

Premio San Francisco Javier  
de Anacose en 2012

# PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

NÚMERO 65

MAYO 2017

[www.pymeseguros.com](http://www.pymeseguros.com)

**Vicente Fuertes**  
Director comercial de Pelayo

# AUTOS tiende a la ESPECIALIZACIÓN y concentración

**Punto de encuentro**  
Rehabilitación, un seguro necesario en busca de reconocimiento

**Más a fondo**  
Casi el 90% de las aseguradoras disponen de seguros específicos para autónomos

**In situ**  
Saber escuchar, clave en la venta

# Tú sigues disfrutando

Porque los días perfectos,  
que de repente dejan de serlo,  
son cosa nuestra



[www.mgs.es](http://www.mgs.es)

**MGS** Seguros

Sencillamente seguros



# Estar siempre alerta y no dar nada por supuesto

Los corredores de seguros necesitan estar continuamente informados de los productos que hay en el mercado, tanto de los nuevos como de los tradicionales que evolucionan, como ocurrirá en los próximos años con el seguro de Autos en el que los modelos de transporte colectivo que se están generalizando en las grandes ciudades, obligarán al desarrollo de productos adaptados a esa realidad de uso del automóvil (ver [Hablando claro](#)).

O los seguros de Rehabilitación, un mercado en auge puesto que, según los últimos datos disponibles, de 2015, los visados para obras de rehabilitación son tres veces superiores que para obra nueva (ver [Punto de encuentro](#)). A pesar de esta boyante fuente de negocios, el aseguramiento de estas obras no es tan habitual, principalmente por el desconocimiento del producto y sus be-

neficios. Dar a conocer este seguro es el gran reto para corredores y aseguradoras.

O los seguros para autónomos. Un colectivo muy amplio (ya se superan los tres millones de personas) que necesita contar con un seguro que garantice su bienestar presente y futuro. De ahí, que las compañías se vuelquen en ellos y hasta un 87,5% ofrezca productos específicos para sus actividades (ver [Más a fondo](#)).

Pero ese conocimiento de los seguros tiene que estar respaldado por una escucha activa del cliente tras realizar preguntas abiertas, observar más y no dar por supuesto nada. Todo ello es clave para poder completar una venta (ver [In situ](#)).



**Carmen Peña**  
Directora de Pymeseguros  
[carmen@pymeseguros.com](mailto:carmen@pymeseguros.com)

## Staff

**DIRECTORA**  
CARMEN PEÑA  
[carmen@pymeseguros.com](mailto:carmen@pymeseguros.com)

**PERIODISTA**  
AITANA PRIETO  
[aitana@pymeseguros.com](mailto:aitana@pymeseguros.com)

**ÁREA COMERCIAL**  
CARMEN PARAMIO  
616468849  
[carmen2@pymeseguros.com](mailto:carmen2@pymeseguros.com)

**MAQUETACIÓN Y DISEÑO**  
ESTUDIO 9C

**FOTÓGRAFA**  
IRENE MEDINA

**BANCO DE IMÁGENES**  
FOTOLIA



## 06 Hablando claro

Vicente Fuertes, director comercial de Pelayo.  
Autos tiende a la especialización y concentración

# 04

**PymeSeguros**  
Revista online para corredores y corredoras

Número 65 • Mayo 2017  
[www.pymeseguros.com](http://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

Rehabilitación, un seguro necesario en busca de reconocimiento

03 **Editorial**

Estar siempre alerta y no dar nada por supuesto

30 **Productos**

Los últimos seguros del mercado

34 **Al día economía**

Noticias económicas que interesan a las pymes

38 **Al día seguros**

Noticias del sector asegurador

61 **Al día distribución**

Noticias de los corredores de seguros

77 **Algo más que negocio**

Acciones de RSC realizadas por corredores

78 **Rincón de lectura**

Libros útiles para la empresa



18 **Más a fondo**

Casi el 90% de las aseguradoras disponen de seguros específicos para autónomos



24 **In situ**

Saber escuchar, clave en la venta





Vicente Fuertes, director comercial de Pelayo

# Autos tiende a la **ESPECIALIZACIÓN** y concentración

Los próximos años se producirán cambios en el ramo de Autos. Por un lado, el nivel de concentración del negocio en pocas aseguradoras seguirá creciendo porque el negocio de Autos, con unos márgenes cada vez más reducidos, exige altos niveles de eficiencia y volúmenes que favorecen la especialización y concentración de compañías. Por otro lado, los nuevos modelos de transporte colectivo, van a implicar una necesidad de desarrollo de nuevos productos adaptados a esa realidad de uso del automóvil. Mientras tanto, las aseguradoras están apostando por segmentar mucho las políticas de tarificación. Una herramienta imprescindible, según Vicente Fuertes, director comercial de Pelayo, “para gestionar el negocio con criterios de rentabilidad, permanencia y diversificación”.

**En 2016 Autos creció un 5% después del incremento de 2015. ¿Cree que este comportamiento tendrá continuidad en el tiempo?**

2016 ha finalizado con buenos datos en el sector con un incremento en la facturación del 5,11%. Estos resultados han sido consecuencia, en gran medida, de los ajustes en prima que realizaron las compañías para prepararse al impacto del nuevo baremo de daños personales y al estrechamiento de los márgenes en general.

Nuestra previsión para este año y el siguiente es que el mercado continuará con estos ritmos de crecimiento, favorecidos por la buena marcha de la economía, que se traduce en un incremento del parque de vehículos.

**Los 10 primeros grupos acaparan más del 85% de las primas de Autos. ¿Va a seguir creciendo el nivel de concentración?**

Creemos que el nivel de concentración seguirá creciendo ya que un negocio como el ramo de Autos, con unos márgenes cada vez más reducidos, exige altos niveles de eficiencia y volúmenes que favorecen la especialización y concentración de compañías.

**Pelayo está bien posicionada en Autos. ¿Tiene previsto escalar algún puesto en el ranking?**

Nuestro plan estratégico para los próximos tres años se ha construido bajo el criterio de crecimiento rentable y diversificación. Perseguimos mejorar nuestra cuota de mercado sectorial, incrementar la diversificación y posicionarnos en aquellas zonas donde a día de hoy tenemos una menor presencia.

**¿Cómo se está comportando el negocio de Autos en Pelayo este año?**

El negocio de Autos se está comportando en línea con nuestras previsiones, mejoramos los ratios de diversificación, continuando con la mejora notable ya experimentada el año pasado en la evolución de la siniestralidad, y todo ello con una apuesta clara y decidida por la mediación profesional, aportando un valor diferencial tanto en coberturas exclusivas, como en un servicio de alta calidad para el asegurado.



**En Pelayo perseguimos mejorar nuestra cuota de mercado sectorial, incrementar la diversificación y posicionarnos en aquellas zonas donde a día de hoy tenemos una menor presencia**

**¿Cómo se puede compatibilizar un incremento de la siniestralidad con un ratio combinado sectorial del 99% y que, según se dijo en la jornada de Perspectivas de ICEA, es difícil bajarlo de ahí?**

En el caso de Pelayo la realidad tiene un componente distinto a lo que se plantea, ya que la siniestralidad se ha comportado mejor que el año anterior y la frecuencia de daños personales está bajando. La mejora de la calidad de la cartera y la constante lucha que hacemos contra el fraude son las que impulsan esta tendencia, que también continúa este año.

**Tras un año de la entrada en vigor del Baremo de Accidentes, ¿qué valoración haría de él y de cómo está influyendo en el ramo de Autos?**

## Pelayo está convencida del valor añadido de la mediación

Últimamente se escucha que el desarrollo telemático del ramo de Autos va a hacer los seguros más a medida. Por lo tanto, dejará de ser una *commodity* y se necesitará en mayor medida el asesoramiento de un profesional para realizar una buena compra. En este sentido, Vicente Fuertes, director comercial de Pelayo, dice que “estamos convencidos del importante y necesario valor añadido que la mediación profesional aporta como elemento diferencial para el cliente”. Por eso, “estamos agradecidos a los corredores que trabajan con nosotros y valoran nuestra singularidad para con los

asegurados y la mediación. Les pedimos que lo sigan haciendo con mayor implicación, si cabe, y confianza para seguir avanzando en un modelo de negocio basado en la especialización, que permite un crecimiento rentable”.

Desde Pelayo se aporta a los corredores “calidad en nuestros productos, compromiso y cercanía hacia ellos, estando siempre receptivos a sus necesidades y propuestas, a la mejora continua en nuestros productos, herramientas y procesos que incrementen nuestra oferta de valor y consolide las bases de una relación sólida y duradera.

El hecho de ser especialistas en Autos nos permite adquirir compromisos únicos en el sector. Eso nos diferencia claramente y nos posiciona sectorialmente”, explica Fuertes.

Al cierre del ejercicio 2016, los corredores suponían el 35% en la cartera de Autos, situándose en el 42% en nueva producción. “Los porcentajes se están incrementando, algo lógico teniendo en cuenta que es un canal en desarrollo y por tanto en crecimiento, dentro de la política de la multicanalidad por la que apostamos de forma decidida”, afirma el director comercial de Pelayo.

# 08

La valoración es positiva porque, a priori, se trata de un baremo de consenso entre los distintos agentes que participan en su posterior aplicación práctica. El impacto más visible, inicialmente, ha sido el incremento en las indemnizaciones a favor de los perjudicados por fallecimiento, en torno a un 70%. En los lesionados más graves (secuelas de más de 30 puntos) el incremento también es importante y posiblemente supere el 35%, pudiendo llegar a doblar en algunos casos las indemnizaciones que pudieran haber correspondido con el baremo anterior. Por el contrario, las lesiones más leves no han sufrido incremento.

**Pelayo siempre ha destacado por incluir coberturas innovadoras y diferenciales para los clientes y una garantía de servicio de alta calidad y tiempo, que afianza nuestra relación con los mediadores**

**Una de las novedades más importantes del nuevo baremo ha sido la inclusión del sistema de cálculo del lucro cesante. ¿Cómo está influyendo en el ramo?**

Con el nuevo Baremo se indemniza el lucro cesante a quien realmente lo sufre. El sistema persigue ser más justo. La nueva regulación del lucro como daño patrimonial supone un incremento de las indemnizaciones por este concepto, si bien limita los beneficiarios al no ser un perjuicio universal por ingresos netos del trabajo sin necesidad de demostrar el perjuicio real, como antes, sino restringido a quienes realmente acrediten que han sufrido, o sufrirán, el perjuicio.



### **¿Cree que el Baremo va a contribuir a reducir el fraude por lesiones en los accidentes de tráfico?**

Mi opinión es que sí. La nueva regulación que hay de los siniestros de baja intensidad contempla la inexistencia de lesiones, cuando los daños materiales son muy leves y no hay transmisión de energía dentro del vehículo. Ello ayudará a que se reduzca el fraude en este tipo de accidentes, al limitar el acceso a las indemnizaciones si no se cumplen los criterios de causalidad legalmente establecidos. Es una satisfacción constatar que Pelayo ya se adelantó a la nueva ley, ya que tenemos más de 600 sentencias que confirman la inexistencia de lesión y, por tanto, de indemnización. También tenemos resoluciones con condena a los supuestos perjudicados por estafa, lo que genera efecto disuasorio para los potenciales defraudadores.

### **Con el Baremo ahora más que nunca es necesario que el ramo de Autos revise sus bases técnicas. ¿Cómo ha influido en el ramo y más concretamente en Pelayo?**

En Pelayo, al igual que han hecho la mayoría de las aseguradoras del sector, nos hemos preparado para la entrada en vigor del nuevo baremo con una profunda revisión de las bases técnicas de nuestras tarifas. La consecuencia en Pelayo y en el mercado se ha traducido en una subida segmentada de los precios en el ramo de Autos.

### **Parece que las aseguradoras están apostando por segmentar mucho las políticas de tarificación. ¿Qué pros y contras tiene?**

Son muchos los beneficios y prácticamente no existen contras, salvo el esfuerzo constante por innovar y desarrollar nuevas herramientas que nos permitan optimizar nuestros procesos. La segmentación es una herramienta imprescindible para gestionar el negocio, pero no debemos olvidarnos de trabajar con una visión integral del cliente.



Desde Pelayo centramos nuestros esfuerzos en una correcta segmentación, tanto desde la perspectiva del precio, como del producto, en una gestión más eficiente de nuestra cartera y con una visión alineada a nuestra segmentación de clientes que se basa en criterios de rentabilidad, permanencia y diversificación.

**En los lesionados más graves posiblemente se llegará a doblar, en algunos casos, las indemnizaciones que pudieran haber correspondido con el baremo anterior**

### **Se dice que el cliente es infiel por naturaleza. ¿Qué está haciendo Pelayo para fidelizar al cliente?**

El ser una mutua implica, necesariamente, una clara decisión en mantener unos altos índices de satisfacción de nuestros clientes y mediadores, para ello trabajamos en que la “visión cliente” esté siempre presente en todos los procesos de la compañía.

En el contexto actual de estrechamiento de márgenes, poder disponer de un valor del cliente, basado en su rentabilidad, permanencia y diversificación, y llevar a cabo acciones de fidelización en base a dicho valor es prioritario para nosotros.

Además Pelayo siempre ha destacado por incluir coberturas innovadoras y diferenciales para los clientes y una garantía de servicio de alta calidad y tiempo que afianza nuestra relación con los mediadores, como prescriptores de nuestros productos.

### **¿Cómo va a influir en el ramo los coches compartidos y la menor necesidad de tener coche en propiedad?**

**El impacto más visible del baremo, inicialmente, ha sido el incremento en las indemnizaciones a favor de los perjudicados por fallecimiento, en torno a un 70%**

Si damos un repaso a los nuevos modelos de transporte que se están desarrollando como por ejemplo los vehículos de transporte colectivo, motos y coches de alquiler eléctricos, vemos que su uso está creciendo rápidamente, principalmente en las grandes ciudades.

Su influencia en los seguros, a día de hoy es pequeña, pero sin duda alguna va a tener un impacto importante en el negocio asegurador. Va a implicar una necesidad de desarrollo de nuevos productos adaptados a esta nueva realidad de uso del automóvil.

**Se habla de que la telemática va a revolucionar los seguros. Pero ¿hasta qué punto esto va a ser verdad a medio plazo en el seguro de Autos?**

Desde Pelayo, monitorizamos cualquier desarrollo y avance relacionado con esta tecnología porque consideramos que es una realidad a la que las compañías, tarde o temprano, tendrán que hacer frente. Estar al tanto de los avances y de las apuestas firmes de desarrollo por parte de los fabricantes y empresas tecnológicas es una tarea que ya realizamos y que nos dará pistas sobre si debemos comenzar a desarrollar modelos de negocio que aporten más valor a nuestros asegurados y que complementen a esta tecnología.

**En una jornada de ICEA se dijo que el 18% de las compras de los seguros de Autos ya ocurre en el canal puramente digital y el 58% es híbrido digital (que busca en digital y contrata por otros canales). ¿Cómo se está posicionando en este aspecto Pelayo?**

Dentro de nuestro plan estratégico, en Pelayo ya estamos realizando un rediseño de nuestro canal de Venta a Distancia, de manera que se facilite la accesibilidad a la compañía por cualquier canal que el cliente elija, constituyéndose en una verdadera alternativa completa de contratación y servicio, y configurando una oferta multicanal y *cross channel* que contribuya al posicionamiento de calidad de Pelayo.

**¿En qué medida se está facilitando la contratación online a los corredores?**

Pelayo tiene un aplicativo especializado para el corredor, que le permite de forma autónoma la contratación online, proporcionando una herramienta virtual sencilla en usabilidad, ágil y muy eficaz para la gestión de las contrataciones.

Adicionalmente somos una de las aseguradoras con mayor conectividad con los diferentes sistemas y plataformas de contratación que existen en el mercado actualmente.

CARMEN PEÑA  
FOTOS: IRENE MEDINA



The DKV logo consists of the letters 'DKV' in a bold, sans-serif font. The 'D' and 'K' are dark green, while the 'V' is a lighter shade of green. The letters are slightly shadowed to give a 3D effect.

Salud y seguros médicos

## Cuando más lo necesito, donde esté el mejor tratamiento

### DKV MundiCare®

En los momentos complicados es cuando más necesitamos sentirnos acompañados. Por ello te ofrecemos un seguro para cuando tus clientes se enfrenten a enfermedades graves, con el que les garantizamos la protección financiera, el apoyo y la orientación necesaria para recibir el mejor tratamiento disponible a nivel mundial.

Atención al mediador:

976 767 341

[atencion.mediador@dkvseguros.es](mailto:atencion.mediador@dkvseguros.es)

A photograph of a hospital scene. A male doctor in a white lab coat with a stethoscope around his neck is talking to a female doctor. They are both smiling. In the background, a patient (an older man with a beard) and a woman (his wife) are looking towards the doctors. The woman has her arm around the man's shoulder. The setting is a bright, modern hospital corridor.

Cuídate mucho

Una compañía  
del Grupo Asegurador ERGO



# Rehabilitación, un seguro necesario en busca de **RECONOCIMIENTO**



La crisis económica que ha arrastrado España en los últimos años se cebó especialmente con el sector de la Construcción, que ha sobrevivido, en gran medida, a la rehabilitación de edificios. Según los últimos datos disponibles, de 2015, los visados para obras de rehabilitación son tres veces superiores que para obra nueva. A pesar de esta boyante fuente de negocios, el aseguramiento de estas obras no es tan habitual, principalmente por el desconocimiento del producto y sus beneficios. Dar a conocer este seguro es el gran reto para corredores y aseguradoras.

Lo primero que quieren aclarar los expertos reunidos en torno a la mesa redonda de Pymeseguros es que la rehabilitación se produce cuando se va a operar sobre la estructura de las edificaciones, algo que no sucede ni con las reformas ni con la reparación. Un apunte que quieren dejar claro, ya que la complejidad del proceso es mayor y, de ahí, que no haya tanta oferta aseguradora en el mercado. “La mayor parte de las pólizas suelen excluir los daños que se han causado cuando tocas estructuras, por lo que se requiere una póliza realmente adaptada a estos siniestros”, señala José Silva, director técnico de [José Silva Correduría de Seguros](#), que destaca el análisis “más específico” que requiere este tipo de obras.

Desde [AXA](#) alertan de que no se puede generalizar ni hacer productos estándares para estos proyectos. “Una reforma o una re-



José Silva.



Florencio González.



Xavier Valles.



Marta Martín.

paración es algo sencillo, que quizás no requiera un tratamiento muy especializado. En cambio, en la rehabilitación hay mayor dificultad”, apostilla Xavier Valles, responsable de Daños Materiales y ramos técnicos, brokers y grandes cuentas de la aseguradora.

Una complejidad que viene dada, en gran medida, por no saber desde un inicio sobre qué se va a trabajar. “La principal característica que tienen estos seguros es que actuamos sobre un edificio que ya está ahí frente a un edificio de nueva construcción sobre el que partimos de cero y podemos supervisar todo el proceso”, reconoce Florencio González, responsable de área de Edificación y Avería de Maquinaria de [Asefa](#).

Además de esa mayor especialización de las pólizas de rehabilitación, para Marta Martín, coordinadora del correduría de seguros [Seloaseguro](#), la contratación de un seguro de este tipo supone, además, un resguardo extra para el tomador, ya que le permite “evitar responsabilidades en la LOE [Ley de Ordenación de la Edificación] frente a las prescripciones de los agentes, que en obra nueva sí están más marcadas en la normativa, pero que en rehabilitación no están tan bien definidas”.

“Te enfrentas a tener que hacer un balance de riesgo con unos niveles de incertidumbre muy altos respecto a obras de nueva edificación, lo que requiere de personal especializado”.

Florencio González



### Un ramo muy especializado

A pesar del auge de este tipo de operaciones en los últimos años, no existen muchas compañías que comercialicen esos seguros. “Es un tema complejo y tienes que conocerlo bien y saber venderlo”, subraya José Silva.

Xavier Valles pertenece a una de esas compañías que sí han apostado por este producto: “En construcción, que ha sufrido una época de crisis profunda, igualmente hemos mantenido a los especialistas y su conocimiento del sector”.

“Requiere mucha especialización y estar dispuesto a afrontar el riesgo que implica este tipo de intervenciones”, incide Florencio González. “Te enfrentas a tener que hacer un balance de riesgo con unos niveles de incertidumbre muy altos respecto a obras de nueva edificación, lo que requiere de personal especializado”, sostiene.

No obstante, como acepta Marta Martín, “la demanda a día de hoy no es tan alta, por lo que no se requiere una oferta tan grande”.

De ahí que sea de la opinión de que con las pólizas que se comercializan en la actualidad en el mercado se cubren todas las peticiones.

Coincide en esta apreciación Silva, para quien es suficiente el número de compañías que distribuyen estos productos: “No creo que el hecho de que hubiese más, fuera a aportar un mejor servicio o competencia, porque funcionan muy bien”, concluye.

### Falta de cultura aseguradora

“El problema no está en la oferta, sino en lo que se está dispuesto a asegurar. Las comunidades de propietarios, no se lanzan tanto a contratar este tipo de pólizas, más que nada porque el precio lo ven como un añadido elevado a lo que ellos ya están pagando”, apostilla Martín.

“Yo creo que lo conocen menos. En una empresa la concepción del riesgo es distinta”, interviene el director técnico de José Silva Correduría de Seguros. “Entiendo que se debe fundamentalmente a la falta de cultura del seguro”, observa González. “Hay que perder el miedo al sobrecoste, porque muchas comunidades no contratan por el desconocimiento”.

José Silva, director técnico de José Silva Correduría de Seguros, coincide en la ausencia de una persona especializada en las comunidades de propietarios. “A pesar de que el administrador de fincas, en teoría, es un profesional externo que debería tener esa función, no lo hace”, aduce.

“Hay un desconocimiento. Los vecinos creen que con un seguro Multirriesgo de comunidad cubren muchas de las incidencias de las obras de rehabilitación. Es un problema de falta de cultura respecto a estos seguros”, incide la coordinadora de la Correduría de Seguros Seloaseguro.

### Trabajos en negro

Con todo, es una solución en claro crecimiento. “Con la crisis ha habido un traslado de la obra nueva a las obras de rehabilitación



y nosotros lo hemos visto en la cartera”, asevera Valles.

“Lo que sucede es que una gran parte de las reformas en España se hacen en negro”, incide José Silva. “Si tú de entrada estás pensando en trabajar en negro para ahorrarte el IVA, el seguro no forma parte de esa idea”, sostiene.

Desde el punto de vista de las aseguradoras, sin embargo, no ven excesivos problemas con la economía sumergida, ya que “en las grandes obras de rehabilitación, por su complejidad, hay memorias y todo tiene que estar perfectamente documentado”, argumenta el representante de AXA.

El responsable del área de Edificación y Avería de Maquinaria de Asefa comenta que en la compañía no tienen constancia de reformas realizadas en negro. Pero, según su experiencia, las obras que llegan de comunidades de propietarios tras haber pasado la Inspección Técnica de Edificios (ITE) suelen cumplir con todos los requisitos legales.

“El problema surge cuando la ITE ha detectado unos problemas y a continuación se hacen unas obras complementarias que no forman parte del proyecto y se están haciendo a la vez”, interviene Silva.

### Mediación, el canal principal

Todo este desconocimiento por parte de los propietarios dificulta sobremanera la comercialización de pólizas. De ahí el papel fundamental de la mediación para dar a conocer y vender el producto. “Nuestro principal canal es el mediador. Cuando más especializado esté, más facilita nuestra labor, más valor añadido va a tener la operación de cara al cliente”, reconoce Florencio González, responsable del área de Edificación y Avería de Maquinaria de Asefa.

También Xavier Valles, representante de AXA, sostiene que depende de ellos dar esa formación a los mediadores que no están especializados, aunque admite que les llegan más contrataciones de seguros “por parte del corredor que se sabe mover en este campo”.



“Hoy en día apenas se conoce este tipo de seguros, sobre todo por las comunidades de vecinos”.

Marta Martín

Y, en menor medida, tienen las pólizas que les envían las entidades de crédito: “Cuando la gente va a pedir el crédito para hacer la obra, el banco le ofrece el seguro”, destaca.

En estos últimos casos son los propios clientes los que acuden al distribuidor del seguro. Más difícil lo tienen los mediadores. “Hay que tratar con el administrador de fincas para saber si se van a hacer obras en las comunidades”, asegura Marta Martín, coordinadora de Seloaseguro, quien, no obstante, reconoce que es complicado que te acepten de nuevas, porque ya suelen tener mediadores de confianza.

Sin embargo, para el director técnico de José Silva Correduría de Seguros eso supone un riesgo para la propia comunidad: “Si acude a su mediador no especializado en Construcción corre el riesgo de que no sepa lo que le va a ofrecer y que le dé un simple RC o todo riesgo de construcción estándar, que tiene excepciones que no cubre”, argumenta. Pone el ejemplo de que en Madrid se están pro-



“Hay que hacer que estas pólizas no representen para el mediador una zona oscura, problemática. Tenemos que ayudarles, porque hay negocio”.  
Xavier Valles



duciendo en los últimos años muchos procesos de colocación de ascensores que están promoviendo las propias compañías de mantenimiento y tienen unos seguros estándares. “Afortunadamente no hay una gran siniestralidad”, afirma.

### Las franquicias reducen el impacto de la siniestralidad

En este sentido, aduce, la utilidad de las franquicias, a los que van asociados estos seguros, y que se encargan de cubrir gran parte de los siniestros acaecidos durante las obras de rehabilitación.

Precisamente Florencio González asegura que las franquicias están para cubrir el principal inconveniente de la rehabilitación, que es, a su parecer, que al no saber exactamente las circunstancias que rodean a un edificio ya construido y en servicio durante años hay una mayor exposición a daños no previsibles por vicios ocultos. “Son proyectos más complejos, lo que habitualmente lleva parejo

un incremento de la siniestralidad, precisamente por manejar una mayor incertidumbre”, atestigua.

“La franquicia sirve para no tener frecuencia de siniestralidad, por lo que si hay un siniestro se puede afrontar sin problemas”, avala Xavier Valles, quien, además, reconoce que cuando la obra es de envergadura y se trata de capitales importantes, se suele reasegurar.

### El negocio, por lo residencial

Con todo, son las pequeñas obras las más habituales. Tanto mediadores como aseguradoras reconocen que es el sector residencial, por ser mayoritario, el que más pólizas mueve.

“Algunas constructoras, que son el tomador, con el tema de la crisis se han especializado más en rehabilitaciones, con lo cual si ya era cliente, te da trabajo. También viene como promotor directamente una empresa, una industria o un inversor que quiere rehabilitar un edificio para darle otro uso, pero, por cantidad, tenemos más negocio residencial”, reconoce Valles.

Aunque en Asefa también piensan que el residencial tiene un volumen de negocio importante, González asegura que “lo más interesante del producto es que cada proyecto es singular en si mismo y presenta un nuevo reto”. Pone como ejemplo, junto con las más habituales reconversiones, las intervenciones en edificios de uso terciario, hoteles, hospitales, naves industriales e incluso edificios monumentales y de culto.

Tirando de este hilo, José Silva, director técnico de José Silva Correduría de Seguros, asegura que el sector de la rehabilitación no solo tiene que impulsarse por el tema económico, sino también “por mantener la historia de este país. Hay edificios fantásticos que ha habido la tentación de derribarlos y hacer residencias porque quedaba mejor, y nos damos cuenta de que en las ciudades están más bonitas cuando hay un edificio rehabilitado, que no cuando está uno nuevo moderno”.



## Ampliar la garantía

De cara al futuro, Marta Martín vuelve a aducir cuál es el principal reto del sector: “El conocimiento es lo más importante de este tipo de seguros. Hoy en día apenas se conoce, sobre todo por las comunidades de vecinos”. Además, pone sobre la mesa la necesidad de que los productos cubran más años, ya que cuando les ofrecen seguros trienales, les suelen parecer poca garantía a sus clientes.

José Silva corrobora esa visión: “El reto para nosotros, como corredores, es conseguir que las aseguradoras den una cobertura decenal”. Y todo ello porque, en su opinión, uno de los escollos que existen en las obras de rehabilitación es que la mayor parte de ellas las ejecutan empresas pequeñas y con poca solvencia, por lo que “la garantía de esos trabajos no hay forma de tenerla sin un seguro detrás”. “Si hay algo que pediríamos a las compañías es una garantía postrabajos más amplia”, concluye.

“Si se mete una garantía de tres años es por algo, porque parece inverosímil garantizar a diez años unidades de obra y acabados cuando la LOE articula un periodo de garantía de uno o tres años, y cuando ni siquiera el fabricante lo concede al producto manufacturado”, replica desde el punto de vista de las aseguradoras el responsable del área de Edificación y Avería de Maquinaria de Asefa.

## El reto de darse a conocer

Como Martín, en opinión de González, el futuro del sector pasa por mejorar “el conocimiento de este seguro”. Porque el ramo, como pone en evidencia, tiene una tendencia creciente desde el inicio de la crisis. Según sus últimos datos, de 2015, los visados para obras de rehabilitación son tres veces superiores que para obra nueva. “Parte del futuro en el sector de la construcción está en la rehabilitación. Nuestro reto está en adaptar la oferta a esa futura demanda, ya presente”, concluye.

Unas perspectivas optimistas a las que también se une Valles.



“Si hay algo que pediríamos a las compañías es una garantía postrabajos más amplia”.

José Silva

Coincide en la necesidad de dar a conocer mejor los productos, haciendo más promoción e, incluso, llevando a la gente de la mano “si hace falta”. “Que estas pólizas no representen para el mediador una zona oscura, problemática, que le lleve a dedicarse a otros ramos. Tenemos que ayudarles, porque hay negocio”, reitera.

“Hace falta mayor labor divulgativa”, concuerda Florencio González, representante de Asefa, para quien el circuito de la rehabilitación, que incluye entre otros el proyecto y los materiales de construcción, se debería cerrar con la consecución de una póliza de seguros, pues “es necesario que todos esos trabajos estén asegurados”.

AITANA PRIETO / CARMEN PEÑA

FOTOS: IRENE MEDINA

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







Más a fondo



Estudio "Oferta de seguros personales para el colectivo de autónomos"

**Casi el 90% de las aseguradoras disponen de seguros específicos para AUTÓNOMOS**

En España hay 3.223.286 trabajadores autónomos. Un colectivo muy amplio que dispone de escasa cobertura en prestaciones de la Seguridad Social. Contar con un seguro que garantice su bienestar presente y futuro se erige como una opción más que interesante. De ahí, que las compañías se vuelquen en ellos y hasta un 87,5% ofrezca productos específicos para sus actividades, tal y como recoge el estudio "Oferta de seguros personales para el colectivo de autónomos", elaborado por ICEA y RGA Re International Iberia.

"Los autónomos cada vez tienen más fuerza en la economía, pero aún están muy desprotegidos, por lo que resultan un nicho de mercado importante para el sector asegurador", apreció María José Salcedo, directora del área de Investigación de ICEA durante la presentación del informe.

Una importancia a nivel socio-laboral que corroboró Enrique Ruiz, director general de RGA Re, al constatar que representan el 18,2% del total de ocupados en España. Además, los trabajadores por cuenta propia son sus propios valedores y no cuentan con el respaldo de una empresa que complemente o amplíe contingencias para garantizar unas mejoras en sus prestaciones públicas, como sí ocurre con muchas compañías gracias a los acuerdos establecidos en los convenios colectivos. Además, disponen de libertad de elección de su base de cotización y mayoritariamente (86,0%) lo hace

por la base mínima, lo que reduce considerablemente sus ayudas en caso de accidente, baja o jubilación (635,2 euros de media, un 37,1% menos que los asalariados). Ante este panorama, es normal que muchos acudan a los seguros para complementar estas rentas y garantizarse unos ingresos adecuados, “lo que abre muchas oportunidades al sector seguros”, apuntó Ruiz.

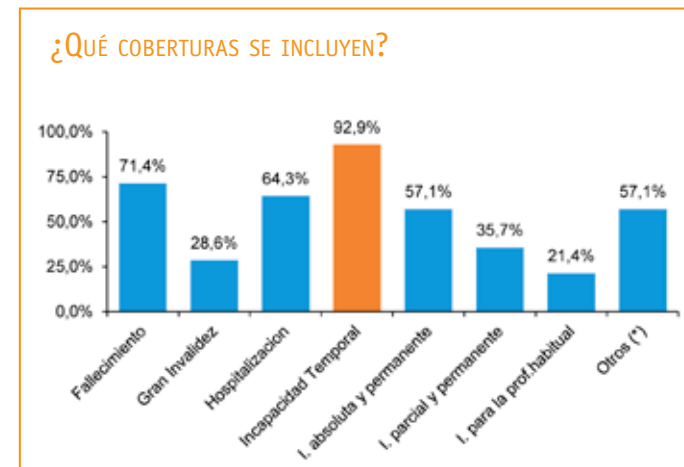
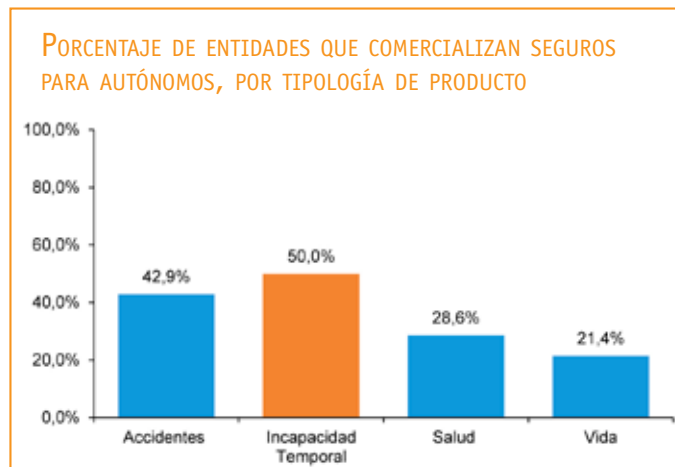
Una perspectiva optimista que corroboró en su intervención Eduardo Abad, secretario general de la asociación de autónomos UPTA: “Somos el colectivo con menos bajas laborales y siniestralidad, y de los más rentables para las aseguradoras”.

### Volcados con los autónomos

Tal y como evidencia el estudio, que recoge las opiniones de 18 compañías del país, las aseguradoras no quieren dejar escapar estas circunstancias, y casi nueve de cada diez ofertan soluciones específicas para este colectivo y un 80% se decanta por desarrollar acciones comerciales exclusivas para ellos.

Los productos por los que principalmente se decantan son los de Incapacidad temporal, que comercializan la mitad de las compañías, y Accidentes (42,9%). A mayor distancia, se sitúan los seguros de Salud (28,6%) y Vida (21,4%). Y las coberturas que incluyen principalmente son incapacidad temporal (92,9%), fallecimiento (71,4%) y hospitalización (64,3%). “Una de las mayores preocupaciones de los autónomos es la de caer enfermo y, por tanto, no poder trabajar, por lo que hay muchos productos dirigidos a este tema”, incidió el director general de RGA Re.

Las entidades consideran que esta oferta de soluciones cubre de forma “notable” las necesidades aseguradoras de los trabajadores



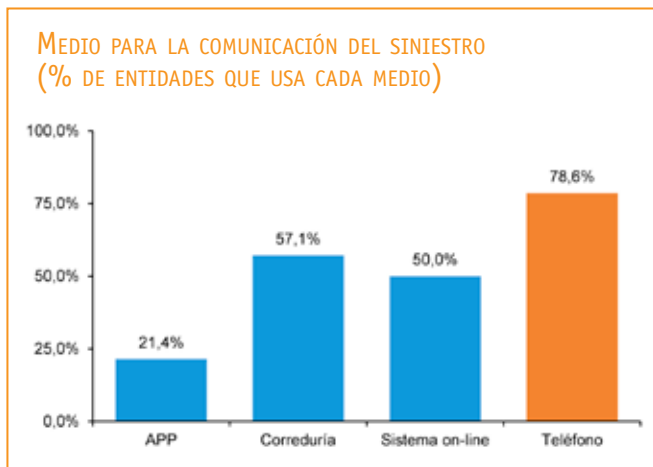
Los seguros personales dirigidos a autónomos aumentaron en 2015 un 7,6% en primas, muy por encima del crecimiento total del sector (2,2%)

por cuenta propia. Por eso, en su opinión, el insuficiente aseguramiento entre el colectivo es debido a su desconocimiento de los productos que se les ofrece.

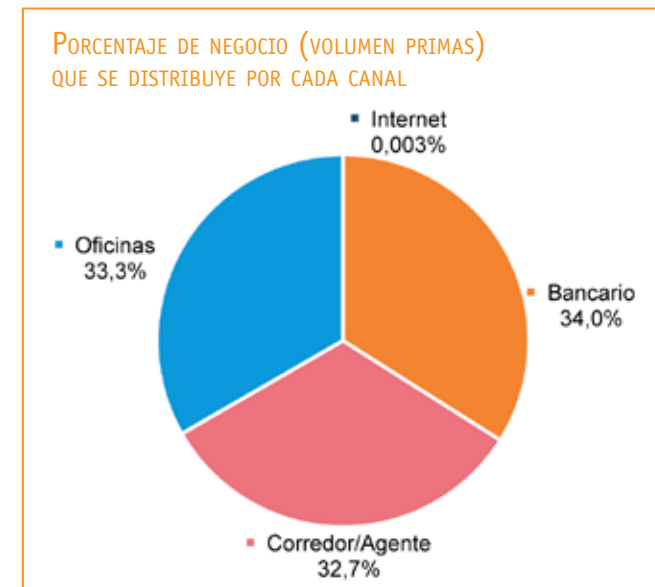
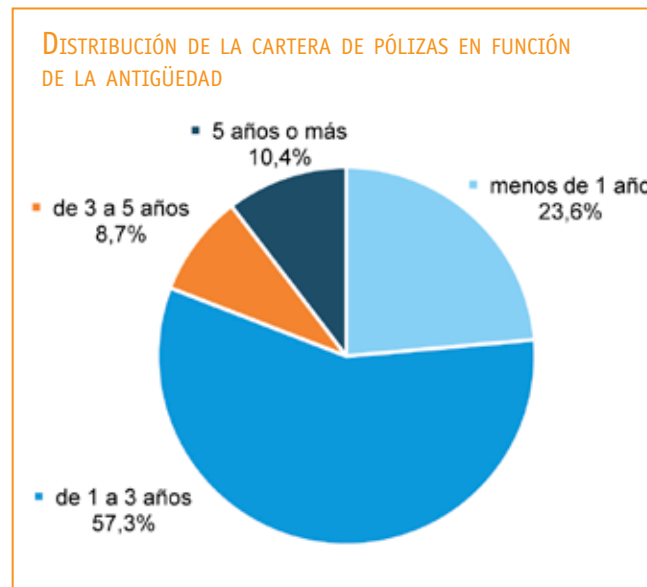
### Perspectivas optimistas

Aun así, los seguros personales dirigidos a autónomos aumentaron en 2015 un 7,6% en primas, un desarrollo notablemente superior al del total del sector (2,2%). Además, las compañías consideran que esta dinámica se mantendrá en los próximos años y valoran que este tipo de productos tiene un “alto potencial de crecimiento”, favorecidos por la recuperación económica.

De cara al futuro, las aseguradoras opinan que los cambios que se van a producir en estas soluciones van a ir encaminados a incluir elementos diferenciadores en las coberturas (como agilización en la gestión del siniestro o inclusión de servicios que aporten valor añ-



Un 57,1% de compañías cuenta con los corredores para gestionar los siniestros por incapacidad temporal



dido), a redefinir los productos existentes y a definir seguros nuevos.

En cuanto a las mejoras para su comercialización, las entidades abogan principalmente por adaptar la segmentación de precios y lograr una mayor simplicidad en el diseño de las coberturas para que resulten más comprensibles para el cliente.

Desde el punto de vista de los profesionales, el secretario general de UPTA resaltó otra línea de futuro para las aseguradoras: “La gran preocupación de los autónomos son las pensiones que les quedará cuando se jubilen”. En este sentido, expuso que la media de ingresos de estos trabajadores cuando cesan su actividad apenas ronda los 700 euros, lo que les lleva a prolongar su vida laboral. De hecho, según estimaciones de su organización, en los próximos diez años está previsto que se jubilen unos 600.000 autónomos, pero en torno a 240.000 tendrán que seguir trabajando para poder tener unas ganancias adecuadas, “lo que favorece a las aseguradoras”, ya que sus productos son una oportunidad para que los trabajadores complemen-

ten su pensión. “Los autónomos con las carreras de cotizaciones que tienen en el futuro necesitarán un seguro adicional”, añadió.

También hizo apelación al seguro de RC, “uno de los más desconocidos y más útil” para el colectivo, toda vez que, como puso en evidencia, el autónomo tiene que responder con sus bienes presentes y futuros cuando en el desarrollo de su actividad hay un accidente y terceros sufren daños. Sin embargo, “solo el 20% tiene uno”, se lamentó e hizo una apreciación final: “Las compañías deben darnos las herramientas para que podamos trabajar seguros”.

### Incapacidad temporal al detalle

Con todo, a día de hoy, tal y como evidencia el informe, la incapacidad temporal es la cobertura más comercializada: el 77,8% de las compañías la distribuyen, ofertándola, principalmente, como cobertura complementaria y, generalmente, junto a la de fallecimiento e incapacidad permanente.





Contamos con más  
**de 60 años**  
de experiencia



## Tenemos la respuesta

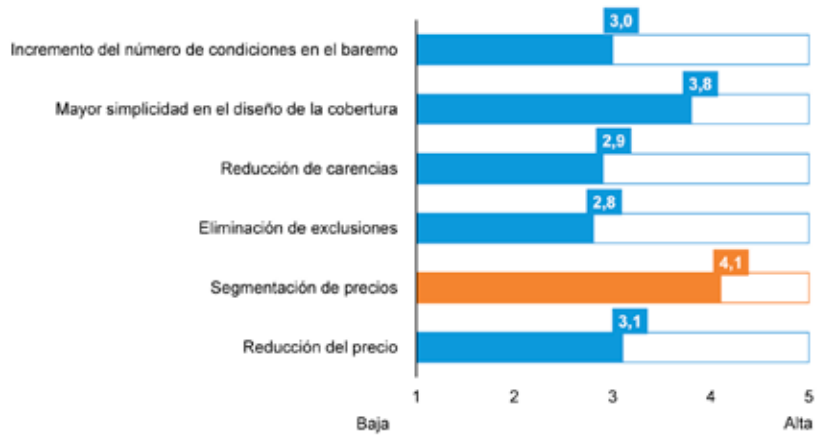
Expertos en Seguros de Salud, tenemos la solución para ti y tus clientes

- ✓ 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](mailto:pablo.latorre@unionmadrilena.es) / [felix.castilla@unionmadrilena.es](mailto:felix.castilla@unionmadrilena.es)/ Teléfono: 91 445 07 12

### PRIORIDADES PARA LA MEJORA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ESTE TIPO DE SEGUROS



Para su venta, las aseguradoras, en su gran mayoría, aplican una tarifa segmentada, principalmente por edades y profesiones. Además, el 78,6% realiza una suscripción simplificada, solicitando exclusivamente rellenar un cuestionario médico.

mientras que un 28,6% tienen externalizado el proceso. Eso sí, los mecanismos de comunicación del siniestro que ponen a disposición del asegurado son variados, destacando la vía telefónica (78,6%), mientras que el 50% tiene un sistema online y el 21,4% facilita una app. Y destaca un 57,1% que cuenta con corredurías para realizar este trámite.

Cuando toca señalar las dificultades en la gestión de las pólizas no baremadas tres de cada cuatro aseguradoras apuntan a tramitar el parte de baja. También encuentran muchos problemas en reclamar cuando se está mucho tiempo de baja, la confusión entre el periodo de baja acordado por el perito-médico de la compañía y el otorgado por la Seguridad Social y el intento de fraude por falsedad en las declaraciones o dolencias anteriores a la contratación de la póliza.

En cuanto al canal de distribución, oficinas, bancario y mediador se reparten prácticamente un tercio del negocio cada uno, siendo la venta online prácticamente residual (0,003%).

El informe también proporciona un perfil de la póliza, que suele ser adquirida por hombres (64,4%), con una edad comprendida entre los 40 y los 54 años (52,6%), tienen una antigüedad de entre uno y tres años (57,3%) y no son baremadas (64,1%).

### Detección de fraude

Otro aspecto en el que se ha querido incidir en el análisis es el relativo a la siniestralidad y la detección del fraude. Según los datos facilitados por las compañías, la ratio de prestaciones pagadas sobre primas ascendió al 60% en 2014 y al 49,9% en 2015, situándose la tasa de aceptación de siniestros en el 89,8% y el 87,4%, respectivamente. El subsidio medio diario llegó a los 40,8 euros en 2014 y los 40 en 2015.

Un 71,4% afirma gestionar desde la propia entidad el siniestro,

### Apuesta de futuro

El informe hace una valoración final sobre las perspectivas de futuro de la cobertura de incapacidad temporal dirigida al segmento de autónomos, que registró un crecimiento en primas del 24,1% en 2015. Además, se espera que este tipo de productos mantengan una buena evolución en el corto plazo, dado que las buenas perspectivas sobre el mercado laboral nacional deberían contribuir a que se incremente el número de trabajadores por cuenta propia.

Respecto a los cambios futuros, las compañías declaran que irán dirigidos, mayoritariamente, a la redefinición de los productos existentes en el mercado (57,1%) y a la inclusión de elementos diferenciadores en las coberturas, para dar un mayor valor añadido al asegurado (57,1%).

Para mejorar la comercialización del seguro, las entidades consideran que una mejor segmentación de precios y dotar de mayor simplicidad las coberturas, son los aspectos primordiales.

AITANA PRIETO



REALE AUTO

# LOS SABIOS DE LO COTIDIANO SON CAPACES DE VER 7 PLAZAS CUANDO OTROS VEÍAN SÓLO DOS.

**SABIOS QUE VAN A ESTAR CONTIGO A LO LARGO DE TODA TU VIDA.**

Como Reale Seguros. Porque este es nuestro compromiso.  
Estar a tu lado para ayudarte a tomar las mejores decisiones  
en cuestión de seguros en los momentos que más nos necesites.  
Como, por ejemplo, en el momento de elegir el mejor seguro  
de coche y así asegurarnos de que vives tranquilo y protegido.



Más información sobre tu SEGURO DE COCHE en [reale.es](http://reale.es) / 902 400 900

REALE GROUP

 **REALE  
SEGUROS**

TOGETHER MORE





Óscar de la Mata.

# Saber **ESCUCHAR**, clave en la venta

24

La idea principal de toda la exposición de Óscar de la Mata en el último webinar de [Cecas](#) fue la importancia de saber preguntar, escuchar de forma activa y ponerse en el lugar del cliente. Por eso, plantea desarrollar la estrategia del peón, que se basa en escuchar más, preguntar más, observar más y no dar por supuesto nada. Claves para poder completar una venta.

Dentro del curso de Experto en Asesor Financiero que imparte Cecas, a mediados de abril se impartió un webinar sobre “Relación, Comunicación, Psicología: Generar Confianza”. Una conferencia impartida por Oscar de la Mata, consultor y formador independiente, desde hace 12 años profesor del Instituto de Estudios Financieros (IEF) y desde hace 3 años colaborador de Cecas.

Comenzó su exposición dejando patente que la mayoría de nosotros en alguna ocasión hemos comprado algo que no necesitábamos. “Cuántas veces vamos con una lista de la compra al supermercado y salimos con algún producto más porque por alguna razón te ha llamado la atención y has decidido comprarlo”. En la sabiduría popular se traduce esto como hacer las cosas con la cabeza (racionales) o con el corazón (más impulsivas, irracionales).

De hecho, de la Mata asegura que “a lo largo del día se toman muchas decisiones con el corazón, por impulso, de forma irracional. Es bueno ser conscientes de que la razón informa y la emoción decide (ya sea por presencia o por ausencia). La emoción es la que nos lleva a la acción y, a veces, no tomamos una decisión porque no tenemos esa emoción que nos lleva a dar ese paso. Un buen ejemplo de ello es el ahorro. Muchas personas no se ponen a ahorrar porque no tienen una motivación suficiente, no le ven una utilidad. Por lo tanto, no ven claro la necesidad de hacer un sacrificio hoy, para encontrar el beneficio mañana”.



## Relación de confianza

Óscar de la Mata hizo hincapié en que no es suficiente saber vender bien. “Es necesario desarrollar buenas relaciones con nuestros clientes. No podemos dedicarnos solo a vender un producto, a tramitar un siniestro, a gestionar una reclamación, a emitir un suplemento, a realizar una movilización...”.

Es imprescindible desarrollar una relación con los cliente antes de ofrecerles un productos de Vida y pensiones porque no son productos de demanda, sino de oferta. Con carácter general, los clientes no vienen a comprarnos los productos de ahorro. Por eso, De la Mata propone “hacer la función de un guía que acompaña en un viaje. Para eso hay que ser capaz primero de preguntar a dónde quiere ir, identificar posibles rutas para llegar a ese sitio e ir actualizando la información del cliente si cambian sus circunstancias o las circunstancias del mercado o regulatorias. Una buena relación con el cliente hará que poco a poco perciba en nosotros que somos alguien merecedor de otorgarle su confianza”.

## Más importante que el qué, es el para qué

Es usual ver a los corredores acercarse al cliente hablando del producto adecuado para cubrir una necesidad que intuyen que necesita el cliente. A veces, incluso saben las respuestas antes de plantear las preguntas. Es decir, presentan las soluciones antes de que las personas sean conscientes de los problemas que quieren cubrir.

El profesor del IEF plantea que la primera pregunta que un asesor financiero y asegurador tiene que trasladar al cliente es ¿para qué? o ¿por qué? ¿Por qué merece la pena que haga un esfuerzo económico hoy? “Tenemos que ser capaces de que el cliente identifique una razón o un por qué debía ahorrar o hacer un seguro de Vida ahorro. Eso facilitará todo lo demás porque si se tiene claro por qué, se encontrará la manera de cómo hacerlo y de soportar los vaivenes del mercado”.



## No es conveniente presentar las soluciones antes de que las personas sean conscientes de los problemas que quieren cubrir

La siguiente pregunta es ¿cuándo se beneficiará de ese esfuerzo económico que hoy hace? Para algunos clientes pensar en la jubilación es un plazo demasiado largo y para ellos quizás sea bueno centrar objetivos con un horizonte temporal más corto y vincular objetivos de ahorro por ejemplo al estudio de los hijos... Se trata de identificar un espacio temporal aunque luego, cuando llegue ese momento, no se dedique ese dinero a lo que inicialmente se pensó y se desvíe hacia la jubilación.

El paso siguiente es la cuantificación de ese dinero. Establecer cuánto se necesita para conseguir ese objetivo. Si hablamos del ahorro para la jubilación Óscar de la Mata dice que “hay que poner en la cabeza del cliente cuál es el importe que de verdad me daría la tranquilidad de mantener mi nivel de vida actual. En el caso del seguro de Vida riesgo, cuál es la cantidad que me permitiría estar tranquilo, si algún día me pasa algo, porque las personas que de mi dependen pueden mantener su nivel de vida”.

Posteriormente, hay que identificar ¿cómo puedo llegar a conseguir mi objetivo? Para ello, es necesario hablar con el cliente

## Hay que contestar todas las objeciones de los clientes teniendo en cuenta que quiero generar emociones positivas y eludir las negativas

sobre sus preferencia por el riesgo y por la liquidez, sus expectativas de rentabilidad, cuánto riesgo es capaz de asumir, qué beneficios fiscales les resultan más interesantes (los que se obtienen a la hora de contratar el producto o los que se dan al recuperar el capital).

Una vez hecho eso, llegaremos al qué. Solo entonces, después de haber contestado a todas las demás preguntas, se explicará el producto más interesante para ese cliente en concreto (PPA, PIAS -de renta variable o de renta fija-, un plan de pensiones que invierta en renta fija mixta, un seguro de Vida ahorro con garantías solo para fallecimiento, con garantías de invalidez también...).

“Todo esto es difícil poder gestionarlo si no tenemos una relación con el cliente, si no le conocemos, si no se abre y nos traslada sus circunstancias actuales”, explica el profesor del IEF.

Esa relación de confianza permitirá fidelizar al cliente y poder facilitar una venta cruzada. En opinión de De la Mata, “el corredor tiene que vender relación con el cliente, confianza con el cliente, asesoramiento, entendimiento, capacidad de escucha... Todo esto acaba desembocando en un producto”.

### En busca de la asertividad

Existen tres estilos comunicativos a la hora de enfrentarte a una venta: la pasividad, la asertividad y la agresividad. Los extremos de este trío son la pasividad (que intenta pasar desapercibido, sin provocar ningún sentimiento) y la agresividad (se es dominante y taxativo). En el medio de las dos se encuentra la asertividad, que es suave con las personas, pero firme con los hechos. De tal forma que las personas no se sienten incomodadas con lo que se dice. Es muy importante cuando se está vendiendo productos de Vida riesgo, en donde hay que hablar de muerte o de invalidez, porque “si somos

demasiado pasivos podemos no generar ninguna emoción y si somos demasiado agresivos, podemos generar rechazo o bloqueo”, aclara Óscar de la Mata.

Además de la comunicación verbal hay que ser conscientes de que los gráficos tienen mucha fuerza. Por lo tanto, es conveniente prepararse unos buenos gráficos que ilustren claramente lo que se está diciendo.



### Tres zonas distintas del cerebro

Los expertos hablan de que existen 3 cerebros distintos o tres zonas distintas del cerebro: el reptiliano (que se encarga de los instintos. No piensa, solo actúa. No analiza la situación. Está programado para mantenernos con vida); el límbico (que regula las emociones, no piensa, siente); y el neocórtex (que es la parte encargada del razonamiento y del lenguaje. Es capaz de visualizar el futuro).

Es importante conocer cómo actúa cada una porque cuando estamos sintiendo emociones, se está bombeando más sangre al sistema límbico del cerebro y, por lo tanto, no se puede hacer un buen razonamiento ya que no llega tanta sangre al neocórtex. La sangre es necesaria para que llegue el oxígeno y éste es imprescindible para que se realice la actividad eléctrica y química del cerebro.



# TU MEJOR EXPERIENCIA AL MEJOR PRECIO



## SEGUROS DE AUTOS

Con el Seguro de Autos MAPFRE la experiencia es otra. Ágil y de calidad. De principio a fin. Llama ya al **902 110 111** o ven a nuestras **oficinas**.

  
800 AÑOS  
UNIVERSIDAD  
DE SALAMANCA  
1218 - 2018

[mapfre.es](http://mapfre.es)

 **MAPFRE**

Tu aseguradora de confianza

## La comunicación asertiva es suave con las personas, pero firme con los hechos

De la Mata afirma que “cuando estamos con nuestroa clientea tenemos que estar en su misma situación. Si están en la emoción del miedo porque les asusta la situación de la Seguridad Social, primero tendremos que hablar con ellos desde ese mismo sentimiento para poder conectar con ellos y después comunicarles que aunque la situación es grave, hay soluciones. Hay que llevarles a que la emoción se transforme en racionalización para que valore las opciones posibles. Del mismo modo, si el cliente no experimenta ninguna emoción que le haga pensar en esa solución aseguradora, nosotros debemos provocársela preguntándole si ha pensado en qué situación quedará su familia si él o ella falta”.

Asimismo, continúa el profesor de IEF, “cuando un cliente nos plantea objeciones, tenemos que tener la capacidad de responderlas en el mismo nivel en el que esté. Si está a un nivel emocional, hacerlo desde ahí. Si un cliente nos dice que nuestro producto es caro, la respuesta habitual es decirle que realmente no es caro, sino que da más garantía que el resto de productos del mercado. Pero con este tipo de respuesta le estamos llevando la contraria y eso puede generar una emoción negativa de bloqueo porque a nadie le gusta que nos lleve la contraria. Sin embargo, si le decimos que podemos entender que le parezca caro, porque no es el primero que nos lo dice... nos estamos poniendo en su lugar, con empatía, y es más fácil que esa persona no se bloquee para poder seguir hablando con ella. Hay que contestar todas las objeciones de los clientes teniendo en cuenta que quiero generar emociones positivas y eludir las negativas”.

### La estrategia del peón

Óscar de la Mata plantea llevar con el cliente la estrategia del peón en la que la



**P**reguntar  
**E**scuchar  
**O**bservar  
**N**o suponer

base está en escuchar más, preguntar más, observar más y no dar por supuesto nada. Habitualmente, los comerciales hablan más que los clientes. Pero es un error porque no es la mejor manera de conocerle, de crear un clima de confianza. Tenemos que ser capaces de escucharle más y lanzarle preguntas abiertas que faciliten que nos dé información. Le tenemos que ayudar a definir objetivos y estrategias para que ellos mismos puedan identificar el para qué. Por eso, es imprescindible tener una escucha activa, poner todos los sentidos en el qué nos dice y cómo nos lo dice (con su lenguaje no verbal). Tenemos que tener un radar para captar oportunidades en todo lo que nos dice, ver qué importancia da a las cosas, cómo valora su situación, qué opina de los productos, a qué no da importancia...

No hay que presuponer por qué nos dice las cosas. Porque si lo hacemos, aunque a veces acertemos, podemos estar perdiendo oportunidades.

Tras haberle escuchado y analizar sus necesidades, es la hora de exponer las características de los productos. En ese momento, hay que ser conscientes de que los puntos positivos si se dicen al principio de nuestro mensaje, tienen más relevancia que si los expones al final. Por eso, es importante escribir nuestros argumentos para comprobar que están en el orden adecuado, porque no percibimos lo mismo que nos digan que hay un 90% de probabilidades de que una operación vaya bien a que nos digan que existe un 10% de posibilidades de que la operación vaya mal. No es baladí cómo utilizamos las cifras y en qué momento.

Por último, De la Mata recordó el hecho de que las personas tenemos dificultad para elegir. Por eso, hay que dar opciones, pero no demasiadas como para que dificulte la toma de decisión. “Si somos capaces de presentar 3 opciones y nos pronunciamos por una desde la honestidad profesional, se le facilita la toma de decisión”.

Si quiere acceder a webinar completo, [clicke aquí](#).

# 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.



**TU CORREDURÍA** → **GANAR CLIENTES CON EL MARKETING EMAIL** → **TU NEWSLETTER**

### 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 Fundteec, 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](mailto:carmen@pymeseguros.com)



## Nueva línea de seguros para empleados y directivos



XL Catlin en Iberia ha presentado su línea de productos de Accidentes, Salud y Asistencia en Viaje y, en particular, de los primeros seguros de esta modalidad, los de Accidentes y Asistencia en Viaje para empleados y directivos.

Esta solución ofrece una respuesta orientada a:

- Reducir y prevenir los riesgos antes de que los empleados viajen. Incluye de forma opcional una evaluación médica previa para los empleados que vayan a permanecer en el extranjero durante largos periodos de tiempo, asesoramiento especializado sobre aspectos médicos y de seguridad antes del viaje, e informes de preparación para las áreas de “alto riesgo” o sobre los peligros a los que se puedan enfrentar durante su estancia.
- Tiene un sistema especializado de respuesta y evacuación en situaciones de emergencia médica y de seguridad, acceso a una línea de asistencia jurídica, anticipo de dinero en efectivo en situaciones de emergencia, localización de equipajes perdidos y acceso a asesores cualificados en cualquier momento.
- La póliza de accidentes ofrece cobertura por fallecimiento e invalidez permanente o temporal y gastos médicos.

Una de las principales características del producto es que los clientes pueden crear su propia solución eligiendo los servicios y las coberturas que deseen de la gama que XL Catlin pone a su disposición.



## Protección en los viajes de crucero y de aventuras

Europ Assistance ha actualizado los productos de Asistencia de Viaje incorporando protección para el equipaje y los viajes en crucero y de aventuras.

La compañía ha rediseñado y completado su gama de seguros de Viaje, incorporando tres nuevos productos:

- Cruceros: seguro de asistencia en viaje para cruceros, que cubre cualquier incidencia en el mar.
- Multiaventura: seguro de asistencia en viajes multiaventura, que cubre cualquier imprevisto que pueda surgir durante un viaje de aventura que incluya senderismo, bicicleta de montaña, trekking, piragüismo, rafting...
- Equipaje: cubre pérdida, daños y robo de equipaje facturado, incluido el material deportivo, ofreciendo la posibilidad de ampliar límites de cobertura.

## Nuevas coberturas en Autos **testadas con clientes**

Seguros Lagun Aro ha renovado su seguro de Autos con nuevas coberturas y ampliando o mejorando otras. Para ello, durante 2015 y 2016 ha seleccionado algunas ideas de nuevas garantías que después se han testado con clientes, gestores especialistas y mediadores, y que ahora incorpora a su solución de Autos.

Las principales novedades que presenta son:

- Cobertura de neumáticos para pinchazo o reventón.
- Posibilidad de contratar vehículo de sustitución en caso de avería. Hasta ahora, se garantizaba en el caso de que el vehículo sufriera un siniestro que necesitara de una reparación superior a las 5 horas.
- Franquicia bonificada. Las nuevas contrataciones de Todo Riesgo podrán disfrutar de una franquicia menor año a año, si no se declaran siniestros.

Como mejoras, se destaca:

- Inclusión de la cobertura de daños atmosféricos y colisión con animales en Todo Riesgo para que no se aplique franquicia.
- Se indemniza a valor de nuevo del vehículo durante los 3 primeros años desde la matriculación.
- Incorporación opcionalmente de la asistencia para la vida diaria en todas las pólizas que tienen la cobertura de Asistencia en Viaje. Se puede hacer uso de ella cuando el asegurado o algún familiar se encuentre inmovilizado u hospitalizado a consecuencia de un accidente de tráfico sufrido con el vehículo asegurado. Incluye desde ayuda en las tareas domésticas al cuidado de niños o apoyo en sus estudios.



## Cobertura **estacional para los campamentos**



Berkley España ha lanzado una póliza de ‘Campamentos’, que responde a la necesidad estacional de las empresas organizadoras. El producto está especialmente diseñado para cubrir la responsabilidad civil de las entidades organizadoras y los accidentes personales de participantes y técnicos.

Se ha revisado la póliza para ajustarla en capitales, prestaciones y primas a los riesgos de este tipo de actividades. Además de sus prestaciones técnicas y de la emisión de una única póliza para cubrir ambas garantías, ‘Berkley Campamentos’ presenta la ventaja de ser gestionable a través del portal BE-Net, lo cual incrementa la autonomía de los corredores profesionales.



## Cobertura cibernética para pymes

Caser ha lanzado su nuevo producto 'Cyber Protección', dirigido al entorno empresarial y, en especial, a autónomos y pymes, para protegerles de ataques cibernéticos y reparar los daños sufridos o causados a terceros.

Ante un ciberataque, el servicio se asegura de la limpieza y eliminación del virus, la recuperación de los datos borrados o dañados y el desbloqueo de secuestros informáticos. Además, garantiza la responsabilidad civil por posibles daños a terceros a consecuencia de transmisión de virus informáticos o por publicación de contenidos en medios corpo-

rativos, gastos de defensa y fianzas civiles.

'Cyber Protección' no tiene franquicia y dispone de un servicio de prevención de seguridad de la información que permite disfrutar de las garantías de la póliza antes de que se produzca un siniestro. En cuanto a la prevención, se instala una aplicación anti-secuestro de la información y de vigilancia y detección del uso ilegal del nombre y marca del cliente en la red. Además hay un se-

guimiento de los equipos asegurados para detectar y solucionar online vulnerabilidades y potenciales riesgos.

Asimismo, este producto asesora a los asegurados en materia de protección de datos y les ayuda a adecuar sus sistemas para cumplir las obligaciones legales vigentes en esta materia, cubriendo todos los gastos de defensa y las posibles indemnizaciones por vulneración del deber de custodia de datos.

## Unit linket con el precio del título publicado a diario

La sociedad de valores Tressis ha lanzado, en colaboración con CNP Partners, el unit linked 'Cartera Renta Fija', cuya inversión se centra en títulos de renta fija cotizados en mercado regulado y organizado, en un país miembro de la OCDE. Asimismo, es una condición obligatoria que el precio del título se encuentre publicado diariamente y sea ejecutable.

El objetivo de esta cartera es ofrecer una adecuada rentabilidad a medio-largo plazo para los ahorradores que quieran asumir cierto nivel de riesgo, a través de una cartera diversificada de renta fija.

'Cartera Renta Fija UL' está diseñado para un perfil de inversor equilibrado que quiera, a partir de una inversión mínima reducida, diversificar su inversión en renta fija a través de una cartera de bonos. El cliente podrá solicitar la cancelación del contrato en cualquier momento sin penalización alguna.

La aportación mínima para contratarlo es de 25.000 euros y admite aportaciones extraordinarias a partir de 6.000 euros. Además, en caso de fallecimiento, los beneficiarios reciben el ahorro acumulado más un capital adicional, mínimo de 600 y máximo de 3.000 euros.







Mapfre ha reforzado su apuesta por los seguros de Vida-Ahorro con el lanzamiento de 'Doble Valor E50', un unit linked a prima única con posibilidad de vencimiento anticipado, que da respuesta a los ahorradores que quieran asumir cierto nivel de riesgo.

## 'Doble Valor E50', un unit linked a prima única

Se trata de un seguro de ahorro unit linked a 8 años vinculado a deuda senior emitida por BBVA y su rentabilidad depende del cumplimiento de una condición referida a la evolución del índice EuroStoxx50. Además, tiene la posibilidad de auto cancelación en cada anualidad.

La rentabilidad del producto viene dada por dos vías: Cupones periódicos anuales, pagados durante los años previos al de vencimiento (anticipado o definitivo): 0,65% neto de gastos; o bono en caso de auto cancelación o, en su caso, a vencimiento, si el EuroStoxx50 iguala o supera el valor inicial de este índice.

El cliente puede solicitar el rescate de la póliza a partir de agosto de 2018 a través de ventanas de liquidez trimestrales. Este seguro se puede contratar a partir de 5.000 euros.

'Doble Valor E50' presenta también una garantía adicional al ahorro acumulado para casos de fallecimiento y fallecimiento accidental.

## 'EducAXA', una solución para el sector educativo

La aseguradora ha lanzado 'EducAXA', una solución aseguradora integral para clientes del sector educativo y formativo que acompaña el aseguramiento tradicional con diferentes servicios complementarios basados en la prevención y protección.

Esta nueva solución está pensada para cubrir las necesidades de alumnos, padres, colegios y profesores y abarca desde guarderías hasta universidades, pasando por escuelas de negocio y cualquier otro tipo de formación. Se centra en cuatro puntos fundamentales:

**Protección:** a los productos ya existentes, 'EducAXA' incluye coberturas específicas como daños, ciber protección, responsabilidad civil o el seguro de estudios, además de asesoramiento ante situaciones especiales como acoso, reclamaciones, etc.

**Prevención:** a través de la plataforma de salud de AXA, Health Keeper, los asegurados reciben diferentes recomendaciones, consejos de salud y descuentos.

**Sensibilización:** en colaboración con la asociación de voluntariado AXA de Todo Corazón, 'EducAXA' pone a disposición de los asegurados un programa de sensibilización para los centros de enseñanza, concienciando sobre la importancia de la seguridad vial, la educación financiera, el clima o la salud.

**Asesoramiento:** a través de la red de abogados especializados, los asegurados de AXA disponen de un servicio telefónico gratuito para resolver consultas de tipo legal y general en el ámbito docente, como acoso, reputación o protección de datos.



## Los sindicatos piden **endurecer el despido objetivo** y **subir las cotizaciones de los contratos temporales**



CC.OO. y UGT han propuesto al Gobierno “endurecer” la regulación actual del despido objetivo y desincentivar el uso de la contratación temporal, especialmente de muy corta duración, mediante el incremento de la cotización a la Seguridad Social y el establecimiento de un sistema de penalizaciones.

Así lo recogen en un documento de propuestas que el secretario de Acción Sindical de CC.OO., Ramón Górriz, y el secretario de Política Sindical de UGT, Gonzalo Pino, han enviado al secretario de Estado de Empleo, Juan Pablo Riesgo, en el marco de la mesa de diálogo social sobre empleo y calidad del mismo.

En concreto, y en relación con el despido, los sindicatos piden que se impida a las empresas con beneficios justificar despidos en base a una previsión de pérdidas o a una caída de las ventas. También quieren elevar las indemnizaciones actuales; que se paguen salarios de tramitación en todos los casos; que la ejecución de un ERE requiera la aprobación de la autoridad laboral; que en los casos de despidos improcedentes sean los trabajadores los que decidan entre la readmisión o la indemnización, y que se refuercen las consecuencias jurídicas y económicas cuando las empresas incumplan los derechos de información, consulta y participación de los representantes de los trabajadores en un ERE.

Además, los sindicatos quieren que la contratación fija sea la forma ordinaria de acceso al empleo en todas las empresas, incluyendo las contratadas y subcontratadas, y que la contratación temporal sea “excepcional”. Para ello, consideran que debería valorarse el establecimiento de un sistema de penalizaciones. En concreto, plantean entre otras cosas, un aumento “significativo” de las cotizaciones empresariales a la Seguridad Social para los contratos temporales, sobre todo si son de escasa duración.



## Presupuesto de **500 millones** para el **complemento salarial para jóvenes**

Los presupuestos de 2017, según se presentó en el último Consejo de Ministros de marzo, disponen de una partida de 500 millones para el complemento salarial para jóvenes.

El Gobierno espera que la financiación de estos 500 millones salga del programa de Garantía Juvenil (un plan que está desarrollándose en toda la UE), ya que el complemento salarial comenzará a implementarse en un plan piloto para jóvenes menores de 30 años. Pero aún desde Bruselas, que ha recibido la consulta del Gobierno para saber si este dinero puede salir del programa de Garantía Juvenil, no se han pronunciado.



## Las medianas empresas **duplican su rentabilidad**

Las medianas empresas se encuentran en un periodo de franca recuperación tras la crisis que se ha prolongado casi diez años. Según los últimos datos del [Banco de España](#), estas empresas habrían casi duplicado su rentabilidad, descontado el coste de la financiación ajena. La media de los cuatro trimestres del pasado año, es que estas sociedades alcanzaron una rentabilidad del 5% durante 2016, dos puntos más que la alcanzada en el ejercicio precedente.

Según los datos de la Central de Balances del Banco de España, las medianas empresas registraron una rentabilidad trimestral media sobre los activos del 6,8% durante el pasado año, un punto por encima del 5,8% que anotaron en el año anterior.

La reducción del coste de la financiación juega un papel decisivo en el comportamiento de los resultados, ya que lo que pagaron por intereses estas compañías se redujo desde los 2,8 puntos del año 2015 hasta los 1,8 puntos del año pasado.



## Un tercio de las empresas **crece gracias a la tecnología**



El 32% de las pymes ya ha descubierto las ventajas de la revolución tecnológica y ha registrado crecimientos en su facturación. Esta es la principal conclusión de un informe presentado esta semana por [Sage](#) y la consultora [IDC](#).

El estudio revela que las empresas que se han decantado por la inversión en tecnología han anotado un crecimiento notable de su facturación. Estas aplicaciones informáticas contribuye a todo tipo de labores internas de las empresas, desde la gestión de los recursos humanos hasta el manejo de las puntas de tesorería, con el objetivo de automatizar las funciones administrativas del back-office.

Esta investigación demuestra que todavía un 56% de las pequeñas empresas deben adaptar las tecnologías digitales, y aún mantienen sus procesos según los métodos de toda la vida. El 32% de las empresas que adoptaron mejoras tecnológicas registraron unos beneficios importantes, con un crecimiento superior al 10% durante el pasado ejercicio.



## La banca reduce el coste de financiación de las pymes un 23,8%



La banca ha abaratado la financiación a las pymes de forma contundente en los últimos meses. El tipo medio que aplican las entidades financieras ha caído hasta 0,7 décimas en los últimos doce meses, en los créditos por importe inferior a los

250.000 euros, a pequeñas empresas. Este descenso supone una reducción del 23,8% en el coste de financiación de estas sociedades.

El [Banco de España](#) ha apreciado una ligera contracción en la actividad de préstamo de dinero a las grandes empresas que se ha visto, en parte, compensado por un mayor apetito de las entidades en lo que se refiere a proporcionar capital a las pymes.

El coste medio de tomar dinero por parte de las medianas empresas, en las operaciones de entre 250.000 y un millón de euros, ha anotado una caída de 0,36 puntos en los últimos doce meses, lo que supone un nada despreciable descenso en el coste de financiación del 17,6%.



## Las pymes pueden solicitar patentes un 50% más baratas, a partir de abril

El pasado 1 de abril entró en vigor la nueva Ley de Patentes, con una novedad importante que afecta directamente a pymes y pequeños emprendedores: la reducción del 50% de las tasas a la hora de solicitarlas.

Cuando un trabajador o una empresa crea algo nuevo, o encuentra una solución que no existía para un determinado problema, debe patentarlo. Se trata de la única manera de que un profesional autónomo o una pyme puedan explotar su idea en exclusiva, y abrirse su hueco en el mercado. Sin embargo, la solicitud de una patente era un proceso que podía resultar complejo y caro. Los cambios recién entrados en vigor facilitarán este proceso, como aseguran los expertos. Valoran positivamente la nueva Ley, pues consideran que se acerca a la de otros países de nuestro entorno, en un tema tan importante como es la innovación empresarial.



# 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](http://WWW.PYMESEGUROS.COM)

## Arag, junto con Grupo Galilea, cubrirá la defensa jurídica de los pisos de la Agencia de la Vivienda de Cataluña

Arag ha sido la entidad adjudicataria del concurso público de la Agencia de la Vivienda de Cataluña para cubrir la defensa jurídica de la bolsa de casas que gestiona este organismo para el periodo 2017-2019, con la posibilidad de prórroga por dos años más. La aseguradora dará cobertura a 8.200 viviendas ubicadas en el territorio catalán de la mano de la correduría de seguros **Grupo Galilea**. El acuerdo entró en vigor el 1 de abril.

La Agencia de la Vivienda de Cataluña ha seleccionado a Arag por “la metodología a medida aplicada para este tipo de riesgos, los circuitos específicos establecidos, la experiencia aportada, la profesionalización del personal atribuido a la operación, las últimas tecnologías informáticas y de comunicaciones y por la tramitación de siniestros personalizada”.

De hecho, el director territorial de la aseguradora, Juan Dueñas, ha apuntado que “la compañía se ha ajustado a las necesidades del cliente para realizar este proyecto pero también a las del mediador que ganó el concurso de corredores, Grupo Galilea”. El valor estimado del contrato es de 2 millones de euros.

Grupo Galilea distribuirá el producto Arag Arrendador a través de las más de 80 bolsas de viviendas que componen las oficinas de la Agencia. Con este producto, la compañía cubre, entre otros, la defensa y reclamación en vía judicial en todos aquellos conflictos relacionados con el contrato de arrendamiento, la defensa de otros seguros, la responsabilidad penal y la reclamación en contratos de servicios de reparación o mantenimiento de las instalaciones.

Por otro lado, Arag ha firmado un protocolo de colaboración con Anabrok para facilitar el crecimiento de los mediadores en Navarra.



## Liberty Seguros sigue firmando alianzas con diferentes Colegios de Mediadores

Liberty Seguros ha firmado, en el último mes, sendas alianzas con los Colegios de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva, Sevilla, Vizcaya, Álava, Toledo, Zaragoza y Badajoz.

El objetivo en todas ellas es favorecer el desarrollo de los mediadores colegiados, tanto en su propia formación profesional como empresarial en el ámbito de la mediación.





## Santalucía adquiere Aviva Vida y Pensiones

Santalucía ha alcanzado un acuerdo con Aviva para adquirir el negocio de Vida y Pensiones de su filial en España y sus alianzas en seguros de Vida y planes de pensiones con Unicaja Banco y su filial EspañaDuero por 446 millones de euros. Tras la operación, Santalucía alcanzará los 2.100 millones de euros en primas frente a los 1.300 millones de euros que tenía antes. En provisiones técnicas pasará de 3.800 millones de euros a 7.600 millones de euros. En cuanto al número de clientes, se situará en 7,7 millones, con una prima media de 270 euros.

Esta compra permitirá a Santalucía posicionarse como el 9º grupo asegurador español por primas. Asimismo, se convierte en el nuevo socio de seguros de Vida y pensiones del Grupo Unicaja Banco. Quedan excluidas las alianzas de Aviva con BMN y Grupo Pelayo, y los negocios de EspañaDuero con Unión Duero Vida y Unión Duero Pensiones.

La operación supone la instrumentación de varios acuerdos de forma simultánea:

- Acuerdos de venta de Aviva a Santalucía de su filial Aviva Vida y Pensiones, Aviva Gestión y su participación en Aviva Servicios Compartidos, así como su participación del 50% en las aseguradoras Unicorp Vida (sin incluir su participación en Caja Granada Vida) y Caja España Vida, cuyos 50% restantes siguen correspondiendo a Unicaja Banco y a EspañaDuero, respectivamente.
- Acuerdos entre Aviva y Unicaja Banco, y Aviva y EspañaDuero.
- Acuerdos de bancaseguros entre Santalucía, Unicaja Banco y EspañaDuero.

“Con esta adquisición, Santalucía reforzará su posición en el ramo de Vida adquiriendo una plataforma de contrastada experiencia,

competitiva y plenamente operativa, que supondrá la incorporación del negocio y del conjunto de los profesionales de Aviva Vida y Pensiones y Aviva Gestión al Grupo Santalucía. Así, la aseguradora anticipa uno de sus grandes retos estratégicos: diversificar sus productos y canales de distribución, logrando que el negocio de Vida alcance el 50% de sus ingresos en 2020”, explican desde la entidad adquiriente. Tras la compra, el 42% de su negocio corresponde al ramo Vida y pensiones, el 6% a Vida riesgo y el 52% a No Vida.

De esta forma, Santalucía incrementa hasta el 31% su distribución a través de bancaseguros. Aunque el canal agencial sigue teniendo el mayor peso, ya que aporta el 64% de las ventas.

Por otro lado, Accept@, empresa de venta telefónica y gestión multicanal de contactos, e Iris Assistance, de gestión integral de reparaciones y tramitación de siniestros, ambas del Grupo Santalucía, ha inaugurado una plataforma para centralizar sus servicios en Asturias, para conseguir una mayor calidad y eficiencia.

En otro orden de cosas, los Colegios de Mediadores de Zaragoza y Teruel han firmado un acuerdo de colaboración con Santalucía.







## Fundación Inade aclara las claves de la Ley de Contrato de Seguro en la tramitación de los siniestros

La Cátedra **Fundación Inade-UDC** ha organizado una nueva sesión de Diálogos 2020, centrada en dar a conocer los procedimientos que establece la Ley de Contrato de Seguro para resolver los siniestros de daños materiales y personales.

En esta ocasión, Antonio Belda, director ejecutivo de Aon Risk Solutions/Asevasa abordó los deberes del asegurado, la carga de la prueba y la presunción de las preexistencias, analizando pormenorizadamente el procedimiento pericial extrajudicial.

El ponente recordó que “la Ley de Contrato de Seguro es cuatro años anterior a la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y, sin embargo, ya incluye una serie de mecanismos para la liquidación de siniestros y para equiparar las posiciones de las partes, promoviendo que ambas se encuentren en una posición de igualdad”. Además, apuntó que “la Ley de Contrato de Seguro introdujo por primera vez en España el derecho de elección de perito por parte del asegurado”. En cuanto a la naturaleza del proceso pericial, el ponente se remitió a una sentencia del Tribunal Supremo de 1992 en la que el Tribunal Supremo atribuye a este procedimiento algunas notas, como “su carácter obligatorio, extrajudicial, tendente a la rápida indemnización del asegurado, entre otras”.

Respecto del nombramiento de perito, para Belda el plazo de 8 días “es muy breve, más si se tiene en cuenta que los plazos tienen carácter mercantil”. Recordó que “extrajudicialmente, el dictamen pericial es ‘inatacable’; pero, judicialmente, el dictamen pericial es una prueba que el juez debe interpretar de acuerdo con las reglas de la sana crítica, pudiendo, además, ser destruida su presunción de veracidad a través de la práctica de otras pruebas”.



## Plus Ultra Seguros sigue apoyando a los mediadores

**Plus Ultra Seguros**, en su continuo apoyo a los mediadores, ha firmado sendos acuerdos de colaboración con el **Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia**, **Anabrok** y **Espanor**.

La aseguradora mantiene a la mediación como el vehículo idóneo para la distribución de sus productos ya que “a través del mediador y de su labor de asesoramiento se consigue atención personalizada, confianza y proximidad hacia los clientes”.



## Olga Sánchez, nueva vicepresidenta de AXA España

El Consejo de Administración de AXA España ha acordado el nombramiento de Olga Sánchez como vicepresidenta del órgano de gobierno de la aseguradora. Asimismo, se ha procedido a designar a Nils Reich como consejero dominical, cerrando la composición del Consejo en 2017.

Para Jean Paul Rignault, presidente y consejero delegado de AXA España, “la incorporación de Olga Sánchez refuerza el Consejo de Administración con una persona con una experiencia de más de 20 años en el sector asegurador pese a su juventud”.

Sánchez, licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales y actuaria, ha desarrollado gran parte de su carrera profesional en AXA donde, además, es directora financiera y miembro del comité de dirección desde enero de 2016.

Nils Reich, por su parte, es responsable del negocio de particulares No Vida del Grupo AXA.

### Aseguramiento de smartphones y Eccocar

Por otro lado, la aseguradora ha firmado una alianza con MyWigo, que permitirá a la marca española de smartphones ofrecer a los clientes un seguro para sus teléfonos

móviles Halley 2, City 3 y Magnum 2 y 2 PRO en las tiendas oficiales MyWigo Store y en la web.

Las coberturas aseguradas contemplan un siniestro al año para rotura de pantalla, daño accidental por caídas e impactos y contacto con líquido. En función del modelo, los usuarios podrán incorporar el seguro móvil desde menos de dos euros al mes (en total 23 euros anuales).

Asimismo, AXA y Eccocar han firmado un acuerdo de colaboración por el que los vehículos asociados a esta red de carsharing contarán con un seguro con cobertura a todo riesgo con franquicia que se contratará solo por el tiempo que se haga uso del vehículo.

Así, tanto el coche como el propietario y el conductor tendrán garantizadas las coberturas propias de esta modalidad sin coste añadido: desde los daños propios hasta la asistencia en carretera, incluyendo una co-



bertura internacional.

Para Iván Luarca, CEO de Eccocar, “este acuerdo supone un gran avance para que el carsharing entre particulares se consolide como una alternativa al vehículo en propiedad. Compartir coche es una buena práctica desde un punto de vista económico y medioambiental. Además, gracias a AXA, es una práctica segura”.

Por último señalar que la aseguradora ha formalizado la renovación del acuerdo de colaboración con Espabrok.

## SegurCaixa Adeslas, reconocida como **Mejor Compañía Aseguradora en España 2017**



SegurCaixa Adeslas, integrada en el Grupo Mutua Madrileña y participada por CaixaBank, ha sido reconocida como “Mejor Compañía Aseguradora en España 2017” por la revista *Global Banking & Finance*.

La publicación internacional reconoce desde 2011 a las compañías que destacan en determinadas áreas en todos los ámbitos del sector financiero, independientemente de su tamaño.

Por otro lado, la aseguradora ha inaugurado un nuevo centro médico en Santa Cruz de Tenerife. Constan de 18 consultas y área de radiodiagnóstico atendidas por un cuadro asistencial formado por 35 facultativos, en 17 servicios: análisis clínicos, cardiología, dermatología, cirugía general y digestiva, endocrinología, enfermería, ginecología, medicina general, medicina interna, neurocirugía, neurología, otorrinolaringología, pediatría, psicología, radiología, reumatología y traumatología. Dispone de un área específica de la Mujer y el Niño, así como un área de traumatología.

En otro orden de cosas, Adeslas Dental, la filial de SegurCaixa Adeslas, ha concluido el proceso de auditoria externa de calidad con la conformidad total de Aenor, la entidad certificadora. La compañía adaptó en 2016 el sistema de gestión de calidad a la nueva norma ISO 9001:2015 en 137 clínicas dentales y amplió la certificación a otros nuevos 12 centros. También certificó por primera vez a sus 149 clínicas en la norma ISO 14001:2015 sobre gestión medioambiental.

42

## Solunion **renueva su web**

Solunion, la compañía experta en seguros de Crédito, ha lanzado su nuevo portal online, que apuesta por la innovación y por ofrecer la mejor calidad de servicio.

La compañía estrena web corporativa y sites locales para España, Colombia, México y Chile. Los nuevos portales permitirán al usuario conocer la oferta de Solunion, descargar la información económica más actualizada o acceder al área de gestión de su póliza, entre otras muchas opciones, de una manera fácil, rápida y mucho más visual.



El nuevo diseño ha sido ideado para satisfacer las necesidades del usuario a través del mejor contenido y una usabilidad óptima.





## Generali incrementa un 8,6% sus ingresos por primas

Generali España ha cerrado 2016 con un crecimiento del 2,3% en su resultado neto consolidado, que se ha elevado hasta los 231,6 millones de euros. El resultado bruto del Grupo en nuestro país se sitúa en 311,4 millones de euros. Unas cifras que, tal y como ha explicado el CFO de la compañía, José García Naveros, “vienen acompañadas de un importante crecimiento en los ingresos por primas, que han alcanzado los 2.546 millones de euros, con un aumento del 8,6% respecto al ejercicio 2015”.

También ha ascendido el número de clientes de Generali en España un +4% respecto al anterior ejercicio. Este incremento se ve reforzado además por un mayor ratio de pólizas de seguros por cliente, lo que permite a la compañía avanzar en el número de clientes integrales que confían en Generali todas sus necesidades aseguradoras.

El crecimiento en primas está liderado por el ramo de No Vida, que aumenta un 8,6% respecto al año anterior, con 1.504,3 millones de euros. Esta evolución se basa en el crecimiento en Autos (+14,9%) y el buen desempeño de Diversos Particulares y Riesgos Industriales, con un +4,5% y un +7,5% más que en 2015, respectivamente.

En Vida, las primas de 2016 ascienden a 1.041,6 millones de euros, lo que representa un aumento del 8,6% respecto al ejercicio

anterior. Este incremento queda patente tanto en el segmento de Colectivos (+12,4%) como en el de Particulares (+7,8%), donde destacan especialmente las subidas de los seguros de Ahorro Particulares (+22,4%) y Vida Riesgo Individual (+15,1%). Mención especial merece la gama de productos Unit Linked, que ha crecido un +47,2% respecto al ejercicio anterior y se imponen como alternativa a los productos garantizados.

Santiago Villa, consejero delegado de Generali España, ha afirmado que “nuestro objetivo ahora es seguir mejorando este resultado con una estrategia basada en tres palancas: la búsqueda constante de la excelencia en el servicio, el foco continuo en el resultado técnico y la renovación de nuestra gama de productos de Ahorro e Inversión”.

Para ello, Generali continuará invirtiendo en el desarrollo de soluciones digitales para sus clientes y para sus redes de distribución. Gracias a esta estrategia de ubicar al mediador profesional dentro del plan de digitalización en el que está invirtiendo el Grupo, el canal de agentes y corredores, que representa el 84% de la facturación de Generali, presentó un crecimiento del +7,4% y del +4,2%, respectivamente.

En el primer trimestre del 2017 se confirma la consolidación de estos resultados positivos. La facturación por primas alcanza los 763 millones de euros y supera en un 6,8% la cifra registrada en el mismo periodo del año anterior. Por segmentos, las primas de No vida suben el 2,4%, hasta situarse en los 459,3 millones de euros; mientras que Vida mantiene un ritmo creciente del 14,2%, una marcada subida que le ha llevado a superar los 303 millones de euros.

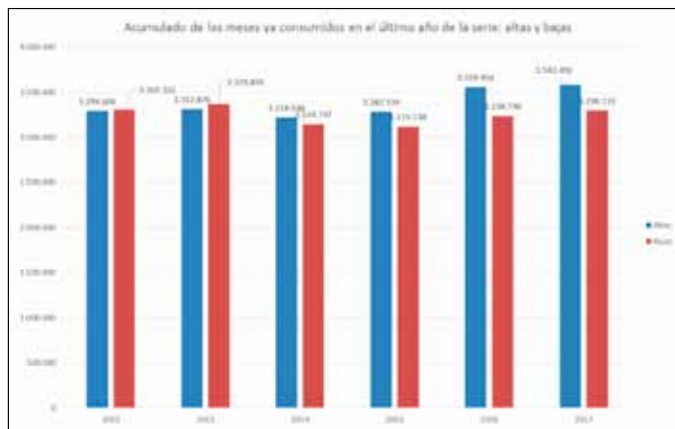


## El número de vehículos asegurados crece un 2,30% a cierre de abril

El número de vehículos asegurados en España se situó en 30.122.681 unidades a cierre del pasado abril. Esta cifra supone un incremento del 2,30% respecto de abril del ejercicio anterior, según los datos del Fichero Informativo de Vehículos Asegurados (FIVA). De este modo, el parque de vehículos a motor que circulan por las calles y carreteras del país se ha incrementado en 676.181 unidades en los últimos 12 meses.

Aunque en este mes la tasa intermensual se sitúa en un 0,37%, seis puntos básicos por debajo de la de marzo, se mantiene por encima de las ratios de meses anteriores. Aquellas se situaban próximas al 0%. El crecimiento interanual, en cambio, sí es superior al observado en marzo. En concreto, abril cierra con un repunte del 2,30%. Es decir, 30 puntos básicos por encima del mes anterior.

En abril se produjeron 839.787 altas de vehículos y 730.198 bajas. Por lo tanto, el parque móvil ha aumentado en 109.589 unidades respecto del dato de marzo. Un repaso al movimiento de altas y bajas acumuladas en lo que va de año muestra que se efectuaron 3.582.492 altas y 3.298.172 bajas. Esta evolución se traduce en un saldo positivo de 284.320 vehículos en los primeros cuatro meses de 2017.



## Juan Velázquez de Cuéllar, nuevo director de Daños Materiales de QBE en España

QBE Insurance Group ha fichado a Juan Velázquez de Cuéllar como nuevo director de Daños Materiales de su sucursal española.

Velázquez de Cuéllar inició su trayectoria profesional en el sector asegurador como ingeniero de prevención en ACE. Posteriormente, desempeñó diversos cargos de responsabilidad en el área de Property de Allianz y Tokio Marine. En su última etapa ha sido subdirector general de empresas en Fidelidade.

A este nombramiento se unen las nuevas responsabilidades asignadas a Natalio García, como nuevo director técnico del área, que seguirá a cargo también de la dirección de construcción.





## Mapfre salda el primer trimestre con un crecimiento del 7,5%

El beneficio neto de Mapfre en los tres primeros meses del ejercicio 2017 ascendió a 206 millones de euros, lo que supone un incremento del 7,5% respecto al primer trimestre del año anterior.

Las primas del Grupo se situaron en más de 6.675 millones de euros, un 9,2% más que en los tres primeros meses del año anterior, destacando el excelente comportamiento del negocio de Vida en el área Territorial Iberia y la evolución de los seguros generales y de Vida en Brasil.

Durante los tres primeros meses de este año, el volumen de primas de la unidad de Seguros ascendió a 5.626 millones de euros, lo que supone un incremento del 11,2% respecto al mismo período del año anterior.

Las primas del área Regional Iberia (España y Portugal) aumentaron un 10,8% entre enero y marzo, hasta los 2.387 millones de euros.

En España, las primas crecieron el 10,9% hasta los 2.346 millones de euros, destacando la evolución del negocio de Automóviles, con un volumen de primas del 518 millones, un 0,3% más, y un excepcional ratio combinado del 92% (mejora de 2,7 puntos).

El ramo de Salud sigue creciendo por encima del mercado y las primas de este negocio en el primer trimestre se incrementaron un 5,2%, hasta los 526 millones de euros.

Las primas de Mapfre Vida ascendieron a 676 millones de euros, lo que supone un incremento del 42,5% respecto al primer trimestre de 2016, gracias al lanzamiento de productos y campañas comerciales para la captación de ahorro de particulares.

Por otro lado, Mapfre ha presentado la nueva oficina de Gestión Patrimonial en Barcelona, desde donde se ofrecerá soluciones de inversión financiera que permitan a los usuarios rentabilizar sus ahorros.

La comercialización se realizará a través de la red propia de Mapfre, a la que se suman esta oficina específica de MGP en Barcelona, la que funciona en Madrid desde enero, y las que se inaugurarán próximamente en otras plazas financieras, como Valencia.

El modelo será de arquitectura abierta, es decir, que a través de MGP se comerciali-



zarán productos de ahorro financiero de otras entidades, lo que permitirá ofrecer cualquier tipo de solución de inversión: fondos de inversión, nacionales e internacionales, planes de pensiones, valores, bonos, carteras recomendadas, etc. El cliente tendrá acceso a una plataforma con una oferta de más de 15.000 fondos de inversión.

En otro orden de cosas, la entidad ha incorporado la protección al medio ambiente de forma gratuita en las pólizas de comercio y emprendedores, con el fin de proporcionar tranquilidad a sus clientes y avanzar en su compromiso con el cuidado del medio ambiente.

Todos los clientes que ya tenían contratada una póliza de este tipo y aquellos que la contraten a partir de ahora estarán protegidos, sin ningún coste adicional, ante cualquier daño que pueda ocasionarse al suelo, al agua, a la costa y a los espacios protegidos.



## La facturación por primas de Reale Seguros crece un 4%

Reale Seguros cerró 2016 con un crecimiento en la facturación por primas de un 4%, logrando 34,2

millones de euros de beneficio. Durante el pasado ejercicio, la aseguradora española de Reale Group superó por primera vez la barrera de los 800 millones de primas emitidas, situándose en los 816,5 millones de euros, y logró un resultado operativo un 11,5% superior al año anterior.



Si se tiene en cuenta que dispone de un ratio combinado del 95,9%, se confirma que la aseguradora mantiene su eficacia en el modelo de gestión y su estrategia de crecimiento rentable. El Patrimonio Neto alcanzó los 421,1 millones de euros, una

disminución con respecto al año anterior que se debe a una amortización retroactiva del Fondo de Comercio dotada con cargo a reservas. Además, una vez adaptada a la nueva normativa y calculado con fórmula estándar Solvency II, presenta un margen del 209,4%, un alto margen con respecto al sector.

Por ramos, el crecimiento se ha reflejado en todas las áreas de negocio (Auto,

Particulares y Empresas). El volumen de pólizas ha aumentado en todos ellos, destacando Autos, donde la cifra supera los 500 millones de euros en primas, creciendo un 3,7%; Multirriesgos, con un crecimiento del 3,4%; un 6,5% ha crecido el ramo de Responsabilidad Civil; o un 27,5% el ramo de resto de productos de No Vida.

Respecto a los datos de Reale Vida y Pensiones, mantiene su crecimiento tras lograr el pasado año el break-even. En 2016 ha aumentado el volumen de primas un 50,7%, alcanzando los 45,8 millones de euros, con un patrimonio neto que alcanza los 9 millones de euros y aumentando la solvencia del 174% de 2015, al 199,5% del ejercicio 2016.

Por otro lado, la aseguradora ha firmado sendos acuerdos de colaboración con [Espabrok](#) y el [Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra](#).

46



## Sanitas y Colegio Mediadores de Seguros de Toledo firman un acuerdo

El [Colegio de Mediadores de Seguros de Toledo](#) ha firmado un acuerdo de colaboración con [Sanitas](#).

De esta forma, se potenciará la canalización de los servicios de la entidad y fomentar el plan estratégico de formación de los colegiados.



## Grupo DAS profundiza en la transformación digital del sector

El CEO del Grupo DAS, Jordi Rivera, ha participado en el debate inaugural del III CMS Risk, Fraud & Collections Management Forum. Bajo el título “Transformando siniestros en servicios”, en el que se repasó el panorama del sector asegurador y su proceso de transformación.

En palabras de Rivera, la digitalización ha jugado un papel clave en el sector, ya que ha llevado a las empresas aseguradoras a “apostar por la innovación para seducir a los usuarios ultra conectados y lograr así que sus negocios no pasen al olvido”. Así, ha explicado, la mejora de las plataformas de servicio y la adaptación a las nuevas necesidades de los nuevos usuarios ya no es una opción: “se ha convertido en algo crucial para mantenerse competitivo en el mercado, en el que la experiencia del cliente es un diferenciador clave para conquistar al usuario moderno”.

En el caso concreto del Grupo DAS, la respuesta a las demandas de los usuarios ha dado inicio a una nueva etapa, el customer engagement, donde los principales retos a sortear son la velocidad del cambio y la renovación de la infraestructura de las plataformas de servicio.

Por otro lado, la aseguradora ha lanzado una plataforma online cuya finalidad es la de facilitar la gestión de los negocios de los mediadores y las agencias inmobiliarias que colaboran con estos comercializando el seguro de Impago de Alquiler.

La plataforma denominada [Valoratuinquilino.es](http://Valoratuinquilino.es), permite a los corredores dar de alta a tantos usuarios como colaboradores inmobiliarios tengan, otorgarles diferentes permisos y estar al corriente

de todas las cotizaciones y contrataciones que hacen del producto ‘DAS Impago de Alquiler’.

Además, la herramienta proporciona al mediador: mayor agilidad gracias a la preceptación de inquilinos y avalistas de manera automática; reducción de los plazos medios de espera a dos horas para que el cliente obtenga su scoring; centralización total en la gestión de operaciones y emisiones tanto propias como de colaboradores (agencias inmobiliarias), con el consiguiente ahorro de costes y tiempo en la intermediación; es una herramienta flexible que se adapta a las necesidades del canal y del mercado; se puede incrementar el número de puntos de ventas con la captación de colaboradores (agencias inmobiliarias, APIS, etc.) y con la inmediatez en el proceso de alta de éstos.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha desarrollado e implementado, junto con [Legaliboo](http://Legaliboo), una solución tecnológica para la generación online de documentos legales y contratos personalizados. Este nuevo servicio está integrado en la web de la entidad.



## Se edita la **Guía del Seguro Agrario 2017**

El Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, a través de la **Entidad Estatal de Seguros Agrarios (Enesa)**, ha editado la Guía del Seguro Agrario 2017, con el fin de dar a conocer el Sistema Español de Seguros Agrarios e informar sobre las posibilidades que ofrece para los productores agrarios, destacando las novedades incluidas en el 38º Plan de Seguros Agrarios Combinados, aprobado por el Consejo de Ministros el 16 de diciembre de 2016.



Este Plan prevé un presupuesto de 211,27 millones de euros para subvencionar los seguros agrarios durante el presente ejercicio, consolidándose así el aumento del 6% logrado en el ejercicio 2016.

Entre otras novedades, el nuevo Plan contempla la implementación del nuevo mapa de aprovechamientos en el seguro de compensación por pérdida de pastos, la adaptación de la garantía de desabejado repentino por abejaruco en el seguro de apicultura y la actualización de las bases de datos de rendimientos.

Esta guía está estructurada en seis capítulos, correspondientes a otros tantos aspectos del Seguro Agrario, entre los que cabe destacar el dedicado a la subvención para la contratación de los seguros agrarios (capítulo 2), que explica la nueva normativa recogida en el Real Decreto 425/2016, de 11 de noviembre. También se incluyen capítulos dedicados a los seguros para producciones agrícolas y forestales y para producciones ganaderas y acuícolas (cuarto y quinto, respectivamente), en los que se exponen aspectos concretos de cada línea de seguro, como las producciones y riesgos asegurables, fechas de inicio de la suscripción o los niveles de subvención previstos en el 38º Plan.

La **versión digital** se encuentra ya disponible para su consulta, a través de Internet, en la web del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.



## W.R. Berkley España incorpora a **Rocío Tello** como suscriptora de **Caución**

W.R. Berkley España incorpora a Rocío Tello como suscriptora especialista en el ramo de Caución. Tello cuenta con más de 7 años de experiencia en el sector.

Gianluca Piscopo, CEO de W.R. Berkley España, destaca los conocimientos y experiencia de Rocío Tello, y asegura que “contribuirán significativamente al reconocimiento de W.R. Berkley España como compañía especialista. Su incorporación nos aporta un valor añadido diferencial y nos permite reforzar y ampliar nuestra propuesta aseguradora y de servicios, a la vez que garantiza el nivel de calidad que tanto clientes como corredores nos reconocen”.





Este protocolo favorecerá la resolución extrajudicial de los accidentes con daños personales. Por lo tanto, beneficiará a los afectados, contribuirá a reducir la litigiosidad y aliviará la carga de trabajo de los juzgados en materia de siniestros de tránsito.

Tirea desarrollará y mantendrá una herramienta online que hará posible la aplicación de este convenio. Mediante dicha herramienta, los abogados podrán enviar y recibir de manera segura, inmediata y estandarizada la documentación. El trasvase de información se realizará a través de la firma electrónica cualificada de la Autoridad de Certificación de la Abogacía (ACA). A su vez, la aplicación online que desarrolle Tirea permitirá a las aseguradoras hacer llegar su oferta o respuesta motivada de indemnización a las víctimas de los accidentes. Está previsto que la herramienta se encuentre

## Unespa se alía con la Abogacía para agilizar el pago de indemnizaciones

Victoria Ortega, presidenta del Consejo General de la Abogacía Española; Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa; y Evaristo del Río, presidente de Tirea, han suscrito un convenio que permitirá estandarizar el proceso de remisión de documentos entre los letrados de las víctimas de accidentes de circulación y las aseguradoras, para así poder agilizar el pago.



finalizada antes del verano. La creación de una aplicación web permitirá reducir los gastos en la gestión de siniestros, al disminuir el uso de burofaxes, teléfono, etc.

El protocolo que han suscrito el Consejo General de la Abogacía Española y Unespa es de adhesión voluntaria por parte de los abogados y de las aseguradoras.

## MGS Seguros estrena logo conmemorativo por su 110º aniversario

MGS Seguros ha desarrollado un amplio programa de actividades para celebrar su 110º aniversario, entre las que se encuentra la creación de un logotipo conmemorativo del aniversario.

Además contará con diferentes iniciativas dirigidas a su personal y a los distintos colectivos de referencia de la entidad.



## Fundación Inade alerta sobre la importancia de defenderse ante los ciberataques



Fundación Inade, en colaboración con la Cámara Oficial de Comercio de La Coruña, ha organizado una jornada informativa sobre ciberdelincuencia. El objetivo era analizar el riesgo de los

ciberataques, conocer cómo se deben identificar y tratar y qué alternativas proporciona la industria aseguradora para transferirlo.

La sesión fue inaugurada por Antonio Couceiro, presidente de la Cámara de Comercio de La Coruña, que afirmó que “los delitos a través de internet, a nivel mundial, tiene un impacto de alrededor de un billón de euros al año, mientras que el gasto en seguridad

digital no alcanza los 70.000 millones de euros. Es algo que afecta no sólo a las grandes empresas, sino también a las pymes”.

Por su parte, el director de Fundación Inade aportó más datos, indicando que “el año pasado se produjeron 105.000 ciberataques, 5 veces más que en el anterior”.

El consultor del Instituto Nacional de Ciberseguridad (Incibe), Juan Peláez, informó de que “desde Incibe se gestionaron 49.000 ciberataques en 2015 y en 2016 fueron 115.257”. Según el ponente, en el pasado año, “el Instituto detectó 79.000 direcciones IP comprometidas y enviamos cerca de 400.000 notificaciones a usuarios finales con el fin de informar del hackeo; en el 50% de los casos logramos la desinfección”, añadió.

Por último, intervino María Victoria Valentín-Gamazo, suscriptora de riesgos especiales y Líneas financieras de AIG, para presentar las soluciones aseguradoras para transferir estos riesgos. Entre otras cosas dijo que “los ciberataques terroristas contra España se incrementaron un 788% en dos años”.

Por otro lado, hizo referencia a los factores que influyen en la compra de un ciberseguro, destacando que “el 58% de las empresas no lo adquieren por incertidumbres sobre la cobertura y para el 64% el elemento más importante es el servicio de gestión tras el incidente”.

50



## Aegon y los Colegios de Zaragoza y Teruel prorrogan su compromiso

Los Colegios de Mediadores de Seguros de Zaragoza y Teruel y Aegon han firmado un año más su acuerdo de colaboración.

De esta forma, las dos instituciones manifiestan su intención de seguir manteniendo la cooperación mutua, así como la disponibilidad de compromiso este 2017.

## Varón de mediana edad, casado y residente en un pequeño municipio, perfil medio del comprador de Vida

El estudio realizado por ICEA para determinar las características socioeconómicas y demográficas del comprador de seguros de Vida en 2016, muestra que el perfil medio del contratante es un varón (el 57,1% de los compradores), de entre 35 y 44 años (el 30,9% del total), casado (un 45,1%), y residente en poblaciones de menos de 10.000 habitantes (un 25,7%), que contrata seguros de riesgo con un capital asegurado medio de 44.052 euros y con una duración de menos de cuatro años (el 67,7%).

Si analizamos las características de las pólizas de seguros de Vida, según el capital asegurado, podemos observar que un 23,5% de las pólizas tienen un capital asegurado de más de 60.101 euros, mientras que en el 40,6% de los casos el capital asegurado no supera los 18.000 euros.



## Santalucía, Zurich, PSN, Liberty y Arag, premiadas por su presencia en internet

Santalucía, Zurich, PSN, Liberty y Arag son las entidades más destacadas de 2016, según **Innovación Aseguradora**, que entregó los premios anuales del Ranking de Presencia en Internet de Entidades Aseguradoras en el Fujitsu World Tour, que distinguen a las compañías que mejor hayan trabajado en los diferentes criterios evaluados por el ranking en las sucesivas oleadas de 2016.

Santalucía se ha alzado con el premio a la web más completa, imponiéndose a DKV y Caser, a las que también les serán otorgados sendos reconocimientos. En la categoría de app ha sido Zurich la que mejor balance anual ha registrado, seguida de MGS y Mutua Madrileña. Por su parte, en el apartado de información online PSN ha sido la mejor entidad en 2016, completando el podio Surne y Santalucía.

El mejor proceso de venta online en 2016 ha sido el desarrollado por Liberty Seguros, destacando sobre sus inmediatos perseguidores, Arag y Sanitas. Por último, la mejor gestión de redes sociales ha sido la desarrollada por Arag, seguida de Allianz y Legalitas.







## XL Catlin lidera el ranking de primas de seguros de ICEA en Construcción e Ingeniería

XL Catlin en Iberia ha anunciado que ha conseguido el primer puesto en la categoría combinada de Construcción e Ingeniería del ranking de primas de seguros de 2016 publicado por la asociación española ICEA, con un crecimiento del 33% en 2016, hasta alcanzar los 16,9 millones de euros.

En la categoría de Responsabilidad Civil (que incluye Responsabilidad Civil General, Medioambiental y Profesional), la cifra de primas brutas suscritas de XL Catlin aumentó un 31% con respecto a 2015. Se trata del segundo mayor aumento entre las diez primeras empresas de la categoría de Responsabilidad Civil.

Estas cifras positivas reflejan los buenos resultados de XL Catlin en 2016. Gracias a un crecimiento de las primas superior al 20%, la cifra total de primas brutas suscritas supera ya los 150 millones de euros.

Por otro lado, la aseguradora ha sido seleccionada para asegurar el ensamblaje de algunos componentes técnicos clave en un proyecto de Fusion for Energy (F4E), el organismo de la UE que gestiona la contribución europea al ITER, un proyecto colaborativo sobre energía de ámbito internacional. La operación de seguros liderará el programa con una participación del 80%, mientras que Chubb se encargará del 20% restante.



## AIG desarrolla una jornada sobre la pérdida de beneficios

El departamento de Iberia Property&Energy Complex Claims de AIG ha celebrado una jornada sobre pérdida de beneficios.

Harriet Bateman, de RGL Forensics Account, llevó a cabo una definición de las diferentes modalidades de contratación de Pérdida de Beneficios en pólizas españolas, así como los tipos de cálculo de pérdida de beneficios y una presentación de dos casos prácticos que encajaban con el tipo de cliente de AIG y de los asistentes al evento.

A continuación, Miguel Relañó, de Clyde& Co., llevó a cabo una exposición de la Ley del Contrato de Seguros y lo que dice sobre la pérdida de beneficios, ahondando en la problemática de la misma en los tribunales españoles y aportando casos prácticos judicializados y jurisprudencia.

Para terminar, Jose Angel Alfonso, de Iberia Property&Energy Complex Claims, de AIG Property Casualty, fue el encargado de ofrecer un caso práctico en su tramitación.



## El Grupo Catalana Occidente crece un 9,2% en 2016

El resultado consolidado del **Grupo Catalana Occidente** en 2016 ha crecido un 9,2% respecto del mismo periodo del año anterior, hasta alcanzar los 92,6 millones de euros. Además, el volumen de negocio se ha situado en 1.238 millones de euros, con un crecimiento del 2,8%.

Las dos líneas de actividad del grupo, negocio tradicional y seguro de Crédito, mejoraron tanto en volumen de negocio como en resultado recurrente. Entre enero y marzo de este año, la facturación del negocio tradicional (Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros, Seguros Bilbao, NorteHispana Seguros y Previsora Bilbaína) creció un 1,8%, hasta los 706,4 millones de euros. Destaca el aumento del 4,6% de la facturación en seguros de Automóviles y del 9,9% en seguros de Diversos. A su vez, las primas periódicas de Vida crecieron un 6,1%. El resultado recurrente se situó en 43 millones de euros, con un

aumento del 10,5% respecto a los tres primeros meses del ejercicio anterior, sustentado en un ratio combinado del 92,2%.

Por su parte, el volumen de negocio del seguro de crédito (Atradius Crédito y Caución, y Atradius Re) alcanzó los 531,6 millones de euros, con un avance del 4,1% sobre el mismo periodo de 2016. El resultado recurrente se situó en 53,5 millones de euros, un 1% más que en el primer trimestre del año anterior, apoyado en un ratio combinado del 72,0%.



## Asefa Seguros da a conocer el seguro de Rehabilitación Trienal en Córdoba

**Asefa Seguros** ha participado en una jornada sobre rehabilitación, energía y desarrollo urbano sostenible, organizada por la Asociación Nacional de Empresas de Rehabilitación y Reforma (**Anerr**) en Córdoba.

Durante el acto José Manuel García, director de la delegación Sur de Asefa Seguros ofreció una ponencia sobre el seguro de Rehabilitación Trienal, sus coberturas y principales ventajas de contratación, y recalzó “la importancia de este producto asegurador en la reducción de los riesgos que afectan a las empresas implicadas” y aseguró “que su demanda se irá incrementando”.

Por otro lado, Asefa ha prorrogado su colaboración con la **Asociación de Promotores de Cataluña (APCE)** y ha consolidado su relación con el **Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra**.





## Zurich inicia una campaña para promover sus productos de Vida y Pensiones

Zurich Seguros ha iniciado una semana dedicada a dar a conocer a sus mediadores su oferta de Vida y Pensiones, coincidiendo con la campaña de la renta, y para promover las ventajas de estos productos de ahorro para el cliente final. La Life Week se basó en una serie de formaciones webinars para informar y, a la vez, concienciar sobre la necesidad de proteger a nuestros seres más queridos y cercanos.

Además, durante la campaña se lanzaron diferentes retos y concursos para incentivar la distribución de estas opciones de ahorro, y se ha impulsado una acción directa sobre más de 85.000 de los clientes con un componente muy emocional capitalizado por la esencia de la marca Zurich: “Cómo proteger lo que amas de verdad”.

La compañía aprovechará además para destacar el rol clave de sus mediadores en el asesoramiento personalizado y experto de sus clientes, basado en la digitalización y la nueva propuesta para la captación en el negocio de pensiones y planes para la jubilación.

Por otro lado, la aseguradora y [Aunna Asociación](#) han firmado un convenio de colaboración de dos años.

## Servicios combinados de seguros y sistemas de seguridad

Prosegur, a través de su unidad de negocio de Alarmas, y Caser Seguros han alcanzado una alianza estratégica para lanzar al mercado una propuesta de comercialización conjunta de sus servicios. Ambas entidades han elaborado un portfolio de servicios combinados de seguros y sistemas de seguridad tanto para hogares como para empresas y comercios.



Ya se ha comenzado con la distribución de un seguro de Hogar para particulares y otro para comercios que ofrecen ser-

vicios de seguridad. Asimismo, está previsto que de forma conjunta ambas compañías desarrollen otros productos y servi-

cios relacionados con la prestación de asistencia y protección, asociada a las últimas tecnologías.





## RSA España incorpora a Cristina Portuondo a su equipo de Siniestros de Marine

RSA España ha incorporado a Cristina Portuondo como senior Marine Claims Handler, reportando a Cristina del Río, directora del departamento de Siniestros de Marine.



Portuondo es licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y cuenta con un postgrado en Derecho Marítimo Internacional por la Universidad Pontificia de Comillas y el Instituto Marítimo Español.

Dispone de una amplia experiencia como abogada, sobre todo en el despacho Albors Galiano Portales, donde asesoraba a clientes nacionales e internacionales de la industria marítima en todo tipo de asuntos relacionados con el transporte.

El Grupo Allianz en España ha tenido un volumen de negocio de 3.645 millones de euros, un 1,4% más con respecto a 2015. Su filial Allianz Seguros aumentó las primas un 4,7%, superando por primera vez los 3.000 millones de euros.

## Allianz supera por primera vez los 3.000 millones de euros en primas

El resultado operativo de las compañías del Grupo Allianz en España fue de 411 millones de euros, un +1,8% más que el año anterior. El resultado del negocio de Vida sustentó este crecimiento, así como la política de contención de gastos internos.

En lo relativo a las compañías aseguradoras del Grupo Allianz en España (Allianz Seguros, Fénix Directo y Allianz Popular Vida), los ingresos por primas aumentaron durante el año un 1,6%, hasta los 3.573 millones de euros.

En No Vida (+6,4%), Empresas ha crecido un 8,5%. Son destacables también los resultados obtenidos en Automóviles (+6,6%).

En cuanto a Vida, los resultados (-5,9%) corresponden con la estrategia de la compañía por buscar una mayor diversificación. De ahí que la compañía haya decidido hacer una apuesta menor por Vida Ahorro (-8,5%), a favor del negocio de Vida Riesgo, que en particular ha crecido un 9,5%. Asimismo, cabe destacar los buenos resultados del unit linked 'Allianz FondoVida', que ha crecido un 48,2% durante 2016.

En Allianz Seguros creció el número de clientes llegando a los 3,6 millones (+0,9%) y de pólizas hasta 6,2 millones (+2,2%) en 2016. Al cierre de 2016, 1,1 millones de clientes tenían contratada más de una póliza de Allianz (un 3% más).

El beneficio neto después de impuestos y minoritarios fue de 225 millones de euros, superando las previsiones internas de la compañía.





## CNP Partners incrementa un 51% sus ingresos por primas en 2016

CNP Partners ha registrado unos ingresos totales por primas de seguros de 332,9 millones de euros en 2016, un 51% más que en 2015, sin tener en cuenta las aportaciones a fondos de pensiones, que han llegado a los 25,4 millones de euros.

Las provisiones técnicas de la compañía se han situado en 1.796 millones de euros, con un crecimiento del 82% respecto al ejercicio anterior, mientras que los activos gestionados han crecido un 65%, alcanzando 1.941 millones de euros. CNP Partners ha registrado un beneficio después de impuestos de 3,4 millones de euros, lo que supone un crecimiento de 618% respecto al ejercicio anterior.

Por productos, destaca el crecimiento experimentado por CNP Partners en España en unit linked, con un incremento del 33% respecto a 2015.

CNP Partners inaugurará próximamente su nueva sede en la Carrera de San Jerónimo de Madrid, un impulso en el proceso de transformación en el que la compañía se encuentra inmersa, que incluye grandes retos en transformación digital y una firme apuesta por el cliente.

Por otro lado, la aseguradora ha puesto en marcha un consultorio radiofónico para dar respuesta a las consultas de seguros de Vida, planes de pensiones, inversiones y otros productos aseguradores.



## Markel International amplía sus suscripciones a los productos de Caución

Markel International España ha anunciado el comienzo de la suscripción del producto de Caución, ramo cuya apertura y preparación ya anunció en el pasado mes de febrero, ampliando así la gama de productos especializados que actualmente la compañía ofrece al sector asegurador.

Markel International está calificada con un Rating A (Strong) por S&P, A+ (Strong) por Fitch, y A (Excellent) por A.M. Best, que pone a disposición de sus clientes para asegurar el cumplimiento de sus obligaciones legales y contractuales.

Markel España enfocará la suscripción en productos como la caución técnica (licitación y ejecución de contratos públicos), garantías ante las autoridades aduaneras españolas, y soluciones en el sector energético, garantías MEFF ante el operador del mercado de energía eléctrica y garantías por la obtención del punto de conexión a red.



## La venta de pólizas crece un 11,52% en el primer trimestre

Los ingresos de las entidades aseguradoras por la venta de pólizas a cierre del pasado marzo ascendieron a 18.503 millones de euros, un 11,52% más que un año atrás. De este importe, 9.216 millones de euros correspondieron al ramo de No Vida y los 9.287 millones restantes al de Vida, según muestran los datos provisionales recabados por ICEA.

La facturación del ramo de No Vida aumentaba a cierre del primer trimestre un 3,46% en términos interanuales. La mejora de esta actividad se fundamenta en el tirón de todas las líneas de negocio, con mención especial de las pólizas de Salud y Automóviles. Los seguros sanitarios repuntaron un 4,48%, hasta los 2.117 millo-

nes. Mientras, las pólizas de motor incrementaron su aportación un 4,05%, hasta los 2.836 millones de euros.

La partida de seguros denominada “resto no vida” –que engloba las pólizas más ligadas a la actividad económica– y el ramo de Multirriesgos tuvieron, igualmente, un desempeño destacado.

Los seguros diversos aumentaron su facturación un 3,20%, hasta los 2.430 millones; mientras que la categoría Multirriesgos incrementó sus ingresos en otro 1,73%, hasta los 1.832 millones. Bajo este término se incluyen las pólizas de hogar, comunidades de vecinos, comercios e industrias.

El ahorro gestionado en productos de seguro de Vida, medido a través de las provisiones técnicas, alcanzó los 180.569 millones de euros en el primer trimestre. Este importe supone un incremento interanual del 5,93%, de acuerdo con las estimaciones de ICEA.



## Pelayo alcanza un acuerdo de colaboración con el Colegio de Álava y Vizcaya

Pelayo ha suscrito un convenio de colaboración con el Colegio de Mediadores de Seguros de Álava y Vizcaya.

Este pacto abarca aspectos clave de las relaciones profesionales como son la formación, el intercambio de instalaciones, la colaboración en actividades colegiales y participación en foros sectoriales locales.



## Más intentos de fraude, pero con menor impacto económico

En 2016 hubo más intentos de fraude al seguro, pero su impacto económico fue menor. Esa es la principal conclusión que se obtiene del sondeo realizado por **Unespa** entre sus entidades asociadas y dado a conocer con motivo de la entrega de los premios del XXIII Concurso sectorial de detección de fraudes que organiza **ICEA**.



En concreto, se estima que el pasado año aumentaron los intentos de fraude en el ramo de Automóviles. En concreto, seis de cada 100 lesiones por accidente de circulación esconden un fraude. Sobre todo en RC con personas lesionadas y en los partes por robo. Prácticamente todas las líneas de Multirriesgo (los seguros de Hogar, de Comunidades de Vecinos y de Industrias) notaron un incremento. Lo mismo se puede decir en Vida, Accidentes, Decesos y Subsidios. Solo algunas coberturas de Automóviles (RC por daños materiales y otras garantías), Comercios y Salud anotaron una caída de los intentos de estafa.

En los seguros de Vida, en dos de cada 100 ocasiones hay algún engaño en la reclamación. Subsidios y Decesos se encuentran parejas, con 1,5 intentos de fraude por cada 100 expedientes.

Si en lugar de analizar los casos se fija la vista en las cuantías reclamadas, el panorama cambia. Prácticamente en todas las líneas de seguro cae el impacto económico de los fraudes. Las excepciones son los ramos de Vida, subsidios y seguros diversos.

En el XXIII Concurso Sectorial de Detección de Fraudes, organizado por ICEA, Pelayo obtuvo el primer lugar en Automóviles y también el tercer premio, mientras que Mapfre se alzó con el segundo galardón. En Diversos, Reale Seguros se impuso por delante de AIG y Mapfre. En la categoría de Personales, Generali obtuvo el primer premio, por delante de Mapfre Vida y Reale Seguros.

## Las tarifas de nueva producción de Autos crecen un 1,2%

**Pricing Test** ha realizado el estudio comparativo de primas de marzo 2017 en 5 zonas (Madrid, Barcelona, Bilbao, Sevilla y Valencia), y ha detectado un incremento del 1,2% de primas medias de nueva producción de Autos.

Por modalidades, las variaciones promedio de targets y zonas revelan que todo riesgo ha subido la prima promedio un 2,0%, hasta los 1.067,30 euros; todo riesgo con franquicia ha caído un 5,2%, hasta los 515,30 euros; y terceros con lunas han subido las tarifas un 4,3%, hasta los 416,90 euros.





Regal ha celebrado Sant Jordi con sus clientes con una acción especial que



une la tradición catalana y la cultura aseguradora a través de la narración de la leyenda de una forma diferente: conservando el tono humorístico y el formato viñeta.

## Regal asegura Sant Jordi en su nueva campaña

El relato parte de la premisa de que en una historia bien asegurada nunca pasaría nada malo. Así, la leyenda cambiaría, ya que en esta historia los personajes están asegurados y nada puede salir mal.

“Queremos sorprender a nuestros clientes, acercarnos a ellos en los momentos especiales para ofrecerles una experiencia excelente y diferenciadora. Así, hemos querido celebrar con ellos la fiesta de Sant Jordi, una fecha clave de la cultura y la tradición catalana, dotándola de un toque original y divertido al más puro estilo Regal”, ha explicado Juan Miguel Estallo, director de Oferta -Mediadores y Marketing- de Liberty Seguros.

## El precio del seguro de Auto sube un 6% en el primer trimestre

En el último trimestre, el precio medio del seguro de Auto creció un 6% hasta los 645,6 euros, frente a los 608,87 euros del mes de enero, según el análisis de [Kelisto.es](#). En conjunto, la prima media del primer trimestre de 2017 se situó en los 616,2 euros, un 2,1% menos que en el mismo periodo de 2016, cuando se registró un precio medio de 629,6 euros.

Los seguros a todo riesgo experimentaron el mayor incremento de precio en el último trimestre, con una prima media de 1.417,4 euros en el mes de marzo, un 10,9% más que en enero (139,8 euros) y un 3,6% más que en el mismo mes de 2016. Por su parte, el seguro a terceros ampliado registró un precio medio de 417,3 en marzo, un 3,1% más que en enero (12,8 euros), y la prima media del seguro a terceros se situó en los 387,6 euros, un 1,7% más (6,4 euros) que en el mes de enero. Aunque entre enero y marzo de este año el precio medio del seguro de coche ha experimentado una ligera caída con respecto al primer trimestre de 2016, cuando se registró un precio medio de 629,6 euros, habrá que esperar para valorar si la tendencia al alza que se experimentó en 2016 –con un incremento del 7,9% con respecto a 2015- se mantiene o se modera.

### Incremento del precio en el seguro en el primer trimestre de 2017



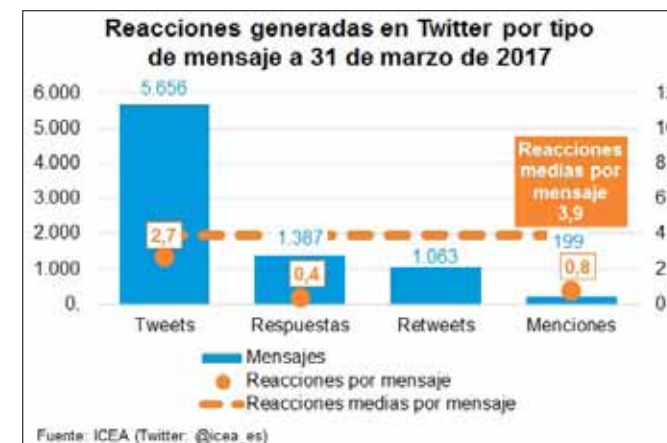
## Tres de cada cuatro españoles compara precios antes de contratar un seguro

El porcentaje de personas que compara precios en el sector asegurador ha aumentado más de siete puntos en el último año, y actualmente tres de cada cuatro españoles (76,2%) afirman hacerlo. Esta es una de las principales conclusiones del análisis realizado por [Rastreator.com](http://Rastreator.com) sobre las necesidades y demandas de los asegurados respecto a las coberturas.

Según el III Estudio de Comparación Online hacia el Ahorro Inteligente, una gran parte de los asegurados afirma estar informado y conocer en profundidad las coberturas que incluyen sus seguros. En este sentido, el mayor grado de conocimiento se da entre los asegurados de Moto (92,7%), seguido por Viaje (86,2%), Auto (83,6%), Salud (83,1%) y Hogar (81,7%). En el caso de las pólizas de Vida el conocimiento es inferior (75,2%).

El servicio recibido es, en general, un factor muy apreciado por los asegurados. De manera que, en la mayoría de las pólizas, el consumidor informado da mayor peso a la cobertura, la calidad del servicio y la asistencia frente al precio de las mismas. Las pólizas de Viaje y de Motor son aquellas en las que los asegurados valoran en mayor medida la calidad del servicio respecto al precio. En concreto, el 69,1% de los asegurados con póliza de Viaje, el 59,3% de los asegurados de Auto y un 62,4% entre los asegurados de Moto.

Estos porcentajes siguen siendo altos entre las pólizas de Salud (56,7%) y Hogar (50,9%), si bien resulta bastante inferior en el caso de las pólizas de Vida (39,8%).



## Aumenta la actividad de las aseguradoras en Twitter

En el primer trimestre de 2017, las cuentas en español del sector asegurador han generado 244 tweets de media por entidad, incrementándose cada mes respecto al anterior desde que comenzó el año hasta alcanzar los 5.656 tweets de media por entidad (5.526 de media por cuenta), según informa [ICEA](http://ICEA).

Esta actividad se ha incrementado ligeramente respecto al cierre de 2016, la influencia de la comunidad, tanto en la actividad generada directamente, como por la actividad utilizada por terceros.



## Jornada sobre el impacto de la reforma de las pensiones en las empresas

La presidenta de la [Confederación de Asociaciones Empresariales de Baleares \(CAEB\)](#), Carmen Planas, y el subdirector general de [Willis Towers Watson](#) y director en Baleares, Juan Carlos Tárraga, han inaugurado la jornada empresarial que bajo el título “Principales impactos de la reforma de las pensiones en las empresas” ha ofrecido un diagnóstico desde distintos enfoques y recomendaciones de actuación en condiciones óptimas tanto para la empresa como para los trabajadores en la situación actual.

La presidenta de CAEB ha señalado que “las pensiones son un gasto prioritario en nuestra sociedad del bienestar”, si bien ha incidido en que “la solución a la sostenibilidad del sistema actual de pensiones no puede plantearse a costa de las empresas y de los trabajadores, sino que también las administraciones deben avanzar en la racionalización del gasto público”.

Carmen Planas ha manifestado que “lo fácil es subir las cotizaciones sociales pero esto tendría efectos perversos sobre el empleo y podría perjudicar el aumento de los salarios al incrementarse los costes que soportan las empresas”.

El subdirector general y director en Baleares de Willis Towers

Watson ha explicado que “es prioritario empezar a planificar soluciones para las personas que vayan a jubilarse en cinco, diez o quince años porque con la eliminación en 2012 de la edad obligatoria de jubilación en España cada trabajador, excepto los funcionarios, puede jubilarse a la edad que quiera y, en muchos casos, al conocer la pensión que van a disfrutar optarán por retrasar la edad de jubilación dificultando de este modo la incorporación de las nuevas generaciones al mercado laboral”.

Juan Carlos Tárraga ha recomendado “planificar un proceso ordenado para dar solución a las personas que en un medio largo plazo van a tener que jubilarse, incentivando y dando alicientes a estas personas desde el punto de vista económico y también emocional, con un traspaso de conocimiento a las nuevas generaciones”.

En este sentido, Gil de Rozas ha señalado que “el Fondo de Reserva de la Seguridad Social llegó a contar con más de 60.000 millones de euros para hacer frente a este tipo de gastos en caso de déficit y este año cuenta con algo más de 15.000 millones y el III estudio del Fondo que ha realizado Willis Towers Watson pronostica que podría desaparecer en el último trimestre de 2018 o primero del 2019, en un escenario más optimista”.

En otro orden de cosas, [Willis Towers Watson Networks](#) ha incorporado a la cordobesa Hurtado y García S.L. Correduría de Seguros a su alianza, como parte de su plan estratégico anual de consolidar su presencia a nivel nacional.





## Adecose inicia la adaptación de sus corredurías al reglamento europeo de protección de datos

A mediados de mayo se produjo la primera reunión del grupo de trabajo puesto en marcha por Adecose para empezar a trabajar en la adaptación de sus corredurías asociadas al reglamento europeo de protección de datos.

La Comisión, integrada por expertos jurídicos pertenecientes a las corredurías asociadas, estará liderada por Juan Zabía, abogado especializado y experto en la materia, y se reunirá periódicamente para ir desgranando las distintas obligaciones que impone el Reglamento y facilitar pautas y modelos de documentos a los socios, para que puedan ir haciendo uso de los mismos en sus organizaciones.

El Reglamento de Protección de Datos, será de obligado cumplimiento a partir de mayo de 2018.

Por otro lado, el presidente de Adecose, Martín Navaz, y el director gerente, Borja López-Chicheri, han mantenido una reunión con la Subdirección de Servicios de la Dirección de Competencia de la CNMC para exponer las prácticas de entidades financieras que colisionan con la libertad de mercado y la normal competencia en la distribución de seguros.

Adecose ha incidido en tres aspectos fundamentales en la tramitación del Anteproyecto de Ley:

1. El efecto negativo que supone hacer coincidir la contratación del préstamo con la contratación del seguro, al tener el cliente que tomar decisiones sobre sus seguros en un contexto de presión, y que la adecuada contratación de un seguro es, al menos, tan importante como la financiación;
2. En el caso en que la entidad financiera requiera del cliente la suscripción de una póliza de seguro en cumplimiento de las obligaciones del contrato, debiendo aceptar pólizas de proveedores que ofrezcan un nivel de garantías equivalentes al propuesto por aquella, no pueda en ningún caso exigir al cliente el pago de gastos suplementarios ligados al análisis comparativo que pueda realizar en orden a verificar el nivel de garantías equivalente requerido para esas pólizas de seguro.
3. Si el cliente optara por contratar las pólizas de seguros vinculados o combinados a la financiación del préstamo hipotecario con la entidad financiera, porque considere que ha obtenido unas condiciones ventajosas, en los siguientes períodos de renovación de esas pólizas debe tener la oportunidad de elegir su propio proveedor de seguro si considera que la oferta se ajusta mejor a sus necesidades, no pudiendo la entidad financiera ni modificar el tipo, fijo o variable, ni las condiciones de concesión del préstamo.



En otro orden de cosas, se ha aprobado la creación de la Fundación Adecoase. “La fundación dará continuidad a algunos de los proyectos de la institución, ya en funcionamiento, y pondrá en marcha otros nuevos de RSC, comunicación, formación, información e innovación que transmitan a la sociedad la aportación de nuestro sector, tanto económica como en valores y sirvan de palanca al cumplimiento de la misión y visión de la asociación. Todo ello, siempre con la vista puesta en la prestación de un mejor servicio a los socios de Adecoase y a la difusión en la sociedad en general de la figura de las corredurías de seguros”, ha afirmado Navaz.

Por otro lado, a finales de abril se hizo entrega de los Premios Estrella Adecoase, que recompensan en las categorías de Oro, Plata y Bronce a las compañías que obtuvieron los mejores resultados en el Barómetro anual. En esta ocasión dos compañías, Arag y Reale, fueron galardonadas con la Estrella de Oro, el premio que reconoce la mejor Calidad Global del Servicio y el mayor compromiso con las iniciativas de la asociación.

También se ha reconocido con la Estrella de Plata (compañías mejor valoradas satisfacción global) a ERV, Chubb, Reale, Hiscox, Cigna, Arag y DKV.

Entre otras cosas, hay que señalar que Borja López Chicheri ha participado en el programa La Mañana, de TVE, en representación de la asociación, con objeto de poner en valor la importancia que tiene un asesoramiento profesional en materia de seguros.

Además, López-Chicheri defendió la solvencia del sector, la importante función social que cumple y la ejemplaridad con la que se ha comportado, especialmente en el pasado periodo de crisis.

Por último indicar que [Markel](#) se ha adherido al Código de Buenas Prácticas para la Gestión de Siniestros entre entidades aseguradoras y empresas asociadas a Adecoase.

## Más de 40.000 universitarios contrataron seguros de Artai a través de OnCampus

Más de 40.000 seguros para estudiantes universitarios y de todos ellos, el 95% alumnos de programas de movilidad. Estas son las cifras del curso académico 2016-2017 de [OnCampus](#), el portal de seguros especializado en la comunidad universitaria desarrollado por [Artai](#).

Artai ha querido premiar la confianza de todos ellos poniendo en marcha el sorteo de un SmartPack de última generación: smartphone, smartwatch y gafas de realidad virtual. El galardonado ha sido el estudiante mejicano Luis Fernando Contreras, que se encuentra en España estudiando el Grado de Ingeniería Informática en la Universidad de Oviedo a través de un intercambio internacional.

Con motivo de la entrega de este premio, el CEO de Artai, Joaquín Huergo, ha destacado que “los seguros diseñados en OnCampus para los estudiantes, se han convertido en la única póliza que cubre todas las necesidades de protección durante sus estudios y en actividades relacionadas con la Universidad”. Huergo ha asegurado que “desde OnCampus seguimos trabajando en productos nuevos de gran utilidad para ellos como el seguro de rotura de móviles, tablets y portátiles”.







## Aon defiende la adaptación del programa asegurador de las empresas a los riesgos cibernéticos

Las empresas tienen que adaptar constantemente su programa asegurador para prever los cambios intrínsecos en los riesgos cibernéticos. Ésta es una de las principales conclusiones de la intervención de **Aon** junto a **Iberdrola** en el XVIII Congreso Global de Ciberseguridad, Seguridad de la Información y Privacidad, Securmática 2017.

Rosa Kariger, CISO de Grupo Iberdrola; María Ortiz de Guinea, responsable del área de Casualty de la Dirección de Gerencia de Riesgos y Seguros de Grupo Iberdrola; y Carmen Segovia, responsable nacional de Ciberriesgos de Aon Risk Solutions, han participado en la exposición del caso práctico “Grupo Iberdrola: modelo de gobierno de la ciberseguridad e implantación de un programa de ciberseguros global”. Según Segovia, este proceso no finaliza con la compra de un seguro, dado que se trata de un proceso “vivo” que requiere de una adaptación constante del programa asegurador, debido principalmente a los cambios intrínsecos al riesgo, el desarrollo legislativo que establece nuevas responsabilidades que asegurar y la evolución del sector sobre la suscripción de los riesgos tecnológicos.

Durante la exposición del caso se ha enfatizado en el valor que aporta el seguro de Ciberriesgos como herramienta de mitigación de la pérdida económica sufrida tras una brecha de seguridad, así como la importancia de la concienciación y preparación de la alta dirección como vectores clave para conseguir una empresa sólida frente a las amenazas y ataques cibernéticos.



## El colegio de Cantabria y Ebroker firman un acuerdo de colaboración

El Colegio de Mediadores de Seguros de Cantabria y Ebroker han sellado un acuerdo de colaboración para promocionar el software entre sus colegiados.

La noticia se hizo pública en el foro de mediadores de seguros “Nuevas tecnologías en la Mediación de Seguros”, en la que Higinio Iglesias, CEO de Ebroker, impartió la ponencia “La transformación digital y el corredor de seguros”. En su intervención, habló del proceso de la digitalización en el sector, a través del aprovechamiento de las virtudes y beneficios que las tecnologías ofrecen al corredor, para adaptarse, a este irreversible proceso, y cómo de ello, se obtienen ventajas competitivas, como fidelizar al cliente, entre otras.



## El Colegio de Valencia aborda la identificación de nichos de negocio

La focalización en segmentos específicos de cliente identificando nichos de segmentos de mayor valor fue el tema central del taller del Plan Estratégico de la Mediación (PEM) que se desarrolló a mediados de abril en el [Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia](#).

Román Mestre, como conductor de estos talleres, recordó la diferencia entre segmentos y nichos de mercados, remarcando las características fundamentales de estos últimos, así como la posterior evaluación del nicho de mercado desde el punto de vista económico y de la preparación, experiencia y formación del mediador.

Posteriormente, se trabajó sobre la medición del potencial del nicho, haciendo especial hincapié en el análisis de la necesidad detectada, la atención por parte de otros competidores de la misma, el perfil demográfico de los clientes y su volatilidad. El taller finalizó con el estudio de la capacidad técnica para poder atender las necesidades del nicho de mercado, que incluye la negociación con las compañías para buscar una solución que dé una respuesta desde el punto de vista técnico-asegurador.

Por otro lado, el Colegio ha realizado otra sesión del PEM en la que se definieron

las necesidades de aseguramiento del segmento objetivo mediante la valoración del número de pólizas de los clientes y la realización de acciones específicas de venta cruzada.

Dentro de cada plan se estudió la manera de analizar la ratio de pólizas por cliente, además de saber qué información de cliente es relevante para poder realizar estas acciones teniendo en cuenta sus necesidades. La segunda parte del taller se centró en repasar la realización de campañas concretas por productos.

En otro orden de cosas, la asamblea general del Colegio de Valencia, además de aprobar por unanimidad las cuentas de 2016 y el presupuesto para el ejercicio 2017, se dio luz verde al aumento de partidas, como la destinada a servicios profesionales para hacer frente a una campaña de colegiación y a la cobertura de los servicios de protección de datos, que se prestarán gratuitamente



te a los colegiados. En cuanto a las cuotas colegiales, se informó de la congelación de las mismas para 2017.

Por otra parte, [Mutua de Propietarios](#) ha realizado una jornada en el Colegio para recoger el feedback de los mediadores y mejorar los procesos de gestión de la entidad.

Por último señalar que los mediadores valencianos han participado en un taller para trabajar a través de Facebook su propia marca personal, permitiéndoles ser más efectivos y productivos.

En el curso se ofrecieron conocimientos básicos sobre esta red social y se explicó cómo usarla para mejorar la reputación empresarial, conociendo la creación, configuración y puesta en marcha de una página en Facebook y su gestión de contenido.



## Comienza el quinto módulo del Programa Superior de Gestión de Riesgos en la Pyme de Cojebro

Cojebro continúa con el desarrollo del Programa Superior de Gestión de Riesgos en la Pyme, para capacitar a los directivos, gerentes y equipos de sus corredurías asociadas, con la impartición del quinto módulo en Madrid y Barcelona. La pérdida de beneficios y el lucro cesante, por parte de Allianz Seguros; y Caución y Crédito, por Cesce, Coface y Crédito y Caución, han sido los aspectos abordados.

Cuando finalicen los módulos presenciales, los participantes deberán desarrollar un proyecto de aplicación a su práctica profesional (proyecto final). Este proyecto estará tutorizado desde la Dirección-Gerencia de Cojebro y contará con unas sesiones prácticas (Practicum) en las corredurías de los socios de Cojebro.

Según Luis Carlos Mena, vicepresidente de Cojebro, este módulo continúa con el modelo formativo de orientar la especialización de las materias impartidas al cliente pyme, con un marcado acento comercial y de negocio.



66



## Genaro Sánchez presidirá el Consejo Andaluz de Mediadores

La candidatura liderada por Genaro Sánchez, presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Granada, ha sido elegida para presidir el Consejo de Colegios de Mediadores de Seguros de Andalucía, una vez que la Junta de Gobierno en funciones comprobó que todos sus componentes cumplían los requisitos exigidos por las normas electorales.

La candidatura de Sánchez, que ha sido la única que se ha presentado al proceso electoral, está compuesta por Elena Romero, que será vicepresidenta primera; Juan Antonio Márquez, vicepresidente segundo; Francisco Javier García-Baquero, secretario; y David Salinas, tesorero.





## El Consejo General presenta su proyecto de legislatura a la DGSFP

La presidenta del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, Elena Jiménez de Andrade, se ha reunido con Sergio Álvarez, director general de la DGSFP, y Raúl Casado, subdirector general de Ordenación y Mediación de Seguros de la DGSFP, para presentarles el proyecto que la nueva directiva del Consejo General llevará a cabo durante los próximos 4 años.

Jiménez de Andrade estuvo acompañada por el vicepresidente del Consejo General, David Salinas, y el nuevo secretario general, Pablo Wesolowski.

Durante la reunión, se abordaron igualmente temas de interés para la mediación de seguros, como son los relativos a la transposición de la directiva comunitaria IDD, así como otros asuntos importantes para el colectivo. En este sentido, la presidenta trasladó al órgano regulador la total disposición de esta institución a colaborar en todo lo que afecte al colectivo como corporación de derecho público que ejerce la máxima representación de los intereses de la mediación de seguros española.

Por otra parte, la Dirección del Consejo General también ha realizado una visita institucional a la sede de Unespa, en la que les recibieron Pilar González de Frutos, presidenta; y Mirenchu del Valle Schaan, secretaria general.



En el encuentro, el Consejo General se comprometió a reforzar la difusión de la campaña ‘Estamos Seguros’ a través de los medios a su alcance. Una iniciativa que Unespa puso en marcha en septiembre de 2016 para dar a conocer y poner en valor ante la opinión pública la labor que hace el seguro en favor de la sociedad.

En otro orden de cosas, el Consejo General ha mantenido un encuentro con Espabrok donde ambos organismos expusieron sus respectivas estrategias para enriquecer la oferta de valor a sus colectivos de mediadores. Además identificaron oportunidades conjuntas de colaboración.

Para Jiménez de Andrade, “el Consejo General representa los intereses de la profesión” por lo que, en este sentido, la institución “promueve y fomenta las relaciones con todas las asociaciones del sector ofreciendo su colaboración en todos los ámbitos de interés común”.

Los representantes del Consejo General y Espabrok han acordado mantener nuevas citas en un futuro, con el objetivo de compartir buenas prácticas y reforzar las relaciones y cercanía entre ambos organismos.

## Fecor analiza la evolución del Plan 16+

Fecor ha celebrado su primer Pleno del año en el que además del informe del presidente, explicando el estado de situación de los objetivos estratégicos que se establecieron en el “Plan 16 +” de la federación, se expusieron los últimos acontecimientos relacionados con la trasposición de la IDD y el anteproyecto de ley de distribución, producto de la participación de Fecor en las reuniones del Grupo de Trabajo y la Junta Consultiva de la DGSFP.



El Pleno continuó con un informe de actividad de las tres vicepresidencias que conforman la Junta Directiva:

- Planificación y Finanzas presentó el cierre contable del ejercicio anterior y el presupuesto del actual.
- Tecnología e Innovación reportó los últimos avances en el Proyecto EIAC, así como la renovación de la página web de la federación, en la cual se está trabajando.
- Relaciones Institucionales y Prácticas de mercado informó sobre la situación de los distintos casos de mala praxis cuya denuncia o solución se está gestionando desde la federación a favor de los consumidores afectados.

Un capítulo especial se dedicó a analizar el tratamiento que en el Anteproyecto de Ley de Distribución de Seguros y Reaseguros Privados se ha dado sobre algunas cuestiones, como la figura del

agente de seguros en régimen de no exclusividad, la de los operadores de bancaseguros, la no regulación de los cambios de posición mediadora, etc... puntos sobre los que Fecor mantiene una posición crítica como ha manifestado en los comentarios remitidos a la DGSFP.

Por último, se abordó la celebración del VI Congreso de Fecor que tendrá lugar en Pamplona el 20 y 21 de septiembre, así como la celebración de un acto con las entidades miembros del Grupo de Apoyo y las Asociaciones integrantes de la federación que tendrá lugar en el mes de junio y que versará sobre el Anteproyecto de Ley de Distribución, una vez se haga pública la versión definitiva.

En este Pleno se contó con la participación de Grupo Intercor tras su reciente incorporación, conformando así las diez asociaciones que en la actualidad integran la federación.



## Grupo Mayo apuesta por la feria agrícola

Grupo Mayo patrocina y participa como expositor en la feria **Infoagro Exhibition 2017**.

Desde su stand informó y aconsejó acerca de todos los seguros y servicios que las compañías ofrecen en la actualidad al sector agrario.

## El Colegio de Lleida da formación sobre el seguro de arte

El Colegio de Mediadores de Seguros de Lleida ha organizado la conferencia “Los objetos de arte y su aseguramiento”, impartida por Iñigo Nardiz, director comercial de la aseguradora Axa Art, especializada en la cobertura de objetos de arte.

Los puntos desarrollados por Nardiz en su exposición, fueron en primer lugar y, desde la perspectiva aseguradora, tener claro el concepto de objeto de arte asegurable. Después lo más importante a tener en cuenta para el aseguramiento es la valoración de estos bienes. Básicamente dos modalidades: valor declarado y valor convenido (donde se necesita la intervención de expertos tasadores).



Seguidamente hizo mención de los riesgos asegurables en función de la situación de los objetos de arte: en estancia para ubicaciones fijas, y riesgos en movimiento (transporte de estos bienes). También habló de las diferentes modalidades de pólizas que nos podemos encontrar, entre ellas, la denominada “clavo a clavo”.



## Antares firma el Pacto de Confianza de Newcorred

**Antares**, la entidad aseguradora del Grupo Telefónica, se ha adherido al Pacto de Confianza de **Newcorred**.

De esta forma se afianza la colaboración entre ambas organizaciones basada en la confianza mutua, así como en el apoyo incondicional, la ayuda, y la formación de los nuevos corredores y corredurías integrantes de la asociación.



## Albroksa consigue una sentencia que obliga al banco a devolver los gastos de constitución de la hipoteca

Los servicios jurídicos de **Albroksa** han obtenido la primera sentencia dictada en Extremadura que declara la nulidad del contrato de préstamo en virtud de la cual se imputa al prestatario todos los gastos relativos a la constitución del mismo y condena a la entidad financiera a reintegrar a su cliente los gastos satisfechos por éste en concepto de notaría, registro y hacienda.

Esta sentencia condena a Liberbank a abonar al prestatario la cantidad de 3.850,12 euros, más los intereses legales y las costas del procedimiento. Entre las distintas cláusulas del contrato se insertó una en virtud de la cual los clientes asumirían todos los gastos que, con carácter previo, simultáneo o posterior, se devengarán como consecuencia del otorgamiento del préstamo, para lo cual provisionaron a favor de una gestoría igualmente designada por la entidad prestamista, las cantidades correspondientes. Tras analizarse la cláusula en cuestión, la sentencia declara su nulidad por abusiva y como consecuencia de dicha nulidad acuerda la reintegración de los gastos satisfechos en virtud de la misma.

Son múltiples las demandas que en esta materia ya ha formulado el área legal de Albroksa y que están pendientes de resolución, siendo el importe medio de la reclamación planteada de en torno a 3.000 euros. Al mar-



gen de ello, desde estos servicios legales se siguen obteniendo sentencias declarando la nulidad de diversas cláusulas de contratos bancarios: suelo, intereses de demora, reclamación de posiciones deudoras...

Por otro lado, Albroksa, que continúa con su plan de expansión nacional, ha abierto cuatro nuevas sedes en las provincias de Almería (Fornieles & Pastor), Alicante (Segurblau), Sevilla (Mitrechú) y Barcelona (Conatus D&S SRL). Actualmente cuenta con una red comercial formada por 40 delegaciones franquiciadas en nueve comunidades autónomas.

Además, Albroksa ha informado de que ha cerrado el primer trimestre de 2017 con un crecimiento en base anual del 29% en pólizas y del 48% en primas netas.

## La correduría gestoría Fontestad se incorpora a ACS-CV

La **Correduría Fontestad** de Poble de Farnals (Valencia) se incorporó en abril a **ACS-CV**.

Según el responsable del área Mercantil de la asociación, Aurelio Gil, "esta incorporación refuerza el perfil del nuevo asociado de ACS-CV con implicación y desarrollo comercial".





## Red Mediaria refuerza su departamento de Siniestros

El próximo 1 de junio se inaugurará el nuevo Centro de Siniestros de Red Mediaria. La correduría también contará con los últimos avances tecnológicos en comunicación y tratamiento de la información.

A partir de ese día estará operativo un departamento compuesto por cuatro profesionales con experiencia en la tramitación de siniestros que darán servicio a socios y asociados.

## Los colegiados coruñeses continúan su plan de formación

El Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña sigue realizando los cursos que completan su acción formativa.



Entre otras, cabe destacar la impartida por Antonio García, director general de la empresa [SoftQs](#), para potenciar la innovación tecnológica en el sector.

Precisamente con esta temática realizó otra jornada con [Codeoscopic/Avant2](#). En ella se habló del Ecosistema Digital, un punto de encuentro entre compañías, mediadores y empresas de servicios que dan apoyo integral en todos los procesos de gestión de la correduría.

Por otro lado, el Colegio ha celebrado la jornada “Introducción a la gestión de siniestros”. La charla fue impartida por Mercedes Sánchez, responsable del departamento de Prestaciones de Diversos, y Antonio Muíño, técnico especialista de Siniestros, mediador de seguros titulado y profesor de la sección delegada del Cecas en el Colegio. Esta formación forma parte del proyecto “Vivero de Candidatos”, un plan de capacitación profesional y activación de empleo destinado a personas que quieran iniciarse o mejorar profesionalmente en el sector de la mediación, así como a mediadores de seguros y compañías que necesitan encontrar candidatos cualificados con los conocimientos y habilidades adecuados para trabajar en el sector.

Asimismo, el Colegio de La Coruña ha acogido la cuarta sesión presencial del curso +Salud +Vida. La jornada se dividió en dos sesiones, la primera conducida por Antonio Lara, consejero patrimonial de AXA Exclusiv. La segunda parte fue impartida José María Fernández, director de División de Planificación Comercial de Plus Ultra, que explicó la fiscalidad de los productos aseguradores.

Por último, comentar que el Colegio ha firmado un convenio de colaboración con [SoftQs](#) a través del cual la empresa tecnológica ofertará a los colegiados coruñeses el software de gestión iSegur en condiciones preferentes.

## Grupo PACC y Pelayo lanzan un nuevo seguro de Auto

Grupo PACC y Pelayo han lanzado el seguro de automóvil 'PACCAuto', con el que ambas entidades refuerzan su relación.

Las principales novedades que incluye este nuevo producto son que las indemnizaciones por siniestro total y robo serán durante los 2 primeros años a valor del 110% y durante los 3 siguientes a valor de nuevo (100%).

Además, se facilitará gratuitamente los 4 neumáticos nuevos si no existen siniestros durante los tres primeros años (a excepción de los siniestros con contrario sin culpa y los expedientes de asistencia en viaje). También se incluye el compromiso con los máximos niveles de servicio (1 hora grúa, 24 horas peritación y 72 horas entrega) cuando tenga un siniestro y, si no se cumple, no se le cobra la próxima renovación.

“Este lanzamiento refuerza nuestra apuesta por el Grupo PACC, estando cerca de ellos con un producto exclusivo como el 'PACCAuto', orientado a sus necesidades y con el máximo compromiso con la calidad de servicio”, ha señalado José Boada, presidente de Pelayo.

Por su parte Eduardo Ortega, presidente del Grupo PACC, señalaba: “Para nosotros el producto 'PACCAuto' refuerza nuestro valor añadido ante los clientes y red comercial”.



## El VII Desayuno de Trabajo del Foro Asegurador pone en valor las nuevas tecnologías

El Colegio de Mediadores de Seguros de Badajoz ha celebrado el VII Desayuno de Trabajo del Foro Asegurador Badajoz, que se centró en el valor de las nuevas tecnologías en el sector.

En la jornada sobre “Nuevas tecnologías como herramienta: La transformación tecnológica y la digitalización” el Observatorio Tecnológico de la Mediación desveló que no se usa suficientemente la tecnología, cuando todos los actores del sector, principalmente las entidades, están volcados en la comunicación y la experiencia del cliente, siendo los ejes de debate que condicionan el desarrollo presente y futuro de la mediación.

También se comentó la diversidad de la oferta de formación, tanto en su vertiente obligatoria como en la de reciclaje profesional.

En otro orden de cosas, el Colegio de Badajoz ha renovado su acuerdo de colaboración con [Unión Madrileña](#) y [Cristalbox](#).





## Fundación Uniteco regala un seguro de RC a los 50 mejores MIR de 2017

La **Fundación Uniteco Profesional** ha premiado a los 50 mejores MIR de 2017 con un seguro de RC durante el primer año de residencia y a los tres primeros, con una bolsa de estudios con dotación económica. Es el quinto año que se celebran estos galardones, en colaboración con la Fundación CTO que entrega gratuitamente el seguro de RC durante el primer año a los primeros 4.000 residentes, de los 6.681 de este año.

El presidente de la Fundación Uniteco, Gabriel Núñez, ha resaltado la necesidad de “no olvidar la vertiente humanista de la medicina, porque de nada sirve que seáis los mayores expertos en vuestras disciplinas si no aplicáis el calor humano que requiere todo tratamiento médico”.

La Fundación Uniteco Profesional ha entregado a los doctores Jorge Martínez, Marta García y Miguel Ángel Verdejo, los tres primeros en esta convocatoria MIR, una bolsa de estudios de 3.000, 2.000 y 1.000 euros respectivamente. Además, Martínez recibirá 500 euros adicionales por haber realizado el mejor examen.



## El Colegio de Madrid firma acuerdos con diferentes compañías



Elena Jiménez de Andrade, presidenta del **Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid**, ha firmado sendos acuerdos de colaboración con **AIG Iberia**, **Antares**, **Sanitas** y **Markel International España**. En todos ellos, la imagen de las compañías estará ligada a las actividades que la entidad colegial realice a lo largo de este año 2017.

Entre otras cosas, los colegiados de Madrid podrán contratar en condiciones ventajosas las pólizas que comercializan las distintas entidades.

## Grupo Summa se expande por el País Vasco

Mikel Lasa Correduría de Seguros se ha integrado en el Grupo Summa para desarrollar conjuntamente el plan de expansión y consolidación en el País Vasco.



Summa valora con gran optimismo esta gran oportunidad de establecerse en el País Vasco y con Mikel Lasa al frente como bastión y referente del seguro vasco, están convencidos de que en poco tiempo podrán hacer nuevas integraciones y se consolidarán como la correduría líder, seguramente, no

sólo en el País Vasco sino también en provincias colindantes, según afirma José Antonio Vargas, CEO del Grupo Summa.

“Un corredor mediano no puede hacer frente él solo a la avalancha de cambios que se nos avecinan. Solo organizaciones grandes y sólidas pueden hacerlo”, ha explicado Mikel

Lasa. “Hay muchos modelos ahora para elegir. Y elegir el socio adecuado en este momento es lo más importante que tenemos que hacer los mediadores”, ha añadido.

Según, Begoña Larrea, directora general del Grupo Summa, con esta operación inician un 2017 en el que tienen en perspectiva varias compras de negocios de mediación y varias integraciones, lo que les permitirá afianzarnos como el “primer consolidador de la mediación en España”.

74

## Ilunion Correduría de Seguros asegura a más de 30.000 voluntarios

Ilunion Correduría de Seguros cuenta ya con 30.258 voluntarios asegurados que prestan sus servicios en entidades sin ánimo de lucro, lo que supone un aumento de más del 20% con respecto al año anterior.

Esta póliza de voluntariado incluye coberturas de accidentes y gastos sanitarios, responsabilidad civil y cobertura de ámbito internacional para todos los voluntarios, independientemente de la edad y/o discapacidad. Esta póliza de voluntariado completa el

programa integral de seguros que esta línea de negocio ofrece a las entidades sin ánimo de lucro, y que incluye seguros de Responsabilidad Civil general, de Administradores y Directivos, Multirriesgo, Accidentes colectivos para usuarios y empleados y también Autos.





## La correduría Aspuru certifica su calidad

La correduría burgalesa **Aspuru**, socio y vocal de la Junta Directiva de Cojebro, ha obtenido la certificación de calidad ISO 9001:2015, acreditada por **Bureau Veritas**.

“Para nosotros es un orgullo ser la primera empresa de mediación de seguros en Burgos en obtener este certificado, pues supone un reconocimiento a nuestro sistema de trabajo. Esto nos anima a seguir mejorando nuestros procesos con la finalidad de que nuestros clientes estén satisfechos con nuestros servicios”, ha señalado Diego Bacigalupe, socio fundador y director de Aspuru.

## Cohebu pone en valor del seguro ante casos de dependencia

“Como expertos en la materia lo más complicado es hacer ver a nuestros clientes, en una sociedad en la que prima la inmediatez y el cortoplacismo, que hay soluciones para amortiguar el impacto que puede provocar un escenario tan trágico como puede ser una invalidez, dependencia o fallecimiento”. Así lo ha manifestado José Antonio Buzón, CEO de **Cohebu**, durante una ponencia sobre seguros de Vida Riesgo y Dependencia.



Buzón, que ha repasado “la amplia variedad de soluciones” en el sector, ha explicado que “un seguro de Vida no tiene nada que ver con el lujo ni con rentas altas, sino con la responsabilidad previsora de cada uno”.

En referencia a los más jóvenes, Buzón ha expuesto que “a pesar de ser una generación peor pagada que su predecesora” factores como la emancipación tardía permite que los millennials (generación nacida entre 1981 y 1995) puedan dedicar parte de su salario al ahorro.

La correduría ha presentado ‘Un Seguro’, la nueva plataforma orientada a la comercialización de seguros especializados para los millennials. Desde su web el usuario puede contratar productos adaptados a nuevos estilos de vida, como son por ejemplo protección para la identidad digital o seguros para runners y solicitar orientación cualificada para cada problema concreto.

Este proyecto, que también cuenta con una identidad propia en redes sociales, tiene como objetivo “transmitir la cultura aseguradora de una manera accesible no solo en la forma de articular los mensajes, sino en la comunicación omnicanal desde su nacimiento”, ha comentado Buzón, destacando que “el cliente debe sentir que habla con la marca, no con el canal”.



## Luis Manuel Halcón, nuevo delegado de Apromes en Andalucía Occidental

Luis Manuel Halcón es el nuevo delegado de **Apromes** en Andalucía Occidental. Halcón es licenciado en Derecho, Máster en dirección de empresas por IESE y socio director de seguros Veterinarios online y de la correduría Petplan, asociada de Apromes desde hace 3 años.



En el acto corporativo del nombramiento, Javier García-Bernal, presidente de Apromes, reconoció la trayectoria profesional del delegado, persona de amplia experiencia empresarial. Además aprovechó para exponer, en líneas generales, los trabajos que desarrolla esta organización entre los que se encuentra la rentabilidad de los diversos convenios de colaboración y distribución de seguros, así como el desarrollo tecnológico y la formación continua.

Por otro lado, dentro del desarrollo de expansión corporativa de la asociación en Andalucía, se ha incorporado la correduría Previlife Soluciones de Seguros y Servicios.

Esta compañía tiene su sede principal en Sevilla y próximamente va a abrir delegaciones en Madrid. Está especializada en seguros personales tales como Salud, Ahorro Vida y servicios para el bienestar familiar.

## NB21 amplía su presencia en Asturias con la incorporación de Asprin XXI

**Asprin XXI** (con oficinas en Grado, Avilés y Oviedo) se ha incorporado a **NB21** convirtiéndose en la segunda correduría asturiana que se integra en la compañía gallega.

“Los propietarios de Asprin XXI estamos firmemente convencidos de que la unión hace la fuerza, y en nuestro sector es cada vez más necesario el aflorar sinergias y socializar inversiones para seguir siendo competitivos. Decidimos unirnos a NB21, al tratarse de una correduría con experiencia en

la integración de pequeñas y medianas corredurías de seguros. Su sistema de integración está muy desarrollado, y ya desde el primer día se perciben las ventajas que ofrecen los recursos que ponen a nuestra disposición que, sin duda, nos ayudarán a mejorar nuestra capacidad competitiva y el nivel de

servicio que ofrecemos a nuestros clientes”, ha destacado Víctor González, socio de la correduría asturiana.

Para Álvaro Rodríguez, director general de NB21, esta incorporación afianza su objetivo de “gozar de presencia en todo el territorio nacional”.





## La primera Escuela Cojebro en Senegal abre sus puertas

Cojebro que entregó su Premio Solidario 2016, a favor de la ONG Yakaar África, para la creación de la primera escuela infantil en Cagnout, Senegal, ha visto cómo se hacía realidad con su inauguración en Semana Santa.

La escuela da formación a 50 niños de tres niveles diferentes. “Nos sentimos muy felices de haber contribuido a la construcción de la primera Escuela Cojebro infantil en Senegal, gracias a la extraordinaria labor humanitaria que desarrolla Yakaar África allí. ¡Felices y orgullosos! Deseo mandar un abrazo muy fuerte a su presidente, José María Piñero, y que traslade nuestro agradecimiento y felicitaciones al resto de los voluntarios de la ONG, animándoles a que continúen con los programas de educación y formación, y otros proyectos orientados a cubrir necesidades básicas que vienen desarrollando en aquella región africana”, ha señalado Antonio Muñoz-Olaya, presidente de Cojebro.

# A DIARIO

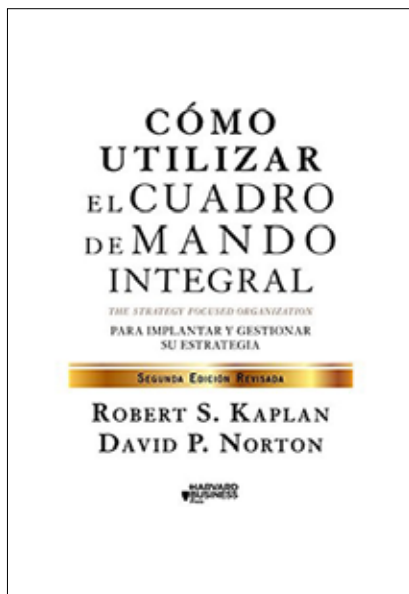
PymeSeguros es una publicación pensada por y para la pequeña y mediana empresa y los autónomos

## Todo lo que te interesa saber a un clic

PymeSeguros.com



Accede a las noticias de seguros y economía que te interesan



## Cómo utilizar el cuadro de mando integral

Para implementar y gestionar su estrategia

**Robert S. Kaplan /  
David P. Norton**

Editorial: Gestión 2000  
Precio: 20,95 € libro  
impreso

El Cuadro de Mando Integral (CMI) es un revolucionario e innovador sistema de gestión orientado a canalizar energías, habilidades y conocimientos específicos de los colaboradores de una organización hacia la consecución de objetivos estratégicos a medio y largo plazo. En el entorno empresarial actual, la estrategia es crucial. Sin embargo, muchas empresas no consiguen ejecutarla de forma satisfactoria. En esta nueva y revisada edición de su libro, ya convertido en clásico, Kaplan y Norton proponen un nuevo enfoque que sitúa la estrategia en el centro de los procesos clave de la empresa. Para ello utilizan ejemplos de casos reales de empresas del sector público y privado, señalando las diferencias que existen.

78



## La clave de la venta (selling to the point)

El nuevo rol del vendedor en el siglo XXI

**Jeffrey Lipsius**

Editorial: Empresa Activa  
Precio: 14 € libro impreso

El libro parte de la base de que los tiempos en los que había que “venderle” algo a alguien ya ha pasado, se acabó, esa idea no funciona. El problema no es del vendedor. Lo que los compradores necesitan de los vendedores es saber cuál es el objetivo de la venta. Y ¿cuál es el objetivo de la venta? Es muy simple: hacer que te quieran comprar.

Para transmitir mejor este concepto y que se entienda y se pueda aplicar fácilmente, el autor recurre a una amena historia de ficción protagonizada por un formador de vendedores de una gran empresa que, al primero que tiene que convencer del cambio de mentalidad, es a su propio jefe.



# FOTOGRAFÍA PROFESIONAL



Comunicación  
Prensa  
Foto corporativa  
Reportaje.....

Irene Medina  
677 552 881

[irene@irenemedina.com](mailto:irene@irenemedina.com)  
[www.irenemedina.com](http://www.irenemedina.com)



WORLDWIDE REACH. HUMAN TOUCH.

Asistencia en Viaje

## Vaya donde vaya, la tranquilidad viaja a su lado

En International SOS ponemos a su disposición el Seguro de Asistencia en Viaje más completo, para que solo se preocupe de lo que realmente importa: disfrutar de su viaje.



### Madrid

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

[www.internationalsos.es](http://www.internationalsos.es)