). Aunque en 2016 parece que esta tendencia ha descendido (24,9%). Además existe un importante aumento de la contratación temporal ya que el 70% de las nuevas contrataciones son temporales.

En este sentido, Jorge Benítez, vocal de la asociación, hace hincapié en que "aunque estos datos se pueden considerar objetivamente positivos, instamos a las empresas del sector a seguir esta línea para reforzar el empleo y a los trabajadores. Especialmente a las compañías más grandes, pues se cumple la máxima de que, a mayor número de empleados, mayor es el número de despidos. No obstante, también es cierto que, a mayor tamaño de la empresa, mayores son las contrataciones. En el sector, la contratación inde-

Crecen las contrataciones temporales

Se trata, por tanto, de una estabilidad cimentada también en los positivos datos de desempleo en el sector. Sólo el 17,55% de empresas ha realizado despidos, lo que supone una disminución general respecto a los datos de 2013, año en el que se realizó la primera encuesta. Esta estabilidad también se sustenta en la con-



finida está por encima del 85%, y un tercio de las empresas ha realizado alguna contratación en 2015”.

Más del 55% de empresas propone la flexibilidad de horarios

Por otro lado, este estudio demuestra que las compañías del sector de la mediación de seguros prosiguen su avance en pos de la conciliación familiar, aunque, como ha recordado Rodríguez Querol, “todavía queda mucho camino por recorrer”. Según los datos presentados, más del 55% de empresas propone la flexibilidad de horarios como medida principal de conciliación. El 81% de las compañías cuenta con jornada partida, aunque se incrementa el número de las que optan por jornada continua.

En cuanto a la formación, las empresas ofrecen unos números rotundos, pues el 96% de las compañías afirman haber realizado cursos formativos. De ellas, el 69% invierte en forma-

ción con gastos propios, mientras que la formación bonificada se utiliza en un 55,93% de las empresas.

Las habilidades comerciales, técnicas y de atención al cliente son las más demandadas

Respecto a las demandas profesionales concretas de los empleadores a los trabajadores, el ‘III Estudio sobre el empleo en el sector de mediación de Aemes’ destaca que las habilidades comerciales, técnicas y de atención al cliente son las más demandadas, cualquiera que sea el tamaño de empresa. Por su parte, las habilidades administrativas se piden “bastante” por las más pequeñas y “muy a menudo” por las grandes.

Por último, los conocimientos de marketing, redes sociales y nuevas tecnologías sólo se requieren “a veces”, pero sí se registra un notable crecimiento en las empresas de menor tamaño.

Si desea descargarse el III Estudio lo puede hacer en el siguiente [enlace](#).

El 85% de trabajadores del sector goza de un contrato indefinido y casi el 40% de trabajadores tiene una antigüedad superior a los diez años



Contamos con más
de 60 años
de experiencia



Tenemos la respuesta

Expertos en Seguros de Salud, tenemos la solución para ti y tus clientes

- ✓ Cercanía con el mediador y trato personalizado
- ✓ Interesantes condiciones de comisionamiento
- ✓ Cuadro médico nacional
- ✓ Productos de cobertura completa
- ✓ Compañía de capital 100% español

Llama AHORA y solicita INFORMACIÓN

Contacto: pablo.latorre@unionmadrilena.es / felix.castilla@unionmadrilena.es/ Teléfono: 91 445 07 12

Costes de mitigación en RC Profesional



XL Catlin en Iberia ha ampliado su oferta de Responsabilidad Civil Profesional, con nuevas coberturas que mejoran las garantías ya existentes con costes de mitigación, de restitución de la imagen, de responsabilidad en los medios y de derecho al olvido.

Tradicionalmente, las empresas de servicios profesionales han recurrido al seguro de RC para hacer frente a los costes legales

y a las reclamaciones por daños a terceros que puedan surgir como consecuencia de un acto, omisión o incumplimiento de su deber profesional en el transcurso de una prestación de servicios. Ahora, XL Catlin ha mejorado esa cobertura para que incluya:

- Costes de mitigación (previos a la reclamación): cubre los costes en los que incurra el asegurado para evitar o mitigar las consecuencias de un error u omisión antes de que se produzca la reclamación.
- Costes de restitución de la imagen (posteriores a la reclamación): cubre los costes en los que incurra el asegurado en caso de que contrate a un asesor externo para reducir los daños que haya sufrido su reputación

- como consecuencia de una reclamación.
- Responsabilidad en los medios: cubre los riesgos a los que se enfrenta el asegurado al publicar contenido o aportar contenido a los medios —como libros, periódicos, revistas, blogs corporativos, redes sociales y páginas web corporativas—, dado que terceras partes pueden alegar daños derivados de esas publicaciones.
- Derecho al olvido: esta extensión de cobertura cubre los honorarios de los asesores o abogados que tenga que pagar el asegurado para preparar y fundamentar una solicitud a las empresas de buscadores (Google, Yahoo y Bing) para que eliminen los enlaces correspondientes.

Seguro de protección de pagos inmobiliarios para promotores

CNP Partners y Slora Solutions, empresa especializada en la prestación de servicios, han firmado un acuerdo para la comercialización de un producto de protección de pagos dirigido a los promotores inmobiliarios, pero que cubre a los compradores de vivienda nueva ante accidentes y pérdidas económicas.

Así, los grandes beneficiados son los propios compradores, que se encontrarán protegidos ante un imprevisto que pueda surgir entre la reserva o la firma de la compra-venta de su vivienda y la entrega de llaves.

Frente a los seguros tradicionales de protección de pagos

hipotecarios, que corren a cargo del comprador y garantizan el pago de la cuota del préstamo en determinados supuestos, este seguro es contratado por las compañías inmobiliarias a favor de los compradores, que ven cubierto el riesgo si sufren algún percance cuando compran la vivienda sobre plano.



Póliza contra fraudes para instituciones financieras

AIG Iberia ha lanzado al mercado el seguro contra fraudes para las instituciones financieras 'CorporateGuard', que incluye cuatro coberturas principales: infidelidad, locales y tránsito, falsificación y fraude informático.

El asegurado incluye al tomador, sus filiales y cualquier plan de pensiones, así como la cobertura automática de las nuevas filiales (como mínimo durante 60 días hasta que se analice el riesgo).

Además, la cobertura de fraude se extiende a otras organizaciones financieras que actúen en nombre del asegurado e incluye costes de usurpación de identidad del tomador (sublímite hasta 500.000 euros).

El nuevo seguro ofrece cobertura para: Actos ilícitos de empleados (deshonestos, fraudulentos y delictivos); Cobertura en locales y tránsito en todas las situaciones de riesgo (pérdida de derechos de suscripción, conversiones, reembolsos); Daños a locales y contenido de los mismos (también vandalismo y delitos contra la propiedad); Fraude para documentos, títulos, valores, instrumentos de pago, divisas, órdenes de pago, monedas y solicitud de tarjetas

corporativas; Falsificación o alteración de los documentos anteriores (también cualquier título valor perdido o robado por el asegurado o una institución financiera que actúe en su nombre); Fraude tanto de la póliza de seguros como de los depositarios; y fraude informático (también comunicaciones telefónicas o vía Internet), gastos telefónicos y daños por virus informáticos.

Adicionalmente, también ofrece: Transferencias erróneas de fondos (sublímite hasta 1.000.000 euros); Gastos de Recompensa por facilitar datos que conduzcan a la identificación y captura del responsable de la pérdida; Orden de suspensión de pagos; Costes de Carta de Pago asociados a la identificación de los emisores de los instrumentos perdidos, dañados o destruidos; y nuevas instalaciones (también las creadas recientemente).



Desatasco de tuberías de desagüe en el seguro de Hogar

Mapfre ha incorporado en sus seguros de Hogar una cobertura de desatasco de tuberías de desagüe, sumideros y arquetas sin coste adicional para sus clientes, que hasta ahora tenían ya cubiertos los daños ocasionados por atasco.

Incluso en los casos en los que la fuga no haya producido todavía daños, Mapfre realizaría la localización de la avería y su reparación. Esto es de especial interés en chalets o bajos en los que se producen fugas en las tuberías pero que no han originado daños por el momento, aunque es posible que los causen en el futuro.



Un Multirriesgo Agropecuario que aúna la cobertura de la vivienda

Mapfre ha lanzado su seguro Multirriesgo Agropecuario que protege en una única póliza los diferentes riesgos que puedan tener las explotaciones ganaderas y agrícolas. En ella se ofrece la posibilidad de incluir la vivienda del agricultor o ganadero, cuando forme parte de la explotación.



Mapfre, además de las coberturas habituales, ha incluido garantías especializadas según el tipo de instalaciones (naves, almacenes, graneros, oficinas); del ganado (pérdida de producción, muerte del ganado, accidentes durante la asistencia a ferias y exposiciones); los equipos de riego (cobertura de daños eléctricos para transformadores, cuadros de mando, bombas y riego), la paja y los forrajes, así como para la maquinaria agrícola y los vehículos destinados a la actividad agropecuaria.

Con este seguro, Mapfre ofrece la posibilidad de incluir en la póliza la vivienda del agricultor o ganadero, cuando forme parte de la explotación, con las mismas coberturas del seguro de Hogar de la compañía (robo, incendio, responsabilidad civil, daños por agua, roturas de cristales, daños estéticos, asistencia en el hogar, asistencia en viaje, joyas y defensa jurídica). También pueden incluirse garantías complementarias como los daños de origen eléctrico, pérdida de alimentos refrigerados, sustitución de cerradura por robo, hurto o extravío de llaves, robo o hurto en el exterior de la vivienda y rotura de vitrocerámica, entre otras.

Este producto integra las coberturas del seguro agrícola y ganadero manteniendo sus particularidades, pero también ofrece garantías innovadoras como la pérdida de explotación, daños a mercancías almacenadas, el transporte de animales vivos, así como servicios de interés como la protección digital del negocio, la asistencia informática, asistencia telefónica 24 horas, y asistencia urgente (servicio de vigilancia, rescate de personas, etc.).

AXA ha lanzado Top 3 Bolsa Española 2017, la 21ª emisión de 'Primactiva Plus', una opción de inversión referenciada a las acciones de Inditex, Santander e Iberdrola, tres de las compañías españolas referenciadas al Dow Jones Sustainability World Index.



Nueva emisión de 'Primactiva Plus'

Para Jesús Carmona, director de Vida y Accidentes de AXA, "es una buena opción para los inversores que busquen un alto rendimiento sin perder la seguridad en la protección de sus ahorros: Top 3 Bolsa Española 2017, como las anteriores emisiones, ofrece protección del 100% del capital, además de una atractiva rentabilidad potencial".

Se trata de una solución de inversión a 8 años con una rentabilidad atractiva basada en el retorno de un cupón fijo todos los años del 0,10% y un cupón adicional anual del 2,10% siempre que el valor de las tres acciones de la cesta sea mayor o igual al 100% del valor de referencia.

Desde su primera emisión, en 2011, Primactiva ha reportado al inversor rentabilidades de entre el 4% y el 30%, y de esta edición se espera un retorno potencial máximo del 17,60%.



Nuestros **valores** y nuestro **producto**, la mejor combinación para tus **clientes**

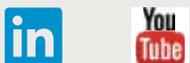
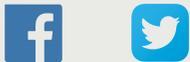
élite-pm profesional

Aseguramos profesionales desde 1969

seguros previsión mallorquina

Gracias por hacernos **líderes** un año más,
por confiar en nosotros y en nuestra oferta de productos

encuéntranos en:



nuestras oficinas



El 80% de los autónomos pagarán 8 euros más de cuota al mes

El proyecto de ley de Presupuestos Generales del Estado (PGE), presentado a primeros de abril, incorpora un alza del 3% en la base mínima de cotización de los autónomos. La cuota mensual que pagan los trabajadores por cuenta propia se incrementará en la misma proporción, pasando de 267 euros mensuales a 275, ocho euros más. Un cambio que afectará al 80% de autónomos que cotizan mediante esta fórmula.

Dentro del Régimen Especial de Trabajadores Autónomos esa base está fijada actualmente en 893,1 euros al mes. Así, y una vez aplicada la subida del 3%, quedará establecida en cerca de 920 euros al mes.

Teniendo en cuenta la más que probable aprobación de las Cuentas públicas en junio, la subida solo se aplicaría en el segundo semestre del año. Así y en la práctica el alza de la base mínima de cotización sería del 1,5% este año, y del 3% desde 2018.

Para próximas subidas, se quiere buscar otra referencia para calcular el incremento de la base mínima en los societarios distinta del Salario Mínimo Interprofesional.

Por otra parte, a los trabajadores por cuenta propia se les reducirán los intereses en las sanciones por retrasos en los pagos a la Administración (fundamentalmente a la Seguridad Social). En concreto, se reducirán del 20 al 10% en el primer mes.



Un tercio de las ventas que realizan las pymes de nuestro país se llevan a cabo en el exterior. Es una de las principales conclusiones a las que ha llegado el informe “Análisis estratégico para el desarrollo de la pyme en España: Internacionalización y orientación emprendedora”. De hecho, de este documento se desprende que el 36% de las pequeñas y medianas empresas españolas mantienen relaciones comerciales con terceros países.

Un tercio de las ventas de pymes españolas se realiza en el exterior

En lo que respecta a los destinos, los lugares elegidos por las pymes españolas son la Unión Europea, América Latina y el resto de la OCDE. El tamaño es el rasgo fundamental que favorece este comportamiento. Así, a medida que la pyme crece, esta cuenta con una mayor dotación de recursos para competir internacionalmente y una mayor profesionalización.

La condición exportadora no impide que casi la mitad las pymes utilicen sus propios medios para introducirse en los mercados internacionales. No obstante, hay un 20,2% que se valen de intermediarios especializados establecidos en España. Por su parte, los programas públicos de promoción son utilizados en el 12,9% de los casos. De igual modo, disponer de una empresa matriz instalada en el extranjero (9,2%) y la participación en alguna acción colectiva hacia la exportación (9,6%) son los medios de entrada menos utilizados por estas empresas.





La banca sube los tipos de interés a las pymes

Según los últimos datos en poder del **Banco de España**, las entidades financieras procedieron a una subida generalizada de los tipos de interés de las operaciones de préstamo a pymes en enero. Se trata de los créditos de un importe inferior a los 250.000 euros. Este movimiento rompe una racha de cinco años de bajadas progresivas.

En el caso de los descubiertos y líneas de crédito, el alza ha alcanzado los 0,30 puntos, con lo que el tipo medio se sitúa en el 1,96%. El tipo medio ponderado de los préstamos se ha encarecido en 0,10 puntos, hasta el 2,74.

El tipo de los préstamos a un año ha subido 0,11 puntos, hasta alcanzar el 2,72%, en tanto que el de las operaciones hasta cinco años ha avanzado 0,09 puntos hasta el 3,06%. Las operaciones a más de cinco años se han encarecido en 0,05 puntos, hasta el nivel del 2,8%.

Madrid, la región que atrae a más empresas; Cataluña, la que más pierde

Madrid es la comunidad autónoma que más se ha beneficiado de los cambios de domicilio registrados por las empresas en 2016: ganó 407 compañías en su región. En el extremo opuesto, Cataluña registró un saldo negativo de 279 empresas el año pasado.

Analizando estos datos, las nuevas compañías asentadas en la Comunidad de Madrid el año pasado supusieron una facturación adicional de 1.153 millones de euros. Por su parte, Cataluña registró en 2016 un saldo negativo de 279 empresas, que generaron unos ingresos de 1.161 millones de euros, según los últimos datos publicados por Informa, correspondiente al mes de marzo.

El 21,98% de las empresas (en total 308) que eligieron cambiar su sede social a Madrid en 2016 procedían de Cataluña. Por su parte, de las 504 empresas que se mudaron a Cataluña, 219 provenían de Madrid y supusieron el 43,45% de las compañías que se instalaron en Cataluña.

Desde 2013, Madrid ha sido la comunidad autónoma de España que ha atraído un mayor número de compañías (en total, 1.002), mientras que Cataluña ha perdido 1.072 empresas que se hospedaban en su comunidad en este periodo de tiempo.

En 2016, seis comunidades tuvieron un saldo positivo. Madrid es la región donde se instalaron más compañías, con un saldo positivo de 407, seguida por Andalucía, con un saldo de 132 e Islas Baleares, con 76. Aragón, Cantabria y Murcia son las otras regiones que han captado a nuevas empresas.

Las principales comunidades donde el saldo es negativo son: Cataluña, con un saldo negativo de 279; Navarra, con una pérdida de 73 compañías; País Vasco, (-63) y Comunidad Valencia, (-53).



Seis de cada diez directivos **rechazan la reforma del impuesto de sociedades**

El 60% de los directivos y expertos en fiscalidad de las principales empresas nacionales e internacionales están en contra de la reforma del Impuesto de Sociedades aprobada por el Gobierno en diciembre, pues afectará

negativamente a la competitividad de las empresas y al crecimiento económico. Esta es una de las principales conclusiones de la encuesta del Consenso Fiscal, elaborada por **PwC Tax and Legal Services**.

El 77% cree que la presión fiscal sobre las compañías aumentará este año, frente al 54% de la vez anterior. Además, cabe destacar que el 42% de los participantes no confía en que se vayan a lograr los objetivos recaudatorios previstos.

Sin embargo, las conclusiones del Consenso Fiscal apuntan a que estas discrepancias no responden tanto a que el Impuesto de Sociedades haya sido el principal tributo elegido para incrementar los ingresos del Estado, sino al contenido de la reforma propuesta.

En concreto, el 71% de los participantes está en desacuerdo con la limitación adicional a la compensación de bases imponibles negativas para las grandes empresas, el 74% con la limitación adicional a la deducción por doble imposición y un 78% con cómo se ha articulado el establecimiento de un pago fraccionado mínimo en este tributo.

Asimismo, un 60% es contrario a la limitación a la deducibilidad de pérdidas por la transmisión de participaciones, aunque lo que mayor rechazo suscita es la decisión del Ejecutivo de aplicar todas estas medidas con carácter retroactivo, así lo señala el 83% de los encuestados.



Incibe ofrece formación gratis para pymes y autónomos en ciberseguridad

La falta de seguridad en internet es uno de los problemas que más afectan a las empresas. Por eso, desde el **Instituto Nacional de Ciberseguridad (Incibe)** han puesto en marcha diez itinerarios interactivos de formación en ciberseguridad, específicos para autónomos y pequeños negocios.

En concreto, se trata de una nueva iniciativa dirigida principalmente a formar a empresarios de pymes. Y es que todas las empresas, con independencia de su tamaño, manejan cantidades ingentes de información privada e incluso confidencial. Asimismo, es importante que aprendan a gestionar los posibles riesgos y saber anticiparse a ellos.

Los itinerarios están formados por vídeos interactivos en los que se presentan situaciones cotidianas de ciberseguridad que pueden producirse en las empresas de cada sector concreto y las soluciones que se deben adoptar en cada caso.



La CEOE propone simplificar los trámites administrativos con una “carpeta de la empresa”

La patronal CEOE reivindica en un informe la creación de una “carpeta de la empresa”, que facilitaría la tramitación del conjunto de procedimientos de las empresas con las Administraciones Públicas, evitando la reiterada aportación de datos identificativos requeridos por éstas últimas, tal y como ocurre con la Carpeta Ciudadana o con el Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas del Estado.



El informe, titulado La Producción Normativa en 2016, aboga por que se amplíe la operativa del sistema de remisión electrónica de documentos-red; la tramitación electrónica de las solicitudes de exención del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITP-AJD), así como la simplificación del Impuesto de Sociedades (IS).

En este último caso (el IS), explica la CEOE que el modelo 200 consta de más de 20 páginas y de más de 1.250 casillas. Por ejem-

plo, se solicita la inclusión de información que consta en las Cuenta Anuales de las compañías mercantiles, que están obligadas a proporcionar muchos datos por duplicado.

En la misma línea, proponen imponer la tramitación electrónica del procedimiento de la inspección de trabajo; simplificar la tramitación de la solicitud y renovación de certificados electrónicos; y la aplicación de la Ley del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas a las notificaciones electrónicas.



Las empresas recibirán bonificaciones cuando benefician a las embarazadas de alto riesgo

El Gobierno ha establecido que las empresas que destinen a sus trabajadoras con riesgo en el embarazo o durante la

lactancia natural a otro puesto de trabajo o función compatible con su estado recibirán una bonificación del 50% en sus aportaciones en la cotización a la Seguridad Social por contingencias comunes.

Esta exigencia se incluye en una disposición adicional del proyecto de ley de Presupuestos Generales del Estado (PGE) de 2017, donde se pone de relieve que esta bonificación se aplicará con respecto a las cuotas devengadas durante la permanencia de las trabajadoras que se encuentren en ese estado en el nuevo puesto de trabajo o función.

Esta misma bonificación será aplicable, “en los términos y condiciones que reglamentariamente se determinen”, a casos en los que por enfermedad profesional se produzca un cambio de puesto en la misma empresa o en el desempeño de un puesto de trabajo.

Euresa celebra su Comité de Gestión con Seguros Lagun Aro

Euresa, la organización a la que pertenecen las principales aseguradoras socialmente responsables de Europa, ha celebrado su Comité de Gestión en Bilbao con Seguros Lagun Aro.



Cada año, la organización organiza dos comités con los directores de las diferentes compañías miembros, con el fin de repasar las acciones y seminarios desarrollados durante el ejercicio anterior y definir las directrices a seguir durante el siguiente.

Tuvo lugar un seminario, titulado “De una cultura de producto a una cultura de cliente”.

Por otro lado, Seguros Lagun Aro ha llegado a un acuerdo con Yescapa para asegurar el alquiler de autocaravanas y furgonetas camper entre particulares de sus clientes.

Las dos entidades se han unido para proponer un servicio a medida acorde con las necesidades de los usuarios, en el que los robos también tienen cobertura para que el arrendatario y el propietario alquilen con la máxima tranquilidad.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha renovado su protocolo de colaboración con el Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia.

Tom McIlduff nuevo CEO de Liberty Seguros en España

34



El CEO de Liberty Insurance en Irlanda, Tom McIlduff, es el nuevo CEO de Liberty Seguros en España, sustituyendo a Enrique Huerta.

McIlduff llega a España tras estar desde 2014 como CEO de Liberty Insurance en Irlanda. Antes, había sido responsable para seguros de The Boston Consulting Group en Londres, y anteriormente fue Chief Operating Officer & Director del Bank of Ireland (UK).

Por su parte, Huerta pasa a ser Head of Special

Projects para la West Region de Global Consumer Markets de Liberty Mutual.

Por otra parte, la aseguradora ha celebrado su Convención Workshop & Fun, un encuentro con mediadores de seguros especializados en expatriates (ciudadanos extranjeros que residen en España de manera permanente). En ella se indicaron, entre otras cosas, los retos y objetivos marcados para este año.

Por último señalar que la aseguradora ha firmado sendos acuerdos de colaboración con el Colegio de Mediadores de Seguros de Huesca, el Colegio de Mediadores de Seguros de Girona y el Colegio de Mediadores de Seguros de Tarragona.



Asefa Seguros da su visión aseguradora sobre patologías en rehabilitaciones

Asefa Seguros ha participado como ponente en dos jornadas celebradas en Ourense y Vigo en las que se trató, principalmente, el tema de las patologías en las obras de rehabilitación.



A dichas jornadas, organizadas por la Asociación Provincial de Empresarios de la Construcción de Ourense (Acourense) y por la Asociación de Promotores Inmobiliarios de Pontevedra (Aproin) han asistido promotores, constructores, técnicos y representantes de algunos Organismos de Control Técnico (OCT).

Daniel Agut, director de producto de Asefa Seguros, fue el encargado de analizar las patologías más frecuentes y graves que suelen afectar tanto a las obras de rehabilitación, como a las construcciones de obra nueva. Para completar su intervención, Agut presentó casos reales de esta problemática, ejemplos de siniestros cubiertos y dio a conocer las soluciones aseguradoras existentes en la actualidad, temas de gran interés para los asistentes.

Por otro lado, la aseguradora ha estado presente en la jornada "Rehabilitación eficiente de edificios e infraestructuras: desarrollo urbano sostenible y construcción sostenibles", organizada por la [Asociación Nacional de Empresas de Rehabilitación y Reforma \(Anerr\)](#).

José Manuel García, director de la delegación Sur de Asefa Seguros, ofreció una ponencia que versó sobre el aseguramiento de obras de rehabilitación para propietarios y constructores, cuyo contenido despertó el interés de gran parte de los asistentes.

Durante el evento, también se expusieron los temas relacionados con la posición de las administraciones ante las demandas de desarrollo urbano sostenible (DUSI) así como la de los propietarios y gestores de edificios e infraestructuras ante la rehabilitación y el DUSI.

Asimismo, Asefa Seguros ha participado como ponente en una de las 16 sesiones que tuvieron lugar en el I Foro de Innovación en la Arquitectura, Construcción y Rehabilitación-DPA Fórum Madrid. Daniel Agut representó a la compañía en la sesión "La siniestralidad en edificios", en la que analizó las patologías más frecuentes que suelen afectar a las obras de nueva construcción y de rehabilitación.

Entre los problemas más frecuentes en las obras, Agut mencionó los errores de diseño de la edificación, los materiales defectuosos y la cimentación incorrecta, mientras que entre las patologías más habituales destacó las grietas en pilares estructurales, reptaciones en el suelo o daños estéticos, entre otros.

En la segunda parte de la ponencia, más enfocada a obras de rehabilitación, Agut mencionó los casos en los que se puede llegar a exigir la contratación de un seguro Decenal de Daños para este tipo de obras.

Por último señalar que la aseguradora participó en el V Foro de la [Sección Española de la Asociación Internacional de Derecho de Seguros \(Seaida\)](#): "El siniestro en el seguro de RC. Liquidación e intereses moratorios". Teresa Forniés, directora de Responsabilidad Civil de Asefa Seguros, destacó la naturaleza del seguro de Responsabilidad Civil concebido como un producto dirigido a cubrir al asegurado en el caso de que un tercero perjudicado presente una reclamación contra él, y aprovechó para compartir reflexiones sobre casos de Responsabilidad Civil Decenal en el ámbito de la construcción y de la responsabilidad civil profesional.

Los documentos legales relacionados con vivienda y banca, los que más interés generan

El Arag Services, del [Grupo Arag](#), que genera vía online documentos legales y contratos personalizados, constata que los documentos que más interés suscitan a los clientes de la entidad son los vinculados con temas de vivienda y de banca. Concretamente, el contrato más generado es el de arrendamiento de vivienda, la comunicación de rescisión del contrato de alquiler y la comunicación a una entidad bancaria.



La compañía ofrece más de 200 plantillas legales que los usuarios pueden descargar y cumplimentar con sus datos o la posibilidad de responder a un conjunto de preguntas para obtener una plantilla personalizada.

En el ramo de Asistencia en Viaje, la aseguradora ha renovado y ampliado los servicios con su nueva app gratuita 'Mi Viaje Arag', que ofrece un sistema de comunicación directo e incorpora la asistencia médica y el reembolso de gastos ocasionados a causa de un siniestro.

Los mediadores de seguros también podrán contar con esta aplicación móvil para sus clientes mediante la personalización de la app. La compañía incorporará próximamente nuevas utilidades en la herramienta como una opción gratuita de planificación de viaje.

Por otro lado, Arag ha lanzado un chatbot de seguros de Viaje que permite a los usuarios conocer los productos de viaje de la compañía que mejor se adaptan a sus necesidades.

Por otra parte, la aseguradora y la red de inmobiliarias [Habitale](#) han firmado un acuerdo de colaboración gracias al cual la asociación distribuirá el producto 'Arag Alquiler' a través de sus 175 oficinas adheridas.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha presentado sus nuevos productos de Asistencia en Viaje en la Asamblea General de la [Asociación de Mediadores de Seguros de Andalucía \(Amesgra\)](#).



Fiatic Seguros y Metrópolis negocian la compra de la cartera de No Vida

[Fiatic Seguros](#) se encuentra en negociaciones con [Metrópolis](#) para comprar su cartera de No Vida.

Están pendientes de realizar una *due diligence* y una vez aprobado el balance de ambas entidades, solicitarán la correspondiente autorización de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

Por otro lado, Fiatic ha renovado su colaboración con el [Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra](#) y con el [Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña](#).



Hoy en día se puede proporcionar una amplia información sobre factores como hábitos de consumo, estilos de vida, actividad y ubicación; esto ayuda a las aseguradoras y los asegurados a hacer evaluaciones de riesgo más precisas. “En un futuro muy cercano contaremos con avisadores que corten el agua o la luz en el momento que detectan una fuga o avería”, comentaba Antonio Martín, director técnico de ICEA, quien anunciaba el desarrollo de aplicaciones y soluciones cloud para enviar los desperfectos de inmediato al seguro.

En este sentido, las líneas estratégicas del sector pasan por simplificar los productos y apostar por los servicios cognitivos, de voz, cara y texto, así como el análisis predictivo y Big Data para identificar, incluso, el estado de ánimo de los usuarios. Además, entre los principales retos de las aseguradoras se encuentra el objetivo de adquirir servicios adyacentes, es decir, aprovechar el auge de aplicaciones como Car2go para lanzar productos novedosos.

Según expusieron los CIOs de Caser y Ocaso, el verdadero objetivo de las Insurtech es centrarse en la experiencia de usuario. La tecnología ha hecho que las aseguradoras lancen productos específicos, como el seguro de las peluqueras a domicilio, cuando se dieron cuenta de que había más de 500 profesionales en esta situación.

Impacto de la geolocalización y los sensores en el sector en el seguro

Vector ITC Group ha organizado la jornada “Tech talk, asegurando el futuro”, donde se han dado cita algunos de los principales expertos y CIO del sector asegurador, que han analizado la transformación del negocio derivada del uso de los análisis de datos y el auge de los sensores y la geolocalización.



Desde Caser, Manuel Blanco, señalaba la integración de servicios como el verdadero cambio y transformación del sector. “Tenemos que conseguir que estén en contacto, y a tiempo real, seguros, clientes, peritos y proveedores, para cuando tenga una avería, se entere al instante el perito”, indicaba el CIO de Caser. En este contexto, ya se están ofreciendo productos integrados como cámaras, sensores y detectores de humos conectados 24 horas.

Según Juan Frutos, responsable de Tirea, el principal problema al que se enfrentan las aseguradoras es que a pesar de contar con aplicaciones de geolocalización, o herramientas que permitan tomar y enviar imágenes del siniestro al instante, no se puede pasar toda esta información al BackOffice de manera automatizada.

Además, de manera incipiente, algunas aseguradoras también comienzan a trabajar con drones, esto les permite sobrevolar zonas difíciles para verificar siniestros, huracanes, incendios, etc.

Por tanto, el éxito de las insurtech pasa por integrar la tecnología a todos los niveles de negocio, además de crear un valor diferencial, “en los seguros, este factor es la inmediatez del servicio”, apunta Juan Nuñez, CIO de Ocaso. “En lugar de observar y ofrecer, tenemos que percibir y responder”, comentaba Nuñez. El objetivo, por tanto, pasa por ahorrarles tiempo a los usuarios”, concluía.



Hay una falta de previsión de las empresas para cuantificar sus riesgos

Foro [Inade](#) ha analizado y debatido sobre los riesgos a los que se enfrentarán los empresarios en 2017. Se puso en evidencia que las empresas gallegas no cuantifican el riesgo y la principal herramienta para su gestión es el seguro.

Teresa Pedrosa, delegada especial del Estado en el Consorcio de la Zona Franca de Vigo, hizo hincapié en que “la gestión de riesgos es una inversión, no un gasto”. “Pero esta tarea debe ser desempeñada por profesionales, personas con grandes conocimientos en la identificación, en la probabilidad y en la evaluación, que permitan configurar la radiografía del riesgo en el entorno de la empresa y poder realizar una correcta gestión del mismo”, añadió.

Por su parte, el profesor Luis Otero González, director del Grupo de Investigación Valfinap de la Universidad de Santiago de

Compostela, informó de que “el 75% de las empresas gallegas no cuenta con una política de gestión de riesgos y sólo un 13% cuenta con un gestor de riesgos”.

A continuación, el managing director de Aon Global Risk Consulting, Fernando Caballero de la Sen, presentó un estudio pormenorizado de los riesgos a los que se enfrentarán las empresas, puntualizando que cada vez hay más riesgos sin respuesta aseguradora.

La segunda parte de la jornada se centró en la gestión y las soluciones de transferencia de la industria aseguradora.

38

DKV aumenta un 6% su facturación en Salud

DKV ha aumentado en 2016 la facturación en el ramo de Asistencia

Sanitaria, que representa un 83%

del total de primas, un 6%, alcanzando los 526 millones de euros.



El volumen total de facturación del Grupo DKV alcanzó los 745 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 5% respecto al año anterior.

Sin tener en cuenta la actividad de Marina Salud, los ingresos por primas alcanzan los 634 millones de euros, con un crecimiento respecto al año 2015 del 5%.

El ramo de Decesos ha crecido un 4% hasta los 51 millones. Mientras que los ramos de Subsidio, Hogar, Accidentes y Vida siguen su tendencia de decrecimiento.

En 2016 se pagaron 26,7 millones euros en comisiones a mediadores y 401,5 millones a proveedores sanitarios.

Por otro lado, la aseguradora mantiene su alianza con el [Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra](#) por noveno año.



Grupo DAS y la agencia de suscripción Ajax unen esfuerzos

Grupo DAS y Ajax Suscripción de Riesgos han firmado un acuerdo por el cual Ajax suscribirá riesgos en nombre y por cuenta de DAS para diferentes líneas de negocio, que servirán para complementar productos que la agencia de suscripción ofrece a través de su red de distribución de corredurías.

El primer producto que saldrá a la luz será 'DAS Abogado de Empresa' especial joyerías, y posteriormente 'DAS Defensa Jurídica para Accidentes Personales' y 'DAS Defensa Jurídica para el Viajero'.

Por otro lado, Das ha renovado su acuerdo de colaboración con el [Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña](#).

El beneficio neto de AXA crece un 28% en 2016

AXA España ha cerrado 2016 con un beneficio neto de 122 millones de euros, un 28,4% más que el año anterior, gracias al repunte del negocio, la mejora de la rentabilidad y el impacto de las medidas del plan estratégico.

El resultado operativo de AXA ha alcanzado los 136 millones de euros, lo que supone un 15,2% más respecto a los 118 millones del año anterior. El volumen de negocio total se ha situado en 2.361 millones de euros, un 3% más, impulsado por el crecimiento del negocio de Vida (5%) y No Vida (2%). El ramo de Salud, con más de 250.000 asegurados un 7,4% hasta los 173 millones de euros; mientras que Auto ha alcanzado los 760 millones, lo que supone un crecimiento del 1,1%, pese a la guerra de precios que vive el sector.

Los resultados de 2016 vienen marcados, además, por una mejora en los indicadores de rentabilidad. El ratio combinado ha cerrado el ejercicio en 97%, lo que supone una mejora de 4 puntos respecto a 2014 mientras que el NBV, indicador en Vida del valor del nuevo negocio, ha superado los 64 millones de euros.

Desde 2015, AXA ha invertido en su negocio en España 60 millones de euros en el desarrollo de iniciativas centradas en la mejora del servicio y oferta a los clientes, la omnicanalidad, la tecnología, la excelencia técnica y los recursos humanos. Respecto a los diferentes canales de distribución, AXA continúa su estrategia multicanal con más del 95% de su negocio mediado, principalmente por agentes y corredores.

En otro orden de cosas, el Consejo de Administración de AXA España ha acordado el nombramiento de Jean-Paul Rignault como presidente del órgano de gobierno de la aseguradora en sustitución de Véronique Weill. Rignault, además de consejero delegado, es desde febrero el presidente del Consejo de Administración.

Por otro lado, la aseguradora ha renovado su acuerdo de colaboración con el [Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid](#).



Sanitas aumenta un 6,3% sus ingresos

Los ingresos del grupo **Sanitas** en España han aumentado un 6,3% en 2016 hasta alcanzar un total de 1.977 millones de euros. Este crecimiento se debe a la buena marcha de todos sus negocios, en especial los seguros de Salud, cuyo volumen de primas ha subido un 4,9%.

El beneficio de explotación del grupo ha ascendido a 172 millones de euros (+41%). No obstante, si se descuenta el impacto negativo que tuvo el ajuste contable, por valor de 46,1 millones de euros, que se realizó el año pasado por los hospitales de concesión pública de Madrid y Valencia, el beneficio comparable habría crecido en realidad un 4,4%.

En seguros dentales, Sanitas es ya el segundo operador del mercado, con una cuota del 24,1% y un volumen de primas que ha crecido un 17%.

Por otra parte, la aseguradora ha abierto una nueva sede en A Coruña.



Mapfre lidera la modalidad de reembolso de gastos de Salud

Mapfre vuelve a ser un año más la compañía líder en la modalidad de reembolso de gastos de seguros de Salud, con un volumen de primas en este segmento de negocio de 139,7 millones de euros. Estos datos se desprenden de las estadísticas de **ICEA**, que muestran que Mapfre cerró el año 2016 en este segmento con una cuota de mercado del 19,9%.

Los clientes de Mapfre reciben el reembolso de gastos cubiertos por su seguro en un plazo medio inferior a siete días desde el momento en que remiten a la compañía las facturas correspondientes. Desde octubre esta gestión se puede realizar también a través de la web de la compañía.

Durante los últimos 12 meses, Mapfre registró un crecimiento del negocio de Salud en la modalidad de reembolso de gastos del 5,9%.

Por otro lado, Mapfre ha acogido en su sede un almuerzo institucional en el que José Manuel Inchausti, CEO del área Territorial Iberia de la aseguradora, dio la bienvenida a Elena Jiménez de Andrade, como presidenta del **Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros**. El encuentro sirvió también para conocer los proyectos que la Comisión Permanente del Consejo General ha elaborado para los próximos cuatro años.

W.R. Berkley nombra a Gianluca Piscopo CEO en España

Piscopo cuenta con una experiencia de más de 15 años en el sector asegurador, donde ocupó diversos cargos en el Grupo Zurich, el último de CEO de la unidad de Global Corporate en España y Latinoamérica. Es licenciado en Ciencias Matemáticas y Actariales por la Universidad de Berna y máster por la Asociación Suiza de Actuarios.

Por otro lado, Berkley España ha ampliado la lista de productos que su aplicación BE-Net permite cotizar y emitir, lo que facilita su labor a los corredores de seguros. Ahora, además de la gama de Multi-

rriesgo Centros Sanitarios, la herramienta permite gestionar las gamas de RC General, RC Sector Sanitario y RC Profesional, así como las de Multirriesgos oficinas y despachos y D&O.

Mediante esta ampliación, los corredores incrementan la satisfacción de sus clientes y ahorran tiempo, ya que disponen de plena autonomía para cotizar y emitir sin necesidad de ajustarse a la disponibilidad del equipo de suscripción, y se aseguran de presentar al cliente propuestas y pólizas en tiempo y forma.

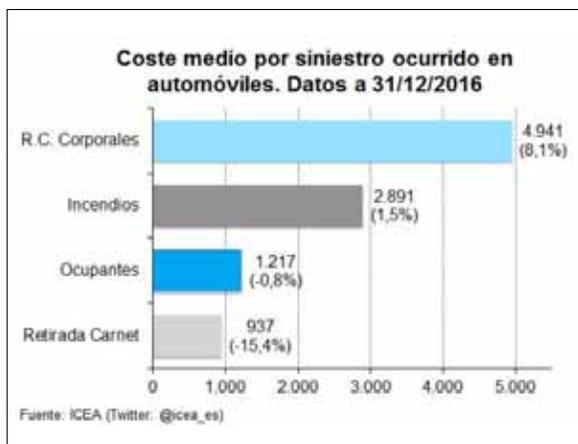
Por último señalar que la aseguradora

W.R. Berkley ha nombrado a Gianluca Piscopo nuevo CEO del Grupo en España, sustituyendo a Leonardo Lignes. El cargo se ha hecho efectivo de forma inmediata y su objetivo principal será desarrollar y ejecutar la estrategia del grupo en España.

ha incorporado WhatsApp para mantener a clientes y corredores informados del desarrollo de la gestión del siniestro. Tras una primera etapa limitada a los siniestros de Multirriesgo Comercios, este servicio se extenderá a todo el portfolio de productos: RC General y Profesional, Accidentes, Daños Materiales, etc.



Aumenta el coste medio de daños corporales por la incidencia del Baremo de Autos



El aumento del coste medio en Daños Corporales en Autos percibido en 2016 por ICEA refleja el impacto del nuevo baremo. Tanto la siniestralidad como el coste medio por expuesto han aumentado, continuando con la tendencia al alza iniciada en el 2º trimestre de 2016.

A diciembre de 2016, las garantías con costes más elevados son las de RC Corporales, con un importe medio de 4.941 euros (un 8,1% anual más), seguida de la garantía de Incendios, con un coste medio de 2.891 euros (un 1,5% más).

Plus Ultra Seguros convoca a sus mediadores a sus jornadas comerciales 2017

Plus Ultra Seguros ha celebrado sus jornadas comerciales dirigidas a su red de agentes y corredores. Divididas en cinco sesiones celebradas en Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao, los eventos han servido para conocer las líneas estratégicas de la compañía.



Durante las jornadas, David Capdevila, consejero delegado de la compañía, ha trasladado las perspectivas de negocio y la hoja de ruta para el presente ejercicio.

A través de las diferentes jornadas, Luis Vallejo, director general adjunto Comercial, ha expuesto los objetivos de negocio y los retos respecto al desarrollo comercial, mientras que Josep Esclusa, director general adjunto Técnico, trasladó todas las novedades en materia de gestión y productos.

El encargado de exponer el plan de marketing trazado para 2017 fue Pablo Sampedro, director de la Red Agencial, Marketing, Bancaseguros y Directo. Por su parte, Javier Montoya, director de Control y Gestión Comercial, comunicó todas las novedades relativas a conectividad y formación comercial.

Por otra parte, la aseguradora ha renovado su acuerdo de colaboración con [Red Mediaria Correduría de Seguros](#), con el [Colegio de Mediadores de Seguros de Baleares](#) y con el [Colegio de Mediadores de Seguros de Castellón](#).

MGS Seguros centra una ponencia en el futuro de la tecnología

La Fundación MGS ha organizado una conferencia en Bilbao para mediadores y clientes de [MGS Seguros](#), sobre el futuro de la tecnología. La conferencia fue impartida por el conocido hacker Chema Alonso, ahora experto en seguridad informática.

Alonso destacó el desarrollo de los sistemas de inteligencia artificial y la necesidad de establecer límites éticos y morales, ya que no duda que la IA llegue a superar la capacidad humana en poco tiempo e incluso sea capaz de sentir sus propias emociones.

Por otra parte, la aseguradora ha firmado un convenio de colaboración con [Ceste Escuela Internacional de Negocios](#) y Fundación

Ceste. Este impulsará, entre otros, la participación de MGS Seguros en foros y sesiones informativas del centro, la oportunidad para los alumnos de conocer el proyecto de captación de nuevos asesores profesionales para la red mediación de MGS en Zaragoza, además de ofrecerles acceso, a través de la bolsa de empleo de Ceste, a las nuevas ofertas que lance la aseguradora en Aragón.





Aranzadi ha publicado la tercera edición del libro Ley de Contrato de Seguro. Jurisprudencia comentada, coordinado por José A. Badillo, delegado territorial del **Consortio de Compensación de Seguros** de Madrid. El propósito de esta obra sigue siendo el de acercar la disciplina a los profesionales del Derecho que tienen relación con el mundo del seguro, dándoles una visión práctica y ordenada de la materia.



Nueva edición actualizada de la obra "Ley de Contrato de Seguro. Jurisprudencia comentada"

De este modo, la obra contiene un estudio doctrinal de cada uno de los artículos de la Ley de Contrato de Seguro, centrándose en el análisis, no tanto de las consideraciones de la doctrina científica, como de la jurisprudencia, y dentro de ésta, principalmente, de la emanada de la Sala Primera de nuestro Tribunal Supremo.

Desde la segunda edición de la obra, a finales de 2011, ha habido algunos cambios en la Ley que merecen ser analizados y de ahí que en esta nueva ocasión se hayan recogidos en este libro, junto con la más reciente doctrina jurisprudencial.

El seguro de Auto, hasta 594 euros más caro según la región

Las diferencias de precio en los seguros de Auto entre unas regiones y otras pueden llegar hasta los 136 euros para la modalidad de Terceros Ampliado, lo que supone un 50% más que en 2016 y los 594 euros para la cobertura de Todo Riesgo (+ 67,6%). Estos datos se extraen del "Índice Rastreator.com de Precios del Seguro del Automóvil".

Tras varios años de bajadas en las primas del seguro de Automóvil, durante 2015 se había producido un cambio de tendencia y se experimentó una subida global de las primas del 6,9%. En 2016 se esperaba un mantenimiento de ajustes al alza de las primas, sin embargo, hay una evolución mucho más plana. El año se cierra con un ligero decrecimiento del -0,6% en diciembre, a pesar de que durante el primer semestre se había producido un incremento desacelerado del 0,7%.

El análisis por coberturas mostró de nuevo una evolución dispar entre las mismas. Las dos coberturas de Todo Riesgo sufren incrementos en sus primas. Concretamente, en Todo Riesgo sin franquicia se produce una variación al alza del 4,9% mientras que en Todo Riesgo con franquicia la variación es mínima (0,2%). Por su parte, las primas para las coberturas de Terceros decrecen: Terceros Ampliado baja un 1,2% y Terceros Básico desciende un 2,9%.

Las diferencias de precio entre unas regiones y otras pueden llegar hasta los 136 euros para la modalidad de Terceros Ampliado, lo que supone un 50% y los 594 euros para la cobertura de Todo Riesgo (un 67,6%).



Los mediadores de Generali contarán con una solución digital para asesorar a los clientes sobre su jubilación

Generali ha puesto en marcha su nueva campaña de Ahorro y Pensiones, en la que, como herramienta de apoyo, los mediadores contarán con el Asesor Vida, una solución digital con la que podrán ofrecer asesoramiento personalizado a los clientes de cara a su jubilación.



Esta herramienta además permite calcular los ingresos que percibirá de la Seguridad Social en caso de jubilación, invalidez, viudedad u orfandad. Con ello se ofrece una simulación real de su situación y en función de ello el cliente puede decidir invertir sus ahorros en el plan que más se ajuste a sus necesidades para mantener su nivel de vida tras la jubilación.

Con el objetivo de fomentar el ahorro privado, la compañía ofrece con esta campaña incentivos de hasta el 3% del importe ingresado a través de cheques en efectivo, cheques regalo en Amazon o aportaciones al propio plan del cliente.

La nueva campaña estará vigente hasta el próximo 30 de junio y se aplicará en productos como Planes Individuales de Ahorro Sistemático (PIAS), Planes de Previsión Asegurador (PPA), Planes de Pensiones (PPI), Seguros Individuales de Vida a Largo Plazo (SIALP) y Entidades de Previsión Social Voluntaria (EPSV).

En 2016 Aviva en España ha alcanzado un beneficio operativo (IFRS) de 130 millones de euros, lo que supone un incremento del 3% respecto al ejercicio 2015. La cuenta técnica representa un 13% de las primas imputadas. El BDI se sitúa en 111 millones (+5%) por la menor siniestralidad, los mayores ingresos financieros y un estricto control de los gastos.

Aviva en España cierra 2016 con un aumento del 5% en su beneficio neto

El volumen de negocio ha alcanzado los 1.141 millones, de los que 869 millones corresponden a primas emitidas y 272 millones a aportaciones a planes de pensiones. Las primas de los seguros crecen un 38% debido a una mejora generalizada de nuestro negocio de Vida riesgo y al lanzamiento de seguros Unit Linked de cestas de Fondos de Inversión. El valor de nuevo negocio se ha incrementado un 20% respecto a 2015, alcanzando los 50,7 millones de euros. El nuevo negocio generado en 2016 asciende a 875 millones, un 38% más que en 2015.

Los recursos gestionados se incrementan hasta los 7.581 millones (+2% que en 2015) por los nuevos Unit Linked lanzados este ejercicio y por el crecimiento de los planes de pensiones. El patrimonio gestionado en fondos de pensiones individuales sube un 4%.





Pelayo nombra a **Cristina Rodríguez** directora del Canal Corredores

Cristina Rodríguez, hasta ahora directora territorial de Prestaciones de la zona Sur-Este de Pelayo, ha pasado a liderar la dirección del Canal Corredores de la compañía.

Licenciada en Derecho por la Universidad de Alicante y diplomada en Seguros por la Escuela de Seguros de Valencia, además de MBA Executive, Rodríguez lleva formando parte de Pelayo desde 1995.

En sustitución de Rodríguez, Dolores Ibáñez ha pasado a dirigir la Dirección Territorial de Prestaciones al frente de la zona Sur-Este.

Por otro lado, la aseguradora ha lan-

zado la segunda fase de su campaña #La-DiferenciaPelayo, de la mano de Julen Lopetegui y Vicente del Bosque, actual y anterior entrenador de la selección española de fútbol, respectivamente. Con ellos se pone de relieve los principales valores de la aseguradora: el trabajo en equipo, el compromiso, la cercanía y el espíritu emprendedor.

En otro orden de cosas, el programa

de incentivos “El planazo Amazonas”, que Pelayo puso en marcha para sus mediadores en, bajo criterios de facturación, crecimiento, rentabilidad y diversificación, ha concluido con un viaje por el Amazonas, recorriéndolo a bordo de un crucero.

Por último señalar que la aseguradora ha renovado su convenio de colaboración con el [Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña](#).



Grupo IMA presenta su **nuevo organigrama centrado en la innovación**

El [Grupo IMA](#) ha dado a conocer el nuevo organigrama que regirá el funcionamiento del Grupo a partir de ahora y en el cual se refuerza y apuesta de manera significativa por el área I+D+i.

Además, se ha realizado un balance de resultados de 2016, reafirmando la buena salud financiera del Grupo, y se presentaron los objetivos para 2017, trazando las principales líneas estratégicas para el presente ejercicio.

Asimismo recordó su objetivo de apostar por la economía colaborativa, la digitalización y la innovación.

Por otro lado, el Grupo IMA ha lanzado e-Salud, un servicio que brinda atención y asesoramiento médico personalizado al asegurado 24/7. El producto se basa en una oferta modular y a medida. Los asegurados disfrutan de un seguimiento personalizado de su historial en el que tendrán acceso a especialistas en dietética, osteopatía, prevención o incluso coaching motivacional, entre otros.

Zurich Seguros encomienda a sus mediadores el proceso de transformación digital

Los encuentros territoriales de Zurich Seguros con su mediación han servido para que el Comité de Dirección de la compañía haya establecido los retos para este año, focalizado en Vida, Retención y Pymes, con soluciones específicas para sus clientes, y con un proceso de transformación digital de la mano de sus mediadores.



La aseguradora está consiguiendo junto a sus mediadores la máxima satisfacción de los clientes, gracias a la mejora de las tarifas, nuevos productos, una revolución de la comunicación a cliente y su proceso de digitalización. Además, la aseguradora indicó su firme apuesta por el negocio de Vida riesgo y Pensiones, con productos exclusivos y un asesoramiento especializado.

En otro orden de cosas, Beatriz Valentí ha sido nombrada nueva directora general de la división de Empresas de Zurich en España. Valentí trabaja en el Grupo Zurich desde 2002, cuando se unió a la compañía como parte del equipo de Suscripción en Global Corporate España. Ahora formará parte tanto del equipo directivo de Zurich Empresas en EMEA como del equipo directivo de Zurich España, cuyo CEO es Vicente Cancio, y se centrará en el crecimiento rentable del negocio de Empresas en España. La nueva directora general de Zurich Empresas en España es Licenciada en Derecho y tiene un máster en Derecho Tributario de la Universidad de Barcelona.

Por otra parte, Zurich Seguros ha dado a conocer el acuerdo de colaboración que ha firmado con la Asociación de Trabajadores Autónomos de Andalucía (ATA-Andalucía) con una promoción exclusiva de pólizas de Auto, Hogar, Accidentes, Viaje, Embarcaciones y Comercios para los más de 70.000 autónomos que forman parte de la asociación y sus familiares directos.

Por último comentar que la aseguradora ha renovado su colaboración con la asociación de corredores AMS.

Metrópolis prolonga su convenio con AUGC y Costes

En el marco de la Asamblea de Navarra, Metrópolis ha renovado con la Asociación Unificada de Guardias Civiles (AUGC) y Costes su compromiso de colaboración en diversos productos aseguradores.

El convenio versa sobre una póliza colectiva de Decesos con condiciones muy ventajosas para sus miembros que la asociación mantiene con la aseguradora.





Enérgya-VM y el Grupo Caser alcanzan un acuerdo para comercializar servicios y seguros

El Grupo Villar Mir y el Grupo Caser han firmado un acuerdo de comercialización de servicios y seguros a sus clientes particulares y pymes.

De esta forma, los clientes de Enérgya-VM, tendrán a su disposición un portfolio de productos, entre los que destacan los servicios de la filial especializada del grupo asegurador, Caser Asistencia -que se consolida como proveedor de *utilities*- para asistencia en el hogar o en empresas, urgencias eléctricas, mantenimiento de calderas o de comunidades, entre otros. Los seguros de protección de pagos también formarán parte de la oferta.

El volumen global de primas de ciberriesgos ascenderá a 20.000 millones en diez años

En el plazo de diez años el volumen global de primas de Ciberriesgos ascenderá a 20.000 millones de euros. Así se ha hecho saber en el seminario online “Los ciberriesgos y su transferencia al mercado asegurador”, que ha organizado [Fundación Mapfre](#).

Iratxe San Pedro, subdirectora de Responsabilidad Civil del área Técnica Seguros No Vida de Mapfre, puso en evidencia que “las empresas deberían ser conscientes de la necesidad de incorporar la ciberseguridad en su gerencia de riesgos y ser capaces de compaginar medidas preventivas con planes específicos para detectar vulnerabilidades. Las empresas deben trabajar de forma conjunta con las aseguradoras para que el seguro no se convierta en un elemento paliativo ante la falta de medidas de seguridad”.

San Pedro ha indicado que a partir de mayo de 2018, habrá obligación de comunicar situaciones de vulnerabilidad de datos a terceros, y se instaurará un régimen sancionador más gravoso que el que contempla la Ley Orgánica de Protección de Datos en caso de tratamiento incorrecto de datos personales.

María Díaz-Lladó, directora general de JLT March Re, hizo referencia a que las pólizas asociadas a riesgos tecnológicos están evolucionando, debido esencialmente al desarrollo de la digitalización y al uso de las nuevas tecnologías. Díaz-Lladó ha hecho alusión, además, a las “alentadoras” previsiones sobre el seguro de ciberriesgos y ha estimado que en diez años el volumen global de primas de este tipo de seguros ascenderá a 20.000 millones de euros, “debido en gran parte al incremento del número de siniestros a nivel mundial y a la existencia de un entorno empresarial cada vez más informatizado, digitalizado e interconectado”.

Abel Linares, CEO de Nunckyworld, animó a las empresas a invertir “más tiempo y recursos para atender la demanda de la ciberseguridad, satisfacer al conjunto de los stakeholders y reforzar sus garantías mediante seguros adecuados”.





El seguro de Decesos de Preventiva, disponible en SEG Tarificador de MPM Software

El producto de Decesos de Preventiva ya está disponible en el multitarificador de MPM Software, SEG Tarificador. Este seguro se incorpora a la oferta disponible del ramo en modo comparativo, lo que permite

simplificar el estudio de ofertas y la recomendación de la póliza más adecuada a las necesidades de los clientes del mediador.

El producto de Preventiva, además de disponer de numerosas coberturas obligatorias y opcionales (servicio funerario completo, traslado nacional e internacional, asistencia en viaje, asistencia médica, asistencia al empleo, protección de pagos, asistencia para extranjeros residentes en España y para españoles residentes en el extranjero, gestión de servicios jurídicos, borrado de la vida digital o testamento notarial y testamento vital), ofrece la posibilidad de personalizar la modalidad de prima (natural, mixta o nivelada) para cada asegurado de una misma póliza, en función de la edad de cada uno de ellos y de las necesidades de la unidad familiar.

Por otro lado, MPM ha firmado por dos años su acuerdo de colaboración con el Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, renovando así el vínculo que les une desde 2014.

RSA España, sucursal en España del grupo asegurador británico RSA, ha anunciado la incorporación de Antonio García como Specialist Underwriter a su equipo de Daños Materiales, reportando a Raúl Villanueva, director del departamento.



Antonio García se incorpora al departamento de Daños Materiales de RSA España

García es ingeniero industrial por la Universidad Europea de Madrid y cuenta con un Máster en Ingeniería de Sistemas Energéticos por la University College Dublin.

Trabajó en Allianz Seguros donde comenzó su trayectoria en el sector asegurador como suscriptor de Daños Materiales y Programas Internacionales antes de unirse al equipo de Corporate Broking de Aon en Madrid. También perteneció al departamento de suscripción de Daños Materiales para la región EMEA Latam del Grupo AXA.



Espabrok, Chubb, Tirea, Mariano Medina y Eduardo Dávila, Premios Galicia Segura 2017

Espabrok, Chubb, Tirea, el abogado Mariano Medina y el consejero delegado de AON, Eduardo Dávila, han sido los ganadores de los Premios Galicia Segura 2017. Así lo ha determinado recientemente el jurado, a cuyo frente se ha situado Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa y de Fides.

En concreto, en el Premio Galicia Segura a la Mediación, el jurado ha basado su decisión en la capacidad que ha tenido Espabrok de mantener un compromiso con la formación y la creación de empleo de calidad, al tiempo que pasaba de ser una correduría pequeña a una entidad grande con intención de expandirse internacionalmente.

Por otro lado, el jurado ha decidido otorgar el Premio Galicia Segura al Asegurador a la compañía Chubb Insurance, por haber realizado un proceso de fusión modélico a nivel mundial, conservando el empleo, y por apostar por la innovación, asegurando riesgos emergentes como los medioambientales o cibernéticos.

El Premio Galicia Segura al Progreso y Desarrollo del Seguro se ha concedido a Tirea, por las diferentes herramientas desarrolladas para facilitar la labor aseguradora en beneficio de la sociedad.

El galardonado con el Premio Galicia Segura a la Investigación Aseguradora ha sido Mariano Medina por su capacidad de negociación y conocimiento del sector.

El Premio Galicia Segura a la Dirección, se ha adjudicado a Eduardo Dávila, presidente ejecutivo de AON España y Portugal, del que se ha valorado su carrera y trayectoria internacional.

La entrega de los Premios se celebrará el jueves 11 de mayo.



Fernando Fernández de Castro, nombrado director de Daños para España y Portugal de Chubb

Chubb ha anunciado el nombramiento de Fernando Fernández de Castro como director de Daños para España y Portugal y se encargará de liderar la estrategia y resultado de la Línea de Daños de la entidad.

Con 16 años de experiencia en el mundo asegurador, Fernández de Castro ha desempeñado distintas posiciones dentro de las áreas técnicas, finanzas, desarrollo corporativo y reaseguro en Cesce y AXA Seguros.



La mitad de los españoles desconoce las ventajas de los seguros de Viaje

Una parte importante de los españoles todavía no conoce las ventajas de contratar un seguro de Viaje. Concretamente, casi la mitad de la población así lo afirma (49,4%), según el III Estudio de Comparación Online hacia el Ahorro Inteligente, realizado por Rastreator.com.



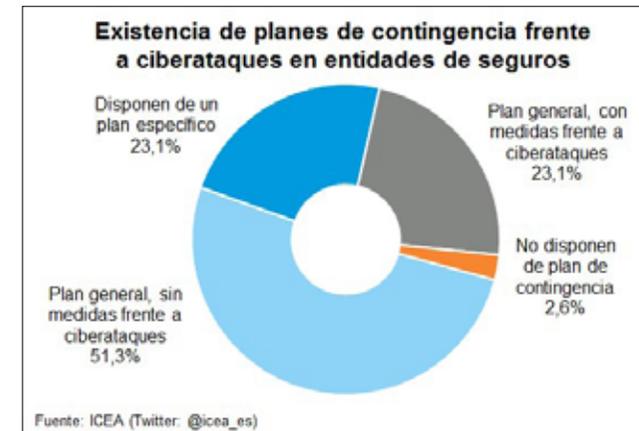
La percepción del riesgo se da en mayor medida entre mujeres (80,4%) que entre hombres (77,8%). Concretamente, un 27,4% de los españoles ha tenido problemas en alguna ocasión por retrasos, cancelaciones o interrupciones de sus viajes, y uno de cada cuatro se ha encontrado con dificultades en algún viaje por pérdida o demora del equipaje. Además, enfermar o tener algún tipo de complicación médica es otra de los posibles imprevistos a los que se enfrentan los que viajan al extranjero, algo que ya le ha ocurrido a un 13,4% de nuestros conciudadanos.

La realidad es que hasta un 16,7% de los españoles se ha arrepentido de no haber contratado este tipo de seguro al encontrar complicaciones o retrasos en sus viajes, un 16,3% así lo afirma por haber tenido algún problema con su equipaje y hasta un 13,1% por haberse enfrentado a algún problema sanitario o accidente.

Casi la mitad de las aseguradoras cuentan con procedimientos para luchar contra los ciberataques

ICEA ha realizado un estudio sobre la ciberseguridad en entidades de seguros, en el que se observa que el 23,1% de las aseguradoras participantes disponen de planes específicos para afrontar ciberataques. Un número igual de entidades indicó que, aunque no disponen de un plan específico, sí que tienen medidas concretas dentro sus planes generales.

Las consecuencias que más preocupan a las aseguradoras españolas en caso de sufrir un ciberataque son la pérdida de datos de clientes, la fuga de información confidencial y la interrupción del negocio. Respecto a las dificultades para poner en marcha medidas de seguridad, la mayoría señaló como más importantes el incremento continuo de la sofisticación de los ataques, la progresiva evolución de las tecnologías y la falta de personal especializado.





Helvetia Seguros cerró el ejercicio 2016 con un beneficio neto de 28,3 millones de euros, un 6,6% superior al de 2015. El volumen total de primas se situó en

387,8 millones de euros, registrando un ligero decrecimiento del -0,8% respecto al ejercicio anterior, debido a la optimización de la cartera de No Vida proveniente de la adquisición de Nationale Suisse. En Vida se ha alcanzado un crecimiento del 0,5%.

El volumen de primas de Helvetia Seguros **baja ligeramente en 2016**

Por ello, en No Vida se registró un decrecimiento del -1,4% hasta facturar 271,3 millones de euros. En Vida, se alcanzó un crecimiento del 0,5%, frente al descenso registrado en 2015, hasta lograr un volumen de primas de 116,5 millones de euros.

Por lo que se refiere a la evolución de las primas, que han alcanzado un volumen total de 387,8 millones de euros, el año 2016 ha registrado un ligero decrecimiento del 0,8%. En el bloque de No Vida se ha registrado un decrecimiento del -1,4%. En el negocio de Vida se ha producido un crecimiento del 0,5%, basado principalmente en la positiva evolución de los productos de Vida Riesgo (4,4%) y Unit Linked (3,4%). Asimismo, el crecimiento obtenido en Asistencia Familiar (7,1%) ha sido muy positivo y superior al conseguido por el sector.

Por otra parte, la aseguradora ha nombrado a Joaquim Algueró como nuevo director de Servicio al Cliente y Organización y, por tanto, nuevo miembro del Comité de Dirección, en sustitución de Javier Gómez. Algueró es ingeniero industrial por la Universidad Politécnica de Cataluña y Máster en Dirección y Administración de Empresas por Esade. Inició su carrera profesional en 1991 en Andersen Consulting y, posteriormente, trabajó en Winterthur. En los últimos años prestó sus servicios en Nationale Suisse, hasta su integración en Helvetia Seguros.

Por otro lado, la aseguradora ha firmado un acuerdo de colaboración con el [Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra](#).

Unión Madrileña se adhiere a la Guía de Buenas Prácticas de Unespa

Unión Madrileña se ha adherido a la Guía de Buenas Prácticas Unespa, aplicando



formalmente valores intrínsecos a la marca como son la transparencia y buena praxis en la comercialización de sus seguros de Salud cara al consumidor.

La adhesión a esta Guía supone que el potencial cliente, gracias a la estandarización de la documentación que se entrega, pueda comparar de una manera más sencilla las garantías cubiertas y las condiciones de las pólizas. Además, y dentro del acuerdo al que se compromete la compañía, en determinadas situaciones no podrá oponerse a la renovación de la póliza de un particular.

Los ingresos por primas de Grupo Mutua crecen un 9,6% en 2016



Los ingresos por primas del **Grupo Mutua** alcanzaron en 2016 los 4.751 millones de euros, un 9,6% más que en 2015, mientras que el beneficio después de impuestos ascendió a 151,6 millones, lo que representa un aumento del 7,1%.

La buena evolución de las sociedades que forman el Grupo Mutua y el positivo comportamiento de los ingresos de los diferentes ramos, que el año pasado lograron crecimientos superiores a los de la media del sector, explican el incremento del resultado registrado por el grupo asegurador. De hecho, los ingresos por primas en el conjunto de No Vida crecieron en 2016 un 8,1%, hasta los 4.506 millones, frente al 4,7% del sector.

Por ramos, Autos alcanzó unos ingresos por primas de 1.389 millones de euros, con un avance del 7,9%, frente a una subida media del 5,1% del sector. Gracias a ello, subió su cuota de mercado hasta el 13,14%, apoyado principalmente por el mercado de empresas y colectivos. En conjunto, el total de pólizas de Autos del grupo creció en 2016 un 5,7%, hasta situarse en más de 2,7 millones.

En Multirriesgo los ingresos ascendieron hasta los 535 millones de euros, un 13,6% más que en 2015. Además, el número de asegurados se incrementó un 6,6%, con más de 1,7 millones de pólizas.

En Salud, el Grupo reforzó su liderazgo en 2016 con Adeslas, que registró un volumen de primas de 2.204 millones de euros, un 6,7% más que el año anterior.

Por su parte, los ingresos del ramo de Vida se incrementaron un 49,6%, hasta alcanzar los 245 millones de euros en primas. El año pasado superó los 1.000 millones de euros en provisiones matemáticas de seguros de Vida, con un incremento del 15,81%, gracias a la buena evolución de los "unit linked" y de los seguros de ahorro.



Solunion aumenta un 3,8% su cifra de negocio en 2016

Solunion, joint venture de seguros de crédito de **Euler Hermes** y **Mapfre** que desarrolla sus actividades en España y Latinoamérica, registró una cifra de negocio global de 163,7 millones de euros en 2016, lo que supone un crecimiento del 3,8% con respecto al año 2015.

Las primas emitidas de Solunion España crecieron el 5,14% con respecto a 2015, hasta los 100,3 millones de euros. El fuerte desempeño técnico de la compañía contribuyó a situar el ratio combinado en 79%. Solunion aseguró un volumen de ventas de 150.000 millones de euros en 2016 y emitió más de 530.000 decisiones de riesgos en más de 170 países.



Firmado el convenio colectivo para aseguradoras

Los representantes de **Unespa** (aseguradoras), **AMAT** (mutuas de trabajo), **Asecore** (corredurías de reaseguro), así como de los sindicatos **CC.OO.** y **UGT**, han firmado el convenio colectivo que estará en vigor entre 2016-2019 para 70.000 personas.

Se ha llegado a un acuerdo sobre la evolución del salario de los empleados. Para 2016 se ha pactado un incremento del 1,5% sobre las tablas salariales de 2015. Mientras que en los siguientes ejercicios las retribuciones se revisarán con respecto al Producto Interior Bruto (PIB). El Índice de Precios al Consumo (IPC) actuará como elemento moderador o potenciador de la revisión salarial.

En la previsión social complementaria, se sustituye el actual premio de jubilación por un seguro de aportación definida. Este

nuevo sistema de previsión social complementaria se aplicará en todas las empresas, salvo aquellas que ya tuvieran esquemas propios de este tipo.

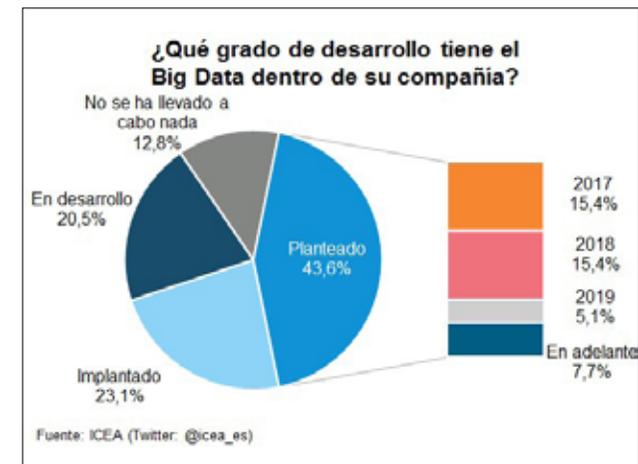
Por último, se han alcanzado acuerdos en otros temas como: la revisión del lenguaje del convenio colectivo desde una perspectiva de género, la actualización del grupo profesional III, la sustitución del día del seguro por un día adicional de vacaciones a partir de 2018, y la adaptación del convenio a las novedades normativas.



El 44% de las aseguradoras españolas ya trabajan con Big Data

La implantación de la tecnología del Big Data en el sector asegurador español tiene todavía un largo camino por recorrer para alcanzar el desarrollo que existe en otros países en los que está proporcionando mucha utilidad, según **ICEA**. En 2017, casi el 44% de las entidades del sector asegurador español están trabajando o han comenzado a trabajar en proyectos de implantación de Big Data.

La falta de personal especializado pasa a ser el principal problema del sector para el desarrollo del Big Data añadido a problemas tecnológicos, en las entidades que ya están trabajando en dichos proyectos, y problemas con los datos, en las entidades que aún no están trabajando.





España alcanza por primera vez los 30 millones de vehículos asegurados

El número de vehículos asegurados en España superó por primera vez, a cierre de marzo, 30.013.092 vehículos con seguro. Esta cifra supone un incremento del 2% respecto a marzo de 2016, según muestran los datos del Fichero Informativo de Vehículos Asegurados (FIVA). El parque de vehículos a motor que circulan por las calles y carreteras del país se ha incrementado en 588.533 unidades en los últimos 12 meses.

En marzo se produjeron 994.055 altas de vehículos y 866.495 bajas. Por lo tanto, el parque móvil ha aumentado en 127.560 unidades respecto de febrero. En el primer trimestre del año se han efectuado 2.742.705 altas y 2.567.974 bajas.

El parque automovilístico ha registrado un avance notable respecto de febrero. La tasa intermensual se sitúa en el 0,43%. Se trata del crecimiento más elevado anotado desde julio de 2016. El resultado de cierre de mes en relación a la tasa intermensual

puede responder a elementos contextuales como el diferente emplazamiento de la Semana Santa. Entre tanto, las consecutivas tasas interanuales en torno al 2% apuntan que aún hay una cierta moderación de las tasas de crecimiento del parque.

54

El Grupo Sham alcanza una cuota de mercado del 15% en 2016

El Grupo Sham, presente desde 2014 con el desarrollo de seguros de Responsabilidad Civil y gestión de riesgos, ha conseguido un crecimiento significativo en 2016, alcanzando una cuota de mercado del 15%.

“El grupo se desarrolla en sus mercados sanitario-social y territorial, con implantación y fuerte liderazgo basado en la experiencia y la posición histórica de Sham y Sofaxis, mediante 4 marcas: Sham, Sofaxis, Ravinale y Neeria, que nos permiten trabajar en Francia, España e Italia en nuestras tres áreas de referencia: seguros, mediación y servicios”, ha comentado Dominique Godet, director general del Grupo Sham.



REVITALIZA TU NEGOCIO A TRAVÉS DEL MARKETING EMAIL



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.

El video marketing al alcance de las pymes y emprendedores

El video 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 público objetivo. En Youtube se obtienen 3 billones de reproducciones cada día. El 80% de los internautas ven, al menos un video al mes. Y entre los clientes online de Páginas Amarillas, los que tienen video venden cuatro veces más que los que no lo tienen. Estas cifras indican que el video marketing puede ser una gran oportunidad para la mayoría de negocios si se aporta contenido relacionado con su sector. La idea es crear videos 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 crecido 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 más 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.

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



ACSA debate sobre la dificultad de mantener la independencia sin sufrir aislamiento

El V Congreso de la Asociación de Corredores de Seguros de Andalucía (ACSA), celebrado en Granada, ha acogido una mesa redonda sobre “Soledad versus independencia” que trató sobre la disyuntiva que se plantea a los corredores de mantener su independencia sin sufrir con ello un aislamiento perjudicial para sus intereses.

Alfonso Fernández Figares, ex presidente de Amesgra; Juan Antonio Mata, presidente del Grupo Milenio; Genaro Sánchez, presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Granada; y Sebastián Cordero, presidente de ACSA, aportaron sus opiniones al respecto.

Por otro lado, ACSA ha celebrado su V Congreso en donde se celebró una Asamblea Extraordinaria para informar de las últimas actividades de la organización. Allí, se habló de la posibilidad de incorporar de forma inmediata a alguna organización de carácter nacional y se facultó a la Junta Directiva para iniciar los trámites oportunos en este sentido.

Newcorred firma el Pacto de Confianza con Liberty, Preventiva, Santalucía y Unión Madrileña



Liberty, Preventiva, Santalucía y Unión Madrileña (UM) se han sumado últimamente al Pacto de Confianza de Newcorred, con el objetivo de establecer nuevas formas de trabajo conjunto con los corredores asociados a esta organización.

El pacto suscrito contempla la colaboración basada en la confianza mutua y en la formación permanente de los nuevos corredores.

Las compañías muestran así su apuesta por la mediación y en concreto por lo nuevos corredores que están empezando y que buscan compañías que les formen y apoyen en estos primeros pasos de su actividad.



Adecose presenta sus observaciones al anteproyecto de Ley de distribución

Adecose ha presentado observaciones al Anteproyecto de Ley de Distribución. Aunque valora positivamente el texto del Anteproyecto, considera que aún hay margen de mejora en el articulado.

En especial se congratula sobre el hecho de que se haya aceptado el plazo de adaptación de seis meses a partir de la entrada en vigor de la Ley para que los distribuidores de seguros puedan cumplir con las nuevas obligaciones de información al cliente. Si bien ha presentado propuestas y aclaraciones en aspectos relacionados, entre otros, con el ámbito de aplicación, el concepto del recibo de prima y la cobertura inmediata, aspectos de la información previa, requisitos previos de la inscripción y supuestos de cancelación, ventas cruzadas, diseño de productos, o normas de interés general.

Especial capítulo por su incidencia es el régimen de infracciones y sanciones administrativas para que no lleve aparejado un aumento no justificado de la cuantía de las multas, por lo que la asociación ha insistido particularmente en este aspecto.

Asimismo, la asociación ha mostrado su preocupación por la inclusión del término asesoramiento para las actividades que no se consideran distribución de seguros prestadas con carácter accesorio en el contexto de otra actividad profesional. Ha solicitado su eliminación ya que, de lo contrario, se abriría la puerta a que profesionales sin formación en seguros puedan asesorar a clientes en el marco de otra actividad profesional, que además se verían exentos de cumplir con el resto de obligaciones de los demás distribuidores.

Por otro lado, en la reunión mantenida por Martín Navaz y Borja López-Chicheri, presidente y director gerente de Adecose, en la sede de la DGSFP con el nuevo director general de Seguros, Sergio Álvarez y Raúl Casado, subdirector general de Ordenación y Mediación, trasladaron su propósito de apoyar y trabajar estrechamente con el órgano de control buscando lo mejor para la profesión.

Personalidad jurídica propia para la AAI

En otro orden de cosas, Adecose ha enviado su opinión al Anteproyecto de Ley sobre la racionalización y ordenación de los organismos supervisores de los mercados y para la mejora de su gobernanza en el marco de la consulta pública previa de la DGSFP. La asociación considera positiva la creación de las autoridades administrativas independientes (AAI). Pero considera fundamental que la AAI de Seguros y Fondos de Pensiones con los recursos y los medios necesarios para llevar a cabo eficazmente sus funciones.

Adecose cree que es de vital importancia que la AAI de Protección de los Usuarios de Servicios Financieros y de los Inversores Financieros al supervisar banca, valores y seguros refuerce la vigilancia sobre determinadas prácticas de mercado como son la distribución de seguros por parte de entidades financieras.

Por último señalar que Borja López-Chicheri ha acudido en representación de Adecose y del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, a la última reunión del Comité de Directores de la Federación Europea de Intermediarios de Seguros (Bipar) en Bruselas.

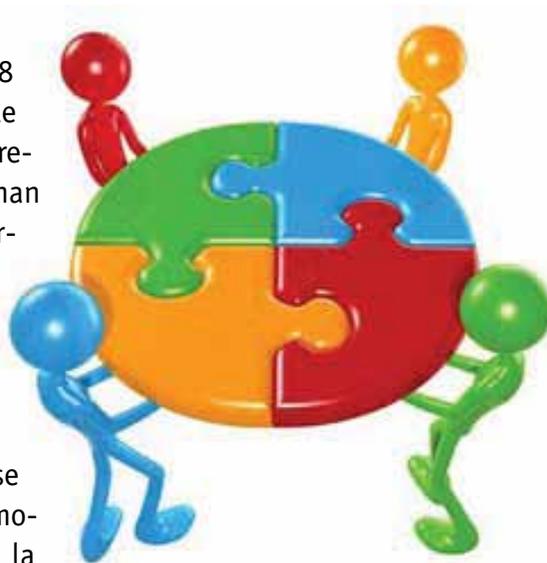


Se avanza en la implantación del EIAC

El Grupo de Trabajo para el impulso de EIAC, formado por **Adecose**, **Aunna Asociación**, **Consejo General** y **Fecor**, ha celebrado en Madrid una nueva ronda de reuniones con representantes de compañías tecnológicas, aseguradoras y **Tirea** para avanzar y acelerar los plazos en la implantación de EIAC.

Junto a 5 tecnológicas, 18 aseguradoras y representantes de Tirea, estas cuatro instituciones representativas de la mediación han recibido el apoyo firme de los participantes para dotar a los avances en la implantación del estándar de una mayor transparencia, lo que ayudará a una consolidación definitiva de EIAC en el sector. En este sentido, ya se ha comenzado a trabajar en las modificaciones que se aplicarán a la matriz que establece el grado de implantación de EIAC, de acuerdo a nuevos criterios que se están consensuando con los distintos actores implicados.

Los resultados del checklist que recibieron una treintena de aseguradoras a finales de 2016 ha servido para determinar el nivel de calidad de la información que se está compartiendo actualmente por parte de los distintos actores. Asimismo, se han puesto las bases para trabajar conjuntamente en nuevos objetivos que impulsen su tasa de uso en el mercado y planteen un nuevo horizonte temporal para su cumplimiento.



NB21 forma en gestión de riesgos empresariales

NB21 ha celebrado unas jornadas de formación orientadas a profundizar en el conocimiento de la gestión de riesgos para el negocio de empresas. El evento contó con el apoyo y colaboración de Plus Ultra Seguros, y fue impartida por Ángel Escorial, director general de Riskia, sociedad experta en gestión de riesgos, valoraciones, y en el desarrollo de planes de contingencias y de gestión de crisis a medida.

Álvaro Rodríguez, director general de la correduría, dijo que “NB21 está realizando una apuesta muy fuerte por la formación continua de todo su equipo, como factor diferencial, para actualizar conocimientos y para seguir desarrollando nuestra labor de asesores de seguros con el rigor y la profesionalidad que siempre han caracterizado a esta correduría”.

Uniteco Profesional promueve el consentimiento informado digital

Uniteco Profesional ofrecerá a sus clientes de su seguro de Responsabilidad Civil Profesional Premium acceso a la plataforma ElConsentimiento.es, un portal online de gestión de los consentimientos informados de médicos y dentistas.

La correduría ha presentado las novedades para este año en RC Profesional sanitaria. Entre otras mejoras ha anunciado que los clientes con la póliza Premium de esta entidad disfrutarán gratuitamente de acceso a esta herramienta.

Actualmente más del 70% de las reclamaciones que llegan a los médicos tienen que ver con el consentimiento informado. Gabriel Jesús Núñez, director general de la correduría, ha afirmado que su objetivo es “favorecer que el consentimiento informado no vuelva a ser un motivo de condena para los médicos. Queremos reducir a la mitad las demandas que llegan por este motivo”.

Tras la entrada en vigor del nuevo baremo de tráfico, documento de referencia para el cálculo de las indemnizaciones en RC

Profesional, “hemos sido los primeros en recomendar la subida de los capitales de cobertura para estar adaptados a la nueva realidad”, ha indicado Núñez.

El director general de Uniteco ha cerrado su intervención explicando la vinculación de esta nueva herramienta a un seguro de protección profesional: “De esta manera damos un paso adelante en la protección efectiva del médico ya que no solo cubrimos las consecuencias de las demandas sino que damos las herramientas para prevenirlas”.

Carlos León, director jurídico del despacho DS Legal Group, especializado en derecho sanitario y creadores de la herramienta, ha explicado que esta herramienta ha nacido por la necesidad de médicos y dentistas de disponer de un mejor servicio en la

obligación legal de demostrar la información dada al paciente. ElConsentimiento.es dispone actualmente de 787 consentimientos informados diferentes de más de 34 especialidades médicas. En su desarrollo han participado más de 50 profesionales de los ámbitos médico y jurídico desde hace unos 6 años.

Por otra parte, Uniteco Profesional ha participado en el Foro “Al residente le interesa...” organizado por el grupo editorial Sanitaria 2000 en la Clínica Dexeus de Barcelona, centrado en los cambios legislativos y del entorno normativo que afectan al ejercicio de la medicina. Desde la correduría se ha destacado la importancia de que los médicos tengan bien protegida su actividad profesional con un seguro que cubra sus necesidades actuales.



Pablo Wesolowski, nuevo secretario general del Consejo General



La primera medida de la recientemente nombrada Comisión Permanente del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros ha sido el nombramiento de Pablo Wesolowski como nuevo secretario general de la institución.

La presidenta Elena Jiménez de Andrade destacó estar segura de que “su nombramiento aportará al Consejo General un valor incuestionable en la apuesta por la excelencia en nuestra labor institucional”.

Wesolowski fue fundador de Davies Arnold Cooper en España, donde dedicó 25 años, siendo socio director los primeros 17 y socio presidente los restantes 8 años. En 2017, fundó su propia firma, Wesolowski Abogados y ejerce actualmente como

secretario del Consejo de Lloyd’s Iberia. “Quiero aportar al Consejo General mis 30 años de experiencia internacional como abogado especializado en seguros”, ha manifestado Wesolowski.

Como consecuencia de este nombramiento, Domingo Lorente, hasta ahora secretario general, desempeñará el cargo de director del área Técnico Jurídica, manteniendo al mismo tiempo la responsabilidad del departamento de Atención al Cliente del Consejo General.

Ebroker lanza su app ‘Mi Corredor’

La feria de Forinvest en Valencia fue el lugar elegido por Ebroker para dar a conocer la nueva app ‘Mi Corredor’, que desarrolla funcionalidades para la implementación de estrategias omnicanal.

Higinio Iglesias, CEO de Ebroker, dijo que su objetivo es “ayudar al corredor a ofrecer una buena experiencia omnicanal a su cliente”. El corredor usuario de Ebroker puede operar los servicios basados en la app ‘Mi Corredor’ a través de un contact center especializado que ofrecerá extensiones personalizadas del segmento horario de atención

al cliente. La app ‘Mi Corredor’ no supondrá coste adicional para los actuales usuarios.

Por otro lado, el grupo Corredors i Corredories D’Assegurances Associats (CSA) se ha sumado a Ebroker para impulsar su desarrollo tecnológico en una etapa que el grupo catalán define como “clave y esencial”.

Por último señalar que Ebroker ha lle-



gado a un acuerdo de colaboración con el Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña para poner a disposición de los mediadores de esta institución soluciones tecnológicas para la gestión integral en condiciones especiales para los colegiados.



La protección al consumidor centra las alegaciones de Aunna Asociación y CIAC al anteproyecto de Ley de Distribución

Aunna Asociación y la coordinadora CIAC han presentado de forma conjunta ante la DGSFP un escrito de alegaciones y observaciones al Anteproyecto de Ley de Distribución de Seguros, planteando diferentes propuestas al texto legal: una relación de diez puntos clave dirigidos a asegurar que todos los actores dispongan de idénticas garantías ante el consumidor, tal como ordena la Directiva europea.



Así, entre las alegaciones presentadas, Aunna Asociación y CIAC insisten en la necesidad de inscribir a los mediadores de seguros complementarios en el Registro de Mediadores, tal como ordena la Directiva, y proponen el establecimiento de unos límites de negocio para poder ser considerado mediador no complementario.

Igualmente, ambas entidades proponen que un mismo grupo empresarial no pueda contar con mediadores de distinto tipo, con la finalidad de evitar conflictos de interés que menoscaben los intereses del consumidor, así como eventuales fugas al principio de incompatibilidad. También proponen que el asegurador refleje formalmente como cobrado el recibo entregado al corredor en la fecha que ello se efectúa, independientemente de la fecha en que, por sus pactos contractuales, sea liquidado. Desvinculándolo así de su relación contractual con el corredor.

Igualmente, en sus alegaciones, el colectivo expone que el corredor debe ser responsable ante el asegurador y el tomador a quienes debe proteger con su seguro de Responsabilidad Civil y la Caución obligatoria por Ley, de este modo, se soslaya completamente la posibilidad de dejar al consumidor sin garantía de seguro en caso de error, además de evitar una situación de agravio comparativo con otros canales.

Respecto a la prohibición de vincular los seguros a la suscripción de un préstamo o hipoteca, ambas organizaciones insisten en la importancia de que la Ley recoja, de forma expresa, la prohibición de esta práctica, tal como establece la Directiva Hipotecaria.

Ambas organizaciones proponen que los mediadores bancarios asuman su responsabilidad administrativa y civil, dado que se trata de empresas con la capacidad suficiente para ello.

Finalmente, ven como una oportunidad aprovechar la redacción de la futura Ley para regular mejor los efectos del cambio de posición mediadora.

Por otra parte, una representación de Aunna Asociación, encabezada por su presidenta, Mónica Pons, se reunió con el director general de Seguros y Fondos de Pensiones, Sergio Álvarez, y con el subdirector general de Ordenación y Mediación de Seguros, Raúl Casado para explicarles las diferentes iniciativas puestas en marcha por la asociación para impulsar empresarial y profesionalmente a sus profesionales y contribuir así a la mejora del sector. Asimismo, los principales desafíos y objetivos a los que se enfrenta el pequeño y mediano corredor de seguros centraron parte del encuentro.

Por último señalar que Aunna Asociación ha firmado un acuerdo de colaboración con [Reale Seguros](#).

El Colegio de Lleida hace repaso de 2016 en su Asamblea General



El Colegio de Mediadores de Seguros de Lleida ha celebrado su Asamblea General Ordinaria, en la que se aprobó la liquidación del presupuesto de 2016, así como los presupuestos para el ejercicio 2017 y la memoria de actividades del año pasado.

Jordi Piqué, presidente del Colegio, informó de las actividades importantes acontecidas durante 2016 a nivel sectorial y de forma especial aquellas desarrolladas a nivel local.

Igualmente se constató, con el informe de las diferentes áreas de trabajo, el crecimiento de actividades del Colegio, la ampliación del abanico de servicios para ofrecer a sus colegiados.

Por otro lado, el Colegio ha organizado un curso sobre el convenio de daños materiales en siniestros de Autos (Cicos y SDM Modular), cuyo ponente fue Miguel García Medayo, SMR-Arbitraje Siniestros de Autos (oficina técnica).

Los asistentes adquirieron los conocimientos generales sobre los criterios de la aplicación y culpabilidad en Cicos, la interpretación de la declaración amistosa de accidentes y los criterios sobre la aplicación y culpabilidad del SDM Modular.



Los socios de Aemes disponen de un nuevo seguro de Vida de Prebal

Aemes, Asociación Empresarial de Mediadores de Seguros, y Prebal han firmado un acuerdo de colaboración para establecer un marco de trabajo conjunto por el que, entre otras iniciativas, pone a disposición de los asociados de la patronal un nuevo seguro de Vida actualizado.

Se trata de un producto ajustado a las especificaciones del artículo 59 del Convenio Colectivo, el cual estipula que las empresas deberán contratar, a su exclusivo cargo, para sus trabajadores por cuenta ajena, una póliza de seguro que cubra el riesgo de muerte y anticipos de capital en caso de incapacidad permanente absoluta total para la profesión habitual y gran invalidez.

Es, por tanto, un seguro de Vida distinto, con sus propias especificaciones, al seguro de Accidentes también ofrecido por Aemes a sus asociados y que está disponible con anterioridad.



Willis Towers Watson Networks celebra sus primeros Comités estratégicos

Willis Towers Watson Networks ha celebrado los primeros Comités estratégicos dentro de la iniciativa Particip@. Tras la presentación de la propuesta en el último Consejo Nacional de febrero, destinado a los administradores de las corredurías de la alianza, se han constituido los primeros Comités: Consultivo, de Producto y Tecnológico, que tendrán una periodicidad trimestral.

De forma consecutiva, del 21 al 23 de marzo, se celebraron las diferentes sesiones empezando con el Comité Consultivo. Dicho ente, el único existente prácticamente desde los inicios de la alianza, tiene una función claramente asesora y consultora ante los principales retos de la organización. Su objetivo es asegurar que a nivel estratégico se cumple con el perfil de correduría élite que caracteriza a los miembros de Willis Towers Watson Networks.

Tras este primer Comité, se constituye el de Producto, cuyos miembros se encargan de velar por la competitividad de la oferta que compone la propuesta de valor de la alianza y por último, y coordinado también con las acciones que se derivan del Consultivo y del de Producto, se celebra el Tecnológico, cuya finalidad es potenciar la plataforma tecnológica Willplatine y detectar oportunidades de innovación existentes en

el mercado que ayuden a la transformación digital de los miembros de la asociación.

Por otro lado, Willis Tower Watson y Audisec han celebrado la jornada "Reglamento general de protección de datos. Necesidades de consultoría, soluciones tecnológicas y transferencia aseguradora", con el objetivo de abordar las modificaciones que introduce la nueva legislación y su influjo en las empresas.

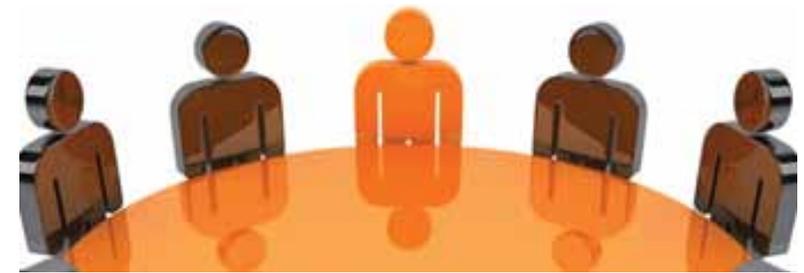
La nueva normativa presenta importantes novedades en cuanto a la gestión del riesgo: evaluación de impacto, notificación de brechas de seguridad e incremento de sanciones.

Con respecto a la gestión del riesgo, la primera obligación que se ha establecido en el RGPD para las empresas, se centra en la evaluación de aquellos elementos que pueden suponer un peligro para la protección de la información sensible. Además, se han

incluido la evaluación de impacto sobre la protección de datos y la continuidad con las auditorias bienales.

Además, la nueva legislación ha determinado la obligatoriedad de notificar a las autoridades competentes cualquier violación de las brechas de seguridad en 72 horas desde que tenga conocimiento el responsable de protección de datos de la organización, pero siempre sin dilación indebida y adicionalmente en aquellas situaciones en las que la violación de seguridad entrañe un alto riesgo para los derechos y libertades de los interesados se tendrá que hacer una comunicación a los afectados.

Las consecuencias del incumplimiento de la normativa pueden conllevar sanciones que irán de los 10 millones o el 2% de la facturación anual en los casos graves a los 20 millones de euros o el 4% de la facturación global anual en los casos muy graves.





La correduría francesa SantéVet, especializada en seguros para mascotas, llega a España

SantéVet, la correduría de seguros veterinarios para mascotas líder en Francia, desembarca en España de la mano de AXA con un servicio que permite reembolsar hasta el 90% de los gastos veterinarios. El objetivo es ofrecer un producto asegurador exclusivo que aporte beneficios económicos al propietario y de salud a los animales de compañía.

SantéVet prevé captar más de 100.000 clientes durante los primeros años en el mercado español. Su apuesta por España se basa en su experiencia de mascotas en Francia y Bélgica durante casi 15 años.

La compañía ofrece tres fórmulas adaptadas a las necesidades de los propietarios de perros y gatos; dependiendo de la fórmula elegida, el seguro cubrirá el reembolso del 50% al 90% de los gastos veterinarios y de hasta 2.200 euros al año en caso de acciden-

te o enfermedad. En todas las opciones se reembolsa hasta el 90% de los gastos veterinarios en caso de enfermedad, accidente y cirugía. Además, las tres posibilidades ofrecen tratamientos convencionales para las mascotas, como consultas, cirugías, hospitalización y servicios de ambulancia, entre otros. No obstante, incluye también otros servicios más "exclusivos", como el tratamiento de trastornos de conducta, acupuntura u osteopatía. Del mismo modo que ocurre en Francia y en

Bélgica, los propietarios pueden escoger a qué veterinario quieren llevar a su mascota y tienen incluida en el presupuesto una limpieza dental anual a lo largo de la vida del animal a partir del segundo año de contrato.

Entre las ventajas que ofrece SantéVet destacan la adhesión al servicio sin un examen médico previo y un reembolso de los gastos veterinarios en 48 horas y de los medicamentos administrados y/o prescritos por el veterinario.

64

Espabrok y Markel unen fuerzas para distribuir productos

Espabrok y Markel han firmado un acuerdo de colaboración para la distribución de sus productos durante 2017 y 2018.

De esta forma, Markel pone a disposición de la red de Espabrok los productos de la compañía en condiciones ventajosas y colabora en acciones de formación y marketing.





La proactividad con el cliente, eje del segundo taller del PEM en el Colegio de Valencia

La proactividad y la cercanía con el cliente protagonizaron el segundo taller del Plan Estratégico de la Mediación (PEM) impartido en el [Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia](#), por Román Mestre.

El objetivo de este taller, que abordó los planes de acción 29 y 30 del PEM, fue la obtención de referencias de la cartera actual, conseguir nuevas visitas, mejorar el cierre, obtener argumentos y contraargumentos y, además, recuperar el orgullo de la venta de seguros, recordando la importancia del asesoramiento profesional y la necesidad de la figura del mediador para una sociedad con necesidad de información veraz, rigurosa y personalizada.

Algunas de las claves para recuperar la ilusión en la venta expuestas por Mestre son creer en lo que uno hace o aportar valor de verdad a sus clientes, conociendo el mercado y el producto y desarrollando habilidades como la generación de confianza, la empatía, la resistencia, la autoestima, la persistencia y la honestidad.

Por otra parte, el Colegio de Valencia ha convocado dos talleres temáticos sobre la presentación de la Declaración Estadístico Contable (DEC) el 6 de abril en Valencia y el 10 de abril en Gandía. Ambos talleres fueron impartidos por Jesús Valero, jefe de la Unidad de Mediación de la Dirección General de Economía, Emprendimiento y Cooperativismo de la Consejería de Economía de la Generalitat Valenciana.

Valero realizó detalladas explicaciones basándose en la hoja de cálculo establecida para presentar la DEC por parte de la Unidad de Mediación. Además ofreció consejos prácticos para agilizar el trámite, resolvió las preguntas de los profesionales y subrayó aspectos

relevantes, como la adaptación automática del formulario a cada una de las figuras jurídicas.

También insistió Valero en la necesidad de tener habilitada la firma digital para poder realizar la presentación, y resolvió interrogantes como la imposibilidad de plasmar las cifras de las agencias de suscripción, “ya que no son más que apoderados de entidades que son las que tienen que reflejarse”.

En otro orden de cosas, los colegiados valencianos ofrecerán consultoría en materia de protección de datos totalmente gratuita gracias al convenio de colaboración con la consultora [Ivarstec](#). Se pone el acento en la importancia de la Ley de Protección de Datos y en la nueva normativa europea que entrará en vigor en 2018.

Asimismo, comentar que el Colegio seguirá apostando este año por su presencia en las redes sociales gracias a la renovación del protocolo con [Taller Digital.com](#), que seguirá prestando la gestión de los perfiles institucionales en Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn y Google+ mediante la creación y publicación de contenidos, atención al usuario y organización y gestión de concursos según necesidades del Colegio.

Por último, señalar que el Colegio de Valencia ha prorrogado su acuerdo de colaboración con [Unión Alcoyana Seguros](#) y [Mutua de Propietarios](#).



E2K pide mayor claridad y protección para el consumidor en la nueva Ley de Distribución

E2K ha reclamado al anteproyecto de Ley de Distribución una mayor claridad y consecuente protección al consumidor a la hora de elegir con quién contrata sus seguros. Según un comunicado, E2K constata que los bancos comercializan en la actualidad el 58% de las nuevas operaciones de seguro en el mercado español, y en este contexto los consumidores se ven constreñidos muchas veces a aceptar las ofertas bancarias de seguros cuando van asociadas a determinadas operaciones, como las hipotecas.



“Consideramos que el seguro no puede ser una mercancía de segundo orden que el consumidor se ve obligado a comprar como ‘un mal necesario’ aun sabiendo, que posiblemente está renunciando a un seguro más beneficioso para él porque simplemente no hay libertad de elección ni de negociación”, señalan desde E2K.

Además manifiesta su total desacuerdo con que la futura regulación de la distribución permitiría a las entidades de crédito ceder sus redes de distribución a más de un operador (aseguradora), ya que ello acarrearía una desprotección en el consumidor al inducir a la confusión entre canales.

Por otro lado, E2K han concluido las nueve jornadas técnicas para corredores desarrolladas en Valencia, Madrid y Barcelona. Entre otros temas, se habló de: operativas de suscripción, siniestros y productos específicos para empresas.

E2K está implementando en las pymes y micropymes españolas el proyecto ‘Ingeniería de Empresas’, que ofrece coberturas 360°. “O sea, protegemos a las empresas de todos los posibles riesgos a los que debe hacer frente”, ha señalado Paloma Arenas, directora general de E2K.



Ruiz Re crece en Galicia con dos nuevos puntos de atención al cliente

Las corredurías en Ordes (A Coruña) y La Guardia (Pontevedra) se han unido a la red de oficinas de Ruiz Re, que ya se acerca a la veintena de puntos de atención en toda España.

Ruiz Re cuenta con una Dirección Territorial en Vigo, que es la responsable del crecimiento en los últimos meses en el área noroeste de nuestro país. “A la apertura de estas dos oficinas gallegas se sumarán más en las próximas semanas”, ha afirmado Juan Carlos Recouso, director territorial de Ruiz Re en el área noroeste.



Aon nombra a Pablo Montoliu nuevo CIIO

Pablo Montoliu ha sido nombrado Chief Information & Innovation Officer (CIIO) de **Aon España**. En ese puesto se encargará de supervisar y coordinar las diferentes iniciativas de innovación, transformación, digitalización y data & analytics de la compañía, así como de aportar todo su conocimiento y experiencia al área de consultoría de ciberriesgos de la firma.



Montoliu es ingeniero superior en Informática por la Universidad de Deusto y cuenta con una amplia y dilatada experiencia internacional en la gestión de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en grandes empresas como Santander Nueva York y KPMG Londres y España. Con anterioridad a su incorporación a Aon España lideró como socio la práctica de Forensic Technology en Ernst&Young (EY).

“Las nuevas tecnologías están modificando e impactando la forma de hacer y el modelo de negocio de todos nuestros clientes, generándoles nuevos riesgos y oportunidades. En Aon estamos invirtiendo de forma significativa para ser el ‘trusted advisor’ de referencia en riesgos tecnológicos”, ha indicado Eduardo Dávila, CEO de Aon Iberia y Middle East.

Por otro lado, Aon ha celebrado en Valladolid la jornada “Tendencias 2017: ries-

gos digitales y penales como consecuencia de los recientes cambios normativos”, con el fin de profundizar en cómo los riesgos digitales se consolidarán como una de las principales amenazas para las empresas y cómo la incorporación de la responsabilidad penal de las personas jurídicas en el Código Penal implica que las empresas tengan ahora que plantearse nuevas estructuras de programas de compliance y directrices internas.

Verónica Jiménez e Iñaki Tellería, especialistas en Líneas financieras de Aon España, destacaron las importantes implicaciones para las empresas de este nuevo escenario. “El nuevo reglamento de la UE sobre Protección de Datos, que debe estar en vigor en todos los países miembros antes de mayo de 2018, supondrá importantes cambios como la obligación de comunicar cualquier brecha de seguridad, con el consiguiente riesgo reputacional”, comentaron.

Explicaron los métodos más utilizados como el Ransomware o el fraude de ingeniería social, y cómo el seguro de Ciberriesgos cubre los gastos para poner fin a la brecha de seguridad.

Jaime Jiménez-Arellano, consultor senior de Risk Finance de Aon Global Risk Consulting, profundizó en la cuestión de la exención de responsabilidad penal de las personas jurídicas a través de un modelo de prevención, vigilancia y control.

En otro orden de cosas, Aon Hewitt ha incidido en el valor del seguro de Salud como beneficio social en las empresas en la jornada “Nuevas tendencias en compensación y beneficios”. En ella se dijo que la diferenciación en compensación se consigue con una mayor flexibilidad de los beneficios y una comunicación eficaz, algo fundamental en un entorno laboral como el actual: cambiante, multigeneracional y cada vez más exigente.



El Colegio de Navarra concede el Premio Mediaoro 2016 a José Solano

El Colegio de Medidores de Seguros de Navarra ha entregado el Premio Mediaoro 2016 al pamplonés José Solano, director comercial Norte de Allianz, por su labor en pos de la mediación de seguros.

El acto, estuvo presidido por la renovada Junta del organismo tras el periodo electoral celebrado en enero. Su presidente, Alberto Moreno, recordó que este galardón nació para dar a conocer a la ciudadanía la labor y profesionalidad de las personas vinculadas a la mediación de seguros y que José Solano, por su “carisma, esfuerzo y cercanía”, simboliza los valores de este premio.

El acto sirvió también para repasar las acciones llevadas a cabo por el Colegio durante el año pasado. Entre otras cosas, esta institución presentó en 2016 una guía para hacer frente a las malas prácticas bancarias. Un documento “tan necesario tanto para nosotros como para la ciudadanía” y que tuvo una gran acogida dentro del sector ya que el “intrusismo y los abusos” son una realidad desde hace tiempo.

Por otro lado, por segundo año consecutivo, el Colegio de Navarra y Cristalbox han firmado un acuerdo de colaboración, por el cual esta empresa ofrecerá sus servicios con una serie de ventajas a los colegiados.

Asimismo, ha firmado un acuerdo para distribuir los seguros de Mutuavenir.

68

El Colegio de León celebra sus I Desayunos de Trabajo

El Colegio de Medidores de Seguros de León ha celebrado los I Desayunos de Trabajo. Este encuentro profesional está orientado a fomentar el diálogo entre el Colegio y los colegiados, así como compartir experiencias consultando en qué les puede ayudar la institución.

Durante la hora y media de sesión, se produjo un intercambio de opiniones entre los profesionales que comparten la misma problemática y que quisieron aportar sus ideas, inquietudes y conocimiento. El Colegio tomó nota de las inquietudes de los asistentes y se estudiarán las posibles soluciones.





El Colegio de Zaragoza quiere **aumentar un 20% su colegiación en 2017**

El **Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza** ha celebrado la Asamblea General Ordinaria anual en la que se han aprobado las cuentas y se han presentado las acciones principales que se realizarán en 2017. Unas propuestas que están centradas en el aumento de la colegiación hasta un 20% y continuar con la apuesta por la formación de calidad y por la renovación del Colegio.

El Colegio, que ha cerrado el balance de 2016 con superávit, ha aumentado su colegiación un 5%. “Este 2017 queremos conseguir que la colegiación aumente un 20%. Nuestra intención es conseguirlo centrandos nuestros esfuerzos en los agentes y apoyándonos en las compañías aseguradoras amigas”, explicó José Luis Mañero, presidente de la institución.

En el ámbito de la formación, para 2017 se busca la especialización en la profesión y la creación de mediadores colegiados con una calidad plus, respaldados por el Colegio. También se seguirá colaborando con entidades públicas, como el Inaem, para ofrecer otro tipo de cursos. Entre otras iniciativas presentadas se encuentran el estudio del IDD, continuar avanzando en transparencia en las actividades colegiales y la investigación de la sucesión familiar dentro de la mediación.



Entre sus acciones formativas figura la realizada a finales de marzo sobre “Procedimientos de reclamación de daños y perjuicios derivados de tráfico: Un año de aplicación del nuevo Baremo”. El curso fue impartido por la directora de la Asesoría Jurídica Corporativa de **Arag**, Belén Posé. En la jornada se analizaron especialmente los precedentes que ha sentado su aplicación; cómo afectan a mediadores, corredurías y clientes y se respondió a las dudas.

Por otro lado, el 3 de abril comenzó un curso sobre Gestión Comercial y Técnica de Seguros y Reaseguros Privados. Se trata de una formación que se imparte cada año para personas en situación de desempleo y está ofrecida en colaboración con el **Instituto Aragonés de Empleo (Inaem)**. En el temario se tratarán los temas de tramitación de siniestros en entidades de seguros y reaseguros; atención y tratamiento de sugerencias, consultas, quejas y reclamaciones de clientes de servicios financieros; ofimática e inserción laboral, sensibilización medioambiental y en la igualdad de género.

Beneficios de la firma electrónica en las ventas de los mediadores



Las oficinas del **Grupo DAS** han acogido un webinar en el que se trató “Cómo la firma electrónica mejora la venta al mediador”, en colaboración con **Cecas**, a través de su **OTM (Observatorio Tecnológico de la Mediación)** y la startup **Signaturit**.

Claudio Aros en representación del **Cecas**, moderó la mesa redonda en la que

Patricio Ilyef, director de Organización e IT de **DAS**, habló de la experiencia en la implementación de la firma digital en la compañía y de la importancia de la digitalización del canal del mediador para desarrollar una ventaja competitiva importante frente a otros canales.

Por su parte, Juan Zamora, CEO de **Signaturit** comentó los diferentes tipos de firma digital, la validez y legalidad de las mismas.

Por otro lado, **Cecas** ha recibido el I Premio Internacional de la **Confederación Panamericana de Productores de Seguros (Copaprose)**. Esta condecoración es la máxima distinción que otorga ese organismo para destacar la labor y trayectoria de un profesional, una empresa o institución por su labor continuada a favor de la figura y la labor de los productores de seguros. En este caso, la especial presencia y trabajo de **Cecas** en el ámbito internacional, sobre todo en Latinoamérica, han sido el motivo de su reconocimiento.



El Colegio de Toledo alcanza un acuerdo de colaboración con Banco Sabadell

El Colegio de Mediadores de Seguros de Toledo ha llegado a un acuerdo con el **Banco Sabadell** para beneficiar a su colectivo de productos y servicios en condiciones preferentes.

Con la firma de este convenio, los colegiados de Toledo, dispondrán de una oferta global adaptada al desarrollo de la labor de cada uno de los miembros de este colectivo en las oficinas de **Banco Sabadell**.

De esta forma, se pretende proporcionar flexibilidad y singularidad a los requerimientos de esta profesión e incluye ventajas especiales que el banco pone a disposición de los colegiados.

Por otro lado, el Colegio ha firmado un acuerdo con **Cristalbox**, que ofrece un servicio preferente y rápido, así como limpieza interior del vehículo con tratamiento anti-lluvia.



Red Mediaria distribuirá seguros a empresas de mudanzas

Los presidentes de Red Mediaria Correduría de Seguros, Carlos Carrasco, y de la Federación Española de Empresas de Mudanzas, Guardamuebles y Trasteros (Fedem), Juan Luis Feltrero, han firmado un acuerdo de colaboración en la sede central de la Confederación Española de Transporte de Mercancías (CETM), de la que Fedem es miembro.

Dentro de este acuerdo se reconoce a Red Mediaria como socio comercial de Fedem para la difusión y promoción de sus servicios profesionales de mediación y asesoramiento de pólizas destinadas a las empresas de mudanzas.

Todo este programa de seguros y otras cuestiones que surjan en el momento, se podrán abordar personalmente ya que, además de ser patrocinadores oficiales, Red Mediaria estará presente activamente en el próximo Congreso Fedem que tendrá lugar en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Salamanca el 6, 7 y 8 de abril de 2017.

Por otro lado, los empresarios de la Confederación Palentina de Organizaciones

Empresariales (CPOE) se han formado sobre "Responsabilidad civil de administradores y directivos (D&O) en la pequeña y mediana empresa", presentada por Miguel Ángel Rodrigo, gerente de Palencia de Red Mediaria Correduría de Seguros, e impartida por Carlos Peña, de WR Berkley España.

Durante la jornada, los asistentes han podido conocer la actual situación normativa que dibuja un panorama muy exigente para cualquier entidad que actúe en nuestro mercado, generando un especial riesgo para sus órganos de administración y para la propia persona jurídica en el supuesto de diversos incumplimientos normativos.



La correduría Santamaría & Roldán se incorpora a Apromes



Continuando con el proceso de desarrollo y expansión asociativa de la Asociación Profesional de Mediadores de Seguros (Apromes), ha incorporado a su organización a la correduría madrileña Santamaría & Roldán.

Desde la asociación se valora positivamente esta nueva incorporación, destacando que lo más importante de las empresas, proyectos mercantiles o estructuras bajo cualquier forma admitida en derecho, siempre es la persona. En este caso, contar con la experiencia profesional de Luis Santamaría en el mundo de Crédito y Caucción, va a redundar en beneficio de todo el colectivo profesional de Apromes.

Por otro lado, Apromes ha firmado un convenio de colaboración con Asisa.

Cojebro imparte el cuarto módulo de su Programa Superior de Gestión de Riesgos en la Pyme



Las sesiones han desarrollado el siguiente programa: Transportes en la Pyme, impartido por Fiatc Seguros; Transportes visión Corredor, por Ferrer & Ojeda, socio de Cojebro; y RC Propietarios y Directivos D&O, por Chubb.

Por otro lado, la asociación ha dado la

Cojebro ha impartido el cuarto módulo del Programa Superior de Gestión de Riesgos en la Pyme, para capacitar a los directivos, gerentes y equipos de las corredurías de su organización.

bienvenida a la empresa de José María Campabadal, Campabadal Correduría de Seguros, con sede en Tarragona. Con esta incorporación, Cojebro cuenta con treinta y cinco corredurías repartidas entre veinticinco provincias y Andorra, con una cifra de primas intermediadas que supera los 235 millones de euros.

En otro orden de cosas, Cojebro ha celebrado en Andorra la reunión mensual de su

Junta Directiva. En esta ocasión, el socio anfitrión ha sido Josep M^a Altimir, de Assap Assegurances, socio de la organización en el Principado.

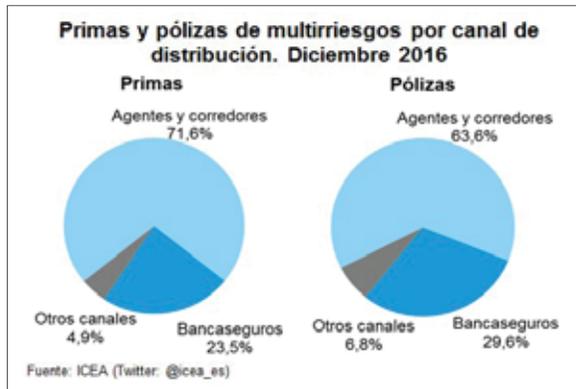
En esta reunión de Junta, entre otros asuntos tratados, se acordó el nombramiento oficial de Assap Assegurances como corresponsal de Cojebro en el Principado de Andorra, elevando a dicha categoría, este servicio que ha venido prestando desde 1994.

El Colegio de Mediadores de Málaga firma sendos convenios de colaboración con Hiscox y Santalucía

El Colegio de Mediadores de Seguros de Málaga ha firmado sendos acuerdo de colaboración con Hiscox España y Santalucía que facilitará a los colegiados un canal de comunicación directo con las entidades.

De esta forma, las aseguradoras hacen patente su compromiso con la mediación profesional.





El canal mediado copa el 71,6% de las primas y el 63,6% de las pólizas de Multirriesgos

Agentes y corredores son el principal canal de distribución de seguros Multirriesgos, con el 71,6% de las primas y el 63,6% de las pólizas.

A diciembre de 2016, las pólizas de volumen de negocio experimentaron un leve decrecimiento, principalmente en el canal bancario. El directo sigue obteniendo tasas elevadas de crecimiento, aunque menores que en períodos anteriores, informa ICEA.

La tercera edición del Foro Madrid Seguro pondrá su atención en el cliente

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid ha presentado la tercera edición del Foro Madrid Seguro, que se desarrollará bajo el lema “Situando al cliente en el centro de la mediación. Comunicación y experiencia cliente, ejes principales a debate”, que tendrá lugar el 29 de junio en el Complejo Duques de Pastrana de la capital de España.

Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Madrid, recordó que la tercera edición del Foro también contará con la Presidencia de Honor del rey Felipe VI. Asimismo, adelantó que en esta ocasión se ha invitado al ministro de Economía, Luis de Guindos, para que inaugure ‘Madrid Seguro’.

Ángel Corada, gerente de la institución colegial, destacó que todo el programa científico de este año gira alrededor de la relación con el cliente, desde dos perspectivas que están en la esencia de esa relación: la experiencia del cliente y la comunicación. Así, durante la jornada se reflexionará sobre los cambios, las nuevas necesidades y exigencias que plantea hoy la conversación entre los mediadores de seguros y sus clientes.

José Luis Pastor, experto en estrategia, marketing e innovación, ofreció la conferencia ‘Una nueva era en la fidelización: ¿cómo conquistar consumidores chiflados? De Juego de Tronos a Lady Gaga’. Para Pastor, estamos en un momento en el que los clientes deciden sobre la reputación de las marcas. Si a esto unimos que “el boca oído se ha digitalizado”, las marcas no van a poder sobrevivir a las malas experiencias de cliente. Asimismo, Pastor afirmó que la forma de aproximarnos a los productos ha cambiado, por lo que se cuestionó si ¿ha fracasado la publicidad? Por todo lo expuesto, el consumidor quiere marcas que conecten con su identidad, pues hay que demostrarle que se le entiende; marcas que le emocionen; marcas que se salgan de la norma; marcas que les diviertan y con productos únicos.



Fecor ha trasladado sus observaciones al borrador del anteproyecto de Ley de Distribución. A pesar de valorar positivamente la inclusión de ciertas consideraciones, no comparte el tratamiento que se hace de algunas figuras de mediación como los agentes de seguros en régimen de no exclusividad, a los que no se limita el número de compañías con las que pueden operar, funcionando prácticamente como corredores pero sin las obligaciones y los criterios de independencia que se les exige.

Fecor, contraria del tratamiento a ciertas figuras en el anteproyecto de la Ley de Distribución

En Fecor consideran que esta circunstancia contribuye a crear confusión en el consumidor de seguros. En lo que respecta a los operadores de bancaseguros no comparten que se les permita colaborar con distintas entidades financieras. “A nuestro entender, se incurre en clara contradicción con lo establecido en la Directiva Hipotecaria, aun no traspuesta, cuyo objetivo es la protección del consumidor”.

Por otra parte, consideran innecesaria la obligatoriedad de los corredores de establecer cuentas bancarias separadas para la gestión de cobros de pólizas. Si lo que se pretende es salvaguardar los fondos en depósito, esta situación ya está resuelta con la suscripción de una póliza de Caucción. La directiva establece una de las dos medidas, por lo que no sería necesaria la aplicación simultánea de ambas como se hace, únicamente, en el caso de los corredores, han protestado.

“También estamos convencidos de que se está perdiendo una gran oportunidad para regular los cambios de posición mediadora. Cerca de un millón de pólizas al año se ven afectadas por esta circunstancia y sería un buen momento para que todos sepamos cuáles son las reglas de juego a la hora de afrontarlos”, dice el comunicado.



Reale y el Colegio de La Coruña prolongan su colaboración

Reale apoyará un año más al **Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña** a través del convenio de colaboración que mantiene desde hace tiempo con la institución colegial.

Este acuerdo permite a la aseguradora seguir apoyando en el desarrollo del Plan Estratégico de la Mediación, además de colaborar en las necesidades de formación de sus colegiados.



Artai sensibiliza sobre la tutela de personas incapacitadas judicialmente

La correduría **Artai** ha renovado un año más su convenio de colaboración con la fundación tutelar **Feclem**, con el objetivo de dar a conocer y sensibilizar sobre la actividad de esta organización. Este nuevo acuerdo supone un impulso conjunto para mejorar la calidad de vida de las personas incapacitadas judicialmente a causa de una enfermedad mental grave y que carecen de familiares o allegados idóneos para el desempeño de cargos tutelares.

Este convenio se enmarca dentro del programa de Responsabilidad Social Corporativa de Artai, cuya finalidad es contribuir a la mejora del entorno social en el que opera, a través de la colaboración permanente con diferentes asociaciones y entidades sociales.

Con este acuerdo la Fundación Feclem –que desempeña alrededor de 500 cargos de protección judicial en Castilla y León– y la correduría Artai, unen sus fuerzas para la puesta en marcha de campañas de sensibilización y acciones de visibilidad del trabajo de tutela y protección de personas con la capacidad modificada judicialmente que viene realizando la Fundación desde el año 2000.



A DIARIO

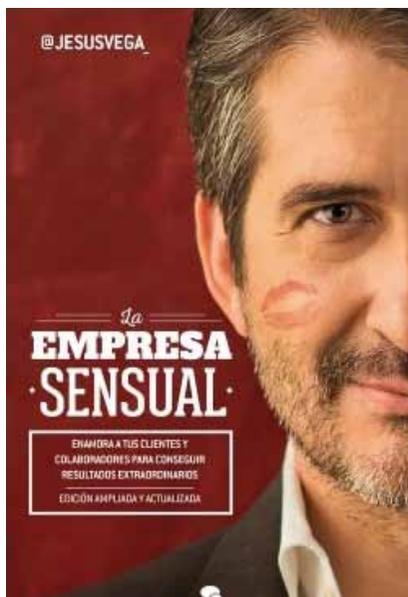
PymeSeguros es una publicación pensada por y para la pequeña y mediana empresa y los autónomos

Todo lo que te interesa saber a un clic

PymeSeguros.com



Accede a las noticias de seguros y economía que te interesan



La Empresa **Sensual**

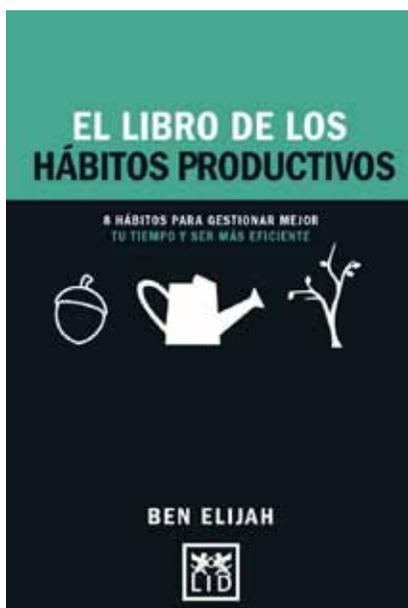
Enamora a tus clientes y colaboradores para conseguir resultados extraordinarios

Jesús Vega de la Falla

Editorial: Alienta
Precio: 14,95 € libro impreso

La empresa del siglo XXI ha de seducir, enamorar y, lo que es más difícil, saber mantener la pasión. Ha de conseguir atrapar, involucrar y enganchar a sus clientes, empleados e inversores. Debe conseguir que todo el mundo caiga rendido a sus pies, totalmente encandilados por su manera de hacer, por su carisma y por su magnetismo.

Jesús Vega analiza casos concretos de empresas que han conseguido establecer esa relación amorosa con los demás y desvela sus secretos, sus métodos y las técnicas y procedimientos de los que se sirven para establecer vínculos afectivos duraderos con sus trabajadores, sus clientes y con el mercado en general.



El libro de los **hábitos productivos**

8 hábitos para gestionar mejor tu tiempo y ser más eficiente

Ben Elijah

Editorial: LID Editorial
Precio: 12,90 € libro impreso
8,99 € en libro electrónico

Conseguir realizar todas las tareas que planificamos es una batalla que libramos a diario, muchas veces sin éxito. Para conseguirlo, son necesarios tres cambios: mejorar la gestión de la información, desarrollar un marco de referencia que ayude a decidir lo que merece nuestra atención y ser capaces de alejarnos de la realidad para ser más creativos. Cuando estos cambios se conviertan en hábitos empezaremos a ser más productivos. Recopilar y procesar la información que nos llega, seleccionar las herramientas para ello, poner en contexto, trabajar la memoria, otorgar importancia y revisar y terminar tareas pendientes son los hábitos propuestos en una obra que ofrece las herramientas para integrarlas en el día a día.

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduñas



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



WORLDWIDE REACH. HUMAN TOUCH.

International SOS
**Líderes en asistencia
médica y seguridad en viaje
internacional**

Con presencia en 89 países repartidos por todo el planeta y más de 11.000 profesionales de diferentes ámbitos, garantizamos el bienestar y la seguridad de todos nuestros clientes, lo que nos convierte en la aseguradora líder mundial en asistencia y protección internacional.



Madrid

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

www.internationalsos.es