

News

sept 11



Asmo Kalpala
El presidente

Los investigadores holandeses “Research for Beleid” han entregado su informe sobre el papel de las mutuas en el siglo XXI al Comité de Empleo y Asuntos Sociales del Parlamento Europeo. En el informe, se apoya abiertamente a las mutuas y se hacen tres recomendaciones claras sobre políticas, instando una de ellas a que nuestro sector actúe...

Obviamente, nosotros mismos nunca lo hemos dudado pero siempre es positivo leerlo de otras fuentes independientes: hay una sólida justificación económica para las mutuas en el siglo XXI.

Los investigadores holandeses confirmaron el que ha sido uno de los más sólidos argumentos de AMICE en estos últimos años, durante la crisis financiera: las mutuas tienen una razón para existir y aportan un valor añadido considerable a la economía y a la sociedad europea en general. Existen unos sólidos argumentos (macro) económicos para impulsar la mutualidad: éstos aportan diversidad a la oferta de servicios financieros y han demostrado su solidez en tiempos de crisis.

Pero para mí, la conclusión más clara que se puede sacar del informe es que la solidez de nuestra argumentación se basa en la elección que hacen cientos de millones de ciudadanos europeos a favor de las mutuas para asegurarse contra todo tipo de riesgos sociales y materiales, para acceder a una atención sanitaria de calidad y para encontrar las mejores respuestas a sus necesidades. Los autores observan también que, dada la menor presencia del sector público en muchas áreas de la protección social, existe una necesidad creciente de operadores económicos con una responsabilidad social profundamente arraigada en sus organizaciones – en otras palabras, la sociedad nos necesita.

Los autores concluyen con tres recomendaciones principales: los legisladores nacionales deben ofrecer unas reglas del juego equitativas para todas las formas jurídicas que operan en el mercado; las instituciones europeas deben reconocer mejor el sector mutualista en tanto que actor distinto e importante en la economía y la sociedad europea. Y la tercera recomendación va dirigida a nuestro sector: “Las mutuas deben mejorar sus productos y difundir la idea de que la mutualidad es un valor fundamental de la entidad, y convencer a futuros miembros de que se trata de una alternativa rentable y sostenible a los prestadores y proveedores de servicios constituidos en sociedad anónima... (orientados al accionista).”

¿Podríamos haberlo dicho mejor? Difundir el mensaje de la mutualidad será de nuevo una de las misiones de AMICE en este nuevo año de trabajo que culminará con el Congreso de AMICE en Gdansk, en junio de 2012

Asmo Kalpala

→ Contenido

- Editorial del Presidente. Página 1
- “Crowdsourcing” en Tapiola. Página 2
- Riesgos emergentes Página 2
- Solvencia II y las pymes del sector Página 3
- CSR Seminario Página 4
- Eventos externos Página 4
- Calendario de eventos Página 4

“Crowdsourcing”: un término nuevo para algo que hemos hecho siempre...

Entrevista con Jyrki Antikainen, director de comunicaciones de Tapiola Group, Finlandia

En Tapiola, los clientes tienen voz y voto. *“Es primordial que las opiniones de nuestros clientes-socios queden reflejadas en nuestros productos y servicios, algo que también resaltamos en nuestra declaración de objetivos y compromiso con los clientes”,* comenta Jyrki Antikainen.

Además del tradicional ejercicio de encuestas y respuestas sobre sus experiencias, los clientes participan activamente en la fase de planificación



Jyrki Antikainen

de nuevos productos y servicios. Buen ejemplo de ello es el paquete UNDO de seguro personal y del hogar para jóvenes. *“Antes de desarrollar el concepto UNDO, analizamos las expectativas e impresiones que, sobre asuntos de seguros y sobre Tapiola tenían nuestros clientes. En el proceso de marketing de UNDO, también utilizamos las experiencias de los jóvenes con las reclamaciones a través de Facebook”,* dice Antikainen.

“Recibimos información según la cual los productos de seguros son considerados complejos, difíciles de comparar y caros. Muchos clientes jóvenes se mostraron molestos con el hecho de que muchas compañías de seguros siguen enviando correo en papel. Queríamos

deshacernos de la imagen de compañía de seguros rígida y tradicional que ofrece productos caros y complicados. El programa UNDO con diseño web pretende ser transparente y fácil de entender, desde los términos y las condiciones hasta los precios y los pagos.”

Sin embargo, la participación del cliente no acabó en la fase de planificación del programa UNDO. Durante el verano de 2011, UNDO fue al encuentro de los jóvenes en varios festivales de rock por todo el país. *“Tenemos que estar donde están nuestros clientes; en línea y presentes en diferentes eventos. La interacción abierta es provechosa para la compañía y sus clientes”,* subraya Antikainen.

También se han escuchado atentamente las opiniones y los deseos de los clientes; por ejemplo, en el desarrollo de productos de gestión de patrimonio y del seguro de automóvil.

Los precursores van en cabeza

Además del desarrollo de productos individuales, la opinión de los clientes y las ideas en general tienen mucha importancia. En noviembre de 2010, Tapiola lanzó su panel de clientes con el nombre de “Forerunners” (Precursores). Los precursores pretenden generar información entre los clientes para fomentar el desarrollo de productos y servicios de Tapiola. Tapiola puede enviar invitaciones a los miembros del panel para participar en encuestas o talleres. La participación es totalmente voluntaria y los miembros reciben una retribución.

El panel de discusión en línea dispone ya de 2.400 clientes cuyas opiniones se han recopilado y utilizado para el desarrollo de productos de seguro para animales y mascotas, por ejemplo. Los Precursores también han proporcionado a Tapiola muchos consejos útiles para mejorar los procedimientos de contacto.

El panel en línea dispone también de un buzón de correo permanentemente abierto para depositar nuevas iniciativas. Naturalmente, los resultados y los proyectos de desarrollo basados en las encuestas anteriores siguen a disposición de los miembros que desean aportar comentarios.

Redes sociales omnipresentes

Las redes sociales se encuentran en continuo crecimiento y no son sólo un canal de información veloz sino que constituyen también una herramienta para reaccionar de forma inmediata a las preguntas y las opiniones. *“Tapiola quiere involucrarse de forma interactiva y sería en los medios sociales. Seguimos sistemáticamente la opinión que tiene la gente de nosotros en blogs y foros”,* declara Antikainen.

El grupo de Tapiola en Facebook, creado hace más de un año, alienta a los clientes a debatir y a hacer preguntas. Los especialistas de Tapiola siguen los debates en línea relacionados con sus ámbitos de competencia y se esmeran por contestar las preguntas cuanto antes.

“El uso de las redes sociales nos acerca al cliente. Hoy en día, los buenos productos son sólo una parte del negocio; los clientes se consiguen escuchándoles.”

Riesgos emergentes: las mutuas pueden aportar soluciones

Los aseguradores no pueden detener el cambio climático pero pueden alentar a sus asegurados a conducir vehículos más limpios o usar materiales renovables para reparar daños en sus propiedades a través de las pólizas que ofrecen. Los aseguradores no son responsables de que la población envejezca pero pueden aportar soluciones en materia de pensiones y salud y adoptar medidas de prevención de accidentes y de readaptación a la evolución de la población activa. Los aseguradores no inventan nuevas tecnologías pero las coberturas que ofrecen deben adaptarse a los riesgos de salud potenciales procedentes de las nanotecnologías, por ejemplo. Estos son sólo algunos de los temas que más de 40 participantes trataron en el seminario de AMICE sobre nuevos riesgos, que organizó el grupo LB en Copenhague los días 22 y 23 de septiembre.



Christian Schauer presentó los debates con una descripción general de los riesgos emergentes globales y explicó cómo el concepto SONAR (Observaciones sistemáticas de nociones asociadas al riesgo) de Swiss Re detecta estos riesgos en su fase inicial. Swenja Surminski del Centro para la Economía del Cambio Climático de la London School of Economics explicó cómo los científicos trabajan con los aseguradores en varios ámbitos para comprender no sólo el riesgo directo del cambio climático sino también los riesgos indirectos tales como riesgos de responsabilidad o regulatorios, o riesgos provocados por cambios en las reacciones políticas. Gregor Prentl y Thomas Rothärmel de

Munich Re destacaron los riesgos emergentes para la salud tales como la obesidad y los desórdenes psicológicos, especialmente el estrés, que tendrá un impacto cada vez mayor sobre los aseguradores que cubren riesgos de salud y de accidentes de trabajo.

Johnny Dyreborg del Centro de Investigación Nacional para el Entorno Laboral de Dinamarca centró su atención en los retos demográficos que plantean las poblaciones que envejecen y los efectos que tendrán sobre los sistemas de pensiones y de salud, públicos o privados, así como en la manera en que se organiza la fuerza laboral. Kai Savolainen del Centro de Investigación en Nano-seguridad del Instituto de Salud Ocupacional de Finlandia destacó que el mayor riesgo es la incertidumbre de las nuevas tecnologías como la nanotecnología porque los trabajos sobre seguridad en esos ámbitos llevan muchos años de retraso respecto de su desarrollo.



En la segunda jornada del seminario se organizaron cuatro talleres con estudios de casos prácticos relacionados con riesgos emergentes, desde el coste creciente de las reparaciones de vehículos debido a una tecnología más avanzada hasta la complejidad de identificar y evaluar los riesgos nuevos y emergentes con miras a prevenir accidentes, y la necesidad de rehabilitación adaptada a la sociedad de hoy (mañana), por ejemplo aportando soluciones para los trabajadores con más edad o para los efectos del estrés en el lugar de trabajo.

Los miembros podrán encontrar todas las ponencias en la sección Members' meetings/Events del área Members de nuestro sitio web.

Solvencia II y las pymes del sector

AMICE ha celebrado su tercer seminario Solvencia II para cooperativas y mutuas de seguros pequeñas y medianas

“El diálogo entre las mutuas de seguros y los reguladores es abierto, y el tono de los debates es bueno. Los debates siguen siendo necesarios porque aún existen temas sin cerrar y muchos aseguradores pequeños y medianos tienen la impresión de que aún no se han atendido correctamente algunas de sus preocupaciones” dijo Marcel Kahn, vicepresidente de AMICE, al final del reciente seminario de AMICE celebrado en Barcelona.

Como en ocasiones anteriores, sesenta representantes de aseguradores mutuos de doce Estados Miembros de la UE y supervisores de Dinamarca, Alemania, Portugal y España se reunieron para intercambiar opiniones acerca de la aplicación del muy importante principio de proporcionalidad en todos los pilares de Solvencia II: requisitos de capital, el sistema de gobierno, y la difusión de información.

Se mencionó repetidamente el Considerando 19 de la Directiva Marco: Solvencia II “no debería resultar demasiado gravoso para las pymes del sector”. En este contexto, se mencionó especialmente el temor de que las nuevas exigencias de difusión de información o también conocida como “reporting” (Pilar III) aumentarán considerablemente los costes. Los supervisores reconocieron que la gran diferencia en los puntos de partida (a saber, los regímenes actuales) hace muy compleja una aplicación uniforme.

Los participantes hablaron también de las expectativas en el futuro sistema de gobierno de los aseguradores (Pilar II) y concretamente sobre la particularidad de que los miembros del consejo de administración son elegidos entre los mutualistas. El miembro húngaro KÖBE presentó los progresos realizados en el desarrollo del proceso ORSA y Olaf Ermert de la alemana BaFin y presidente del FinReq de EIOPA hablaron de la necesidad de disponer de un Pilar I menos complejo, a través de un mayor desarrollo de simplificaciones. Al evaluar la posibilidad de aplicar el principio de proporcionalidad, el modelo de negocio subyacente del asegurador – que tanto el Consejo como la dirección y el personal deben entender bien – debe desempeñar un papel importante porque influye directamente en la famosa “escala, naturaleza y complejidad” del riesgo.



Además de la preocupación por el coste de aplicación de los diferentes y exigentes requisitos, se comentó también otra gran preocupación del sector: la falta de orientación y de claridad en la reglamentación. Marcel Kahn reconoció que en muchos casos Solvencia II puede ser considerada un paso en la dirección correcta y subrayó que el proceso legislativo debería acabar pronto: *“El sector necesita reglas estables porque tenemos que prepararnos para una revisión fundamental de nuestros sistemas y estructuras.”*

Una vez más, quedaron demostradas en el seminario las buenas intenciones de supervisores y sector mutualista. Mientras generalmente las mutuas están bien capitalizadas y, por lo tanto, no deberían tener una necesidad urgente de nuevo capital, se teme que los actores más pequeños sean expulsados del mercado por el excesivo coste de adaptación y cumplimiento de los nuevos requisitos. *“Se debe lograr una proporcionalidad real tanto en las reglas como en su aplicación por parte de los supervisores”*, concluyó el vicepresidente.

Todas las ponencias del seminario de Barcelona están disponibles en el área Members de nuestro sitio web y pronto se publicará un resumen de los debates.

El próximo seminario de AMICE dedicado a las pymes del sector se celebrará durante el primer trimestre de 2012. Los parámetros específicos de la entidad (USP, en inglés) será uno de los varios temas a tratar en el programa del seminario.



Último Recordatorio

Responsabilidad Social Corporativa para mutuas en Madrid Seminario, 10-11 Octubre de 2011

Asista a nuestra reunión! Conozca las mejores prácticas en RSC de la mano de otros miembros de AMICE y aprenda cómo pueden ayudarle en su organización.....

Pinche en el link http://www.amice-eu.org/M2M_events.aspx para más información.



→ Eventos externos

AMICE apoya la organización de los siguientes eventos y, en algunos casos, ha negociado cuotas de admisión favorables para sus miembros:

- 5 de octubre Londres Solvency II – Clarifying priority areas for development and implementation, Life and PensionRisk / Incisive Media
- 12-14 de octubre Ámsterdam Solving Solvency II Summit, Fleming Europe
- 18-20 de octubre Londres Stress Testing & Operational Risk for Insurance Firms, Infoline
- 15 noviembre París Solvabilité II, Les Echos Conférences (en francés)
- 24 noviembre París Regroupement des mutuelles, L'Argus conference (en francés)
- 28 noviembre París ESG strategies for responsible investors, Novethic conference
- 13-14 diciembre Zúrich Solvency II Summit, Infoline

Para más información, ver la sección “Other Events” del sitio web de AMICE.

→ Calendario de eventos

- 3 octubre Bruselas Fondos propios taskforce
- 4 octubre Bruselas Consejo
- 10/11 octubre Madrid Seminario RSE
- 17 octubre Bruselas Solvencia II taskforce
- 8 noviembre Bruselas Comité Ejecutivo
- 9 noviembre Bruselas Grupo de trabajo de Asuntos Jurídicos
- 21 noviembre Bruselas Solvencia II taskforce
- 29 noviembre Bruselas Consejo
- 30 noviembre Bruselas Grupo de trabajo de Comunicación
- 14/15 diciembre Lieja Taller y grupo de trabajo RSE
- 16 diciembre Bruselas Solvencia II taskforce
- 13 enero Bruselas Pensiones
- 17 enero Bruselas Comité Ejecutivo
- 14 febrero Bruselas Consejo
- 20 marzo Bruselas Comité Ejecutivo
- 17 abril Bruselas Consejo
- 10 mayo Bruselas Comité Ejecutivo
- 6 junio Gdansk Consejo
- 6 junio Gdansk Asamblea General
- 6/8 junio Gdansk Congreso