

MEDIA DORES

DE SEGUROS

Ciberriesgos

Los retos de los riesgos cibernéticos y sus posibles soluciones

Forinvest digital

El Foro Internacional del Seguro ante su edición más especial

Y ADEMÁS...

Los Colegios apuestan por la formación

Si quieres mejorar tu negocio y
la rentabilidad de tu **correduría**

Tu futuro pasa por aquí



En **SCV** te ofrecemos un proyecto empresarial a través de un modelo de gestión cercano, comprometido y responsable.

Súmate a **SCV** y aprovecha todas nuestras ventajas: orientación, servicio, formación, comunicación, eficacia, rentabilidad y gestión eficiente.

Asegura el futuro de tu correduría manteniendo tu cartera en propiedad.

Juntos, mucho mejor.

¿Hablamos?



C/ Fontaneres, 51 4º
46014 · Valencia
96 312 87 47
info@scvseguros.es

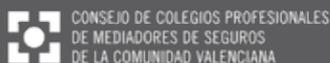
www.scvseguros.es



SUMARIO

PUBLICACIÓN BIMESTRAL
MARZO-ABRIL 2021

Nº 106



EDITA
**Consejo de Colegios
Profesionales de Mediadores
de Seguros de la Comunidad
Valenciana**

C/Micer Mascó, 27 46010 Valencia
Tel. 96 360 07 69
colegio@valenciaseguros.com

CONSEJO DE REDACCIÓN

Presidente
Antonio Fabregat

COORDINADOR

Rafael Perales Bellver

PUBLICIDAD

Franquicia Número Siete
Laura Jiménez Selva
Tel. 608 34 42 29
jimenez@fnsiete.com

PRODUCCIÓN GRÁFICA

Maquetación:
Franquicia Número Siete

IMPRESIÓN

PROCESOS Y SOLUCIONES
GRÁFICAS, S.L.U.
Polígono Tisneres
Avda. Dret de Manifestació, s/n.
Nave 16. 46600 ALZIRA



DEPÓSITO LEGAL

V-3728-2003

DIFUSIÓN
GRATUITA

4

SERVICIOS COLEGIALES

12

FORMACIÓN

Neuroventas. ¿Cómo funciona la mente de nuestro asegurado?
Curso Superior de Seguros
Atasco en el canal de Suez, por Jorge Pons. Consejero delegado de Quality Brokers
El Colegio de Valencia acude por noveno año consecutivo al Foro de Empleo de la Facultat d'Economia de la Universitat de València

20

ACTIVIDAD COLEGIAL

“Los Agentes de Seguros reclaman el uso de los datos compartidos con las compañías para poder hacer ventas cruzadas”

La digitalización en el ámbito asegurador, por Pedro J. Canut. Director general de Coloriuris

Mitos sobre por qué el mediador de seguros no capta clientes a través de Internet, por Juan Carlos Muñoz. Consultor de Marketing Online en PymeUp

El Colegio de Castellón mantiene un encuentro telemático con sus entidades patrocinadoras

Firma de protocolos
Castellón: Unión Alcoyana
Valencia: Mapfre, Salus, Santalucía, DKV, Asisa, Mutua Levante, Berkley
Alicante: Unión Alcoyana, Musepan

5

EDITORIAL

20

ASESORÍA

La protección jurídica de la reputación on line, por Sebastián Crespo Baeza. Socio Devesa y Calvo Abogados



34

NOTICIAS DEL SECTOR

Entrevista: María Teresa González. Socia colaboradora de Ruiz Re en Granada

Entrevista: Pablo Gaitán. Director general de SCV Correduría de Seguros
Nombramientos del sector

Forinvest 2021 afronta su edición más especial

El Consejo General se opone a que los mediadores de seguros sean incluidos en la normativa europea DORA

El Colegio de Alicante celebra el I Encuentro de Mujeres Aseguradoras

Los agentes colegiados contarán con un seguro gratuito de RC profesional

Los mediadores de seguros profesionales exigen que se actúe de oficio ante la mala praxis bancaria

6

TEMA DE PORTADA

Ciberseguridad: una necesidad urgente para las empresas

La covid-19 impulsa la concienciación entre las empresas sobre los ciberriesgos



34

ENTIDADES ASEGURADORAS

Entrevista: Xavier Fuertes. Gerente del departamento de Grandes Riesgos y Cyber de Fiatc Seguros

Senassur presenta sus novedades en Valencia

Plus Ultra presenta sus líneas estratégicas

Mutua Levante apuesta por la conciliación laboral

40

PROFESIONALES, DE CERCA

Marian Sidro. Agente exclusivo (Castelló)

Mario Quílez. Corredor de seguros (Valencia)

42

RECOMENDACIONES DIRECTORIO

“Derecho de daños tecnológicos, ciberseguridad e Insurtech”



ANTONIO FABREGAT

Presidente del Consejo de Colegios Profesionales de Mediadores de Seguros de la Comunidad Valenciana

ES ALGO MUY SENCILLO: NORMALIDAD

Cuando repasen los contenidos de este número 106 de Mediadores de Seguros comprobarán que las diferentes actividades que llevan a cabo los colegios se están acelerando. Ya sean acciones formativas, encuentros y protocolos con entidades o debates en torno a los más candentes temas de actualidad las instituciones colegiales de Alicante, Castellón y Valencia estamos plenamente comprometidos con algo muy sencillo, pero que a veces resulta difícil de lograr en el contexto que estamos viviendo: la normalidad.

Intentar acercarnos a la normalidad es también celebrar Forinvest este año. Por supuesto, y a excepción de la entrega de los premios anuales, que por primera vez se desarrollará en el Palau de la Generalitat con la participación del president Ximo Puig, el resto de actividades serán realizadas de manera telemática desde Feria Valen-

cia, incluido el Foro Internacional del Seguro. A todas las personas que integramos el sector asegurador nos gustaría poder citarnos en los pabellones de la feria, hablar y escuchar, saludarnos y pasar juntos una velada tan especial como la Noche de las Finanzas. Pero las circunstancias obligan, y en este sentido la tecnología se convierte en nuestra aliada para hacer posible la que, sin duda, será la edición más especial de la historia del certamen.

Por ello, quiero aprovechar estas páginas para felicitar a Alejandro Roda, director del certamen, y a Vicent Soler, conseller de Hacienda y presidente del comité organizador, por su capacidad para hacer posible que la llama de Forinvest siga brillando también en este incierto 2021 en el que las vacunas nos abren la esperanza de recuperar esa normalidad de la que estoy hablando durante todo el artículo, y



INSTALACIONES

Despachos y salas de reuniones con teléfono, internet, fotocopiadora y posibilidad de call working para uso profesional de usuarios con sus clientes.



INFORMACIÓN

Gerencia, secretaría administrativa, consultas, circulares informativas, legislación, certificados, contratos de agencia, cartas de condiciones, contrato colaboradores externos, asesoramiento en los expedientes de solicitud de autorización administrativa de corredores.



SEGUROS COLECTIVOS

Seguros de protección jurídica, seguro de salud y seguro de subsidio por enfermedad y accidente. Seguro RC Profesional.



BIBLIOTECA

Biblioteca profesional, informes técnicos y revistas del sector.



ASESORÍAS

Fiscal, Jurídica, Laboral, Informática y Técnica.



FORMACIÓN

Curso Superior de Seguros, Cursos de Formación, monográficos, seminarios.

que hace algo más de un año, cuando despedíamos la que sin duda fue la más concurrida de las ediciones del Foro Internacional del Seguro, que pensábamos a prueba de virus. A las puertas de lo que sería el año de la pandemia logramos configurar una cita de altura por sus ponentes y por la asistencia de profesionales.

Desde el Consejo autonómico hemos configurado, junto al equipo de Forinvest, una jornada de reflexión sobre las consecuencias que ha tenido la pandemia en el sector y, sobre todo, las claves para afrontar el futuro. Porque queremos mirar más allá, y pretendemos establecer las bases para que, una vez vencida la epidemia, afrontemos con éxito los retos que se nos plantean. Unos retos como la adaptación tecnológica que también tratamos ampliamente en estas páginas de la mano de numerosos expertos del sector, y que les invito a leer con atención.

También quiero poner en valor el premio concedido por Forinvest en el ámbito del sector asegurador, que ha tenido a bien reconocer la labor de todas las personas que trabajan en él. El premio Forinvest 2021 es para todos: mediación, compañías, colegios, asociaciones, instituciones como Unespa,... y por supuesto, y sobre

todo, para todos los empleados de cada una de las organizaciones. Vaya hacia todo el colectivo mi reconocimiento y mi profundo agradecimiento por el esfuerzo realizado por todos ellos.

También debo destacar públicamente el nombre de una persona muy querida por mí y que se ha hecho acreedor del Premio a la Mediación 2021: Eusebio Climent. Pocas personas se habrán hecho acreedoras, como él, de un premio que significa tanto para todos nosotros. Sus 12 + 1 años como presidente del Colegio de Alicante han supuesto un antes y un después, un punto de inflexión en cuanto a la modernización y al impulso de las actividades que de él nacen. Ha posicionado el Colegio de Alicante como uno de los más importantes de España y, con su impulso, también ha beneficiado al Consejo autonómico y a las actividades que promueve, como el Foro Internacional del Seguro.

Todo esto es normalidad. Todo esto es luchar sin descanso por ofrecer a las y los profesionales aquellas herramientas que requieren para su mejora continua y para su desarrollo. Todo esto es parte de una lucha, la que toda la sociedad mundial está librando contra el coronavirus, de la que estoy convencido que vamos a salir victoriosos.



ALICANTE

C/ Segura 13-1ª. 03004 Alicante
Tel: 965 212 158
alicante@mediaseguros.es
www.mediaseguros.com



CASTELLÓN

Av. Capuchinos, 14. 12004 Castellón
Tel: 964 220 387
csc@mediadorescastellon.com
www.mediadorescastellon.com



VALENCIA

C/ Micer Mascó, 27. 46010 Valencia
Tel: 96 360 07 69
colegio@valenciaseguros.com
www.valenciaseguros.com



RELACIONES PÚBLICAS

Festividad de la Patrona, premio “Casco”, premio “Estimat”, premio “Rotllo”, Semana del Seguro, Semana Mundial, Forinvest, colaboración con ONGs, relaciones con instituciones y otras asociaciones profesionales y campañas publicitarias institucionales.



CONVENIOS DE COLABORACIÓN

Convenios de colaboración entre el Colegio y diferentes entidades para conseguir unas condiciones más ventajosas para los colegiados, como riesgos laborales, financieros, puntos de registro (firma digital), mensajería, informática, protección de datos bancarios, correos certificados, viajes...



ATENCIÓN AL CLIENTE

Departamento o servicio de atención al cliente o del defensor del cliente para atender las quejas y reclamaciones formuladas por los clientes de las Sociedades de Correduría de Seguros según establece la orden ECO/734/2001.



TARJETA DE COLEGIADO

Identificación colegial y ventajas significativas en empresas asociadas.



PUBLICACIONES

Mediadores de Seguros, Revista del Consejo Autonómico (bimestral) y Aseguradores, Revista del Consejo General (mensual).



CÓDIGO DEONTOLÓGICO

Código Deontológico de la Medición de Seguros.



CIBERSEGURIDAD

UNA NECESIDAD URGENTE PARA LAS EMPRESAS



La pandemia que todo el planeta sufre desde hace más de un año ha comportado un incremento de los medios telemáticos en el ámbito laboral. Y, como consecuencia, un preocupante aumento de ataques informáticos.

Cualquiera de los estudios que se están llevando a cabo en la actualidad lo revelan: España es el país que más ciberataques sufrió durante 2020. De hecho, el informe elaborado por Hiscox que entrevistó a cerca de 7.000 empresas de todo el mundo entre noviembre y enero de 2021 así lo señala, además de aportar un dato muy preocupante: el español es el tejido empresarial con menos compañías calificadas como ciberexpertas. Según los responsables de este estudio, “es una mezcla muy peligrosa que además conlleva una consecuencia directa, los delincuentes saben dónde puede ser más sencillo operar y entre ellos existe una red de información con empresas y sectores de países especialmente vulnerables; ser los menos preparados nos hace más atractivos para ser atacados y, por lo tanto, penaliza los planes y capacidad de las empresas españolas para reducir esta brecha”. Estas conclusiones coinciden con las del

panel de expertos a los que ha consultado MEDIADORES DE SEGUROS. Por ejemplo, Jaime Heras, director comercial de Activexsoft, confirma este aumento, ya que “es cada vez más habitual estar sometidos a este tipo de acciones. Correos maliciosos, documentos comprimidos que contienen virus o correos con nombres que pretenden confundir la identidad de los remitentes”. Por ello, “en Activexsoft recomendamos prudencia en la toma de decisiones y siempre dejarse aconsejar por profesionales”.

Para Manuel Antonio Pérez, gerente de Click Soluciones Empresariales, “los ataques cada vez son más habituales y más dañinos. Nadie está a salvo de ser atacado, ni personalmente, ni como empresa”. Como consejo, Pérez señala que “todos deberíamos de estar preparados y tener un plan de contingencias para un rescate de nuestros datos”. Por contra, Antonio Ibáñez, director de proyectos de SIMS, aún confirmando el

citado incremento, prefiere poner las cifras en cuarentena, ya que “es muy bajo en comparación con lo que estamos viendo en el conjunto de noticias al respecto”.

Medidas que se deben adoptar

Ante esta preocupante escalada de incidentes cibernéticos los expertos aconsejan que, cuanto antes, las empresas o profesionales adopten medidas de carácter preventivo y, sobre todo, inviertan en formación. No en vano para Jaime Heras “lo más importante para las empresas es estar formadas y tener conocimientos generales de que estas cosas están ocurriendo”. Por otra parte advierte que “es muy interesante no descargar nada de nadie que no sea conocido, y revisar constantemente las direcciones de correo que hemos recibido, ya que la mayoría de los ataques vienen por aquí”.

Para Manuel Antonio Pérez hay dos cuestiones básicas que mucha gente a la altura del 2021 no tiene claro: “en primer lugar un buen antivirus, sin olvidar que el primer antivirus somos nosotros mismos. Segundo, una buena copia de seguridad que garantice no solo los datos de los programas de trabajo de la empresa, sino también todos los documentos anexos del día a día”. Unos consejos que, asevera, en caso de ciberataque, “nos podrían garantizar el día de después, sin traumas”.

En parecidos términos se expresa Antonio Ibáñez, que pone el énfasis en la necesidad de “buscar los servicios de un profesional especializado, tanto para asesoramiento como implantación de métodos y sistemas que limiten las vulnerabilidades tecnológicas de nuestra empresa”. Y, de nuevo, subraya la necesidad de “formar a los empleados para que conozcan los riesgos y de qué forma sus acciones pueden poner en peligro la seguridad de la empresa”.

Una adaptación... ¿muy rápida?

En estos últimos meses hemos asistido a una implementación forzosa de la tecnología en todo el sector asegurador, que se ha visto empujado a adoptar una serie de herramientas para cuyo uso, en ocasiones, no se contaba con una formación adecuada. Cuestiones como “las soluciones relacionadas con el RGPD, estrategias de copia de seguridad, firma digital de documentos o comunicación con los clientes”, tal como señala Antonio Ibáñez.

“Es muy interesante no descargar nada de nadie que no sea conocido y revisar constantemente las direcciones de correo que hemos recibido, ya que la mayoría de los ataques vienen por aquí”

En este sentido los proveedores de tecnología quieren hacer un llamamiento a la tranquilidad, ya que “la tecnología y la informática están en constante evolución”, tal como comenta Jaime Heras, que añade que para una empresa como Activexsoft “el constante desarrollo es un compromiso y reto diario apasionante”. No en vano, “los sistemas de gestión y web son cada vez más necesarios. Hacer estas herramientas sencillas, intuitivas y atractivas para el usuario es una tarea diaria para Activexsoft desde hace muchos años”.

“Desde Click”, añade Manuel Antonio Pérez, “hemos vivido este proceso con plena normalidad, intentando aprovechar la oportunidad que se nos brinda, de colaborar en un proyecto que nos mejora a todos”. En su opinión, “el sector asegurador no puede estar al margen de la evolución actual, y más teniendo en cuenta, el déficit que tenía tecnológicamente hablando. Es importante estar atentos en un escenario sin precedente, que podría llevarnos a cambios tecnológicos en los próximos años”.

Es evidente que aquellas empresas y profesionales que todavía no han dado el paso de la digitalización deben hacerlo cuanto antes, y más en el actual contexto marcado por la crisis sanitaria. “Es necesario como todo trabajo ir formándose y reciclándose”, recuerda Manuel Antonio Pérez, ya que “no podemos pensar en trabajar como hace 15 años, y más teniendo en cuenta que hoy en día, tenemos procesos que mejoran nuestro rendimiento y mejoran la



Jaime Heras (Activexsoft-Winbrok)



Manuel Antonio Pérez (Click)



Antonio Ibáñez (SIMS)

Sigue a la página 8

Viene de la página 7

carga administrativa”. Por ello, señala, “es importante revisar los procesos de trabajo anualmente, para saber en qué podemos mejorar internamente como de cara al cliente”.

Jaime Heras entiende las reticencias que puedan mostrar profesionales y empresas: “somos personas de costumbres y muchas veces hacer cambios en nuestras rutinas no es algo que todos llevemos bien. Pero lo cierto es que cada vez necesitamos gestionar más cosas en menos tiempo. Y la tecnología debe ser nuestra aliada en este sentido. Solo se puede conseguir de esta manera”.

La dinámica, no obstante, es imparable. Todos los interlocutores que forman parte del negocio asegurador utilizan la tecnología para relacionarse con ellos. Las comunicaciones se hacen a

través de correo electrónico, de plataformas de validación de remitente, el intercambio de datos está estructurado y automatizado, de forma que la intervención de las personas es mínima. Por todo ello Antonio Ibáñez enfatiza que “la tecnología está aquí para facilitar-nos las tareas, para que podamos centrar nuestros esfuerzos en lo realmente productivo, no en los medios para poder producir. Una buena estrategia tecnológica hace que el trabajo sea más sencillo, más rápido y fiable, y todo esto repercute en los costes de nuestro negocio”.

Conectividad con entidades

Uno de los temas recurrentes en los foros de debate del sector es el de la conectividad de los despachos de mediación con las compañías aseguradoras, caso de EIAC. En este sentido Manuel Antonio Pérez argumenta que, más que culminar, el proceso ha comenzado: “con la estandarización de los datos se ha dado un gran paso y pensamos que se puede mejorar mucho más. Pero es muy importante que sigamos en esta línea”, y siempre

subrayando que EIAC es “un estándar muy válido”. Para Jaime Heras los últimos meses han sido de avances: “nuestro sistema de gestión Winbrok trabaja de esta manera mediante EIAC con las compañías tecnológicas en su última versión. Este es un camino que sigue en desarrollo y mejorando. Las siguientes versiones de EIAC nos permitirán trabajar de una mejor manera con las novedades que incorpora”.

En cambio, Antonio Ibáñez señala un



dato preocupante: “por un lado, todavía hay corredurías reticentes a adoptar este formato de relación con las compañías, bien por desconfianza o bien porque no se adapta a su sistema de trabajo. Por parte de las compañías, no están todas al mismo nivel en cuanto a los procesos proporcionados”. En este sentido reconoce que “hay margen de mejora, ya que el trabajo realizado debería ser considerado como una primera “versión” y que sirva para ver los procesos que todavía faltan por incorporar”.

En parecidos términos se expresa Jaime Heras, que reconoce que “habrá muchas mejoras que hacer y muchas otras necesidades que se pueden valorar, como la tarificación mediante este procedimiento que sería algo a comentar en un futuro no muy cercano, que además sirva para abrir un nuevo mercado en la tarificación, ya que actualmente está monopolizado”.

Para lograr un estándar efectivo y ampliamente adoptado “deberían revisarse y corregir los puntos en que existe alguna ambigüedad”, como señala Antonio Ibáñez, ya que “hemos detec-

tado casos en que el criterio seguido difiere entre compañías. Creemos que necesitan una revisión, algo que vemos con normalidad después del despliegue que se ha llevado a cabo en el último año”.

Nuevas tendencias: la nube

Una de las grandes evoluciones tecnológicas que están viviendo los despachos de mediación en los últimos años es la adopción de servidores en nube para sustituir a los tradicionales en local. Pero, más que una tendencia, apunta Antonio Ibáñez, “diría que hay una predisposición a valorar esta opción. Hace relativamente poco, la idea de no tener un servidor propio ni se consideraba, generaba mucha desconfianza”. Ciertamente en la actualidad los clientes se interesan por la opción “nube”, piden información y son conscientes de que es algo ampliamente utilizado. Por

ello SIMS “como proveedores de software, hemos priorizado la comercialización de nuestro producto en la versión “nube” por las ventajas que tiene tanto para nosotros como para nuestros clientes, y hemos de decir que está siendo bien recibida”.

Jaime Heras señala que “cada vez son menos las corredurías que trabajan en modo local. Aunque nuestro sistema Winbrok permite trabajar de ambas formas, la tendencia poco a poco lleva la dirección de trabajar en nube, ya que esto mejora notablemente la seguridad de los datos de todos los negocios”.

Aunque es evidente que la tendencia está ahí, Manuel Antonio Pérez señala “los motivos económicos de las grandes empresas, que juegan un factor importante para que nos quieran arrastrar hacia el trabajo en la nube”. Ante esta cuestión, el compromiso de las empresas como Click “está y debe estar siempre con el cliente, informándole y asesorándole para que él mismo pueda sacar conclusiones y decidir. Que el cliente sea el centro de nuestra tendencia, dependiendo de su necesidad y su estructura”.



Tranquilidad

En Asisa queremos asegurar tu tranquilidad y la de los tuyos. Y para ello, sabemos que debemos ir mucho más allá de cuidar de tu salud. Por eso, además te ofrecemos seguros dentales, de vida, accidentes, decesos, viajes y mascotas. Para que así, tengas siempre la tranquilidad de tener protegido todo lo que más te importa.

**Salud | Dental | Vida
Accidentes | Decesos
Viajes | Mascotas**

Asisa Valencia
Carrer de l'Ambaixador Vich, 3

asisa 

900 10 10 21 | asisa.es

LA SEGURIDAD EN EL TELETRABAJO

José J. Ivars y Salvador Cabello

CEO de Ivarstec / CEO Seynor

Delegados de Protección de Datos de los Colegios de Valencia y Castellón



El teletrabajo ha venido para quedarse. La expansión de la pandemia y las necesarias medidas de contención han alterado en muchos sectores la forma de desempeñar nuestras obligaciones laborales.

Esto no significa que no existiera antes, esto significa que, provocado por una situación excepcional como ha sido la covid-19, muchas empresas y profesionales han tenido que ejercer su actividad o parte de ella en modalidad de teletrabajo. Y no solo ha sido el hecho de tener que trabajar a distancia, ha sido que estamos viviendo momentos y situaciones de cambio, la tecnología ha dado un salto cualitativo y cuantitativo,

teniendo que buscar y aprender a utilizar herramientas, que en muchos casos antes aun no nos habíamos planteado utilizar, como pueden ser las reuniones por videoconferencia, gestión de recursos en la nube, etc...

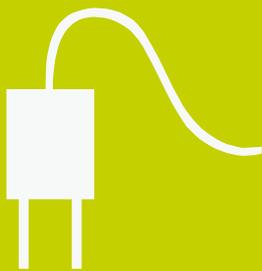
El trabajo a distancia no es algo nuevo, esto ya está contemplado en nuestra normativa, el propio Art. 13 del Estatuto de los trabajadores ya recoge el trabajo a distancia, y es tal la importancia que ha adquirido, que el legislador se pronunció sobre este tema en cuestión para aclarar y definir su aplicación, dando lugar al Real Decreto Ley 28/2020, de 22 de septiembre, de trabajo a distancia. En este texto se recogen los derechos, obligaciones y uso de los medios digitales.

Debemos resaltar que el teletrabajo tiene muchísimas implicaciones, tanto para el trabajador que está o realiza parte su actividad bajo esta modalidad, como para las organizaciones que lo han implementado. Podemos destacar, la definición de una serie de medidas y protocolos dirigidas a las empresas (Responsables del Tratamiento) como tanto de seguridad, como de políticas de uso de las herramientas de hardware y software que se utilizarán durante el trabajo a distancia y recomendaciones

dirigidas al personal laboral. Seguidamente hablaremos de ellas más en profundidad, pero antes debemos aclarar las implicaciones que tiene el teletrabajo dentro del Reglamento Europeo 2016/679 de Protección de Datos y la Ley 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales (LOPDGDD). El teletrabajo implica el tratamiento de datos e información de la que es propietaria y responsable la empresa, de ahí que adquiera la condición de Responsable del Tratamiento. No entraremos a definir cuáles son las obligaciones de cumplimiento de esta norma por parte de las empresas, puesto que ya es de sobra conocido que todas las empresas y profesionales que durante el desarrollo de su actividad manejen datos de carácter personal, están obligados al cumplimiento de todas las disposiciones de la LOPDGDD.

Máxime aún cuando además de esta obligación, debemos proteger uno de los activos más valiosos que tiene la organización que no es otro que nuestra información.

En la siguiente página aportamos algunas recomendaciones prácticas que deben tener en cuenta las empresas para afrontar el teletrabajo.



DESCONEXIÓN DIGITAL

Además de las recomendaciones de la página 13 no debemos olvidar que otro punto que está estrechamente vinculado al teletrabajo: el derecho a la desconexión digital en el ámbito laboral que viene recogido en el Art. 88 de la LOPDGDD.

Los trabajadores tendrán derecho a la desconexión digital a fin de garantizar, fuera del tiempo de trabajo legal o convenientemente establecido, el respeto de su tiempo de descanso, permisos y vacaciones, así como de su intimidad personal y familiar.

La empresa, elaborará una política interna dirigida a los trabajadores, en la que se definirán las modalidades de ejercicio del derecho a la desconexión y las acciones de formación y de sensibilización del personal sobre un uso razonable de las herramientas tecnológicas que eviten el riesgo de fatiga informática.

**DECÁLOGO DE LA SEGURIDAD
EN EL TELETRABAJO****1 TELETRABAJAR A TRAVÉS DE VPN**

Debemos evitar accesos directos a través del servicio de escritorio remoto de Windows, ya que supone un punto de entrada muy vulnerable para los ciberdelincuentes. Una VPN permite el acceso seguro a servicios y servidores sin exponerlos a riesgos de accesos no autorizados. Actualmente, los ciberdelincuentes aprovechan los accesos a través de escritorio remoto de Windows para inyectar ransomware que encripta toda la información a cambio de un rescate económico.

2 PORTÁTILES SECURIZADOS PROPORCIONADOS POR LA ORGANIZACIÓN

En la medida de lo posible, debemos evitar que los trabajadores usen sus propios equipos personales. Es altamente recomendable proporcionar a los trabajadores equipos de la propia la empresa, actualizados y con las medidas de seguridad necesarias.

3 IMPLEMENTAR UNA CONFIGURACIÓN SEGURA EN LOS EQUIPOS

No dejar en manos del personal la configuración de seguridad de los equipos. Ésta debe ser realizada por la organización de manera que se garantice la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información. Entre las principales medidas destacan:

- Configuración VPN
- Antimalware actualizado.
- Firewall del equipo activado.
- Acceso restringido por contraseña.
- Bloqueo automático de sesión información a cambio de un rescate económico.

4 ACTUALIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

Muchas de las vulnerabilidades de seguridad ocurren debido a la falta de actualizaciones del sistema operativo y de las aplicaciones informáticas que se utilizan. Por tanto, es importante:

- Vigilar el estado de actualización de todos nuestros dispositivos y aplicaciones.
- Elegir la opción de actualizaciones automáticas siempre que esté disponible.
- Instalar las actualizaciones tan pronto como se publiquen, especialmente las de los sistemas operativos, navegadores y programas antivirus.

5 CERRAR LAS APLICACIONES O CONEXIONES QUE NO SE ESTÉN UTILIZANDO

Es un principio básico de ciberseguridad que aquellas aplicaciones que no sean requeridas para el trabajo deberían desinstalarse. Cuantas menos puertas de entrada proporcionemos a los ciberdelincuentes, mejor.

6 ANÁLISIS PERIÓDICO COMPLETO CON EL ANTIVIRUS

Se debe realizar de forma programada y automática, y debe examinar por completo el equipo en busca del malware, para así confirmar la no existencia de elementos maliciosos que comprometan su seguridad.

7 REGISTROS Y AUDITORÍAS DE LAS CONEXIONES REMOTAS

Es conveniente habilitar el registro de las conexiones remotas que se lleven a cabo para que, en caso de que ocurriera una actividad inusual, tener evidencias de quién está conectado en ese momento, qué ha cambiado, etc.

El Estatuto de los Trabajadores habilita a la empresa a implementar medidas de control para verificar las obligaciones del trabajador. No obstante, SIEMPRE se debe informar previamente al trabajador y, en caso de que exista, al Comité de los Trabajadores.

8 CANALES DE COMUNICACIÓN PARA REUNIONES VÍA INTERNET

Las videoconferencias forman parte importante del teletrabajo y la selección de este tipo de servicios y herramientas no debe dejarse al azar. Es importante asegurarse de la seguridad de la solución que escojas, analizando su política de privacidad y analizando qué seguridad ofrece.

9 BLOQUEO DE CONEXIONES USB O ESCANEAR TODOS LOS CONECTADOS

Los dispositivos USB son una fuente importante de virus y malware que compromete la seguridad de todo el equipo y que pudiera ser transmitida a toda la red de la organización.

Por otro lado, debemos evitar que el trabajador copie información para la cual no está autorizado y la destine a otros usos indebidos.

10 LISTADO ACTUALIZADO DE PERSONAL DE TELETRABAJO

Es recomendable hacer un exhaustivo control de los usuarios que están autorizados a acceder de forma remota, su dirección IP y medio de conexión.

NEUROVENTAS

¿CÓMO FUNCIONA LA MENTE DE NUESTRO ASEGURADO?



Los colegiados de Castellón pudieron conocer cómo aplicar al ámbito de la venta los conocimientos del funcionamiento del cerebro obtenido por las neurociencias y el neuromarketing. Fue gracias al taller de FIATC impartido por Juan Sebastián Rodríguez, quien nos ofrece un extracto de su intervención en este artículo.

Todos nos hemos podido encontrar con las situaciones que os traslado a continuación en un proceso comercial de venta de un seguro:

1 - Tenemos el seguro, hemos realizado un proceso de venta impecable, el precio es adecuado y encima es la solución para nuestro cliente, pero a pesar de todo esto, no nos lo ha comprado.

O esta otra:

2- No es la mejor opción, la prima es más cara y el proceso comercial ha sido muy corto y a pesar de todo nos han comprado el seguro de salud y el de hogar, además hemos agendado para ver la

póliza de Decesos. Estas situaciones y otras más son las que cotidianamente nos suceden, pero no les hacemos caso ya que vamos vendiendo pólizas con mayor o menor facilidad, las cosas van funcionando y no nos paramos a analizar lo que sucede.

Si os parece, en este artículo y en el curso de FIATC de neuroventas nos vamos a parar un momento para intentar dar respuestas.

¿Qué ha sucedido? ¿Qué le ha pasado por la mente del cliente para que haya decidido comprar o no? ¿Por qué yo y no otro? o ¿por qué otro y no yo?

Y descubrimos que las respuestas a todas estas preguntas las intenta responder la neurociencia desde hace muchos años y que nuestros colegas de marketing las utilizan en gran parte de sus campañas.

El neuromarketing es muy reciente, ya que nació en la década de los 90 y fue introducido en 2002. Su funcionamiento es claro: en primer lugar, adquiere todos los conocimientos a través de herramientas y metodologías de la neurociencia y de la psicología y posteriormente investiga y estudia cómo se comporta el cerebro de nuestros clientes en un proceso de compra.

Por tanto, vamos a adquirir los conocimientos del neuromarketing para trasladarlo a las ventas aseguradoras. Lo primero que descubrimos es que hemos pasado de las ventas y compras por productos de una forma racional a hacerlo a través de las emociones. Precisamente es lo que hace el neuromarketing y, en concreto, actuando sobre nuestro subconsciente e inconsciente donde se concentra el 85% de las decisiones de compra.

Siguiendo con nuestro análisis de lo que aplica el marketing, vemos que al concentrarse en que las ventas son emocionales nuestro cerebro no se activa para tomar la decisión positiva de compra



si no hemos generado confianza con el cliente. Según la neurociencia éste es el motor emocional de venta de cualquier necesidad aseguradora ya que no compramos nada importante en nuestras vidas a alguien en quien no confiamos. Nuestro objetivo principal en una visita es conseguir que nuestro cliente confíe en nosotros. Hemos de ir a conectar con él, es decir, hacernos amigos del cliente. *Hemos de hacer amigos en las ventas para hacer ventas a los amigos.*

Y esta ha de ser nuestra meta. Usando las neuroventas vais a conseguir mucho más que una póliza ya que un español/a tiene una media de 7 necesidades aseguradoras así que, si te haces su amigo, es decir, si te otorga su confianza, vamos a por 7 y no a por 1.

Toda esta reflexión nos lleva a ¿cómo lo hacen?, ¿cómo puede saber lo que sucede en el cerebro de mi cliente?

Ahí hemos de empezar a estudiar nuestro cerebro y analizar como actúa frente a un estímulo de compra de una póliza. Nos centramos en la teoría de los tres cerebros:

- **REPTIL:** el instituto puro. Es el que nos hace huir, comer... Es el que hace que tengamos una primera impresión de alguien (5" son los que tenemos para tomar una primera impresión de alguien).
- **LÍMBICO:** es el emocional. Si trabajamos la empatía activa y real con el cliente le generamos una emoción positiva (él querrá estar con nosotros).
- **CÓRTEX O NEOCÓRTEX.** El racional. Es el que menos actúa. Solo se pone a trabajar si el reptil y el límbico son activados.

Os recomiendo que empecéis a trabajar el primer contacto con el cliente, vuestra sonrisa, vuestro lenguaje corporal, vuestra presentación, ya que estas acciones harán que vendáis más soluciones aseguradoras.



VALENCIA: ABSOLUTA NORMALIDAD

El segundo trimestre del Curso Superior de Seguros organizado por el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia ha culminado satisfactoriamente con la celebración del examen correspondiente a los temas impartidos desde el mes de enero.

Este periodo lectivo se ha caracterizado, según la comisión de Formación del Colegio, por una “absoluta normalidad”, que ha permitido llevar a cabo las clases presenciales “siempre atendiendo a las limitaciones propias de la situación sanitaria”. En este sentido la comisión pone en valor el trabajo del profesorado del curso, “que han logrado transmitir con éxito y de manera precisa unos conocimientos que serán básicos para el desarrollo profesional del alumnado”. La prueba se celebró el miércoles 7 de abril de forma telemática.

CASTELLÓN: RENDIMIENTO ÓPTIMO

Tanto en el Colegio de Castellón como en el de Valencia la prueba se celebró el miércoles 7 de abril de forma telemática, tal como prescribió el CECAS para las convocatorias de toda España. El claustro puso en valor los conocimientos adquiridos por el alumnado, algo que se tradujo en unas calificaciones satisfactorias “que ofrecen una inmejorable base para culminar con éxito el curso en el mes de junio”, tal como se subraya desde el Colegio.

El alumnado probó los conocimientos adquiridos durante el trimestre referidos a los módulos 2, 3 y 5 del temario, con cuestiones como la dirección y gestión de la empresa de mediación, los seguros de daños o el ordenamiento legislativo.



ALICANTE: EXIGENCIA MÁXIMA

Tras un trimestre intenso, en el que los alumnos del Curso Superior de Seguros de Alicante impartido por el Centro de Alta Formación Aseguradora (AFA) han dado lo mejor de sí mismos, llegó el momento de la verdad. Quizá no sea tan dramático desde este escrito pero al menos sí muy importante para los 19 alumnos que se presentaron, otros 7 contaban con convalidaciones y tienen aprobada la materia. El hecho de que este examen elimine materia eleva la exigencia de la convocatoria pero al mismo tiempo premia la constancia en la preparación y el estudio.

De nuevo estrictas medidas de seguridad en el Colegio de Alicante, distancia, gel, mascarillas, ventanas abiertas y los nervios, los temidos nervios, unos por habérselo preparado muy bien y tener la incertidumbre del contenido del examen, otros pensando que mejor no pregunten de un tema u otro y los menos casi sin ninguno con pocas o ninguna esperanza de aprobar. Fue un examen exigente pero acorde con el nivel de las clases impartidas por un profesorado siempre dispuesto a facilitar la comprensión y el estudio de la materia. Hemos vivido un trimestre en el que se han combinado las clases on-line y las presenciales con una plataforma on-line siempre abierta y accesible con pruebas y casos prácticos y se ha mantenido un nivel de exigencia muy alto.



ATASCO

EN EL CANAL DE SUEZ

Jorge Pons

Consejero delegado de Quality Brokers



Jorge Pons, consejero delegado de Quality Brokers Correduría de Seguros y profesor de Transporte Marítimo del Curso Superior de Seguros del Colegio de Valencia, narra en este artículo exclusivo las implicaciones que para el seguro ha tenido el ya célebre accidente del mercante Ever Given en el canal de Suez.

No es el título de una película, pero bien lo podría ser pendiente de su estreno y seguro que en poco tiempo tendremos documentales que nos aportaran con claridad lo ocurrido, ya que efectivamente es un accidente marítimo de gran trascendencia que sin haber grandes daños materiales ni pérdida de vidas, ha tenido repercusión por afectar al tráfico mundial de mercancías en una de las mayores rutas rápidas del mundo que comunica Asia con Oriente medio y Europa.

Los hechos fueron así... el 23 de marzo (7:40h) el buque Ever Given, fletado por Evergreen Marine y operando bajo bandera panameña y cuya ruta era Malasia – Europa, (Puerto de Rotterdam), cruzando el canal de Suez y supuestamente debido a unos fuertes vientos de sur que le entraban por babor y que le hicieron alcanzar los 12 knts, encalla y queda cruzado en diagonal bloqueando el canal. Popa en África, proa en Asia.

Para tener una mejor idea de lo que puede acarrear un siniestro de este tipo, es bueno ver sus magnitudes.

El canal que data de 1869 tiene una larga historia en conflictos, en estados fuera de uso, guerras, bloqueos y puestas en marcha, pero nunca sin el tráfico actual, ya que cerca del 13% del tráfico mundial y el 30% de CNTR, pasa por esta vía de 103 millas de longitud, de Suez en el mar Rojo hasta Port Said en el Mediterráneo, y 280 metros de ancho en la zona afectada que se estrecha a una longitud real de 120 metros por su calado, y vía clave para abaste-

cer a Europa y al continente americano con un perfil consumista que la hace mas importante si cabe.

Dada la dirección del buque, Asia-Europa, el buque va cargado en la totalidad de sus CNTR, (no ocurre así en la dirección opuesta). Bienes de consumo, en especial IKEA, textil, calzado, electrónica, café, ganado, gas incluso el preciado petróleo, se vio afectado durante los seis días de bloqueo, influyendo incluso en los precios por miedo a un posible desabastecimiento que no se produjo.

El buque tiene una eslora de 399,94 metros, una manga de 58,8 metros, una profundidad de 32,9 metros, un calado completo de 15,5 metros y un tonelaje bruto de 220.940 tn; La capacidad de contenedores es de 20.124 TEU y lleva una tripulación en torno a 25 personas... tan solo.

Su altura con carga completa llega a los 70 metros y 23 pilas de CNTR. Tan solo hay unos 70 mega cargueros similar al Ever Given navegando y solo 20 puertos en el mundo tienen capacidad para dar servicio a tales dimensiones, dado que la mayoría de las grúas portuarias atienden buques con 20 pilas de CNTR cargados, lo que ya indica el problema existente.

Tras seis días de intentos por liberar el buque, el 29 de marzo a las 5:30 am y aprovechando la marea viva de subida, logran liberarlo con la ayuda de retroexcavadoras para dragar ambas orillas y con 8 remolcadores para tensionar las operaciones y de esta forma a los tres días reestablecer el tráfico de



los 420 buques que estaban a la espera de navegar por un canal que diariamente atiende a cargueros por un valor de 9.000 millones de euros, sin contar otras materias primas, que ahorra 9.000 km de navegación y 7 días de duración de travesía y que ha hecho que se estimen unas pérdidas durante el bloqueo de más de 80.000 millones de USD.

El coste o peaje de atravesarlo, puede estar en torno a los 300.000 USD para estos buques y las pérdidas para el canal se estiman en unos 15 millones de USD diarios.

Vistos los datos y ya puestos en materia aseguradora, se prevé un aluvión de reclamaciones contra el armador y por lo tanto contra su P&I por daños y perjuicios por los retrasos y/o extra-costes incurridos derivados del bloqueo, los aseguradores de H&M tienen unos gastos importantes de salvamento a pesar de los pocos daños que sufrió el casco, la autoridad del canal también querrá reclamar...y podría ser que a su vez, fuera reclamada.

El porteador va a intentar alegar las excepciones del art 4.2 de Hague-Visby Rules y hay varios puntos a los que se

podría acoger siempre y cuando le ayuden los hechos.

Por otro lado, siempre está la limitación de responsabilidad por daños y/o retrasos o ambas cosas a la vez a la que se puede acoger el armador y que también está legislado.

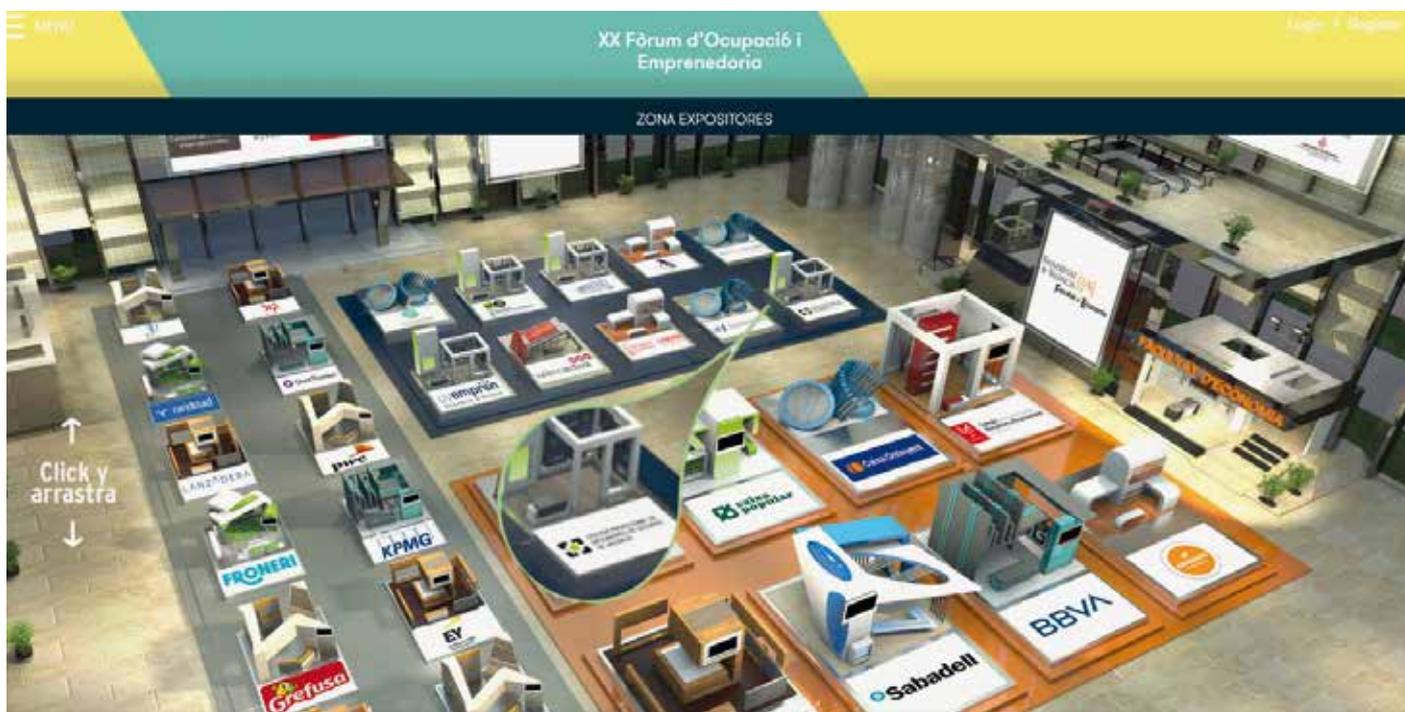
Las posibles reclamaciones dirimidas en la/s Corte/s de un estado/s parte en este suceso, dependerá de quien reclama, quien sea y donde es reclamado y de la bandera que enarbola el buque, que evidentemente, no ayuda. Lo que parece claro y a falta de ir viendo como se mueven los diferentes bufetes de abogados es que los gastos de salvamento se facturarán al armador y este querrá repercutir a la carga vía Avería Gruesa.

En cuanto a lo concerniente a cargadores españoles y concretamente de la comunidad Valenciana no parece que la demora del Even Given haya sido trascendental, pero si el retraso que ha ocasionado a otros buques y la consiguiente acumulación de CNTR que tenían previsto salir por el Puerto de Valencia.

Pendientes del estreno, la película promete...

El coste o peaje de atravesar el canal de Suez puede estar en torno a los 300.000 USD para estos buques, y las pérdidas para el canal se estiman en unos 15 millones de dólares americanos diarios.

EL COLEGIO DE VALENCIA ACUDE POR NOVENO AÑO CONSECUTIVO AL FORO DE EMPLEO DE LA FACULTAT D'ECONOMIA DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA



El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia participó activamente en la 20ª edición del Foro de Empleo y Emprendimiento que ha organizado la Facultat d'Economia de la Universitat de València durante los días 24 y 25 de marzo. En esta ocasión y dadas las circunstancias excepcionales, se celebra virtualmente a través de la plataforma Easy Virtual Fair, para garantizar la seguridad de todos los asistentes.

A través de esta plataforma, todos los estudiantes pueden recorrer la zona de los stands e interactuar de forma telemática con las diferentes empresas u organizaciones.

En el stand virtual del Colegio de Valencia, decorado con su imagen corporativa, los alumnos pueden consultar y descargar diferentes elementos informativos acerca de la entidad: oportunidades de empleo en el sector asegurador, vídeos y folletos sobre los servicios e instalaciones del colegio, enlaces de interés o seguir sus redes sociales.

Por otro lado, para ofrecer a cada alumno una atención virtual personalizada, se ha usado una herramienta

básica como es el chat de texto en el que los diferentes miembros de la comisión de formación del Colegio, Alejandro Fuster, José Vicente Grau y Alejandra Somalo, junto con María José Francés, del área de Formación del Colegio, respondieron las dudas y preguntas de los más de 50 alumnos que se interesaron sobre la opción laboral que ofrece ser mediador de seguros.

Además, durante la segunda jornada de esta edición virtual del Foro el Colegio de Valencia ofreció una charla telemática dirigida al alumnado de la Facultad, con el título «Tu futuro laboral: mediación profesional de seguros», y que se puede consultar en el enlace que podrán escanear en el QR de la columna de la derecha.

Con esta presencia el Colegio de Valencia tiene como objetivo dar a conocer la profesión a los alumnos como opción profesional y dar más visibilidad de la profesión a la sociedad. Dada la situación actual, la tecnología ha jugado un papel fundamental para poder transmitir a los alumnos las diferentes opciones de empleo una vez finalicen sus estudios.

**CONSULTA
EL VÍDEO**





Tu negocio, sin brechas de seguridad

Aseguramos tu empresa frente a
ciberriesgos



unión ciber

Tel. 800 888 888
unionalcoyana.com

 **unión
alcoyana**
seguros



LA PROTECCIÓN JURÍDICA DE LA REPUTACIÓN ON LINE

Sebastián Crespo Baeza
Socio Devesa y Calvo Abogados



En plena era de Internet la reputación online es un activo imprescindible que, sin embargo, puede verse atacada. Sebastián Crespo Baeza, socio en Devesa y Calvo Abogados, despeja las dudas sobre el encaje de la protección de este tema en el ordenamiento jurídico español.

La reputación o buen nombre comercial es un activo importante de las empresas. Como se nos reconoce en redes sociales, o foros de internet, puede determinar la percepción del público de una empresa, los servicios que ofrece y su posicionamiento en el mercado. Todos conocemos campañas de comentarios negativos en foros o redes “espontáneas”, que pretenden alterar la percepción que se tiene de una determinada empresa o persona en el mundo digital. Las motivaciones pueden ser diversas desde políticas a sociales, pasando por rivalidades deportivas, económicas o comerciales. Centrándonos en el uso profesional de las redes por parte de las empresas y profesionales para la difusión de sus productos y servicios, podemos señalar que **la reputación on line** forma parte del “honor” de las personas jurídicas, entendiéndose ésta, como la estimación, opinión o apreciación que tiene el público hacia esa persona jurídica. Hay que partir de que en lo relativo a personas físicas, cada persona es propietaria de sus datos personales pudiendo ejercitar ante cualquiera que tenga o utilice sus datos, los derechos de acceso, rectificación cancelación o de oposición a la tenencia o tratamiento de la información de carácter personal. Además, el artículo 18 de la Constitución española, “*garantiza el derecho al honor*”. La protección de este derecho, se regula desde una perspectiva civil, y en los casos más

graves desde una perspectiva penal. Esta norma fue desarrollada por la Ley Orgánica 1/1982, cuyo artículo 7, al enumerar las intromisiones ilegítimas en el ámbito de protección de la Ley, establece que “*...la divulgación de expresiones o hechos concernientes a una persona cuando la difame o la haga desmerecer en la consideración ajena...*” constituye una vulneración de la Ley. La Sentencia del Tribunal Constitucional 139/1995, de 26 de septiembre indica que: *se trata de un concepto dependiente de las normas, valores e ideas sociales vigentes en cada momento (...), acudiendo al Diccionario de la RAE, podemos asociar el concepto de honor a la buena reputación.* El derecho al honor de las personas jurídicas viene reconocido por la doctrina y jurisprudencia constitucional, en particular, desde la Sentencia del Tribunal Constitucional 139/1995, y el prestigio profesional, está incluido dentro del derecho al honor. Ahora bien, para que pueda considerarse que se ha producido una vulneración del derecho al honor en este ámbito, el ataque al prestigio profesional debe revestir cierta intensidad.

La Ley 34/2002 de 11 de julio de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, establece en su artículo 16 que los prestadores de servicios de intermediación consistente en albergar datos proporcionados por el destinatario, serán responsables civilmente del contenido que incluyan,



si tienen conocimiento efectivo de la ilicitud del mismo e incumplen con el deber de retirada. En este sentido, hay jurisprudencia que considera que la mera comunicación por el perjudicado puede ser suficiente para determinar la existencia de un conocimiento efectivo por parte del prestador de servicios.

La Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, prohíbe la difusión o realización de manifestaciones sobre un competidor que puedan menoscabar su crédito en el mercado, es decir, que puedan suponer un desmerecimiento en su reputación cuando se trate de hechos falsos o inciertos. Se considera desleal la difusión de manifestaciones sobre la actividad, las prestaciones, el establecimiento o las relaciones mercantiles de un tercero que sean aptas para menoscabar su crédito en el mercado, a no ser que sean exactas, verdaderas y pertinentes. No se estiman pertinentes las manifestaciones que tengan por objeto la nacionalidad, creencias, ideología o la vida privada del afectado.

Finalmente, se ha de tener en cuenta que **la CE también tutela el derecho a la libertad de información y a la libre expresión de ideas y opiniones**, por lo que en ocasiones entrarán en conflicto dos derechos que merecen ambos tutela jurídica: la libre expresión o derecho a la información de quien realiza determinadas manifestaciones, y el derecho al honor, enten-

dido en este caso, como reputación o prestigio profesional. Mientras que se exige para que prevalezca el derecho a la información que ésta sea veraz o haya habido una diligencia en la averiguación de la noticia, la libertad de expresión, es el derecho a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones. Así la libre expresión es más amplia que la libertad de información porque no se trata de la comunicación de hechos, sino de la emisión de pensamientos y opiniones, que por su naturaleza, no pueden someterse a una demostración de exactitud ni le es exigible la prueba de la verdad o de la diligencia en la averiguación de la noticia.

La protección al honor, según la Sentencia del Tribunal Supremo 797/2013, deberá prevalecer frente a la libertad de expresión cuando se emplean frases y expresiones ultrajantes u ofensivas sin relación con las ideas y opiniones que se exponen. En este sentido, el derecho a la libertad de expresión sí ampara la crítica incluso la crítica enérgica o desabrida, pero no el insulto por lo que debe analizarse en el caso concreto si una determinada manifestación negativa sobre una empresa o profesional, constituye un lícito ejercicio del derecho de libre expresión, o bien una vulneración del derecho al honor de la persona jurídica.

La protección penal de la reputación online se articula por un lado a tra-

vés del **delito de calumnias** que se comete cuando se imputa a una persona la comisión de un hecho delictivo con conocimiento de su falsedad o temerario desprecio de la verdad (artículo 205 Código Penal). Para las **calumnias** la pena será de **PRISIÓN de 6 meses a 2 años o multa de 6 a 24 meses** (dependiendo igualmente de si se han propagado con publicidad). En cambio, el **delito de injurias** castiga aquellas conductas o expresiones que una persona realiza contra otra y que van dirigidas a **lesionar su dignidad, estima o fama**, exigiéndose un ánimo de injuriarla (artículo 208 Código Penal). Para el **delito de injurias** se prevé una **pena de multa que oscila entre 3 y 14 meses** (dependiendo de si se han hecho con publicidad o no). Solo serán constitutivas de **delito las injurias** las expresiones que, por su naturaleza, efectos y circunstancias, sean tenidas en el concepto público por **graves**.

Nos encontramos por lo tanto ante un ámbito que será cada vez más relevante, dado que la contratación online, el marketing y publicidad online han ido desplazando poco a poco a la publicidad en medios convencionales como la radio, la prensa o la televisión. Por una cuestión de costes, y, porque las nuevas generaciones utilizan cada vez más internet, los foros y redes sociales para buscar información de personas, empresas, productos y servicios.

“LOS AGENTES DE SEGUROS RECLAMAN EL USO DE LOS DATOS COMPARTIDOS CON LAS COMPAÑÍAS PARA PODER HACER VENTAS CRUZADAS”



Utilizar los datos recopilados por los agentes exclusivos podrían suponer un antes y un después en los avances para apoyar y potenciar el trabajo de los agentes de seguros. Unos datos que permitirían poder hacer estrategias de venta propias que lleven a una venta cruzada. Estamos ante una gran oportunidad de negocio que va unida a un nuevo mercado digital en el que los datos son cada día más y más importantes.

Es una de las cuestiones más destacadas que se han puesto encima de la mesa en la jornada sobre la digitalización de los agentes de seguros organizada por el Colegio de Alicante, pero no ha sido la única.

La jornada inaugurada por José Antonio Hernández, vocal de agentes del Colegio ha servido para alzar una voz fuerte en defensa y puesta en valor del trabajo de los agentes de seguros, no en vano apuntó Hernández “de los 64.156 millones de primas alcanzadas durante el año 2019, el 28% son comercializados por agentes, es decir 17.737 millones de euros” y ha destacado la importancia para los agentes de seguros de adaptarse a un nuevo mercado digital que es “imparable”.

La digitalización alertó Elena Guardiola, vocal de Formación de Colegio de Alicante y moderadora del encuentro, no debe hacer perder la esencia de los agentes, para Guardiola uno de los valores añadidos de los agentes es el trato personalizado y ha instado a ponerlo en valor a la hora de lanzarse a la digitalización y la conquista de nuevos mercados.

Digitalizar procesos y penetración en el nuevo mercado digital

Florentino Pastor, presidente del Colegio de Alicante tomó después la palabra para destacar que el agente exclusivo es su propia marca y que la digitalización debe ser una ayuda, esta digitalización para Pastor supone una reingeniería de los procesos y debe permitir a los agentes con tan sólo “dos clicks” dar un asesoramiento eficaz y transparente a sus clientes acorde a los nuevos tiempos en lo que la rapidez y la calidad pueden ser clave a la hora de cerrar operaciones.

Sin embargo la digitalización también puede traer peligros puesto que, según apuntó Pedro J. Canut, CEO y socio fundador de Coloriuris, la digitalización sin garantías jurídicas no sirve de nada, los procesos digitales deben poder tener un reflejo legal y por ello ha instado a los agentes a utilizar herramientas digitales que permitan que los documentos y contratos con los que se trabaja online sean realmente útiles y tengan garantías.

Juan Carlos Muñoz, director del departamento de Marketing Online de PymeUp dió las claves a los agentes exclusivos de como poder introducirse en el mercado digital: el 64% de los contratantes de pólizas de seguros lo realizan hoy a través del teléfono móvil o del ordenador. Por tanto la digitalización del agente ha pasado de ser una opción a convertirse en una obligación. Para Muñoz las claves para un agente pasan por tener una estrategia de negocio y una estrategia de comunicación, de nada sirve tener una página web

“La digitalización sin garantías jurídicas no sirve de nada”

sino no se entiende a quien queremos llegar y cómo queremos hacerlo.

Iván Carballal, responsable de Digitalización y Transformación de la Mediación de ZURICH considera que las compañías deben ser el mejor aliado de los agentes, ya que el éxito de los agentes es el éxito de las compañías, y para que estos alcancen una verdadera digitalización en su trabajo es necesario que las compañías pongan a su alcance herramientas de trabajo efectivas.

En la misma línea se pronunció Jorge Tomás, director comercial de Mutua Levante, “la digitalización supone un nuevo modelo de negocio en el que los agentes deben adaptarse con rapidez, ya que compañías y agentes hemos aprendido que podemos vender de otra forma, que podemos trabajar de otra manera con un consumidor cada día más exigente y mejor informado”.

En definitiva, una jornada formativa organizada por el colegio dinámica y participativa que no dejó indiferente a nadie y que deja grandes titulares y cuestiones importantes para reflexionar. El futuro de los agentes exclusivos pasa por la digitalización, pero también pasa por poder tener acceso a los datos que recopilan digitalmente y que les permitiría hacer crecer su negocio y por tanto el negocio de las compañías.



**Tu éxito
es nuestro éxito.**



Transparencia Compromiso Proximidad Confianza



#ConfianzaMutua

comercial@mutualevante.com



Jornada “La digitalización del agente”

LA DIGITALIZACIÓN EN EL ÁMBITO ASEGURADOR

Pedro J. Canut
Director general de Coloriuris



La herramienta esencial de la digitalización es la ley; de poco sirve una aplicación informática de firma de documentos online o correo electrónico certificado que no esté bajo el paraguas normativo que permite dotar a dichos procesos de las mismas garantías jurídicas con las que contamos en la vida desconectada. Y para ser más precisos: los servicios cualificados de confianza.

Un Servicio Cualificado de Confianza es un servicio electrónico regulado por la Unión Europea mediante el Reglamento 910/2014, de 23 de julio (más conocido como Reglamento eIDAS) para dotar de confianza a las transacciones realizadas de forma electrónica con la misma fuerza jurídica que las transacciones en el mundo desconectado consistente en:

1. La creación, verificación y validación de firmas electrónicas, sellos electrónicos o sellos de tiempo electrónicos, servicios de entrega electrónica certificada y certificados relativos a estos servicios, o
2. la creación, verificación y validación de certificados para la autenticación de sitios web, o
3. la preservación de firmas, sellos o certificados electrónicos relativos a estos.

Los servicios cualificados de confianza despliegan sus efectos, por ejemplo, en el acceso a sitios web, la identificación electrónica, la celebración de contratos online, la notificación por medios electrónicos, la publicación de páginas y/o documentos electrónicos en sitios web...etc.

Nos detendremos en el servicio cualificado de confianza consistente en la generación de sellos electrónicos de tiempo (timestamping) dado que es la herramienta fundamental para posibilitar la digitalización de los procesos (contratación, notificaciones, prueba digital...) con la máxima garantía jurídica; un sello electrónico de tiempo es una firma electrónica que incorpora una marca de hora que proviene de una fuente de tiempo segura (como por ejemplo los relojes atómicos del Real Observatorio de la Armada).

Los sellos electrónicos de tiempo cualificados gozan de una presunción iuris

tantum de exactitud de la fecha y hora que indican y de la integridad de los datos a los que la fecha y hora estén vinculadas (artículo 41.2 Reglamento eIDAS)

Por su parte la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza, ha modificado el artículo 326 de la Ley 1/2000, de 7 de enero de Enjuiciamiento Civil, añadiendo un apartado 4, y consagrando la presunción de veracidad de las evidencias generadas por los Prestadores Cualificados de Servicios de Confianza: «4. Si se hubiera utilizado algún servicio de confianza cualificado de los previstos en el Reglamento citado en el apartado anterior, se presumirá que el documento reúne la característica cuestionada y que el servicio de confianza se ha prestado correctamente si figuraba, en el momento relevante a los efectos de la discrepancia, en la lista de confianza de prestadores y servicios cualificados.../...»

La gran ventaja para el mediador radica, no sólo en el ahorro de costes, sino en que la tecnología que se pone a su disposición es la misma que empiezan a utilizar bancos y aseguradoras (aunque todavía haya entidades que comportándose como un Juan Palomo digital se empecinen en certificarse a sí mismas generando documentos unilaterales con nulo valor probatorio).

Para comprobar si un servicio de confianza es cualificado puede accederse a la siguiente url de la Unión Europea





Jornada “La digitalización del agente”

MITOS SOBRE POR QUÉ EL MEDIADOR DE SEGUROS NO CAPTA CLIENTES A TRAVÉS DE INTERNET

Juan Carlos Muñoz

Consultor de Marketing Online en PymeUp

Tras aquel 13 de marzo de 2020 hemos escuchado todos los días la necesidad de digitalizar nuestras empresas. Ese día fue el punto de inflexión para ver la captación de clientes a través de internet como la solución a la crisis económica provocada por la Covid-19.

Todos somos conscientes que tenemos un nuevo nivel de urgencia. Los cambios en la tendencia de contratación de nuestro cliente se han acentuado debido a la pandemia. El 64% de los contratantes de pólizas ya lo hace a través de la red, y lo que es más significativo, la generación venidera hará crecer de manera exponencial estas cifras. Por ello, la crisis del Covid-19 ha dejado a muchos mediadores preguntándose: ¿sigue siendo la captación de clientes a través de internet una opción o una obligación?

Tras más de 11 años ayudando a empresas mediadoras de seguros a captar clientes a través de internet, queremos derribar los mitos por los cuales los empresarios no se lanzan al océano infinito de oportunidades que supone internet.

“No podré aprender nunca

El primer problema del emprendimiento online es que se necesitan una serie de conocimientos que son totalmente ajenos al negocio que desarrollas. Si te pones en manos de profesionales que te marquen una hoja de ruta sobre los conocimientos que necesitas para gestionar tu proyecto en pocas, muy pocas, semanas te pondrás al mando de tu “nueva empresa”.

“Necesito grandes sumas de dinero para captar clientes

Olvídate de aquello de “empieza tu negocio online sin dinero y hazte millonario en pocos años”. Lo

siento, pero eso tiene mucho de mito. Lo que sí es cierto que, con una inversión mínima pueden conseguir cosas sorprendentes. He visto en multitud de ocasiones a mediadores como tú desarrollando estrategias coherentes que con poco más de 100 euros mensuales han conseguido captar contratantes de pólizas en cada uno de los puntos del territorio nacional.

► **CONSEJO** Empieza poco a poco.

“Soy demasiado mayor. Internet es para la gente joven

Esto lo oigo todos los días. Es una barrera mental que ponen las personas a la hora de comenzar un proyecto nuevo. Es normal, nos pasa a todos. He visto a agentes y mediadores de toda índole y condición captando clientes desde el primer mes de aprendizaje. Quédate con esto: antes de correr, aprendemos a andar.

“Entonces: ¿por dónde empiezo?”

1) Diseña una buena estrategia

Al igual que una empresa offline, deberás hacer un plan de empresa donde especifiques las acciones comerciales, productos aseguradores a vender, objetivos, inversiones...

► **CONSEJO** A la hora de definir tus campañas por productos fíjate en lo que hacen las grandes compañías aseguradoras. Por ejemplo, si están en campaña de salud con un suculeto descuento en el precio no te pongas a publicitar decesos. Surfea encima de la ola y céntrate en publicitar salud.

2) Desarrolla tu cliente ideal

Para cualquier estrategia de marketing debes saber a quién te diriges. Las mejores estrategias de marketing digital se configuran a partir de buyer per-

“Olvídate de aquello de ‘empieza tu negocio online sin dinero y hazte millonario’. Pero con una inversión mínima pueden conseguir cosas sorprendentes”

sonas específicos y, por eso, crear estos perfiles es el primer paso que debes seguir. No le vendas a todo el mundo. Cada producto asegurador tiene un público.

3) Ejecución

Debes advertir qué canales comunicativos vas a utilizar para publicitar tus productos. Para empezar, ya que la publicidad es muy barata te recomiendo que utilices Facebook e Instagram Ads.

4) Mide el retorno de la inversión (ROI)

Como toda empresa, tus objetivos siempre deberán relacionarse con los objetivos fundamentales de tu proyecto. Por ejemplo, si el objetivo de tu empresa es el número de pólizas contratadas en un 10%, tu objetivo debe ser aumentar un 50% la cantidad de clientes potenciales a través del sitio web.

Conclusión

Emprender por Internet puede parecer una tarea difícil, pero no lo es. La combinación de dos ingredientes mágicos como son actitud y estrategia empresarial son la receta perfecta para conseguir el éxito.

Un deseo no cambia nada, una acción lo cambia todo ¡Toca empezar!



EL COLEGIO DE CASTELLÓN MANTIENE UN ENCUENTRO TELEMÁTICO CON SUS ENTIDADES PATROCINADORAS



El pasado 26 de febrero el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón celebró un encuentro telemático con sus entidades colaboradoras.

El acto comenzó con un saludo del presidente de la institución, Antonio Fabregat, que presentó a los representantes de la compañías asistentes, que fueron Andrea Ares (Musepan); Óscar Bueso (Reale); Felicidad Manzanares y Arturo Moral (AXA); Francisco García Pagan (FIATC); Iñaki Ortiz (DKV); Fernando Tortola y Ricardo Barrera (MAPFRE); Jesús Redón y Antonio Navarro (Mutua Levante); José Ramón Arce (Liberty); Vicente Segrelles, Salvador Tortola y Laura Pellicer (Zurich); Mónica Gimeno (Plus Ultra Seguros); Carlos Mirón y Pascual Crespo (Unión Alcoyana); Montse Ruiz, Julián García y Lidón Pérez (Adeslas); y Javier Salaverría y Raimundo Badenes (Allianz).

Tras la presentación de las compañías se presentaron los miembros de la nueva junta de gobierno del Colegio: Fernando Solsona (vicepresidente); Cristina Carmona (secretaria); Gerardo Fortuño (tesorero); Juan Forner (representante de la comisión de Agentes); Manuel Muñoz (Corredores); Joaquín Gil (Afiliación); Inmaculada Fabregat (Formación y Eventos) y Jesús Valiente (Corredores). Se hizo especial mención a Jose Luis Marco que por razones de salud no pudo asistir.

Pese a algunos problemas técnicos cabe destacar la predisposición de colaboración por parte de todas las entidades, así como el deseo de que esta reunión, que se ha convertido en una tradición anual en la que se comparten opiniones e ideas del sector, pueda en el futuro hacerse de nuevo presencial.

Por lo general todos los intervinientes coincidieron en prestar su colaboración para ofrecer formación de calidad, para así como para transmitir a la sociedad la importancia del trabajo realizado por los mediadores y el sector en general.

La responsable del área de formación, Inma Fabregat, recogió el ofrecimiento de las compañías y explicó que se está preparando un interesante calendario formativo para este ejercicio 2021 que permitirá elevar el nivel de los alumnos que puedan beneficiarse de los mismos y, a su vez, junto con el departamento de afiliación, conseguir aumentar el número de colegiados en la provincia de Castellón.

Por su parte Antonio Fabregat explicó que el Colegio tiene relaciones con la Cámara de Comercio de Castellón, con los otros Colegios de Unió Profesional y con medios de comunicación: “en definitiva tratamos de entablar relaciones para transmitir nuestra labor y ser reconocidos como colectivo pero, en todo caso, es una tarea pendiente que estudiaremos poder realizar con el apoyo que nos brindan las compañías”, comentó Fabregat.

Los demás miembros de la junta también intervinieron explicando sus objetivos para el principio de esta legislatura.

Todos los asistentes coincidieron en el acierto de la reunión e insistieron en que, cuando las circunstancias lo permitan, se pueda volver a tener un encuentro presencial que todavía será más fructífero.

EL COLEGIO DE CASTELLÓN RENUEVA SU COMPROMISO CON UNIÓN ALCOYANA



El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón renovó su convenio de colaboración con Unión Alcoyana en un acto celebrado el pasado 7 de abril en las instalaciones colegiales. Antonio Fabregat, presidente del Colegio de Castellón, y Fernando Solsona, vicepresidente, recibieron a Enrique Jorge Rico, consejero delegado de Unión Alcoyana y a Carlos Mirón, director comercial de la entidad, aprovechando el acto no solo para firmar la renovación, sino también para intercambiar impresiones sobre la actualidad del sector.

Fabregat agradeció a Unión Alcoyana “el indudable compromiso que la entidad siempre ha mantenido con la mediación, tal como demuestra la renovación de este protocolo»”.

MAPFRE SIGUE CONFIANDO EN EL COLEGIO DE VALENCIA



El Colegio de Valencia y Mapfre han renovado un año más su protocolo de colaboración. Jorge Benítez, presidente del Colegio de Valencia y Joaquín Miró, director general Territorial de Mapfre Este, firmaron la renovación del nuevo protocolo.

Se trata de la primera visita que la entidad realiza con la nueva junta presidida por Jorge Benítez. Miró asegura que “estamos muy satisfechos de la relación que tenemos con el actual equipo pues hemos encontrado muy buena predisposición en ellos”. Por su parte el presidente del Colegio de Valencia valoró el hecho de que “una entidad líder como Mapfre siga demostrando con los hechos que apuesta por la mediación y por los Colegios, que son la expresión máxima del colectivo”.



ASEFA SE INCORPORA AL PANEL DE EXPERTOS DEL CENTRO DE ALTA FORMACIÓN ASEGURADORA DEL COLEGIO ALICANTE

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante y ASEFA Seguros creen firmemente en la Formación para mejorar la calidad del trabajo de los mediadores profesionales y lograr así mejorar su cartera de clientes. Fruto de esta sinergia entre el Colegio y la compañía, Florentino Pastor, presidente del Colegio, Francisco Montes Director de la Delegación Centro y María José Solano García, Responsable Comercial de Zona-Delegación Centro en representación de ASEFA Seguros, han firmado un nuevo protocolo de colaboración.

ENCUENTRO CON ALLIANZ EN VALENCIA

El pasado 14 de abril las comisiones de trabajo del Colegio de Valencia mantuvieron una reunión de trabajo con Allianz, con la finalidad de incrementar la comunicación mutua, creando sinergias, aumentando la colaboración e intercambiando información que ayude una organización a otra.

En la reunión participaron el presidente de la institución, Jorge Benítez; la secretario, Eva Bayarri; los representantes de la comisión de Agentes, Eduardo Palmero; y de Formación, Jose Vicente Grau, así como el gerente, Rafael Peralles. Allianz estuvo representada por Ignacio Ripol, director comercial de Levante; Javier Salaverriá, responsable de la Oficina de Desarrollo Comercial Levante y José Moncho, director de la delegación Valencia de la entidad.





SALUS Y EL COLEGIO DE VALENCIA RENUEVAN SU COLABORACIÓN

Adolfo Lagunas, director Territorial Zona Este y Nacho Urbez, responsable comercial para Valencia y Castellón de Salus, renovaron el convenio de colaboración que une a la entidad con el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia, en un acto en el que representaron a la institución su presidente, Jorge Benítez, y su gerente, Rafael Perales. El presidente del Colegio de Valencia agradeció la renovación de este protocolo enfatizando “la importancia que para la institución tiene el hecho de que una entidad como Salus encuentre en el Colegio la mejor vía para relacionarse con la mediación”.

DKV VISITA EL COLEGIO DE VALENCIA PARA REFORZAR LA RELACIÓN MUTUA

El 10 de marzo Miquel Moreno, director de la sucursal Valencia de DKV, realizó la primera visita institucional de la entidad tras la elección de Jorge Benítez como nuevo presidente. Un encuentro en el que se apostó por «reforzar la relación entre DKV y el Colegio siendo más proactivos en la propuesta de acciones conjuntas», tal como subrayó Moreno.

El director de la sucursal Valencia fijó como objetivo de este encuentro «el relanzamiento de nuestras relaciones para que haya mayor número de actividades que beneficien a ambas entidades».



SANTALUCÍA RENUEVA SU ACUERDO CON EL COLEGIO DE VALENCIA



El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia y SANTALUCÍA Seguros renovaron el pasado 25 de febrero su convenio de colaboración durante el transcurso de una visita institucional de una delegación de la entidad a las instalaciones colegiales.

La delegación de SANTALUCÍA, integrada por David Pérez, director territorial Levante-Baleares; Jordi Bravo, director del canal Vida, Pensiones y Gestión de Activos de la Territorial Levante-Baleares; José Céspedes, director del canal agentes exclusivos Territorial Levante-Baleares, y Salvador Torrent, ejecutivo de Vida Valencia, fue recibida por el presidente del Colegio de Valencia, Jorge Benítez, y por el gerente de la institución, Rafael Perales.



RENOVACIÓN DEL PROTOCOLO ENTRE ASISA Y EL COLEGIO DE VALENCIA

«La labor del Colegio es esencial para los propios mediadores y también para las compañías». Miguel Oro, gerente de Asisa en Valencia, se pronunció de esta manera en la visita institucional realizada el 24 de marzo al Colegio de Valencia, que también sirvió para renovar el protocolo de colaboración entre ambas partes.

Además de Miguel Oro, la entidad estuvo representada por Rafael A. Pastor Vidal, director territorial Zona Este, y Javier E. Gómez-Ferrer Sapiña, delegado de Asisa Valencia y Castellón, que fueron recibidos por Jorge Benítez, presidente del Colegio de Valencia, y por Rafael Perales, gerente de la institución.

RENOVACIÓN DEL PROTOCOLO ENTRE EL COLEGIO DE VALENCIA Y MUTUA LEVANTE



“La renovación del protocolo subraya la continuidad de la sólida relación existente entre el Colegio de Valencia y Mutua Levante”. Así se expresaron Elena Turrión, consejera ejecutivo de Mutua Levante, y Antonio Navarro, responsable territorial de Valencia y Castellón, durante la renovación del protocolo de colaboración entre la entidad y el Colegio, celebrada el pasado 23 de marzo.

La representación de Mutua Levante acudió al Colegio de Valencia, donde fueron recibidos por su presidente, Jorge Benítez, y por el gerente, Rafael Perales. Benítez puso en valor la apuesta de la entidad por el Colegio de Valencia y por la mediación profesional.



PROTOCOLO DE MUSEPAN CON EL COLEGIO DE ALICANTE SEGUIMOS AVANZANDO JUNTOS

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante y MUSEPAN firman un nuevo acuerdo de colaboración. Un acuerdo que supone sumar esfuerzos y poner en el centro de la mediación a los profesionales colegiados.

Tanto el presidente del Colegio, Florentino Pastor y la directora comercial de MUSEPAN, Andrea Ares, han valorado muy positivamente la firma de este acuerdo en un momento en el que la sinergia entre entidades y compañías es fundamental para afrontar los retos a los que se enfrenta el sector asegurador.



BERKLEY ESPAÑA Y EL COLEGIO DE VALENCIA RENUEVAN POR SEGUNDA VEZ

Berkley España y el Colegio de Valencia renovaron recientemente un protocolo de colaboración basado en una “valoración muy positiva”, tal como remarcó en el acto online convocado para la ocasión Miguel Albelda, responsable de Desarrollo de Negocio Zona Levante de la entidad.

En el encuentro telemático también estuvo presente en nombre de la entidad Ángel Macho, director de Negocio de Berkley España. Por parte del Colegio fueron su presidente, Jorge Benítez, y el gerente, Rafael Perales. Benítez destacó el carácter de entidad especialista de Berkley, “algo que sin duda enriquece el panel de colaboradores del Colegio”. Además puso en valor la renovación por segundo ejercicio consecutivo.



PROTOCOLO ENTRE UNIÓN ALCOYANA Y EL COLEGIO DE VALENCIA

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia y Unión Alcoyana renovaron recientemente su protocolo de colaboración en un acto celebrado en las instalaciones colegiales valencianas, y al que asistieron, por parte de la entidad, su consejero delegado, Enrique Jorge Rico, y director comercial, Carlos Mirón.

Jorge Benítez, presidente del Colegio de Valencia, agradeció a la delegación de Unión Alcoyana la renovación de este acuerdo, «que demuestra una vez más el compromiso de Unión Alcoyana con todos los mediadores», algo que redundará «en el beneficio mutuo de las dos partes».

El Colegio de Alicante celebra el I Encuentro de Mujeres Aseguradoras

NO ES CUESTIÓN DE UN DÍA



El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante celebró el 8 de marzo su I Encuentro de Mujeres Aseguradoras en el que puso en valor el trabajo de todas las mujeres en todos los sectores de la sociedad.



La igualdad de derechos y oportunidades es la búsqueda incansable de una sociedad justa que proponga las mismas posibilidades a todos los individuos sin discriminar. Este principio engloba ofrecer los mismos derechos, equidad salarial y de género, ofreciendo las mismas oportunidades para hombres y mujeres.

La igualdad de oportunidades es responsabilidad de todos, de hombres y mujeres, porque esta sociedad es de todos y una sociedad que permite las injusticias hoy es una sociedad sin futuro para una gran parte de ella.

Como mediadores profesionales formamos parte de un sector en el que se nos mide por nuestros resultados, es un sector duro que no mira el DNI, si vales, vales y si no vales debes dedicarte a otra cosa. Cuesta mucho abrirse camino y una vez abierto, cuesta más si

cabe mantenerlo abierto. Como mediadores profesionales no nos gustan las discriminaciones es contrario a nuestro ADN grabado en fuego con trabajo y esfuerzo.

La igualdad se trabaja día a día, todos y cada uno podemos y debemos aportar para lograr esa sociedad justa que queremos todos.

Desde el Colegio de Alicante a través de su vocalía RED WOMAN se ha propuesto poner en valor el trabajo, la dedicación y esfuerzo de mujeres mediadoras que han abierto y siguen abriendo camino a nuevas generaciones que son clave para seguir haciendo crecer nuestro sector. Se han puesto en marcha los reconocimientos "Liderazgo empresarial" que este año han recaído en Juana María Cardiel como directiva en el sector asegurador, Mariquer Soler por su labor profesional como

mediadora de seguros y Elena Benito por su labor profesional a favor de la mediación. Unos reconocimientos que se entregaron en el Primer encuentro Mujeres Aseguradoras de Alicante presentado por Ana Muñoz Socia, Fundadora de Ponce y Mugar, ex-presidenta FECOR y miembro de la junta directiva de COJEBRO y que se celebró de manera online.

Unos premios que además ha realizado en exclusiva para el colegio la artista de Altea, Pau Cámara, una apuesta clara y decidida del colegio por potenciar artistas y negocios locales tan necesitados de apoyo en estos momentos tan delicados derivados de la pandemia.

Los más de 100 asistentes, pudieron compartir experiencias además de con las premiadas, con Sonia Calzada directora de negocio segmento personas de Zurich y presidenta de la agrupación

Todas las participantes mostraron su compromiso a no parar, a no bajar los brazos a seguir trabajando para que la igualdad no sea cuestión de un día

convenio RC corredores, AIE; Maite Antón, presidenta de AEFA (Asociación de la Empresa Familiar de Alicante) y gerente de Grupo Antón Comunicación; María Ameijeiras, directora general de A y F Correduría de Seguros, especialista en gerencia de riesgos y seguros, y Gloria Toledo, corredora de seguros y responsable vocalía corredores - V. Impositiva - RED WOMAN del Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante.

Queda mucho por hacer en este camino de la igualdad de derechos y de oportunidades, pero tal y como se pudo escuchar en ese encuentro debemos seguir avanzando poco a poco y es muy importante que sepamos desde las instituciones y entidades poner en valor el trabajo de nuestros compañeros, en este caso de mujeres cuya contribución a la puesta en valor y defensa de nuestra profesión es un ejemplo a seguir para todos.

En este sentido las palabras deben ir acompañadas de los hechos y el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante cuenta con una junta de Gobierno con el 60% de mujeres y no forman parte de esta junta por el hecho de ser mujer sino porque su trabajo y su trayectoria las avalan. Trabajo, dedicación y esfuerzo, eso es ser un mediador profesional, no importa si eres hombre o mujer.

Esta igualdad no es cuestión de un día, no es cuestión de celebrar el día de la mujer y ya está. El compromiso es de hoy y para siempre. La igualdad se trabaja día a día, todos y cada uno podemos y debemos aportar para lograr esa sociedad justa que queremos todos.

Para el Colegio la igualdad de oportunidades, igualdad salarial y el acceso a puestos de responsabilidad de las mujeres son más que slogans de un día, es una manera de construir una sociedad más justa en la que se mida a las personas por su trabajo y no por su género.

LOS AGENTES COLEGIADOS CONTARÁN CON UN SEGURO GRATUITO DE RC PROFESIONAL



ESCANEA LOS CÓDIGOS QR PARA VER LOS VÍDEOS DE CADA COLEGIO

Los Colegios Profesionales de Mediadores de Seguros de Alicante, Castellón y Valencia han comenzado a ofrecer a sus agentes colegiados pólizas gratuitas de responsabilidad civil profesional tras el acuerdo alcanzado entre el Consejo General y la compañía líder en Europa en la cobertura de este riesgo, CGPA Europe.

Así, el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante suscribe una póliza colectiva de responsabilidad civil para todos sus agentes colegiados, con el objetivo de proteger adecuadamente a los agentes y su patrimonio a la hora de desarrollar con tranquilidad y confianza su actividad profesional. Además de esta cobertura de riesgo de responsabilidad civil, los agentes colegiados podrán contratar en condiciones exclusivas una póliza individual que aumente su nivel de aseguramiento.

Desde el Colegio de Valencia se señala que “esta medida tiene como objetivo que ningún agente exclusivo colegiado se quede sin cobertura de RC Profesional, por lo que el Colegio asumirá dentro de la cuota actual de colegiación el coste de una primera cobertura mínima de RC Profesional, con un límite de capital asegurado de 50.000 euros”, según subrayan Eduardo Palmero, Felicidad Girbés y Javier Seguí, integrantes de la comisión de Agentes del Colegio de Valencia.

Esta acción ha puesto en valor, tal como se señala desde el Colegio de Castellón, “la complejidad e importancia de la actividad de mediación que ejercen los Agentes de Seguros Profesionales y los riesgos que derivan de la misma”, según subrayan desde la comisión de Agentes.

LOS MEDIADORES DE SEGUROS PROFESIONALES EXIGEN QUE SE ACTÚE DE OFICIO ANTE LA MALA PRAXIS BANCARIA



Jornada telemática impulsada por el Colegio de Alicante



La mala praxis bancaria es una realidad que no se puede negar, ocurre cada día tal y como quedó de manifiesto ante la jornada magistral “La Mala praxis Bancaria” organizada por el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante y a la que se conectaron online más de 500 profesionales del sector.

Sin embargo, los mediadores profesionales comienzan a alzar una voz fuerte y contundente y exigen que se actúe de oficio ante la mala praxis bancaria tal y como apuntó Florentino Pastor, presidente del Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante, ya que “Hay que darse cuenta que los consumidores con necesidades de crédito no denuncian, no se atreven a enemistarse con su banco. Es fundamental parar estas malas prácticas y romper este círculo vicioso”.

En esta línea Fernando Santos, fiscal de Consumo, se mostró partidario de las causas de oficio y reclamó más medios “no admite ya demora la creación de una Fiscalía de Sala de Defensa de los Consumidores, así como la organización de un Grupo de expertos en la materia dentro de la Abogacía del Estado y en los Cuerpos de Letrados de las distintas Comunidades Autónomas”.

Tanto Carlos Lluch, corredor de seguros, como Carlos Ballugera, presidente del Consejo de Consumidores y Usuarios, reclamaron una mayor protección para los consumidores y se mostraron conformes con “la imposición de “daños punitivos” con obligación para la entidad infractora de indemnizar el perjuicio multiplicado por 3, por 4 ó por 5. Eso generaría un efecto disuasivo importante para cualquier empresa infractora que aten-

tara contra los consumidores a nivel general y en la práctica bancaria de seguros, en particular” qué remarcó Santos.

Para Lluch la mala praxis bancaria se debe a que: “Si obligan a contratar estos productos es porque no pueden ofrecer un producto de buena calidad a un precio adecuado. El cliente no les compra voluntariamente porque no identifica nada de valor en su oferta”.

Desde el Banco de España Gonzalo Guzmán reconoció que se necesitan más medios para atajar estas prácticas y aunque, según apuntó, se ha avanzado mucho queda mucho más camino por recorrer.

Tanto Florentino Pastor como Javier Barberá, presidente del Consejo General hicieron un llamamiento a la unidad de todos los mediadores profesionales para tener esa voz fuerte que haga que las administraciones den un paso al frente y pongan todos los medios necesarios para corregir estas prácticas abusivas de los bancos que desvirtúan el mercado, un mercado que debe ser justo e igual para todos. El mensaje es claro, los mediadores profesionales no podemos quedarnos cruzados de brazos, queremos un mercado en el que se pueda competir en igualdad de condiciones, un mercado que genere confianza entre los profesionales, pero sobre todo a los consumidores.

Comprometidos con tu éxito

Nuestra experiencia,
continua innovación
en productos y metodologías
y un apoyo constante,
nos convierten en todo un referente
para la Mediación Profesional.

Pregúntaselo a Luisa:

preguntaselov@caser.es

*Luisa Martínez, socia de
Jorge Seguí y Luisa
Martínez, S.L., Agencia
Exclusiva de Caser
en Valencia.*





“CON EL CAMBIO DE OPERATIVA DE LAS EMPRESAS PRODUCTOS COMO CIBERFIATC TIENEN CADA VEZ MÁS SENTIDO”

Xavier Fuertes Llorca

Gerente del departamento de grandes riesgos y Cyber de FIATC Seguros

¿En qué consiste el producto CiberFiatc presentado por la entidad?

CiberFiatc es un producto 360°, que trata de dar una solución aseguradora integral a las empresas, frente a los distintos eventos que se pueden dar en caso de sufrir un ataque cibernético.

La póliza no sólo tiene un objetivo indemnizatorio, sino que además cuenta con un equipo experto de respuesta 24/7, el cual ayuda a nuestros asegurados a contener el incidente, además de acompañarlo en sus próximos pasos hasta la recuperación total. Además, y persiguiendo ese ánimo de producto 360°, el seguro hará frente a todos los gastos que pueda tener la empresa para solventar los problemas derivados de un ataque, se asumirá la defensa frente a reclamaciones de terceros, así como las posibles indemnizaciones que a consecuencia de un ataque se pudieran generar. Por último, la póliza indemnizará al asegurado en caso de que se haya visto interrumpida su actividad y se haya incurrido en una pérdida de beneficio.

¿Cómo se planteó el desarrollo de un producto tan novedoso?

CiberFiatc no deja de complementar este panel de productos que pone FIATC a disposición de sus clientes, para dar una solución aseguradora a todos los riesgos a los que se pueden ver expuestos y que pueden poner en riesgo la continuidad de su negocio.

Entendemos que un ataque cibernético es un riesgo latente al que están expuestos todos nuestros asegurados. Al conocer la necesidad de nuestros asegurados en este ramo, se trabajó en darles una solución, llevando a cabo un estu-

dio previo de las necesidades de nuestra cartera y diseñando una póliza a medida para un riesgo tan actual como éste.

¿Cuál ha sido la respuesta de los potenciales clientes?

Se ha recibido con mucho interés y lógicamente con muchas dudas, ya que estamos hablando de un producto muy novedoso.

La confianza que les da una compañía como FIATC, que pone a su disposición, en caso de incidente ciber, un equipo de respuesta de primer nivel nacional como es Lazarus, empresa especializada en ciberseguridad, y con la posibilidad de contar con la experiencia de un despacho de abogados como es Dac Beachcroft, especialistas en Ciber Riesgos, en caso de sufrir una reclamación, hace que vean en CiberFiatc un producto muy completo y actualizado, que va de la mano de expertos contrastados en ciberriesgos.

Asimismo, han recibido con mucho interés la posibilidad de disponer de servicios adicionales de seguridad, ofrecidos a través de Lazarus, con precios muy ventajosos por ser clientes de CiberFiatc.

¿La fusión del espacio de hogar con el laboral ha venido para quedarse?

Claramente y así lo entiende CiberFiatc, dando amparo bajo las coberturas de la póliza al teletrabajo.

Como hemos comentado el ser un producto de reciente creación nos ha permitido contemplar todas las nuevas contingencias a las que se pueda ver expuesta una empresa, fruto de los cambios a los que se ha expuesto la

sociedad, y lógicamente uno de estos nuevos cambios sociales y riesgos a los que estamos expuestos viene motivado por el teletrabajo.

Debemos tener en cuenta que conforme cambia la operativa de las empresas, van surgiendo nuevos riesgos, y los relacionados con el ámbito cibernético es el primero en lo que respecta a esta nueva forma de trabajar. Las personas se conectan de forma remota a los sistemas, no tenemos todo el control que nos gustaría sobre estas conexiones, y muchas empresas se han visto obligadas a realizar este cambio con urgencia, dada la situación actual. Es esta urgencia lo que ha hecho descuidar la ciberseguridad, creciendo considerablemente el número de ataques y es por eso por lo que este tipo de soluciones tienen cada vez más sentido.

Una de las coberturas más interesantes de este producto es la del daño reputacional. ¿Cómo puede trabajar una entidad aseguradora en amortiguar este daño a sus clientes?

Así es, estamos hablando de un riesgo muy elevado al que están expuestas las empresas, en caso de sufrir un ataque Ciber. Las consecuencias de un daño reputacional pueden suponer un daño irreparable a las empresas y en FIATC somos conscientes de ello, por eso ponemos en manos de auténticos expertos la solución a este tipo de contingencia. Expertos que se encargarán de asesorar al cliente en caso de incidente y/o brecha de datos para planificar acciones siguientes a la hora de mitigar el daño reputacional que nuestro asegurado pueda sufrir.

SENASSUR PRESENTA SUS ÚLTIMAS NOVEDADES A LOS COLEGIADOS DE VALENCIA



Senassur, correduría especializada en seguros para vehículos, realizó el pasado jueves 18 de marzo un webinar para presentar las últimas novedades de sus productos de moto y vehículos clásicos en el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia.

En este acto telemático, Jorge Moreno, director comercial de Senassur, además de explicar los puntos más destacados de los productos ofertados por la entidad, detalló las ventajas económicas para los mediadores, poniendo un ejemplo real de las comisiones obtenidas con Senassur y con otras corredurías.

Tras esta intervención,

Adrián Murcia, formador especializado en ventas y comunicación, facilitó estrategias útiles de captación y fidelización de clientes adaptadas al contexto actual. En su ponencia “Los efectos del covid en las corredurías de seguros” aportó claves de la atención que los corredores deben prestar a sus clientes, para hacer que “los clientes recuerden su negocio”.

La presentación de la jornada fue realizada por Jorge Benítez, presidente del Colegio de Valencia, quien agradeció, en su primer acto como máximo responsable de la institución “que Senassur elija el Colegio de Valencia para presentar sus productos y servicios”.



PLUS ULTRA PRESENTA A SU RED DE MEDIACIÓN SUS PRINCIPALES LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA 2021

Plus Ultra Seguros celebró, de manera virtual, sus jornadas anuales para mediadores, en las que presentaron las principales líneas estratégicas de la compañía para el 2021 y repasaron los datos más importantes del ejercicio anterior.

Las jornadas, a las que asistieron más de 1000 profesionales entre agentes y corredores, contaron con la participación del director general de Plus Ultra Seguros, Julián Herrera, que realizó un análisis del ejercicio anterior y dio a conocer la estrategia de la aseguradora para este año. Además, Herrera quiso destacar el trabajo que están realizando los mediadores de la compañía durante la pandemia. “Estamos muy satisfechos y agradecidos con el esfuerzo y el compromiso que han mostrado nuestros agentes y corredores en un año muy complicado marcado por la crisis sanitaria”. Y añadió: “Habéis conseguido mantener el dinamismo comercial gracias a vuestra dedicación”.



MUTUA LEVANTE SIGUE APOSTANDO POR LA CONCILIACIÓN LABORAL Y FAMILIAR

El pasado mes de enero, Mutua Levante renovó su certificación como empresa familiarmente responsable, reconocimiento que obtuvo en 2018.

La entidad superó con éxito la auditoría de AENOR para el sistema EFR, obteniendo un nivel más de categoría en su recertificación. El informe final de los auditores resalta ‘la evolución del modelo de gestión como empresa familiarmente responsable, cumpliendo con las exigencias del modelo EFR, basado en la mejora continua’ y refuerza la filosofía de Mutua Levante en cuanto a valores y compromiso con sus empleados y adaptación a la situación actual gracias a la cultura de empresa y la decidida apuesta por las nuevas tecnologías.

Mutua Levante sigue apostando por la conciliación como pieza clave para mejorar la vida laboral y personal y se adhiere a la campaña #ConciliarEsAvanzar impulsada por la Fundación MásFamilia.



“MI HISTORIA CON RUÍZ RE ES UN FLECHAZO A PRIMERA VISTA”

María Teresa González

Socia colaboradora de Ruiz Re en Granada



María Teresa González, socia colaboradora de Ruiz Re en Granada, responde a una entrevista sobre su camino hasta convertirse en mediadora de Ruiz Re.

RUIZRE
TU MARCA DE SEGUROS

¿Cómo llegaste a ser la cara de Ruiz Re en Granada?

Mi historia con Ruíz Re es un flechazo a primera vista. Nosotros veníamos de la mediación exclusiva y de la experiencia de ser agentes de unas determinadas compañías aseguradoras y cada vez veíamos más claro que por ese camino, nos cerrábamos muchas puertas y que no podíamos ofrecer a nuestros clientes todo lo que nos demandaban, lo que, a su vez, nos impedía progresar a nivel profesional.

Ruíz Re se cruzó en nuestro camino a través de una empresaria amiga. Ella nos dijo que teníamos que conocer la empresa, sobre todo, a las personas

que la conformaban y hablar con ellos sí o sí, porque eran alucinantes. Así fue, concertamos una cita, nos desplazamos a Lorca para tener nuestra primera entrevista y a partir de ahí y hasta el día de hoy, ha sido la mejor decisión que hemos tomado en la vida a nivel profesional y por ello, también a nivel personal.

¿Cómo ha ayudado Ruiz Re a impulsar tu negocio como mediadora?

La verdad es que el cambio ha sido realmente extraordinario, como mediadora he encontrado a la “EMPRESA” con mayúsculas a nivel humano y empresarial. A la hora de ofrecer a nuestros clientes diversas opciones de contratación, contar con un amplísimo abanico de compañías y por consiguiente de ramos, coberturas y primas, nos dan las herramientas necesarias para poder cubrir cualquier riesgo que se presente, así como la tranquilidad a la hora de gestionar los siniestros, clave en nuestro día a día y factor importantísimo a la hora de elegir un mediador. Además, de todo ello contamos con el apoyo incondicional de nuestro CEO, Juan David Ruíz y del gran equipo que es RUIZ RE, lo que nos hace sentirnos dentro de una grandísima familia.

¿Cómo es la relación con los compañeros de Ruiz Re?

Mi relación con los compañeros de Ruíz Re es realmente fantástica. Siempre hay alguien al otro lado dispuesto a ayudarte, a dar solución a cualquier problema que surja, siempre desde la amabilidad, la experiencia y saber

hacer, lo que nos da una tranquilidad que a su vez nosotros transmitimos a nuestros clientes.

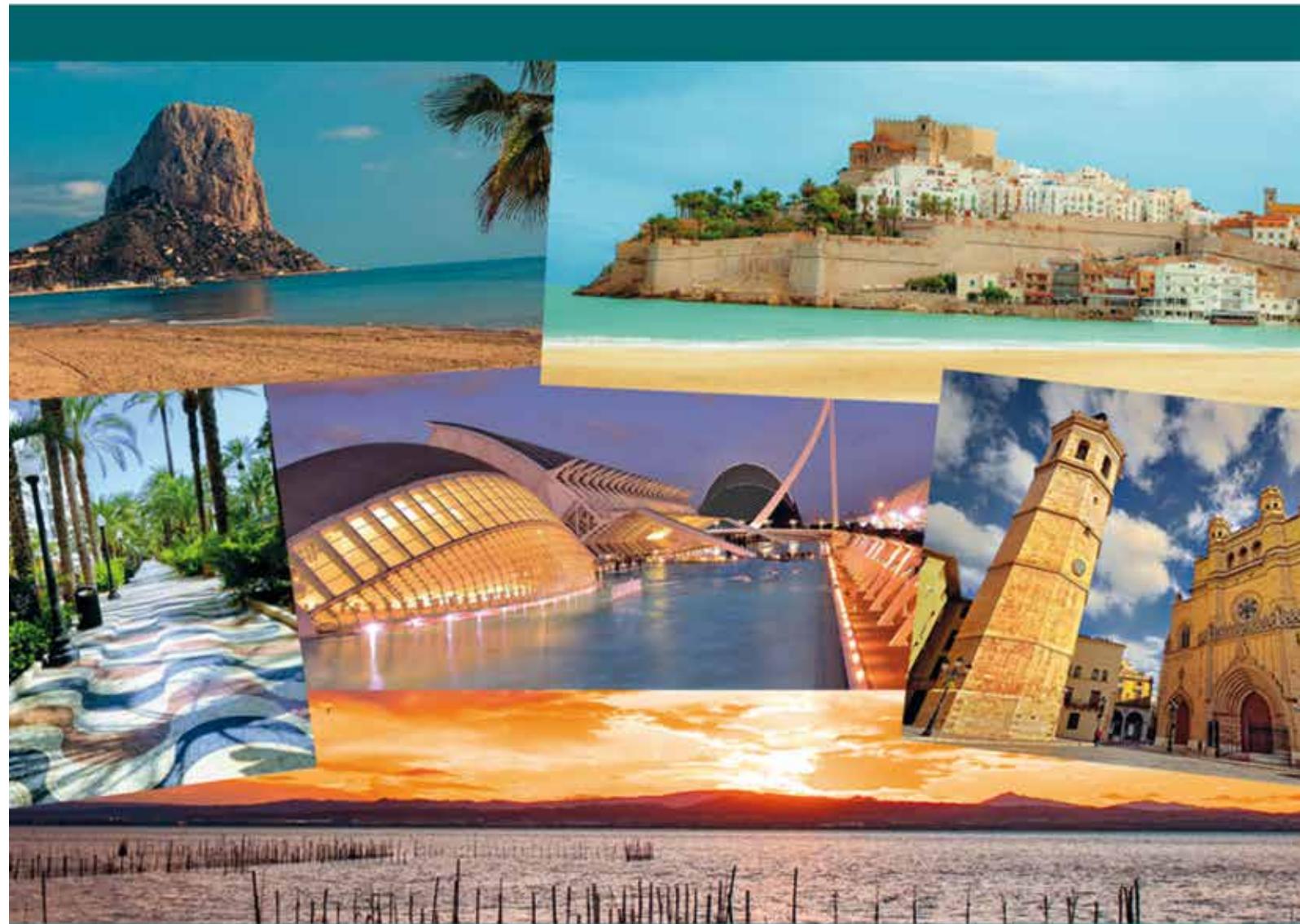
¿Crees que hay todavía barreras para las mujeres emprendedoras?

En general, sí que existen barreras. Aún hay carencias en tema de subvenciones, alquileres, préstamos asumibles, “incubadoras” y start up que acojan, orienten y asesoren en materia de emprendimiento. Pero, aunque queda camino por recorrer, vamos en buena dirección y podemos comprobar la integración de la mujer en numerosos campos y puestos de gran envergadura a nivel directivo, político o científico, que hasta no hace mucho, estaban destinados en su mayoría a los hombres.

¿Crees que Ruiz Re es una empresa comprometida con la igualdad y con el talento de las personas?

Realmente, sí lo creo. En Ruiz Re, la igualdad forma parte de la esencia de la empresa, donde se mide, no en función de un género, sino por la valía, experiencia y los conocimientos, dando a la persona el valor, reconocimiento y sitio que le corresponde.

Cada vez son más los mediadores que ven las ventajas de sumarse a una correduría como Ruiz Re, en la que encuentran la posibilidad de eliminar los límites de su negocio, además del soporte de todo un equipo que trabaja por objetivos comunes como una gran familia. Descubre más entrevistas a nuestros mediadores, como la realizada a Paula Ripoll de Burriana, en la web ruizre.es.



Lo importante de lo nuestro,
De todo lo que nos une,
De la cercanía, ...

Ven y descubre las ventajas de estar asegurado con NOSOTROS.

Musepan, tu Mutua

www.musepan.com

Tel. 96 391 81 75





LA INTEGRACIÓN, CLAVE EN EL FUTURO DE LAS CORREDURÍAS INDEPENDIENTES

Pablo Gaitán

Director general SCV Correduría de Seguros



La integración de carteras se abre paso como una solución de futuro para muchos corredores independientes. El respaldo técnico y de marketing que pueden lograr se une, en casos como el de SCV al mantenimiento de la titularidad de la cartera, algo que subraya Pablo Gaitán, director general de SCV, en esta entrevista.

Para aquellos corredores que todavía no conozcan la sociedad, ¿qué es SCV?

SCV es una correduría de seguros que nació de la inquietud profesional de cinco corredores viendo la dirección que tomaba el mercado asegurador y con un doble objetivo. Por un lado, la transformación y la mejora constante de nuestros negocios, optimizando recursos, aumentando las ventas y rentabilizando nuestras carteras y por otro lado el crecimiento de nuestro negocio mediante la integración de corredurías de seguros con inquietudes y perfiles profesionales y personales similares.

¿Qué ofrece SCV a los corredores que se integren?

Además del conocimiento pormenorizado de su negocio, la primera medida que aplicamos es la reorganización y proyección de este tras la incorporación a SCV con una clara orientación empresarial. Con ello logramos maximizar los recursos disponibles mediante plataformas administrativas.

Otra ventaja muy importante es el servicio de gestión integral de siniestros centralizado, así como el plan de formación continuo para nuestra organización, el plan de marketing y comunicación y el despliegue de una imagen corporativa común.

Por último, pero no por ello menos importante, cabe subrayar que en SCV ofrecemos una alta especialización en ramos estratégicos, lo que al final redonda en una rentabilidad económica.

¿Qué valores son los que presiden el funcionamiento de la firma?

Son cinco estos valores, empezando por la **cercanía** a cada una de las

personas que forman parte de nuestra empresa, corredurías, socios y empleados.

Implicación, participación de la organización y de las personas en cualquier asunto que nos afecta.

Compromiso y obligación que contraemos para lograr el perfeccionamiento personal y del grupo.

Transparencia, tenemos la capacidad para que la organización entienda claramente sus motivaciones, intenciones y objetivos de nuestro proyecto.

Responsabilidad en la toma de decisiones siempre para mejorar los negocios y por ende SCV.

¿Cuáles son los criterios que siguen para seleccionar las carteras (o corredurías) que se integrarán en la estructura de SCV?

Ante todo aplicamos criterios personales, ya que hacemos negocios con personas en sintonía con nuestros valores. Tras este primer paso nos fijamos en la composición y distribución de la cartera, el volumen y rentabilidad de la misma.

Otra cuestión importante es el estudio de la estructura interna de personal, material y de recursos de la correduría.

Con todo ello, podemos hacernos una composición de lugar sobre las expectativas de crecimiento y capacidad de adaptación al cambio de la correduría.

A no pocos profesionales con un perfil adecuado para SCV les preocupa el mantenimiento de la titularidad de su cartera. ¿En qué consiste dicha integración? ¿La titularidad se mantiene en todos los casos?

En este punto somos muy claros, directos y concisos: la integración

consiste en la cesión de la gestión de la cartera, manteniendo contractualmente siempre la titularidad de la misma.

En estos momentos ¿cuál es la presencia de SCV en el mercado?

En la actualidad SCV la componen cinco corredurías de seguros, siete oficinas (cuatro en Valencia capital, una en Vila-real, y tres en otras localidades), contando con un equipo de 15 personas.

¿En sus planes de crecimiento se contempla la implantación en otras zonas de España?

Aunque somos conscientes de que la cercanía es importante en nuestra organización, no descartamos la posibilidad de la implantación en otras zonas del territorio nacional, máxime cuando estamos estudiando, no solo la integración, sino la adquisición de determinadas carteras.

¿El futuro de los corredores de seguros independientes pasa por unir fuerzas?

Desde nuestro punto de vista, la respuesta es obvia, sin duda alguna. La situación actual del mercado, las exigencias legales, las continuas amena-

zas, los nuevos escenarios y sus actores, etc, hacen que cada día sea más difícil no solo crecer, sino en algunos casos subsistir. Hay que combinar muy bien el volumen de primas, la estructura organizativa de la correduría, la composición de la cartera y los ramos en los que trabajar (la especialización es muy importante) para que tu negocio tenga viabilidad y proyección de futuro. Y todo ello sin olvidar la importante inversión en tecnología que se debe realizar en nuestros despachos, si queremos seguir optimizando nuestros recursos y manteniendo el servicio que nuestros clientes demandan.

¿Como puede un corredor conocer mejor SCV?

Puedes conocernos un poco más a través de nuestra web y en nuestras redes sociales, así como mediante la opinión de compañías y compañeros del sector. Pero la mejor manera de conocernos es hablando personalmente con nosotros y permitiéndonos explicarte pormenorizadamente nuestro proyecto.

Estamos seguros de que hemos tomado el camino correcto y que la pregunta no debe ser de cómo o por qué, sino con quién.

Gaitán: “el corredor que se integra en SCV mantiene en todo momento la titularidad de su cartera”

NOMBRAMIENTOS

LÁZARO CUESTA SE INCORPORA A UNESPA



UNESPA refuerza su equipo legal con el fichaje de Lázaro Cuesta Barberá (Córdoba, 1979). Se incorpora a la Asociación Empresarial del Seguro como nuevo responsable de Asesoría Jurídica y Proyectos Normativos. Sus responsabilidades abarcarán el asesoramiento jurídico

a las distintas áreas e instituciones de UNESPA, y el seguimiento y análisis de impacto de los proyectos normativos que afecten a la industria aseguradora. Reportará a Daniel Tomé, responsable del Área Legal, Regulatorio y Recursos Humanos de la organización.

ANTONIO NAVARRO, RESPONSABLE TERRITORIAL DE VALENCIA Y CASTELLÓN DE MUTUA LEVANTE



Tal como se informa en las páginas de Actividad Colegial, Antonio Navarro ha sido designado como nuevo responsable territorial de Valencia y Castellón de Mutua Levante, dentro del proceso de reorganización comercial que la entidad está acometiendo durante este 2021. Para ello, según

la entidad, se ha procedido a reorganizar zonas y a crear la figura de un responsable territorial exclusivo, puesto para el que ha sido designado Navarro. Y todo con el objetivo de ganar en cercanía y conocimiento para poder aportar las soluciones y recursos más adecuados.

FORINVEST 2021 AFRONTA SU EDICIÓN MÁS ESPECIAL CON UN FORMATO ONLINE



La edición más especial de Forinvest, que se celebrará entre el 10 y el 13 de mayo de forma mayoritariamente telemática, contará de nuevo con la aportación del sector asegurador mediante el Foro Internacional del Seguro, que concentrará sus sesiones durante la tarde del lunes 10 de mayo.

El Foro comenzará a las 16:00 horas con la inauguración a cargo de Vicent Soler, conseller de Hacienda y presidente del comité organizador del certamen. A las 16:15 horas se celebrará la mesa “Nuevos modelos de negocio post-covid”, que antecederá a la entrega del Premio a la Mediación. En esta ocasión, el máximo galardón de los mediadores de la Comunidad Valenciana distinguirá la trayectoria de Eusebio Climent, presidente del Colegio de Alicante durante 13 años.

La edición más especial del Foro se cerrará con la mesa “Uso y abuso de los datos del consumidor”.

Previamente, a las 10:30 horas del mismo lunes 10 de mayo el presidente de

la Generalitat Valenciana hará entrega de los premios Forinvest en reconocimiento a las empresas, el esfuerzo y trabajo de responsabilidad social empresarial. Junto con el presidente de Forinvest, el conseller de Hacienda y Modelo Económico, Vicent Soler, y los otros premiados, también intervendrán telemáticamente los máximos dirigentes de entidades del sector financiero y asegurador de nuestro país, socios estratégicos de la cita organizada por Feria Valencia.

La entrega de los premios será transmitido en directo por streaming desde el Palau de la Generalitat a través de las diferentes plataformas del certamen.

En el caso del sector asegurador, el premio galardonará el esfuerzo de todas las personas empleadas en el sector durante los peores momentos del confinamiento sufrido el pasado año, así como durante todo el periodo posterior. El premio será recogido por el presidente del Consejo General, Javier Barberá.



EL CONSEJO GENERAL SE OPONE A QUE LOS MEDIADORES DE SEGUROS SEAN INCLUIDOS EN LA NORMATIVA EUROPEA DORA

El Consejo General de Mediadores ha remitido a la Comisión Europea, a través de la Federación Europea de Intermediarios de Seguros BIPAR, una serie de alegaciones oponiéndose a incluir a corredores y agentes en la nueva normativa europea de ciberseguridad para el sector financiero (DORA). Considera que “no tiene en cuenta ni el tamaño, ni el nivel de riesgo, ni la realidad de la mediación española y europea”.

Para la única corporación de derecho público de mediadores de seguros y primera europea por número de miembros, “las actividades de mediación no representan un riesgo sistémico para la estabilidad del sector financiero de la UE. Equipararlos a grandes corporaciones muestra un preocupante desconocimiento de la actividad de los mediadores de seguros, en su mayoría pymes. Es una forma de legislar para el sector financiero que se traslada al seguro sin calibrar tamaños de empresa. Ya ocurrió con la normativa de Blanqueo de capitales”.

Entre otras razones el Consejo General aduce que la normativa impondría 120 puntos de control de seguridad digital y sistemas administrativos de información y cumplimiento, diseñados para las grandes entidades financieras. No son apropiados para un sector con 75.000 operadores en España y 500.000 en toda Europa, ya que equiparan los negocios de mediación con los de las entidades financieras y las compañías aseguradoras sin tener en cuenta el tamaño de cada uno.

El Consejo General de Colegios de Mediadores tiene previsto reunirse en las próximas semanas con sus homólogos europeos y con autoridades comunitarias para trasladarles la realidad y los intereses de los 75.000 mediadores españoles que representan.



FORINVEST

[El mayor espacio de *networking*
financiero empresarial *del país*]

10 - 14 de mayo — edición especial digital

foro **internacional del seguro** 2021

programa

Lunes 10 de mayo

- / 16:00 h — **inauguración 'foro del seguro'**
D. Vicent Soler
- / 16:15 h — **nuevos modelos de negocio post-covid**
Javier Barberá Ferré / Presidente del Consejo General de Colegios de Mediadores de España
María Aránzazu del Valle Schaan / Secretaria General de UNESPA
Modera _ Maribel Vilaplana / Periodista
- / 17:00 h — **entrega 'premio a la mediación'**
- / 17:15 h — **uso y abuso de los datos del consumidor**
Patricia Suárez Ramírez / Presidenta de Asufin (Asociación de Usuarios Financieros)
Montse Guardia Güell / General Manager at Alastria Blockchain Ecosystem. Responsable de Alastria
María Ameijeiras Fernández / Directora General de Ameijeiras y Fernández, correduría de seguros.
Especialista en Gerencia de Riesgos y Seguros
José Ivars / Titular IvarsTec Seguridad de la Información y Protección de Datos - DPO - Lead Auditor ISO27001 -
Fundador de IvarsTec Protección de Datos y salirdelared.es
Modera _ Maribel Vilaplana / Periodista
- / 18:00 h — **Clausura del acto**



Marian Sidro

Agente exclusivo AXA (Castelló de la Plana)

“EL ASESORAMIENTO PERSONAL QUE DAMOS A LA HORA DE CONTRATAR UN SEGURO ES NUESTRO VALOR AÑADIDO”

Lleva ejerciendo como mediadora desde el año 2007. ¿Cómo se inició en el sector?

Mi familia y más concretamente mi padre se ha dedicado a este sector durante más de 40 años, me propuso unirme a la agencia y ahora ya somos segunda generación.

¿Cómo se afronta la competencia de los operadores de bancaseguros desde el punto de vista de una agencia exclusiva?

Con dificultad, sin lugar a dudas, dada la envergadura y capacidad de este tipo de operadores. No obstante, la cercanía con el cliente, la formación específica y el asesoramiento personal que damos a la hora de contratar un seguro es el valor añadido que nos debe diferenciar claramente de este tipo de operadores donde prima la contratación y dejan en un segundo plano el servicio postventa.

También desde el punto de vista del agente exclusivo, ¿cómo se responde a un reto tan trascendental como el que plantea la pandemia de covid-19?

Lógicamente nos cogió a todos con inquietud y sorpresa, pero creo que ha sido más un proceso conjunto entre nuestros clientes y nosotros el hecho de normalizar situaciones donde antes era esporádico encontrarse. Me refiero a realizar asesoramientos telefónicos, compartir información mediante mail, WhatsApp o redes sociales o el hecho de que las visitas se hayan convertido en videoconferencias, en definitiva, se

ha acelerado la digitalización tanto de la agencia como de los propios clientes como una posibilidad más, pero sin dejar de lado la cercanía y el servicio.

En este sentido, ¿ha notado algún cambio en el comportamiento de las personas y empresas aseguradas?

Por supuesto, ante esta situación todos han entendido que estas nuevas formas de interactuar son las necesarias, complementarias a las habituales y no han sido una barrera.

¿Cuáles son los productos que cuentan con un mayor volumen de negocio en su cartera?

En estos momentos la cartera de particulares y consecuentemente sus productos vinculados tienen un peso importante. No obstante, desde hace ya unos años trabajamos para equilibrar la balanza dentro del sector empresas.

¿Detecta algún tipo de cobertura o producto que esté teniendo una demanda creciente?

Más que cobertura destacaría dos productos que están sobresaliendo, vida y salud, y más concretamente este último. Notamos desde hace ya meses de un mayor interés sobre todo aquello vinculado al bienestar y la salud. Es evidente que esta situación que estamos viviendo todos ha hecho valorar en mayor medida todas las ventajas que aporta el tener un seguro de salud.

¿Qué motivos le llevaron a sumarse

al Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón?

Una vez finalicé el Curso Superior decidí colegiarme. Por un lado, permite seguir formándome y por otro lado tener un respaldo por parte del Colegio en la defensa de nuestros intereses como mediadores.

¿Qué uso le dan a sus redes sociales?

Considero que son un punto de encuentro y comunicación, de actualidad, de información inmediata sobre las novedades de la agencia y de campañas y productos destacados. En nuestro caso estamos tanto en Facebook como en Instagram.

¿Cuáles son los servicios colegiales que más emplea?

Los cursos de formación y las charlas para estar al día en temas de actualidad del sector, otro servicio, el jurídico, me parece un complemento de gran interés para ciertas dudas o consultas que surgen en el desarrollo de nuestra actividad.

Desde su experiencia como agente exclusivo, ¿por qué esta figura mediadora se debe unir a los colegios profesionales?

El hecho de estar colegiado permite conocer de primera mano las novedades y cambios que se producen en el ámbito asegurador. El colegio realiza nuestra imagen y defiende el interés común, poniendo en valor el desarrollo de nuestra actividad en un entorno donde hay tanto intrusismo.

Mario Quílez

Corredor de seguros (Valencia)

“TENEMOS LA OFICINA A PIE DE CALLE PARA SER ACCESIBLE AL PARTICULAR”

¿Siempre tuvo claro que su futuro estaba en el sector asegurador?

Mi padre comenzó en este mundo en el año 1964. Lo he vivido desde siempre y me gustaba lo que él hacía. Él siempre ha sido mi referente.

En su caso se planteó un reto al que se están enfrentando actualmente no pocas sociedades de correduría: el de la sucesión. ¿Cómo lograron resolverlo de manera exitosa?

Somos tres hermanos y teníamos tres oficinas, una en mi barrio y la central a 50 kilómetros, por lo que lo más práctico fue escindir la empresa y quedarme con esta oficina, evitándome desplazamientos y horas de carretera. Fue algo natural.

¿Es muy diferente la tarea en una población como Villar respecto a una gran ciudad como Valencia?

Precisamente lo que quise fue establecer una oficina “de pueblo” en Valencia. En un pueblo se da una relación de confianza que no se da en la gran ciudad. Y eso es lo que quise trasladar: cercanía, confianza y acompañamiento en los siniestros. Por eso tenemos la oficina a pie de calle, para ser accesible al particular. Somos la correduría del barrio.

Actualmente, ¿con qué productos trabaja más desde su despacho en Valencia? ¿Tienen algún ámbito de especialización?

Nuestra especialidad es el particular; la cercanía y la disposición a ayudar a las personas en caso de siniestro. Pero

trabajamos todos los tipos de seguro, pues gracias a nuestra pertenencia a Espanor, podemos transferir todo tipo de riesgos en cualquier parte de España.

¿Qué factor diferencial ofrece SegurQuílez a sus clientes?

Lo que más caracteriza a SegurQuílez es el asesoramiento y la ayuda en caso de siniestro. Los particulares se suelen ver desatendidos por los canales de Internet y por la banca. En SegurQuílez revisamos puntualmente las pólizas y gestionamos sobre todo los siniestros, que son los momentos de mayor preocupación para el cliente.

Usted realizó el Curso Superior de Seguros entre los años 1999 y 2001, cuando todavía constaba de dos años, y lo culminó con la obtención del Premio Piniés. ¿Qué supuso aquel reconocimiento para su incipiente carrera profesional?

Soy segunda generación. Y por mis estudios, podría haber convalidado el título. Sin embargo, siempre he abogado por la formación, y la consecución del Premio Piniés fortaleció mi apuesta por formarme y prepararme para servir mejor a mis clientes.

Tanto usted como las personas de su equipo participan asiduamente de las actividades colegiales y, sobre todo, de todas aquellas que tienen carácter formativo. ¿Es importante para una correduría mantenerse al día en todos los aspectos?



Nuestro compromiso con la formación es primordial. La totalidad de la plantilla de SegurQuílez posee la titulación adecuada para ejercer su trabajo. Todos somos grupo A o B y además, seguimos formándonos cada año. Nuestra apuesta por la formación es clave para prestar el mejor servicio. El Colegio siempre ha contado con cursos de gran nivel que nos han ayudado a mejorar.

En su caso, también forma parte de APROCOSE. ¿Por qué es compatible el asociacionismo profesional y la colegiación?

Son perfectamente compatibles. Soy colegiado, miembro fundador de Aprocose y de Ars y socio de Espanor. Cada uno tiene su objetivo y creo que todos son imprescindibles: el Colegio me representa a nivel institucional y me presta multitud de servicios, Aprocose difunde la figura del corredor y gestiona un tipo de formación y de relaciones personales muy importante para mí; y Espanor me ayuda en el ámbito empresarial.

Como miembro durante muchos ejercicios de la junta directiva de APROCOSE, ¿cómo califica la relación con el Colegio de Valencia?

La relación siempre ha sido excepcional. Juntos hemos impartido jornadas de extraordinario nivel como los “Quieres Saber” de APROCOSE celebrados en la sede colegial, así como el Curso en Gestión de Riesgos y Seguros. Creo firmemente que juntos sumamos más.

DERECHO DE DAÑOS TECNOLÓGICOS, CIBERSEGURIDAD E INSURTECH

FICHA:

Título: Derecho de daños tecnológicos, ciberseguridad e Insurtech

Autores: Jesús Jimeno Muñoz

Edita: Editorial Dykinson

Año: 2019

Pág: 311

ISBN: 9788413241463

Precio: 26 euros

Las actuales realidades socioeconómicas plantean nuevos paradigmas y situaciones de las que se pueden derivar todo género de daños. Así, esta obra elabora una clasificación comprensiva de los distintos tipos de bienes y derechos que puedan padecer algún detrimento como consecuencia de las actividades llevadas a cabo en el ciberespacio.

Y en particular, sobre aquellos en los que pueda recaer el interés del derecho privado. Todo ello, nos permitirá estudiar los conceptos y definiciones propias de la ciberseguridad y la gestión de los riesgos tecnológicos.

La transferencia y gestión de estos riesgos se llevará a cabo por medio del denominado Insurtech que atiende a las realidades introducidas por los sistemas tecnológicos

actuales, como el blockchain, la economía colaborativa, el IoT, y la Inteligencia Artificial. Y todo ello, constituye el entorno por el que el National Association of Insurance Commissioners (NAIC) considera que la Industria Aseguradora está modificando sus políticas y modelos comerciales para abordar un nuevo panorama competitivo.

En definitiva, la obra trata de reunir un amplio conocimiento técnico y jurídico, para definir el marco del derecho de daños en el ámbito tecnológico; y, abordar la importancia de la ciberseguridad como elemento esencial para la gestión de los riesgos tecnológicos, y su transferencia financiera por medio de las novedades introducidas por el Insurtech.



DIRECTORIO



GANE TIEMPO **SIMS** Soluciones Informáticas

Trabajo desde la Nube o Escritorio
 Multidispositivo y Conectividad
 Multitarificador Avant2 integrado
 Automatización de las tareas
 Correo y SMS integrados

GESTIBROK
 SOFTWARE DE GESTIÓN DE ÚLTIMA GENERACIÓN

Plaza Alquería de la Culla, nº4 - Despacho 901
 46910 - Alfafar (Valencia) sat@simsval.com
 96 122 52 03 - 96 122 52 04 http://www.simsval.com

AGENCIA EXCLUSIVA

COMPRA CARTERAS

Tel: 619 11 78 21

SOLUCIONES PARA EL SECTOR ASEGURADOR

CLICK!

soluciones empresariales
EUROSEGUROS
 Programa para Agencia y Corredurías de Seguros

!

Gestione su cartera
Multitarificador
Integración con las compañías
Multiagencia

902 99 50 53 - 96 666 24 01

Email: info@click.es

www.click.es

**Alquila tranquilo,
ahora más que nunca
asegura tu alquiler**



Lo nuestro es
defender lo tuyo



Alquiler Viviendas



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



Protege a tu empresa de los riesgos cibernéticos

Ciberriesgo Plus

El seguro Ciberriesgo Plus está pensado para dar solución rápida y eficaz a los problemas derivados de cualquier ataque informático, tanto los asociados con la empresa como los que afectan a terceros.

www.plusultra.es