Premio San Francisco Javier de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

10 ANIVERSARIO

Número 104 Abril 2021

www.pymeseguros.com

Visión de experto
Moisés Núñez de Bien, socio director de Abeces Audiens
El seguro de Salud para expatriados necesita más oferta

Punto de encuentro
Incógnitas sobre el perfil y el desarrollo en el mercado del mediador complementario

Más a fondo
Corredurías sostenibles, una apuesta de futuro

In situ
La demanda de seguros tardará en recuperarse al menos dos años

Cyrille Mascarelle, director general de Asefa Seguros

El ramo de Salud sale REFORZADO

ASISA **VOCACIÓN PYMES**

Aseguramos la tranquilidad de tu empresa

Por eso, si eres pyme o autónomo, ponemos a tu disposición los seguros que mejor se adaptarán a ti y a tu empresa.

ASISA **SALUD PYMES / SALUD PYMES PLUS**

Todas las coberturas de Asisa para los empleados y los familiares del empresario.

Tarifa única hasta los 64 años. Con la posibilidad de contratarlo con o sin copagos.

Desde
38,90 €
persona/mes*

Desde
45,90 €
persona/mes*

* Primas válidas para 2021 y para hombre o mujer de hasta 64 años. Las primas tendrán un incrementodel 5% en Barcelona, Baleares y Gerona.

TEATRO REAL
CERCA DE TI

asisa.es/pymes
900 10 10 21

asisa

Replantear la relación con los clientes

A mediados de febrero se presentaron las principales conclusiones del Informe sobre 'El impacto de la Covid-19 en el sector asegurador'. En él se dice que, para el sector asegurador, si bien la crisis está teniendo, de momento, un menor impacto en España que en otros países, la demanda de seguros en nuestro país tardará de dos a tres años en recuperarse. Se ha llegado a la conclusión de que este tipo de crisis solo se puede afrontar desde una colaboración amplia público-privada. Por su parte, los corredores se tendrán que plantear cómo se van a relacionar con sus clientes y proveedores; dónde está el valor de su asesoramiento, en qué negocios y tipología de clientes puede aportar más valor (ver **In situ**).

En 2020, se puede decir que el ramo de Salud ha salido reforzado con el Covid-19 porque ha demostrado que complementa a la sanidad pública para el tratamiento de una pandemia. Tanto es así que en los primeros meses de 2021 continúa su tendencia alcista (ver **Hablando claro**). La realidad es que este seguro es una oportunidad de negocio para los corredores, pero necesitan estar bien formados para dominar el ramo y sus secretos porque la salud es un ámbito complejo, en el que es fácil cometer un error.

En este ramo hay corredores que demandan un mayor desarrollo del seguro de Salud para expatriados, porque existen opciones muy potentes de no más de cinco entidades, pero con primas muy elevadas. Los técnicos y consejeros delegados de las aseguradoras han de entender que, cada vez, nuestra economía será más internacional y tendrán que ofrecer soluciones viables a nuestros compatriotas en el exterior (ver **Visión de experto**).

En este replanteamiento de la relación con los clientes hay que ver si tiene cabida la nueva figura del mediador de seguros complementario. Más de un año después, los profesionales del sector viven con incertidumbre la aparición de este nuevo actor, toda vez que aún no se han producido altas y no aprecian qué valor añadido puede aportar al corredor, frente a otros actores ya establecidos, como colaboradores externos o auxiliares (ver **Punto de encuentro**).

Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Staff

Directora
Carmen Peña
carmen@pymeseguros.com

Periodista
Aitana Prieto
aitana@pymeseguros.com

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

Diseño y maquetación
Estudio 9C

Fotógrafa
Irene Medina

Banco De Imágenes
Fotolia

06 Hablando claro
Cyrille Mascarelle, director general de Asefa Seguros: El ramo de Salud sale reforzado

12 Visión de experto
Moisés Núñez de Bien, socio director de Abeces Audiens: El seguro de Salud para expatriados necesita más oferta

PymeSeguros Revista online para corredores y corredurías
Número 104 { Abril 2021 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

CC BY NC ND

03 **Editorial**
Replantear la relación con los clientes

36 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

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

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

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

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

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

16 **Punto de encuentro**
Incógnitas sobre el perfil y el desarrollo en el mercado del mediador complementario

22 **Más a fondo**
Corredurías sostenibles, una apuesta de futuro

28 **In situ**
La demanda de seguros tardará en recuperarse al menos dos años

34 **Claves de empresa**
La Silver Economy, una oportunidad de creación de valor para el sector asegurador

Cyrille Mascarelle,
director general de Asefa Seguros

El ramo de Salud sale **REFORZADO**

En 2020, Salud ha incrementado su importancia dentro de No Vida. Se puede decir que es un ramo que ha salido reforzado con el Covid-19 y que ha demostrado su capacidad para complementar la sanidad pública en el tratamiento de una pandemia. "En los primeros meses de 2021 continúa su tendencia alcista, tanto en el número de asegurados como en el de primas. Quizás la resaca de la crisis económica pueda ralentizar la adquisición de este seguro, pero no creo que se registre una caída en su contratación", afirma Cyrille Mascarelle, director general de Asefa Seguros.

¿Cuál es su valoración de lo vivido por el ramo de Salud en 2020?

El año pasado, el ramo de Salud ha incrementado su importancia dentro de No Vida, aunque la situación pandémica ha generado muchísima incertidumbre porque, por lo general, las pólizas de Salud no cubren el riesgo pandémico; sin embargo, en esta ocasión, las aseguradoras han podido sufragar los costes relacionados con los ingresos hospitalarios.

¿Cómo se ha vivido la alerta sanitaria del Covid–19 en el sector?

El Gobierno determinó que el sector asegurador era una actividad esencial y hemos permanecido al servicio de nuestros clientes y distribuidores. El mejor ejemplo de nuestro compromiso social frente a la pandemia ha sido la iniciativa del sector asegurador con Unespa, a favor de un seguro de Vida para el personal sanitario. Creo que el papel social del sector asegurador ha sido y sigue siendo ejemplar.

¿Cree que este año habrá una ralentización del crecimiento de asegurados por la crisis económica?

En los primeros meses de 2021 sigue mostrando un comportamiento positivo. Continúa su tendencia alcista, tanto en el número de asegurados como en el de primas y confiamos en que se mantenga este crecimiento a lo largo del año. Quizás la resaca de la crisis económica pueda provocar una ralentización de la adquisición de este seguro, pero no creo que se registre una caída en su contratación.

¿Qué medidas se han llevado a cabo, durante la pandemia, para ayudar a los asegurados de Salud?

En Asefa adoptamos diferentes medidas: asistimos a nuestros asegurados con el riesgo pandémico; durante el estado de alarma apoyamos a los asegurados con dificultades económicas permitiéndoles el aplazamiento del pago de sus primas o, en aquellos casos en los que nos indicaban que la situación no les permitía acceder de forma programada a las consultas, tuvieron opción de suspender coberturas y pago de sus pólizas hasta que finalizara el estado de alarma.

Por otro lado, en 2020 hemos llevado a cabo una excelente colaboración con los hospitales de nuestro cuadro médico para ayudarles, velando por el mantenimiento de la calidad de servicio a los asegurados.

Se ha demostrado que tiene sentido la convivencia de una sanidad privada y una pública

¿Qué lecciones saca el ramo de Salud de la pandemia?

La primera lección que sacamos es que el ramo de Salud es necesario en España, a pesar de la existencia de una sanidad pública universal. Se ha demostrado que tiene sentido la convivencia de una sanidad privada y una pública. Por eso, creo que la colaboración público-privada se tiene que poner sobre la mesa para contribuir a cubrir riesgos pandémicos.

Por otra parte, durante el confinamiento, hemos puesto en valor, más si cabe, la importancia de la digitalización. La telemedicina o la videoconsulta han llegado para quedarse.

¿El seguro de Salud está saliendo reforzado de esta crisis sanitaria?

LOS CORREDORES APUESTAN POR EL POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO DE SALUD

El negocio de Salud de Asefa viene casi en su totalidad a través de corredores. "No hay que olvidar que detrás de la venta online masiva, está un corredor", aclara Cyrille Mascarelle, director general de Asefa Seguros. "Son los más innovadores en la captación de *leads* y de posicionamiento del mercado de seguros de Salud". De hecho, en nueva producción la aseguradora ha crecido alrededor del 5%.
Los corredores de seguros que trabajan Salud con Asefa "encuentran fidelidad y apuesta por el canal de corredores.
Además, aportamos una adaptación continúa de nuestro servicio, de nuestro cuadro médico, de nuestros productos... Por otro lado, nuestras campañas comerciales permiten tener unas herramientas de venta durante todo el año, con una política de renovación transparente y consolidada. Eso nos permite tener una retención de cartera de las más altas del mercado".
En 2020, la aseguradora ha aprovechado para realizar varias jornadas de formación sobre sus productos, sus campañas, sus garantías, las novedades en el cuadro médico... Pero también la parte de retribución flexible para empresas. Es decir, se ha explicado a los corredores las ventajas que supone para las empresas contratar este tipo de seguros para sus empleados, sus ventajas fiscales... "Nuestro equipo de Recursos Humanos colabora con el equipo comercial para explicar, de forma sencilla, las ventajas de este tipo de seguros", indica Mascarelle.
Su entrada en la plataforma Avant 2 se realizó pensando en el interés del corredor. Por eso, "lo hemos hecho después de preguntar a los corredores qué necesitaban en esta plataforma y, de hecho, tiene bastante éxito entre ellos" afirma el director general de Asefa.
A cambio, a los corredores se les pide cierta fidelidad y que el precio no sea el único criterio en la elección del producto. En un seguro de Salud la calidad de servicio es fundamental. Además, "cuando llegamos a una colaboración con productos *ad hoc* es necesario cierta permanencia y compromiso y creo que lo estamos consiguiendo", sentencia Mascarelle.

Sin duda. Ha demostrado que es un eje complementario de la sanidad pública tanto en casos excepcionales como para periodos "normales". De hecho, el volumen de primas de Salud ha crecido un 4,9% y el número de asegurados, un 3,3%.

¿Sigue habiendo necesidad de personalización de la póliza?

Sí. Pero el camino no pasa por una personalización para todos, porque eso conlleva un coste. Hay productos estándares que están muy bien definidos con un precio asequible que responden a las necesidades de gran parte de los asegurados y existen productos personalizados con coberturas adaptadas. En nuestro caso, con coberturas familiares mixtas de reembolso y cuadro médico, que van en ese sentido.

Los datos de ICEA confirman que colectivos sigue creciendo más que particulares. A junio de 2020, las primas subieron un 5,5% y los asegurados un 4,2%. Parece que es buen momento para contratar seguros colectivos de Salud...

Siempre es buen momento para contratar seguros colectivos de Sa-

lud. Entre otras cosas, porque para las empresas constituye un elemento de fidelización de sus empleados, al ser uno de los beneficios sociales más valorados. Sin embargo, es un mercado muy competitivo, con márgenes muy escasos, que nos obliga a ser muy selectivos con los riesgos que aceptamos. Pensamos que todavía hay espacio para dinamizar aún más los seguros colectivos, pero deberían de ir acompañados de medidas fiscales para incentivar la contratación. Algo que no tendría impacto en las cuentas públicas, porque la salud privada contribuye a reducir el coste de la salud pública.

Tras la pandemia, ¿han aparecido nuevas coberturas?

No diría que han aparecido nuevas coberturas, pero sí nuevos servicios. Entre ellos los servicios digitales que he comentado. Se ha demostrado que se puede trabajar a distancia, se puede peritar a distancia, se puede tratar a distancia. En pocos meses hemos dado un salto enorme en la transformación digital.

¿A qué retos se enfrenta el sector de los seguros de Salud?

El mayor reto que hay es ser *costumer centric*, es decir, adaptarse a las necesidades de cada cliente. Hasta ahora, el modelo se centra más en la calidad de las prestaciones o del cuadro médico. Tenemos que orientarnos a lo que es la necesidad de los asegurados, con pólizas más adaptadas a ellos.

Por otra parte, existe el reto de complementar los seguros con los servicios a la persona para poder ofrecer no solamente la atención primaria, sino también lo que conlleva, por ejemplo, estar confinado en casa sin poder salir a recoger a los niños, ni hacer la compra; o estar ingresado sin que haya nadie que pueda cuidar de la mascota que tenemos en casa. Creo que es importante reforzar todo este tipo de servicios. Pensar más en el asegurado, manteniendo un nivel de servicio excelente.

¿La parte de prevención y de *wellness* está actuando como palanca para captar más clientes?

Para Asefa, la prevención siempre ha sido un motor para la contratación. Siempre ha actuado como una palanca para nosotros. Combinar wellness con seguros es una forma de monitorizar la salud de los asegurados. Pero hay que reflexionar sobre el uso de los datos personales y su combinación con el seguro, para que llegue a buen puerto. Se necesita más tiempo para su desarrollo completo.

Durante el confinamiento, hemos aprendido la importancia de la digitalización. La telemedicina, la teleconsulta han llegado para quedarse

¿Hasta qué punto la cobertura de salud emocional está cobrando importancia en las pólizas de Salud?

La capacidad de resiliencia de los españoles es increíble. Aun así, es verdad que se está demandando más la cobertura de asistencia psicológica que tenemos en nuestras pólizas.

Las personas se están viendo afectadas con la situación que estamos viviendo. Por eso, es fundamental aportar al asegurado soluciones facilitándoles el acceso a consultas telemáticas o presenciales con psicólogos que les puedan acompañar en sus procesos emocionales.

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

Aunque el mercado está muy concentrado, hay hueco para otros actores. Creo que en Asefa tenemos espacio para crecer, diferenciándonos de lo que hace la competencia.

Nuestra diferenciación viene por la calidad del servicio y por la creación de productos y garantías únicos. Además, nuestra oferta está adaptada a nuestra red de distribución, que es fundamentalmente de corredores.

Por otra parte, hacemos una mejora continua de nuestro cuadro médico con una oferta que se adapta a la evolución del mercado. El mejor ejemplo de esto es nuestra incorporación a Avant2 en 2020, siendo una de las primeras compañías que ofrecen su seguro de Salud desde este *marketplace*.

¿Qué importancia tiene el ramo de Salud dentro del negocio de Asefa?

Es un eje estratégico para Asefa. El ramo de Salud representa casi el 50% de nuestra facturación. Tenemos una política de selección de riesgos y de renovación de cartera muy transparente, que nos permite ser un actor con nombre en el mercado. Nuestra marca cada día es más reconocida.

¿Qué novedades tiene Asefa en Salud?

En 2020, incorporamos el tratamiento de protonterapia, una cobertura muy puntera para el tratamiento del cáncer que ofrece el grupo Quirón. En cuanto a los servicios, tenemos el refuerzo de la telemedicina, con posibilidad de consulta online y receta electrónica.

A esto hay que añadir, como comenté antes, la incorporación en Avant2.

Se está demandando más la cobertura de asistencia psicológica que tenemos en nuestras pólizas

Se dice que el 27% de las personas que no han contratado aún un seguro de Salud, tienen intención de hacerlo y que casi el 80% de los españoles aún no lo tiene. ¿Piensa que es un negocio que no puede desaprovechar el corredor?

Sin duda. Los pocos meses que llevamos trabajando en Avant2 hemos comprobado que la dinámica de contratación con los corredores es fantástica. El corredor es el mejor aliado de los asegurados a la hora de presentar la oferta más idónea. Además, son capaces de diseñar una cobertura *ad hoc*, que responda a la necesidad del cliente en sus seguros personales. Creo que el corredor tiene posibilidad de crecer bastante en este negocio.

Sin embargo, los corredores solo distribuyen el 17% de las primas de Salud. ¿Por qué, pese a los buenos datos de este ramo, hay corredores que no lo están comercializando?

La estrategia del canal corredor hacia el negocio de Salud es muy reciente. Un 17% puede parecer bajo, pero en los últimos años ha crecido bastante su negocio.

Carmen Peña
Fotos: Irene Media

Ser autónomo cuesta. Encontrar el mejor seguro no tanto

Seguros para autónomos y profesionales

El seguro que necesitas está en Previsión Mallorquina

Descubre todos nuestros seguros, tanto para autónomos como para el público en general

- élite-pm profesional
- enfermedades graves-pm
- guardias médicas-pm
- rgh-pm IV gastos médicos
- rgh-pm IV pruebas diagnósticas
- hospitalización-pm III integral
- hospitalización-pm III por accidente
- hospitalización-pm III por accidente y accidente de circulación
- hospitalización-pm III por accidente, fracturas y fisuras
- hospitalización-pm III por contagio de Covid19
- hospitalización-pm III por enfermedades víricas y Covid19-Familiar
- hospitalización-plus IT por hospitalización e ILT posthospitalaria
- Seguro de decesos

Expertos en seguros de autónomos. Expertos en ti desde 1969

Somos la aseguradora líder especializada en profesionales y autónomos. No es algo en lo que nos hayamos convertido de la noche a la mañana. Llevamos más de 50 años viviendo de cerca el día a día del autónomo, por eso conocemos lo que necesita. Esto es lo que nos hace diferentes.

contáctanos

previsión mallorquina seguros

900 103 057 · www.previsionmallorquina.com

#SegurosAutónomos #PrevisiónMallorquina #ExpertosEnTi

Moisés Núñez de Bien, socio director de Abeces Audiens

El seguro de Salud para **EXPATRIADOS** necesita más oferta

El ramo de Salud es una oportunidad de negocio para los corredores, pero necesitan estar bien formados porque "la salud es un ámbito complejo, en el que es fácil cometer un error. Por eso, es tan importante la formación para dominar el ramo y sus secretos", afirma Moisés Núñez de Bien, socio director de Abeces Audiens. Asimismo, señala la necesidad de desarrollar más el seguro de Salud para expatriados, porque "existen opciones muy potentes de no más de cinco entidades, pero con primas muy elevadas. Los técnicos y consejeros delegados de las aseguradoras han de entender que, cada vez, nuestra economía será más internacional y tendrán que ofrecer soluciones viables a nuestros compatriotas en el exterior".

2020 ha sido un año difícil, aunque el ramo de Salud haya seguido creciendo, porque nos hemos tenido que adaptar a una situación completamente inesperada. Como corredor de seguros, el primer objetivo ahora "es mantener las carteras y las cuentas de clientes. Para ello, hemos de ofrecer soluciones viables en lo económico, que permitan a las personas seguir aseguradas", afirma Moisés Núñez de Bien, socio director de Abeces Audiens.

El Seguro, como institución, ha intentado demostrar al ciudadano que estaba ahí, al lado de la persona. Pero Núñez de Bien no está convencido de "que lo haya conseguido. Sólo unas pocas aseguradoras han desarrollado productos reales que se enfrentaban directamente a la Covid, con seguros que mitigaban sus consecuencias directas, hablo de seguros de Incapacidad Temporal para autónomos que, expresamente, cubrían el ingreso hospitalario a consecuencia de la pandemia".

"En el ramo de Salud -continúa- no he percibido, una proactividad durante la fase dura de la pandemia, si bien, ahora se están desarrollando seguimientos post Covid que, están

dando buenos resultados. Está siendo muy bien acogido, tanto por los asegurados que han superado la enfermedad, como por los que no se han contagiado aún de ella".

El socio director de Abeces Audiens cree que "algunas entidades, tras los primeros embates de la enfermedad, han visto que podrían haber hecho más de lo que hicieron. El nefasto Estado de Alarma, no me cabe duda, ha sido una buena excusa para la inacción de muchos sectores, entre los que se encontraba el sistema privado de salud en su conjunto, y aquí englobo a aseguradoras, centros médicos de día y hospitales privados. Pero, creo que el sector sacará lecciones a futuro. Los corredores han aprendido, a golpes, que la cláusula de epidemias y pandemias es algo muy serio, más importante de lo que nunca pensaron. También, que se pueden firmar contratos y otros documentos a distancia y, por supuesto, que se puede trabajar desde cualquier lugar".

Los corredores han aprendido, a golpes, que la cláusula de epidemias y pandemias es algo muy serio, más importante de lo que nunca pensaron

LA FORMACIÓN ES CLAVE

Moisés Núñez de Bien es un buen conocedor del ramo de Salud. Sus comienzos profesionales fueron en la aseguradora Previasa (adquirida, posteriormente, por DKV). "Tuve la enorme suerte de conocer y trabajar con Publio Cordón, una de las mejores mentes del sector por aquel entonces. Debo reconocer que, en esa magnífica firma, se ocuparon de darme una buena formación, tanto a nivel técnico-contractual, como en medicina. Cuando decidí dar el paso y crear mi propia correduría, sabía perfectamente el campo en el que me iba a especializar", indica.

Su trayectoria profesional ha estado llena de grandes experiencias personales. "He tenido la suerte de tratar, negociar y conocer con detalle toda la cadena de valor de la sanidad privada, algo que me ha ayudado en mi día a día comercial. Igualmente, me he dado cuenta de cómo se acierta cuando se explican correctamente las cosas. Asimismo, he visto cómo algunos compañeros '*han metido la pata*', cuando no se sigue el manual correcto, que no es otro que explicar todo perfectamente y en profundidad".

En este sentido, desde Fecor se puso en valor la función del corredor para explicar adecuadamente cuestiones como la existencia o no de plazos de carencia, indisputabilidad, preexistencias, exclusiones, evolución futura de las primas, duración, tratamiento fiscal… Núñez de Bien está completamente de acuerdo con esa puesta en valor. "De hecho, cada vez más, los corredores están operando en la buena dirección, pero no así las redes propias de las entidades y, por supuesto, es horroroso el mensaje que se está emitiendo por los medios de comunicación. Pareciera, a la luz de muchos anuncios, que un hombre con 63 años puede asegurarse correctamente y de manera integral en Salud por 14,95 euros al mes. Eso hay que hacérselo mirar, porque las únicas responsables de ello son las entidades que han entrado en esa dinámica de perdición".

Entre los retos del sector, señala

EL RAMO DE SALUD CRECE, PERO NO SALE REFORZADO DE LA PANDEMIA

Moisés Núñez de Bien, socio director de Abeces Audiens, no piensa que el seguro de Salud esté saliendo más fuerte de esta crisis sanitaria, aunque esté creciendo. En su opinión, salir reforzado pasaría por:

- **"Contar con entidades más fuertes, que no tengan como único objetivo, ser más baratas que sus competidoras. Me vienen a la cabeza esos repugnantes anuncios, de alguna entidad, que sólo hablan de primas bajas, y que dejan atrás, palabras como calidad, buen hacer, consejo o solvencia, por citar sólo algunas palabras con una sonoridad trascendente en el alma de los clientes.**
- **Un sector que no tuviese miedo a defenderse ante el Gobierno, tal y como lo viene haciendo la banca, desde hace lustros.**
- **Que se formase bien a la red de ventas, ya que no se explica, realmente, a los clientes términos ontológicos del ramo, como carencia, indisputabilidad o preexistencia. Si se explicaran en profundidad esos tres términos, veríamos menos disparates en el sector y los clientes cometerían menos errores y estarían más agradecidos a la institución aseguradora.**
- **En un plano más estratégico, un gran refuerzo sería crear consorcios hospitalarios, propiedad de pools aseguradores, que permitan crear sinergias de ramo y aseguren la independencia de los, cada vez mayores, grupos hospitalarios".**

el que "posean muchos hospitales propios y que sepan elegir a su *target* real de clientes. No podemos seguir pretendiendo que toda la población tenga una póliza de Salud. Para eso está el Sistema Público. Una familia que paga 300 euros mensuales en un seguro médico no quiere ver que, cuando asiste a un hospital privado, éste se encuentre saturado de gente que está pagando 42 euros al mes".

BUEN MOMENTO PARA LAS PÓLIZAS COLECTIVAS

Los datos que traslada ICEA parecen confirmar que la modalidad de colectivos sigue creciendo más que la de particulares. A junio de 2020, las primas subieron un 5,5% y los asegurados un 4,2%. Todo hace pensar que es buen momento para contratar seguros colectivos de Salud. "Las primas de algunas operaciones colectivas, en la actualidad,

resultan sustancialmente, más bajas que la de sus hermanas, las primas individuales. ¿Por qué? Algunas entidades tienen y mantienen colectivos de salud, muy específicos, con un enfoque de prestación de servicios a cambio de una cantidad. Es decir, me gasto 80 y me está entrando por caja 91; mientras que esto continúe así, seguirán con este sistema, ya que en apariencia les cuadran los números. El problema, es que caigamos en la antiselección y que vayamos construyendo un abismo más pronunciado entre las primas colectivas y las individuales. Y son las individuales, recordemos, las que cuentan con un mayor rigor actuarial y, a la larga, las que salvaguardan las cuentas de explotación de las entidades y las carteras de los mediadores".

En las pólizas colectivas hay que evitar caer en la antiselección e ir construyendo un abismo más pronunciado entre las primas colectivas y las individuales

Parece que, a veces, se están utilizando los colectivos abiertos para salvar la dificultad de llegar al particular de forma directa. Pero Moisés Núñez de Bien dice que "he notado una reducción en esa práctica, ya que las entidades han hecho un esfuerzo comercial y tarifario".

PRIMAS MUY ELEVADAS PARA EXPATRIADOS

En cuanto al seguro de Salud para expatriados, Núñez de Bien piensa que "existen opciones muy potentes de no más de cinco entidades, pero aún, con primas muy elevadas. Los técnicos y consejeros delegados de las aseguradoras han de entender que, cada vez, nuestra economía será más internacional, por cuestiones socioeconómicas y políticas en las que no voy a entrar. Y por ello, tendrán que ofrecer soluciones viables a nuestros compatriotas en el exterior".

Nuñez de Bien tiene muy claro la oportunidad de negocio que supone el ramo de Salud para los corredores. "Se trata de un ramo peculiar. La salud es un ámbito complejo y central en el que es fácil cometer un error. Por eso, es tan importante la formación y la autoformación, hasta que dominemos el ramo y sus secretos. Porque, si no lo comercializamos los corredores y agentes, lo hará la banca y las redes propias de las entidades", sentencia.

Entre los principales problemas con los que se encuentran los corredores que trabajan el ramo de Salud está, según el socio director de Abeces Audiens, "la carencia de conocimientos. Por eso, cuando en su día presidí el grupo de mercado del Centro de Negocios del Seguro, puse todo mi esfuerzo en que saliera adelante el programa 'Más Salud, Más Vida', que pretendía, entre otros objetivos, que el mediador alcanzara una alta capacitación técnica en el ramo".

Carmen Peña

INCÓGNITAS sobre el perfil y el desarrollo del mediador complementario

En febrero de 2020 el Gobierno transpuso la Directiva de Distribución de Seguros al ordenamiento español, reconociendo una nueva figura en el mercado: el mediador de seguros complementario. Más de un año después, los profesionales del sector viven con incertidumbre la aparición de este nuevo actor, toda vez que aún no se han producido altas en el registro de la DGSFP y no aprecian qué valor añadido puede aportar al corredor, frente a otros actores ya establecidos, como colaboradores externos o auxiliares.

"El Real Decreto de 3/2020 del 4 de febrero ha venido a clarificar muchas de las situaciones de distribución de seguros que venían dándose en el mercado asegurador, incluyendo no solo la figura del mediador de seguros complementario, sino también los comparadores", advierte Fernando Bernal, director del Canal Corredores de la Dirección Territorial Centro y Canarias de **AXA**, para quien es pertinente que el regulador defina y establezca estas posibles figuras buscando sobre todo la protección del asegurado.

Coincide Rafael Calderón, director de Canal Corredores de **Reale Seguros**, en que con esta ley se han intentado regular todas las figuras de distribución, pero en el caso de los mediadores complementarios no confía mucho en su recorrido, toda vez que hasta el momento no le consta ninguna alta "y además la previsión no es que haya muchas". A su entender, no aporta mucho a un mercado ya lleno de intermediarios y en el que los corredores ya trabajan con auxiliares y tienen colaboradores externos.

"Nosotros estamos un poco a la expectativa también de saber qué pasa con esta figura, porque tampoco parece que hubiese una demanda de esta regulación", ratifica Juan Antonio Marín, presidente de **Fecor**, para quien está bien que la IDD intente ordenar el mercado y dejar clara la posición de cada actor, a pesar de que, a día de hoy, no hay nadie registrado como tal: "Después de un año todavía no tenemos claro el perfil del mediador de seguros complementario y el desarrollo que vaya a poder tener al futuro", analiza.

"Los corredores siempre estamos avanzando en la búsqueda de nuevos modelos que puedan estar cerca de lo que se nos va demandando".
Juan Antonio Marín

Ángel Casarrubios, cofundador y COO de **Gocleer**, también opina que con esta figura la DGSFP trata de legislar cualquier participante que haya dentro de la distribución de seguros, como las agencias de viajes o concesionarios de vehículos que ofrecen pólizas. Por otro lado, desde su posición como corredor digital esta figura parece que no tenga demasiado encaje, pues requiere de una integración tecnológica con lo cual la participación de ese colaborador que da información se reduciría al mínimo. Además, cree que los cambios drásticos en la forma de movernos, vivir y trabajar derivados de la Covid van a impactar en la forma de distribuir y este tipo de colaboraciones se van a volcar cada vez más al entorno digital, por lo que el concepto que se ha definido en la ley sobre el mediador de seguros complementario tendrá que cambiar en un corto plazo.

PRIMAS DE MENOR IMPORTE

Precisamente sobre la enmienda presentada por Fecor para rebajar a 150 euros el valor máximo de las primas que pueden intermediar los mediadores complementarios, Juan Antonio Marín lo justifica porque considera que una prima de 600 euros no es menor, "sobre todo para los pequeños y medianos corredores".

Fernando Bernal corrobora que si se mantiene el límite de 600 euros entraría una amplia gama de seguros y si lo que busca la ley es protección al asegurado, no está convencido de que quienes ejercen la mediación como actividad complementaria puedan garantizar esa protección: "El corredor de seguros o el agente proporcionan un valor diferencial a la seguridad y creo que el mediador complementario no lo aportará", apostilla. De ahí que bajar ese valor de la prima a 150 euros le parece correcto, porque existen muchos seguros automatizados, que quizá no requieren de un mayor asesoramiento.

Además, como puntualiza Rafael Calderón, a las compañías se les va a generar un dilema, toda vez que el mediador complementario debe recibir retribución por parte de la aseguradora, y les resultará difícil establecer un cuadro de remuneraciones con primas tan pequeñas y con el limitado asesoramiento que van a hacer: "Me preocupa sobre todo el tipo de relación que vamos a tener con este colectivo, si es que llega a haber un colectivo, que tengo mis dudas".

Para Ángel Casarrubios el quid

de la cuestión no está tanto en el valor de la prima, como en el tipo de seguro que el cliente quiere y si esa modalidad está, a día de hoy, muy *commoditizada* o no, ya que la información de la que dispone el consumidor en los ramos masas es muy amplia: "No sé si la medida es tanto el precio de la prima, sino realmente el producto y la conformación del mismo", sostiene. No obstante, desde su punto de vista lo más importante es "darle al cliente el seguro de la forma más sencilla y en cualquier sitio y momento que lo pueda necesitar". Así, considera que el hecho de que el cliente pueda encontrar el seguro en otro sitio diferente "aporta un montón de valor, porque nos permite abrir mucho la capacidad de distribución, pues no hay que llevar al cliente exclusivamente a un sitio en un momento determinado". Ahora bien, aprecia que en los productos en los que se necesite un asesoramiento no debería existir ni siquiera una cantidad mínima, "porque quien puede dar ese asesoramiento es el mediador".

"El corredor de seguros proporciona un valor diferencial a la seguridad del cliente que el mediador complementario no le aportará". Fernando Bernal

"Nosotros estamos lógicamente alineados con que el sector avanza y hay que buscar otras vías para estar próximos al consumidor", ratifica Marín, para quien la cuestión de la prima da luz sobre hasta qué tipo de seguro se puede manejar. "Si como corredores estamos obligados a hacer un estudio, un comparativo y un análisis, y esta ley lo que busca es la protección del consumidor, entendemos que para determinados niveles de cobertura quizás se les está permitiendo a esa figura no tener que hacer el trabajo que debería hacer precisamente para que el consumidor se sienta protegido", aprecia.

¿AGENTE O CORREDOR?

A la hora de definir la figura de mediador de seguros complementario, en su momento Raúl Casado, entonces subdirector General de Autorizaciones, Conductas de Mercado y Distribución de la DGSFP, comentó que, por su perfil, era más lógico que trabajase como agente de seguros, más que como corredor. Aunque Calderón pone de relieve que no se trata de una obligación, sino de una orientación, "sí que es cierto que este tipo de mediador va a estar más alineado a vender productos etiquetados, con poca función de asesoramiento y prácticamente los va a embeber en un sistema de integración".

"Cuando alguien habla de un mediador de seguros complementario se piensa en la figura del agente, pero no tiene por qué ser así y la ley tampoco lo establece, así que puede ser un corredor", puntualiza Bernal. No obstante, puede vender seguros muy automatizados y el corredor tiene la conectividad y ahí es donde puede encajar esta figura con el corredor, por lo que podrían trabajar juntos, opina.

Casarrubios también aprecia que si finalmente se define este nuevo actor pueden surgir dificultades de colaboración. Para él, sería adecuado enfocarlo más como un co-broker o cocorredor, para poder co-

laborar con un mediador 100 por 100 en distribuir ese tipo de seguro en un momento determinado.

"Yo veo normalmente a los corredores mucho más capacitados en el sentido de su orientación en tecnología, en conectividad, en modelos de distribución…", asegura el presidente de Fecor, lo que facilitaría esa cooperación: "Los corredores siempre estamos avanzando en la búsqueda de nuevos modelos que puedan estar cerca de lo que se nos va demandando", corrobora.

"Lo más importante es darle al cliente el seguro de la forma más sencilla y en cualquier sitio y momento que lo pueda necesitar". Ángel Casarrubios

El cofundador y COO de Gocleer valora que esta ley persigue, por un lado, que todos los actores que participen estén dentro del elemento regulatorio y, por otro, liberalizar el mercado para permitir que el cliente tenga un mayor control de lo que sería la cadena de valor de toda la gestión que él realiza en la contratación de un seguro. "Al final, el seguros embebido en otros sectores va a ser ese canal de llegada del cliente al seguro y le va a permitir, en el momento en que está haciendo otra cosa, poder acceder al mismo, de forma fluida y sin fricción", corrobora, a la vez que ratifica que va a permitir una ampliación de la distribución de una manera mucho más ágil y sencilla para el cliente dando una mayor visibilidad en ciertos ámbitos.

DIFERENCIA CON EL COLABORADOR EXTERNO

En la figura de colaborador, como reconoce Ángel Casarrubios, la propia correduría lo inscribe en sus libros de registro y está obligada a informar a la DGSFP de su relación. Ahora bien, cuando ese colaborador es mediador de seguros complementario es él el que se tendrá que dar de alta en la DGSFP y cumplir con los trámites.

Para Juan Antonio Marín, presidente de Fecor, la figura del colaborador externo seguirá como tal, no queda diluida en la de mediador de seguros complementario, que debe hacer sus propios trámites ante la DGSFP. Con todo, entiende que existe cierta confusión con el tema: "A la ley le falta un remate, que a lo mejor viene en futuras modificaciones", asegura.

Casarrubios reconoce que trabajar con un colaborador es relativamente sencillo, mientras que con los mediadores complementarios aumentaría la complejidad, aunque también dependería del tamaño de ese mediador. "Lo que yo sí tengo claro es que toda la parte de *compliance* nadie la quiere; el corredor y la aseguradora la tienen que hacer. No sé yo si a un tercero que acaba registrándose en la DGSFP por él mismo deberá hacerla y entonces tendrá que valorar el coste-beneficio, y ver si por la comisión que se está llevando por hacer esa distribución complementaria le va a merecer la pena, con el esfuerzo que conlleva ser él el que informa al legislador de todas las operaciones", comenta.

Juan Antonio Marín corrobora que la correduría tiene una relación de arriba hacia abajo con el colaborador, mientras que con el mediador complementario sería más paralela o incluso con el mediador comple-

mentario por encima, "porque parece que es el que aporta la capacidad de distribución". En cualquier caso, considera que una correduría tradicional es la que va marcando la planificación y para tener capacidad de distribución va buscando estos colaboradores que le vayan aportando negocio y poder ser distintos, dando salida al modelo de distribución: "Así están creciendo corredurías tanto en formato digital como en formatos tradicionales", atestigua.

"Este tipo de mediador va a estar más alineado a vender productos etiquetados, con poco asesoramiento y prácticamente los va a embeber en un sistema de integración". Rafael Calderón

APOYO A LA RED DE MEDIACIÓN

El director de Canal Corredores de Reale Seguros pone sobre la mesa otro asunto de incertidumbre: un mediador de seguros complementario se puede dar de alta en la DGSFP y hacer un concierto con la aseguradora de forma estrecha, sin contar con ningún corredor ni con un agente. Considera que para resultar rentable esta alianza, deberían ser grandes corporaciones, con grandes tenedores de clientes que puedan vender seguros de esta tipología y que su actividad principal no fuera ni la de corredor ni la de agente, "con lo cual la compañía tiene que pensar muy bien si estratégicamente merece la pena".

"Por parte de AXA, la estrategia está muy definida, tenemos una línea de no tener acuerdos bancarios y de distribuir nuestros seguros con la mediación profesional, agentes, corredores y brokers", subraya el director del Canal Corredores de la Dirección Territorial Centro y Canarias de AXA.

Además, que, como reconoce Rafael Calderón, no se sabe muy bien qué aporta esta figura más allá de lo que hacen colaboradores o auxiliares: "Te puede aportar si tiene entrada a un colectivo de clientes muy concreto, el cual necesita una póliza prácticamente tíquet que se la va a vender, pero entonces la pregunta sería al revés: ¿para qué necesita ese mediador complementario un corredor si puede hablar directamente con la aseguradora?".

"Las compañías que creemos en la mediación profesional no sabemos qué puede aportar, porque de hecho no hay experiencia", coincide Fernando Bernal, director del Canal Corredores de la Dirección Territorial Centro y Canarias de AXA, que pone de relieve que desde su compañía no terminan de contemplar la valía de las pólizas tiquets.

Marín aprecia que "estas posibilidades de distribución puedan ser muy interesantes", porque pueden resultar rentables para las aseguradoras, que les aporten valor a los clientes o promuevan la cultura aseguradora. Pero está convencido de que las compañías al final prefieren que estas operaciones se las presente un corredor de seguros, que venga con un plan y que ellos aporten la parte técnica, "y no entrar en la gestión de la distribución, que suele ser bastante más compleja".

Aitana Prieto / Carmen Peña

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

MEDIADOR, VUELVE A SONREIR

ÚNETE A UNA CORREDURÍA INNOVADORA, CON UN MODELO CONSOLIDADO Y MÁS DE 60 CORREDORES HACIENDO CRECER SUS CARTERAS.

- Más de 60 compañías de seguros
- Informática única y exclusiva
- Condiciones económicas únicas
- Transparencia y cercanía

PERO LO QUE REALMENTE NOS HACE DIFERENTES ES QUE SOMOS UNA FAMILIA

RUIZRE
TU MARCA DE SEGUROS

Bienvenido a CASA ;)

Correduría**s SOSTENIBLES**, una apuesta de futuro

La sostenibilidad se ha erigido en los últimos años como un componente indispensable en la Economía, derivado de las demandas de una sociedad cada vez más comprometida. Para dar respuesta a estas necesidades, el mundo empresarial está llevando a cabo políticas de responsabilidad social y medioambiental, adaptadas de manera creciente en las correduría**s** de seguros como un valor añadido de atracción y compromiso con sus clientes.

"Como empresa y como personas estamos obligados a ayudar a la sostenibilidad del planeta", atestigua Alfonso Calzado, CEO y propietario de Iati, quien reconoce que más que por la rentabilidad que puede tener su compromiso, elaboran políticas de sostenibilidad "porque creemos que tenemos una obligación con nuestra sociedad".

Un compromiso por el medio ambiente en el que no se encuentra solo. "Las empresas somos parte de la sociedad y tenemos una responsabilidad con ella", confiesa María Ameijeiras, directora general de AyF Correduría.

De hecho, existen correduría**s** como Seryes que, por su propia organización (está constituida societariamente como cooperativa de trabajo asociado), sus decisiones empresariales siempre están marcadas bajo el prisma de la sostenibilidad. En la misma línea se encuentra Arç Cooperativa, de modo que "la sostenibilidad es parte del sistema de valores que integra su apuesta por la transformación social, política y económica", como destaca Alfonso B. Bolado, socio cooperativista y coordinador del Comité de Dirección.

Fiel exponente de que ese respeto por nuestro entorno es un valor al alza

entre las corredurías es el trabajo elaborado por Fecor en los últimos tiempos. A raíz de su II Encuentro, partieron tres compromisos sectoriales en torno a la sostenibilidad: la 'Guía #CorredorGreen: ser una correduría de seguros sostenible', el Clúster de Sostenibilidad y el Bosque Corporativo.

"Desde las corredurías existe un compromiso por la sostenibilidad intentando encontrar un equilibrio a medio y largo plazo entre las preocupaciones ambientales (cambio climático), sociales y económicas, gestionando nuestro impacto en la sociedad e identificando las oportunidades del desarrollo sostenible para crear un valor compartido", manifiesta José Luis Gonzalez, de Grupo HIB y miembro del grupo de trabajo SOStenibilidad, creado por Fecor.

MEDIDAS DE ACTUACIÓN

Esa responsabilidad se traduce en una serie de acciones impulsadas por las empresas. En AyF Correduría han apostado por el cambio de la iluminación convencional por leds de bajo consumo; proporcionar botellas térmicas reutilizables a todo el equipo; la implantación de una política de reducción del uso de papel y su reutilización; o el establecimiento de reuniones por videoconferencia para limitar los desplazamientos en vehículos, entre otras acciones.

Algunas de estas iniciativas coinciden con las implantadas por Rosillo Hermanos, que entre otras cosas han decidido consumir electricidad proveniente de una comercializadora cuya energía es 100% renovable. El uso responsable del papel es un tema recurrente entre las corredurías. Alfonso Calzado (Iati) ha eliminado las fotocopiadoras de los despachos y se controla el consumo de folios, hasta tal punto que las pólizas ya solo se envían en PDF. Aunque reconoce que aún falta mucha concienciación por parte de algunas compañías que todavía mandan toda la documentación en papel.

Las acciones de compromiso con la sostenibilidad de las corredurías van desde la reducción del uso de papel, a la elección de proveedores responsables o el desarrollo de medidas de economía circular

En Artai, dentro de su Plan de Responsabilidad Social, la sostenibilidad es una de las principales líneas de actuación. A través de la redefinición de procesos y la apuesta por la digitalización, se propusieron ahorrar hasta 19 toneladas de papel de cara a 2025, aunque, como clarifica su consejero delegado, Rubén Martínez, actualmente, ya están muy cerca de conseguirlo, "por lo que la cifra será mucho mayor".

Precisamente, otra de las grandes apuestas a nivel empresarial por la sostenibilidad tiene que ver con la economía circular. Ese es el reto de Media2 : "Nuestro objetivo es ir más allá del reciclaje o de la reducción. Queremos poner en práctica procesos de valoración, de reutilización, de creación de nuevos productos que puedan ser reutilizados indefinidamente…", afirma su director técnico, Francisco Santos. Y es que, como reconoce, la economía circular implica una visión global de todos los procesos que afectan a una empresa, "desde la adquisición de productos que ya sean sostenibles, hasta la reutilización, valoración y renovación de bienes que habitualmente se desechan dándoles una segunda, tercera o cuarta vida y convirtiéndolos en un nuevo recurso productivo".

Existen corredurías como Seryes en las que el compromiso por la sostenibilidad les lleva a auditarse anualmente a través del observatorio de finanzas éticas, donde se valora su política medioambiental y se analiza su actividad desde una dimensión social y económica. Entre sus actuaciones, destaca su director general, David Sánchez, el cambio

de toda la instalación eléctrica a led y uso de equipos con alta eficiencia energética; el reciclaje de basura; destinar recursos financieros a la banca ética; invertir en huertas solares urbanas; destinar inversión en cooperativas de enseñanza que desarrollan políticas ambientales; o aportar recursos financieros y de capital humano a estructuras de dinamización del desarrollo de la economía social.

Arç Cooperativa también elabora cada año una auditoría social que valida sus prácticas en relación con diferentes ejes como el funcionamiento económico y la política de lucro, la perspectiva de género, la equidad y la democracia interna, la sostenibilidad ambiental, el compromiso social, la cooperación y la calidad del trabajo. Asimismo, ajustan los consumos a las posibilidades de su ecosistema: "Promovemos medidas de reducción de impacto ecológico, de reciclaje, de reutilización y en particular aquellas relacionadas con el consumo de energía, consumibles, comunicaciones y movilidad", subraya Alfonso B. Bolado.

IMPLICACIÓN DEL EQUIPO

Lo que todas las empresas del sector consultadas tienen claro es que para conseguir una correduría sostenible resulta fundamental la implicación de todo el equipo de trabajo: "Los compromisos y proyectos se desarrollan teniendo en cuenta la aportación de todas las personas que formamos Artai", reconoce Rubén Martínez, hasta el punto que han surgido iniciativas concretas propuestas de forma espontánea por personas de la plantilla.

En el caso de Seryes, los trabajadores son, en su mayoría, también socios accionistas de la cooperativa, por lo que "todos comparten una misma visión sobre lo que es la gestión socialmente responsable, y participan de manera activa en la toma de decisiones de la correduría", confirma David Sánchez.

La consecución de los ODS ofrece un refuerzo de marca y posicionamiento y aumenta la base de clientes, innovando en productos y servicios ambiental y socialmente responsables

En la misma línea operan desde Arç: "Somos una cooperativa de trabajo donde las personas compartimos la propiedad y los valores del proyecto como es el desarrollo sostenible. Por este motivo, la implicación del equipo supera el cumplimiento de determinados objetivos a corto plazo", afirma Bolado. Además, parte de las personas socias de la cooperativa participan activamente en distintos espacios de intercooperación que tienen un impacto directo en el bienestar social y ambiental de las comunidades.

Coincide María Ameijeiras (AyF) en la necesidad de involucrar al equipo en las acciones de sostenibilidad: "No podemos implantar medidas si las personas que trabajan con nosotros no se implican", comenta, a la vez que destaca que también promueven la sostenibilidad entre sus clientes siendo didácticos con las medidas que desarrollan.

De hecho, como resalta Francisco Santos (Media2), la apuesta por la economía circular debe incluir, necesariamente, no solo la implicación de la dirección, sino también el compromiso de todos los trabajadores. "De otra forma, no se lograrían los objetivos previstos", sentencia.

Para José María Millán, responsable de Comunicación y Marketing de Rosillo Hermanos, esa implicación debe ser recíproca. En este sentido, además de la jornada intensiva y la flexibilidad horaria, también ofrecen teletrabajo a aquellos empleados que viven en alguna zona del entorno rural, para que puedan estar en sitios sostenibles evitando así el transporte diario y reduciendo la huella de carbono.

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Además de aportar su "granito de arena" en la creación de una sociedad más sostenible, las corredurías están convencidas de que esta actitud es rentable para sus negocios. Efectivamente en la "Guía #Corredor Green: ser una correduría de seguros sostenible", de Fecor, se indica cómo la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas, ofrece un refuerzo de marca y posicionamiento y aumenta la base de clientes, innovando en productos y servicios ambiental y socialmente responsables. Además, facilita la creación de nuevos servicios orientados a nuevos segmentos, como las generaciones más jóvenes, para los que la sostenibilidad va ligada a la reputación de la marca. Así como favorece el acceso a contratos con el sector público o a acuerdos con grandes empresas.

"El paraguas de la sostenibilidad es amplio y, por tanto, esta tendencia proporcionará un gran número de oportunidades nuevas en el sector", asegura Cristina Gutiérrez, directora gerente de Fecor. Miguel Antonio Álvarez, miembro del grupo de trabajo de SOStenibilidad de la federación, insiste en que "sin duda, redundará en beneficios, principalmente cuando tomen en consideración acceder a las ofertas públicas para contratación de pólizas de seguro".

Coincide en este punto de vista Santos (Media2): "No solo supone una mejora de la imagen ante nuestros clientes, a los que podemos proporcionar productos más personalizados, adecuados a sus necesidades e intereses, sino también de cara a la administración, ante posibles licitaciones".

Ameijeiras (AyF) piensa que el grado de compromiso de la sociedad con la sostenibilidad va muy por delante y esa conciencia social ha de inspirar a las empresas en sus protocolos de *compliance*, marcándoles objetivos mucho más amplios, "entre los que sin duda han de estar el respeto al mundo en el que todos vivimos, y que nuestras acciones no resulten perjudiciales para las generaciones futuras". En cualquier caso, considera que la legislación ambiental va a ser cada vez más exigente, por lo que las empresas tendrán que adoptar modelos de externalización del riesgo de incumplimiento: "Las coberturas de Responsabilidad Ambiental, como una extensión de la Responsabilidad Civil, van a tener que revisarse al alza, ya que una sanción por un incumplimiento puede poner en riesgo la continuidad de la empresa", matiza.

El auge de la economía verde y la mayor concienciación de la sociedad potenciará el desarrollo de nuevos productos y servicios aseguradores acordes a esas demandas más sostenibles

Efectivamente, Cristina Gutiérrez (Fecor) opina que en los próximos años se producirá un aumento de estrategias y normativas en materia de sostenibilidad. La Estrategia de Desarrollo Sostenible, la Ley de Cambio Climático y Transición Energética, el Plan Nacional de Empresas y Derechos Humanos o el reciente Reglamento Europeo sobre la Divulgación de Información Relativa a la Sostenibilidad en el Sector de los Servicios Financieros, son solo algunos ejemplos de nuevas políticas que marcarán el camino a seguir.

En este sentido, José María Millán (Rosillo Hermanos) considera que existe una gran oportunidad de negocio en seguros como el de Responsabilidad Civil Medioambiental, que cubre los siniestros que puedan afectar a la naturaleza por el vertido de materiales nocivos por un accidente. De hecho, su correduría ha sido de las primeras empresas en apostar por este producto.

DEMANDA SOCIAL

En cualquier caso, como aprecia Sánchez (Seryes), la ciudadanía es cada vez más responsable y valora los efectos

de su compra, por lo que un modelo de gestión sostenible permite transmitirle esos principios sociales y medioambientales: "Los consumidores cada vez tienen más en cuenta los valores que promueven las empresas a la hora de tomar sus decisiones de consumo", ratifica, a la vez que afirma que ser una correduría certificada como ética y solidaria por el sello EthSi les aporta a los cliente una garantía añadida de que su dinero se empleará solo en proyectos que beneficien a la sociedad y al medio ambiente: "Esto no sólo atrae clientes: también los fideliza", sentencia.

Coincide Millán (Rosillo Hermanos) que en el momento actual, el consumidor final demanda empresas socialmente responsables, lo que en su caso les ha llevado a establecerlo como "seña de identidad" de su correduría: "De esta forma, nuestro propósito final es involucrar a clientes y aseguradoras para que se unan a nosotros en este camino que lleva, sin duda, a una meta común".

"No entendemos la actividad económica si no está orientada a la mejora de las condiciones de vida de las personas y las comunidades, en un ecosistema sostenible", matiza el coordinador del Comité de Dirección de Arç Cooperativa, de modo que su acción comercial no se centra en vender seguros, sino que invitan a las personas, entidades y colectivos a formar parte, a través de un consumo responsable, "de un proyecto transformador alineado en el movimiento de las finanzas éticas".

Los clientes cada vez tienen más en cuenta los valores que promueven las empresas a la hora de tomar sus decisiones de consumo

CAMBIO DE MENTALIDAD

Desde Fecor, aprecian dos grandes dificultades a las que se enfrentan las corredurías para ser sostenibles: el desconocimiento del retorno de la inversión en materia de sostenibilidad medioambiental; y que tomar la decisión de asumir y poner en marcha medidas de sostenibilidad, supone un importante cambio cultural para la empresa.

Precisamente la directora general de AyF Correduría aclara que un gran reto es "el cambio de actitud y de mentalidad", que pasa por pequeñas acciones cotidianas: "Pensárselo dos veces antes de darle al botón de imprimir, no usar botellas de plástico para el agua o el café, aprender que no tienes por qué estar en manga corta en la oficina en invierno ni abrigarte en verano, no tirar a la papelera un folio que está impreso por una sola cara...".

Para el director general de Seryes actualmente los consumidores cada vez rechazan más las malas prácticas del sector asegurador, lo que ha llevado a grandes compañías a desarrollar agresivas campañas de *greenwashing*, "pero sin que sus prácticas hayan cambiado más allá de lo superficial": "Nuestro mayor reto es hacer entender a esos consumidores que hay diferencias, y que no todo el mercado asegurador es igual", atestigua.

"La sostenibilidad no es una estrategia, es una manera de ser y de actuar", confirma Alfonso B. Bolado (Arç Cooperativa), por lo que para ellos "lo realmente complicado es imaginar y desarrollar una organización democrática y un modelo empresarial" que no se ajuste a esos objetivos.

Para el responsable de Comunicación y Marketing de Rosillo Hermanos el mundo asegurador tiene ante sí un gran reto ante los próximos años, dado su retraso a nivel de transformación digital, "lo que implica que muchos de los procesos actuales no se han actualizado desde hace 10 años" y que las corredurías, por ejemplo,

sigan recibiendo por parte de las compañías o proveedores una gran parte de la documentación en papel que podría solucionarse utilizando herramientas digitales.

FUTURO SOSTENIBLE

"No caer en la autocomplacencia es una exigencia para poder mejorar, y tal vez nos gustaría ganar en dimensión, para poder tener más impacto, recursos y capacidades", señala el consejero delegado de Artai como objetivo futuro, convencido de que la sostenibilidad debe integrarse de forma estratégica dentro de las compañías y en todos los procesos.

Además, cree que los nuevos modelos de movilidad van a suponer también cambios en las coberturas e incluso en la concepción misma de los seguros de vehículos. Y muchos más ramos del seguro van a tener oportunidades de crecimiento e innovación: el hogar conectado y sostenible, los seguros de Salud y su vínculo con la eHealth, los ciberriesgos… "El futuro inmediato es, sin duda, apasionante para nuestro sector", sentencia María Ameijeiras, directora general de AyF Correduría.

"El sector Seguros es esencial e influyente, todos tenemos una responsabilidad social y medioambiental con el futuro y con el planeta, para avanzar y crear una sociedad cada vez más sostenible", incide Gutiérrez (Fecor), sin olvidar que la sostenibilidad será clave en la economía del futuro. "Para las empresas y en especial para las corredurías, la sostenibilidad también puede ser la llave de acceso a nuevos mercados, sin embargo, esto lleva de forma intrínseca, una serie de retos a los que enfrentarse antes o después, como son las nuevas tecnologías, la economía circular, los negocios inclusivos, las energías renovables o la economía ecológica", valora.

La sostenibilidad debe integrarse de forma estratégica dentro de las compañías y en todos los procesos

Calzado (Iati) también aprecia que existen muchas oportunidades de negocio: "Sobre todo con el nuevo sector de la economía que se está creando alrededor del 'mundo verde'; hay mucha industria en crecimiento y en expansión debido a este desarrollo".

En este sentido, David Sánchez, director general de Seryes, pone de relieve las empresas dedicadas a ámbitos como las energías renovables, el reciclaje o la inserción sociolaboral que ya están experimentando un empuje importante, que será mucho mayor dentro de pocos años: "Esas empresas no solo demandan productos aseguradores adaptados a sus necesidades; además piden que sus proveedores de seguros compartan su misma sensibilidad y objetivos", sentencia.

De cara al futuro, aprecia que las políticas públicas orientadas a la sostenibilidad medioambiental se centran en tres sectores: desarrollo tecnológico, movilidad y transición energética. "En los tres podemos encontrar oportunidades para desarrollar oferta aseguradora innovadora que actualmente sólo encontramos de manera incipiente", concibe. "La transición energética, la generación eléctrica participada y distribuida, la movilidad cooperativa o los comunes digitales son actividades que son algo más que una realidad y que no sólo buscan consolidar modelos de negocio sino avanzar hacia un mundo más justo y sostenible", concluye.

Aitana Prieto

Para ir al reportaje completo clique aquí

La **DEMANDA** de seguros tardará en recuperarse al menos dos años

Adecose presentó, a mediados de febrero, las principales conclusiones del Informe sobre 'El impacto de la Covid-19 en el sector asegurador'. En él se dice que para el sector asegurador, si bien la crisis está teniendo, de momento, un menor impacto en España que en otros países, la demanda de seguros en nuestro país tardará de dos a tres años en recuperarse. Se ha llegado a la conclusión de que este tipo de crisis solo se puede afrontar desde una colaboración amplia público-privada. Por su parte, los corredores se tendrán que plantear cómo se van a relacionar con sus clientes y proveedores; dónde está el valor de su asesoramiento, en qué negocios y tipología de clientes puede aportar más valor.

En el estudio, que ha sido elaborado en colaboración con el despacho de abogados Gómez-Acebo & Pombo y con la consultoría AFI, se reflexiona sobre futuros escenarios, tanto a nivel nacional como europeo y se hace una recopilación de todo lo que ha pasado en el sector con la Covid-19.

El evento en el que se presentó el informe fue moderado por Martín Navaz, presidente de Adecose, y contó con la participación de Pablo Muelas, inspector de Seguros del Estado y coordinador del Grupo Seguros de Gómez Acebo y Pombo; Daniel Manzano, socio de AFI; Alfonso Valera, vicepresi-

dente de Adecose; y Juan Ramón Pla, tesorero de Adecose y presidente de Bipar.

La primera parte del informe, que aporta una visión de lo que ha pasado en el sector asegurador, fue presentada por Pablo Muelas, que destacó tres tipos de medidas: la operacional, la social y la contractual. Desde el punto de vista operacional, con la restricción de movimientos en la primera etapa de la pandemia, hubo que rediseñar procesos y procedimientos, en poco tiempo, para los trabajadores y los peritos.

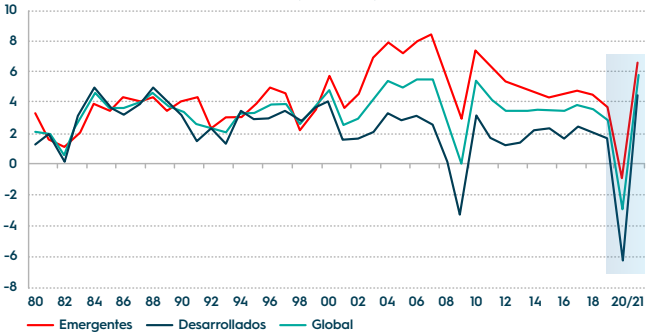
Desde un punto de vista contractual, dijo que, en general, "el sector asegurador ha sido sensible a las calamidades sufridas por los asegurados durante la pandemia y ha interpretado, en muchos casos de forma generosa, las cláusulas de los condicionados de los seguros".

En el tema social, el sector ha creado un seguro de Vida y Subsidio por hospitalización para un millón de asegurados del personal sanitario, financiado por el sector asegurador y suscrito por 109 aseguradoras, que aportaron 38 millones de euros.

SHOCK DE INTENSIDAD DESCONOCIDA EN LAS ÚLTIMAS DÉCADAS EN LA ECONOMÍA MUNDIAL

El desplome de la actividad en el mundo no tiene parangón en las últimas décadas y desborda la Gran Crisis Financiera de 2008. No menos, la reacción sincronizada en cuanto a la instrumentación de medidas expansivas de gasto por los principales gobiernos, así como la intensificación hasta extremos desconocidos de políticas monetarias de "tipos cero" durante más años. El impacto diferencial de la crisis por zonas y países es otra seña identidad.

Crecimiento del PIB mundial (% anual)



Fuente: FMI.

% anual	AFI 2019	AFI 2020	AFI 2021	AFI 2022	CE (NOV20) 2020	CE (NOV20) 2021	OCDE (DIC20) 2020	OCDE (DIC20) 2021	FMI (ENE21) 2020	FMI (ENE21) 2021
Mundo	3,0	-4,2	5,3	-	-4,3	4,6	-4,2	4,2	-3,5	5,5
Desarrolladas	1,6	-5,6	4,0	-	-	-	-	-	-4,9	4,3
EEUU	2,2	-3,7	4,2	2,9	-4,6	3,7	-3,7	3,2	-3,4	5,1
Área euro	1,3	-7,4	4,7	3,6	-7,8	4,2	-7,5	3,6	-7,2	4,2
Alemania	0,6	-5,7	3,8	2,9	-5,6	3,5	-5,5	2,8	-5,4	3,5
Francia	1,5	-9,2	5,6	3,4	-9,4	5,8	-9,1	6,0	-9,0	5,5
Italia	0,3	-8,9	5,6	3,4	-9,9	4,1	-9,1	4,3	-9,2	3,0
España	2,0	-11,7	6,4	5,8	-12,4	5,4	-11,6	5,0	-11,1	5,9
Japón	0,7	-5,5	2,6	1,7	-5,5	2,7	-5,3	2,3	-5,1	3,1
Reino Unido	1,3	-10,9	6,4	3,4	-10,3	3,3	-11,2	4,2	-10,0	4,5
Emergentes	3,8	-3,3	6,2	-	-	-	-	-	-2,4	6,3
Brasil	1,1	-4,7	4,3	2,6	-	-	-6,0	2,6	-4,5	3,6
México	-0,3	-9,1	3,5	2,0	-	-	-9,2	3,6	-8,5	4,3
Rusia	1,3	-3,7	3,1	3,0	-	-	-	-	-3,6	3,0
India	4,9	-9,2	7,5	6,1	-	-	-9,9	7,9	-8,0	11,5
China	6,1	2,0	9,0	6,0	2,1	7,3	1,8	8,0	2,3	8,1

Fuente: Afi, Comisión Europea, OCDE y FMI.

FACILIDADES PARA LOS ASEGURADOS

Además, las aseguradoras tomaron otro tipo de medidas como:

- Facilidades de pago: se han ampliado los plazos a 90 días en la mayoría de los casos para el pago de las primas; se ha permitido el fraccionamiento sin recargo en los recibos; reducción del importe de las primas en la renovación; descuentos adicionales; no reclamación de primas impagadas; y pago con tarjeta para hacerlo más sencillo.
- Desde el punto de vista de servicio al cliente, se han puesto en marcha servicios específicos para el cliente con orientación médica y también orientación jurídica; y se ha agilizado el pago de indemnizaciones.
- Desde el punto de vista de la Asistencia en Viaje, se han ampliado gastos médicos sin coste adicional para los asegurados para facilitar el regreso de las personas que estaban desplazadas y también se han gestionado incidencias de ayuda para poder regresar al país de origen.
- En cuanto al apoyo de los proveedores, han recibido anticipos en la facturación, han sido asesorados sobre las medidas que podían adoptar y las condiciones para acogerse a ellas, y se ha posibilitado su movilidad con autorizaciones.

Aunque es difícil cuantificar la pérdida asegurada, Lloyd's calcula que rondarán los cien mil millones de dólares

Sobre las medidas adoptadas por el Gobierno que inciden en el sector asegurador, se destacan dos:

1ª La liquidez limitada y condicionada de los planes de pensiones. Durante un plazo de seis meses se pudo solicitar la disposición de sus derechos consolidados con determinado límite, siempre y cuando se cumpliera una serie de condiciones: encontrarse en una situación de desempleo por ERTE derivado de la Covid-19; ser empresario titular de un establecimiento que hubiera sido cerrado por el Estado de Alarma; ser autónomo que hubiera cesado en su actividad por la crisis de la Covid-19; y ser autónomo que hubiera reducido su actividad un 75%. La posibilidad de recuperar ese capital finalizó el 14 de septiembre. Inverco informó que recibió un total de 51.000 solicitudes y se hicieron líquidos un total de 97,4 millones de euros en prestaciones,

ACTUACIÓN DE DIFERENTES PAÍSES EN LA COBERTURA DE PÉRDIDA DE BENEFICIOS

En el tema de pérdida de beneficios, la respuesta está siendo diferente según los países:
EN REINO UNIDO ha habido una sentencia de la Corte Suprema que crea jurisprudencia. Por eso, es casi seguro que todo el sector asegurador de allí tendrá que indemnizar por cierre de negocio.
EN FRANCIA también hay alguna sentencia en este respecto, que obliga a indemnizar la pérdida de explotación en restaurantes y otros negocios, si las pólizas no excluyen de forma expresa el riesgo de pandemia.
ALEMANIA ha sido el primer país de la UE que ha creado un modelo público privado para hacer frente a futuras pandemias. Se debate reunir capital mediante tasas de importe fija; o la libre elección por parte de los asegurados de la pérdida a cubrir y dividir la diferencia entre los asegurados y las aseguradoras (se estimaba en un 30 %). En la práctica se encontraron con que muchos asegurados consideraron que sus pérdidas habían sido muy superiores al 30% y eso ha impedido que aún no haya una resolución clara en este tema. Lo que sí está claro es que en Alemania sí que existe está cobertura para estas situaciones. A mediados de febrero se tuvo noticias de una sentencia del Tribunal Supremo de IRLANDA reconociendo que hay un gran número de póliza donde la cobertura de interrupción de negocio se restringe exclusivamente a pérdida de beneficios por daños materiales que hayan podido sufrir los negocios, pero hay un número considerable de pólizas que tiene cobertura para pandemia y otras actividades y por cese de negocio por falta de acceso a la empresa. Esta sentencia sigue la estela de la que ha habido en Reino Unido y marca un nuevo hito de lo que va ocurriendo en los países de nuestro entorno.
SUIZA es uno de los países europeos dónde hay cobertura explícita y bastante inequívoca de muchas pólizas por pérdida de beneficios por cierre de actividad.
En ITALIA y PORTUGAL, al igual que en España, la cobertura de pérdida de beneficios se limita a cuando se producen por un daño material.

que tributaron como rendimiento de trabajo, al tipo marginal establecido.

2ª El fortalecimiento del seguro de Crédito a través del Consorcio de Compensación de Seguros (CCS). Ante el endurecimiento del reaseguro de los seguros de Crédito, se hizo necesario establecer una medida para evitar el efecto en cadena. El Real Decreto-Ley 15/2020 habilitaba al Consorcio a aceptar en reaseguro ciertos riesgos asumidos por las aseguradoras autorizadas para operar en seguro de Crédito en España, con un beneficio anual mínimo de 10 millones de euros. Esta medida extraordinaria, que asume el CCS, da coberturas para complementar el seguro directo hasta un máximo de 500 millones de euros de pérdidas para el conjunto de entidades. Solo cubre a las acciones a 24 meses. El Consorcio reasegura, como máximo, un 60% del negocio que se asegura. Se trata de una solución temporal en el que se reasegura los riesgos hasta el 30 de junio de 2021.

Se observa mayor preferencia del cliente por coberturas que incluyan los efectos de la pandemia o bien sus medidas paliativas

BAJO CONTROL DE EIOPA

Juan Ramón Pla, planteó la situación internacional. Dijo que a instancias de la Comisión Europea se analizó qué puede hacer el sector asegurador ante cualquier otro riesgo global que afecte de una manera tan importante (como nos ha afectado la Covid). "Se llegó a la conclusión, expone Pla, de que este tipo de crisis solo se puede afrontar desde una colaboración amplia público-privada. Cuando hablamos de la parte privada no hablamos solo del seguro, sino también de los propios asegurados. Hay que buscar alguna forma de repartir los costes y las responsabilidades y actuar de forma coordinada. La Comisión Europea está trabajando en ello, pero es muy complejo poner de acuerdo a todos los miembros y al sector asegurador".

Alfonso Valera dijo que "aunque es difícil cuantificar la pérdida asegurada, Lloyd's calcula que rondarán los cien mil millones de dólares".

ÁMBITOS DE TRANSFORMACIÓN DEL SEGURO

Pablo Muelas, expuso la 'Adaptación de la industria aseguradora a los nuevos ecosistemas post-covid 19'. En su opinión, se adivinan tres grandes ámbitos de transformación en el sector asegurador. El primero, en el ámbito contractual porque los productos del mercado van a evolucionar con una comercialización más ágil, preferentemente a distancia, y una oferta de la capacidad aseguradora mucho más selectiva. Es posible que se abra paso el seguro de pago por uso.

También se observa mayor preferencia

del cliente por coberturas que incluyan los efectos de la pandemia o bien sus medidas paliativas. Muchos seguros que excluían pandemias y epidemias, se están viendo obligados a eliminar dicha exclusión incluso a costa de subir las primas. Mientras algunos seguros se adaptan a cubrir estas nuevas necesidades, otros evitan exposiciones excesivas. De hecho, en D&O hay mayor restricción de coberturas y son más caros. Las subidas de primas pueden llegar hasta un 70%.

En el tema de la cobertura de pérdida de beneficios, que en España va unida a daños materiales, quizás los clientes esperan ahora que se cubra de manera autónoma, sin estar relacionada con los daños materiales.

En el ámbito operacional, las aseguradoras exigirán al colectivo de sus asegurados pautas de comportamiento que reduzcan los riesgos.

En el ámbito legal, se producirá un endurecimiento de las condiciones contractuales para evitar dudas de interpretación en futuros nuevos escenarios de tensión y solución público-privada para hacer frente al riesgo de pandemia.

En España parece que vamos a tardar no menos de 3 años en alcanzar el mismo nivel de productividad que en 2019 y algunos años más en recuperar la línea que la economía española habría desempeñado de no haberse producido la pandemia.

En el tema de la cobertura de pérdida de beneficios, los clientes esperan ahora que se cubra de manera autónoma, sin estar relacionado con los daños materiales

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LOS CORREDORES

Martín Navaz dejó a un lado las generalidades del sector y se centró en lo que ha pasado por la cabeza de los corredores en esta crisis. "Nos hemos puesto al lado de nuestros clientes y sus negocios. Hemos identificado las fortalezas y debilidades que teníamos como corredores de seguros".

Entre los retos a los que se enfrentarán los corredores en un mundo diferente, estarán: los retos de negocio, la actuación de los competidores, la innovación, los nuevos actores, las oportunidades, el servicio, el producto, el aseguramiento, los cambios tecnológicos, la formación personal y la adaptación, la eficiencia, la adaptación al marco jurídico y la adaptación empresarial.

Los corredores se tendrán que plantear cómo se van a relacionar con sus clientes y proveedores; dónde está el valor de su asesoramiento, en qué negocios y tipología de clientes puede aportar más valor. "Nos hemos dado cuenta que tenemos que ser más eficientes y combinar las relaciones con los clientes a través de videoconferencias y de forma presencial", indica Navaz.

Además, hay que estar muy pendientes de cómo está evolucionando la competencia, no solo los nuevos participantes como Amazon o Google, sino la de siempre. Saber qué está haciendo.

En cuanto a los retos tecnológicos, hay que ver si se pueden abordar solo y si la estructura empresarial puede ser eficiente en teletrabajo.

Sobre el marco jurídico, Navaz hizo referencia a la directiva Dora (Ley de Resiliencia Operativa Digital) "que nos va a obligar a una serie de circunstancias que se han visto influidas por todo lo que ha pasado con el Covid".

"La realidad es que no sobreviven los más fuertes, sino los que mejor se adaptan", dijo Martín Navaz.

CONCLUSIONES

1. Impacto de intensidad desconocida en el conjunto de las economías desarrolladas con una caída de en torno al 5% del PIB. En algunos países como Reino Unido, Italia y España será incluso del doble, situándose en los tres casos en torno al 10%.
2. La crisis de la Covid-19 ha tenido, de momento, un menor impacto en el sector asegurador español que en otros países. En términos de siniestralidad, Asistencia en Viaje, Decesos, Vida y Salud son los más afectados. Pérdida de Beneficios no ha sido afectado por la ausencia de cobertura en España, si bien, esta situación puede cambiar ante interpretaciones judiciales en sentido contrario.
3. La crisis ocasionada por la Covid-19 ha puesto en valor el seguro. Los ciudadanos y las empresas van a demandar más soluciones al sector asegurador para el caso de futuras pandemias, solas o que vengan acompañadas de otros riesgos sistémicos. Piénsese en los ciberriesgos o los riesgos climáticos.
4. La dimensión global e impacto extremo de la Covid-19 ha puesto de manifiesto que el sector asegurador no puede ofrecer la cobertura de un riesgo de esta naturaleza. Requerirá de una coordinación público-privada a nivel, no solo español, sino también europeo.
5. Futuras catástrofes globales exigen de soluciones que involucren simultáneamente al seguro directo y al reaseguro, junto con las Administraciones Públicas (nacionales y de la Unión Europea). Los ciudadanos y las empresas no podrán quedar al margen del coste de los siniestros, mediante la incorporación de mecanismos de franquicia o similares.
6. Una adecuada educación financiera puede ayudar a los ciudadanos a tomar conciencia de la necesidad de ahorrar, planificar o estar bien asegurado para enfrentarse a hechos imprevistos y con gran capacidad perturbadora.
7. En el caso español, el Estado debería analizar junto con la industria aseguradora el papel del Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) en este tema.
8. La crisis pandémica ha puesto de manifiesto la necesidad de mantener la estabilidad del sistema financiero para impedir la generación de crisis inducidas (financieras) que bloqueen los mecanismos facilitadores de la liquidez, la financiación y la (des)inversión.
9. Emergen nuevos retos en cuanto a innovación de productos y fórmulas (híbridas) de comercialización de los mismos.
10. El papel de los mediadores de seguros, especialmente de las corredurías de seguros, resultará clave en el asesoramiento a los clientes en cuanto a la cobertura del seguro y la tramitación del siniestro, frente a un mercado que está adoptando una estrategia defensiva para sus intereses.

La Silver Economy, una **OPORTUNIDAD** de creación de valor para el sector asegurador

Jordi Rivera, CEO de Grupo DAS.

Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), entre 2015 y 2050, la población mundial con más de 60 años de edad pasará de 900 millones a 2.000 millones. A día de hoy, en España las personas que superan esta edad son más de 9 millones y, según las previsiones del INE, en 2033 uno de cada cuatro habitantes será mayor de 65 años. En 2060 se calcula que algo más del 60% de la población estará por encima de esa edad. Al seguro se le abre una oportunidad de crear valor para este nicho de clientes.

No estamos hablando de fechas alejadas, el envejecimiento de la población es una realidad que irá acentuándose aún más en los próximos años. Este cambio demográfico supone un importante reto social y económico, pero también abre la puerta a grandes oportunidades, ya que se trata de un mercado con un enorme potencial. Es la llamada *Silver Economy*.

La población evoluciona y, con ella, sus necesidades. Ante esta situación, se vuelve necesario estudiar las nuevas demandas del mercado para innovar aportando soluciones adaptadas a las cambiantes necesidades de los ciudadanos.

Con la jubilación, llega para nuestros mayores la posibilidad de disfrutar de todo lo conseguido hasta el momento. Sin embargo, hay una serie de preocupaciones que se vuelven más presentes que nunca. Temen ser una carga para los familiares y les preocupa un entorno burocrático y de servicios que no cumple sus expectativas y necesidades. Cuestiones como la transmisión del patrimonio, la petición de pensiones de jubilación o viudedad, la solicitud de ayudas por dependencia o los cuidados en el hogar, entre muchas otras, se vuelven una preocupación real para este colectivo y su entorno familiar. Es evidente que muchos de estos trámites tienen un importante componente administrativo y legal que resulta complejo para la gran mayoría de este colectivo.

SENIORS ACTIVOS

En este contexto, el Grupo DAS ha diseñado la primera solución integral de protección legal del mercado pensada exclusivamente para los seniors y sus familiares. 'DAS Protección Legal Seniors' es un servicio pensado para aquellos seniors independientes que son activos y quieren planificar su futuro, pero también se dirige a los familiares con necesidades de ayuda para personas

dependientes. En ambos casos el asesoramiento legal se vuelve imprescindible para poder tomar las mejores decisiones.

Por ello, no solo nos hemos centrado en el colectivo senior, sino que también hemos puesto el foco en la llamada generación sándwich, porque es quien acostumbra a soportar todas estas gestiones. Se trata de personas de mediana edad encargadas de cuidar de sus padres y sus hijos al mismo tiempo. Concretamente, un estudio realizado por Grupo DAS concluye que son las mujeres de entre 40 y 55 años quienes asumen en mayor parte la responsabilidad del cuidado de sus mayores. En consecuencia, es importante incluir coberturas que faciliten y agilicen todos los trámites para esta generación.

Es necesario innovar aportando soluciones adaptadas a las cambiantes necesidades de los ciudadanos

El nuevo servicio de protección legal de Grupo DAS proporciona un asesoramiento directo e inmediato sobre diferentes necesidades, ofrece garantías de previsión de futuro ayudando al asegurado a gestionar todas las cuestiones relativas al testamento, el otorgamiento de poderes preventivos y la autotutela, incluye servicios de gestoría en caso de dependencia y, además, vela por la defensa de los derechos de los seniors como consumidores.

Por otra parte, con el objetivo de ofrecer una experiencia de cliente adaptada a la realidad de las personas seniors y sus cuidadores, cuenta con protocolos de atención específicos y con un teléfono directo habilitado especialmente para ellos. Además, se asigna una única persona de referencia desde el comienzo hasta el final de la gestión para cada usuario y se complementan los canales digitales con asistencia presencial.

De este modo, aprovechando las posibilidades que ofrece la *Silver Economy,* Grupo DAS continúa liderando el cambio en el sector asegurador con su apuesta por la tecnología y la innovación para ofrecer a la mediación, nuevas soluciones aseguradoras que incrementen su propuesta de valor para sus clientes.

DAS

DAS Protección Legal Seniors

El **seguro de protección legal** para la tranquilidad de las personas mayores y sus familias.

Descúbrelo

Seguro de Viaje para cursos en el extranjero

La Asociación Española de Promotores de Cursos en el Extranjero (Aseproce) ha firmado un acuerdo de colaboración con Aon, por el que han desarrollado un conjunto seguros para a cubrir los riegos de los clientes de las más de 65 empresas miembros de esta asociación, tanto antes del inicio de sus viajes como durante sus estancias.

No solo se cubren los gastos médicos derivados de la Covid, sino también gastos relacionados con ella, como un posible regreso anticipado por enfermedad o fallecimiento de un pariente hasta segundo grado, el retorno anticipado por aviso de cierre de fronteras, o incluso los gastos de una cuarentena médica en un hotel.
Además, las pólizas diseñadas por Aon contemplan, por ejemplo, la cobertura de los gastos médicos de forma ilimitada o la eliminación de cualquier tipo de limitación por enfermedades preexistentes.
También se cubren garantías como los objetos de los estudiantes (cámaras, teléfono, ordenadores u otros equipos electrónicos) o su responsabilidad civil privada hasta un límite de 500.000 euros.

Productos para patinetes eléctricos de contratación online

La correduría Riescontrol tiene una nueva gama de seguros para patinetes eléctricos que se pueden contratar de forma online en seguromovilidad.com.

Con estos productos, Riescontrol trata de dar respuesta a las necesidades de los conductores de vehículos de movilidad personal (VMP), transfiriendo a la industria aseguradora la responsabilidad civil que podría derivarse en caso de accidente; la cobertura de daños propios, materiales o personales, en accidentes o caídas; así como otros riesgos como el robo.
Los seguros para patinetes eléctricos dan cobertura a estos vehículos de movilidad personal, cuenten o no con motor, con un peso inferior a los 50 kilogramos y una potencia máxima de 30 km/h. Están disponibles en tres modalidades: el Básico, que puede contratarse desde poco más de 37 euros, cubre la responsabilidad civil hasta 150.000 euros, reclamación de daños y defensa jurídica, gastos de asistencia sanitaria hasta 1.500 euros y coberturas por fallecimiento en accidente o invalidez de hasta 6.000 euros; el Seguro Plus añade la cobertura por robo hasta 1.000 euros; y el Premium contempla además la cobertura a todo riesgo para daños en el patinete hasta el mismo límite, así como coberturas en caso de hospitalización de hasta 30 euros al día.

Solución integral de protección jurídica para seniors

Grupo DAS ha diseñado una solución de protección legal integral pensada exclusivamente para los seniors y sus familiares. El objetivo es ofrecer una cobertura personalizada y totalmente adaptada a las necesidades de esta población senior.

La póliza 'DAS Protección Legal Seniors' está pensada específicamente para que pueda ser usada por mayores de 60 años. Cuenta con un gestor personal asignado a largo plazo, con protocolos de atención al cliente adaptados, con un uso del lenguaje específico alejado de la complejidad propia de las jergas legales para que los seniors y sus cuidadores reciban la atención que necesitan. Además, los asegurados podrán contar con asesoramiento legal por parte de un abogado, a distancia o presencial, desde el primer día.
Por otra parte, se ha desarrollado una plataforma online fácil y sencilla para crear contratos y documentos legales personalizados, aunque estas gestiones también pueden realizarse telefónicamente si se prefiere. Más allá de este asesoramiento personalizado, DAS también asume el coste económico de los profesionales, como abogados y notarios, que intervienen en los distintos trámites que se garantizan, dentro de los límites acordados.

Mapfre ha lanzado el nuevo unit linked 'Colectivo Compromiso', un producto compuesto por cuatro carteras de fondos de la aseguradora.

Unit linked para exteriorizar los compromisos por pensiones de las empresas

Se trata de un seguro colectivo de ahorro unit linked, orientado a los trabajadores de empresas y autónomos (con personal a su cargo), cuya principal característica reside en la expectativa de rentabilidad variable en el plazo de la inversión, permitiéndole dar solución a nuevos compromisos por pensiones contraídos entre empresa y trabajadores, en los que el tomador y el asegurado asumen el riesgo de la inversión. No tiene límite de aportación anual y se puede diferir el coste fiscal de las aportaciones hasta el momento del cobro de la prestación. Así, el empleado no sufre una retención fiscal por el ahorro que está generando su empresa año a año a su favor, y una vez llegada la contingencia de jubilación, podrá elegir entre el cobro en forma de capital o rentas con el fin de optimizar su fiscalidad.
Otra de las ventajas de este producto es que es totalmente flexible en la manera de realizar las aportaciones (primas únicas, periódicas o extraordinarias), permite recuperar el valor de la inversión de forma total o parcial en cualquier momento, de acuerdo con los supuestos establecidos por la ley, y además da la opción de elegir y modificar la elección entre las cuatro alternativas posibles sin coste.
Asimismo, dispone de capital adicional garantizado por fallecimiento.

Cobertura de daños reputacionales corporativos

Willis Towers Watson ha creado, junto con **Liberty Specialty Markets**, un seguro de Crisis Reputacional para cubrir costes críticos como los relacionados con la interrupción del negocio. Para ello, han incorporado inteligencia artificial y tecnología de analítica de datos para impulsar la gestión proactiva del riesgo.

Los principales beneficios del nuevo Seguro de Crisis Reputacional son:

- Protección de beneficios: indemnización por pérdida de beneficios brutos, derivada de riesgos reputacionales específicos.
- Comunicación de crisis: cobertura de los costes derivados de las actividades de relaciones públicas tras el incidente.
- Rehabilitación de la marca: costes promocionales y publicitarios para la rehabilitación de la marca y recuperación de ingresos tras la crisis.
- Pago de reclamaciones provisionales: pago rápido de una parte de las pérdidas netas, proporcionando liquidez rápidamente.

En el nuevo seguro de Crisis Reputacional quedaría cubierto: abuso y/o discriminación; lesiones o daños reales o amenaza de estos (los riesgos cubiertos incluyen lesiones físicas, enfermedad, secuestros, amenazas de agresión y productos que puedan causar daños); y daños por asociación (la reputación resulta dañada por la asociación con personas o empresas culpables de actos imprudentes, maliciosos o improcedentes).

'Hiscox D&O' es una nueva póliza de Responsabilidad Civil para administradores y directivos que cubrirá reclamaciones, gastos de defensa y otros costes que interpongan al directivo o a la entidad por una gestión negligente.

Directivo seguro ante una gestión negligente

Los corredores y colaboradores de la aseguradora podrán cotizar y emitir este seguro a través de los tres canales: MyHiscox, Hiscox Conecta (canal de suscripción telefónico) y mediante el correo electrónico.

'Hiscox D&O', que incluye más de 10 nuevas coberturas con más de 20 extensiones de cobertura adicionales, ofrece a cualquier directivo o administrador seguridad y tranquilidad ante perjuicios ocasionados a terceros. La póliza ha aclarado su cobertura en caso de que la empresa entre en concurso de acreedores asumiendo, por ejemplo, los gastos de constitución de fianza 100% y de defensa en procedimientos penales. Además, no hay ninguna restricción por tipo de actividad.

Este producto mantiene las mismas tasas y criterios de suscripción e incorpora coberturas nuevas como gastos de defensa para reclamaciones bajo secreto de sumario, reintegro de gastos de defensa en subvenciones, gastos de persona clave, gastos de inhabilitación de los directivos, gastos de privación de bienes, entre otras.

'Multinversión PIAS Fácil', un nuevo producto de ahorro

Generali ha lanzado 'Multinversión PIAS Fácil', un Plan Individual de Ahorro Sistemático que permite, mediante contribuciones periódicas, obtener un capital que puede servir para cubrir sus necesidades económicas en el futuro, como puede ser complementar la jubilación.

Con el fin de ofrecer rendimientos interesantes para los ahorradores, en un entorno de bajos tipos de interés a largo plazo y cierta volatilidad, 'Multinversión PIAS Fácil' incorpora la posibilidad de invertir en carteras acordes con el perfil de riesgo del ahorrador, al tiempo que beneficiarse de las importantes ventajas fiscales propias de los productos PIAS, siempre que se cumplan los requisitos legales.

El producto ofrece tres perfiles de riesgo y, por lo tanto, de inversión. El más conservador, con mayor aversión al riesgo, tiene una exposición a renta variable entorno al 25% de media y la compañía estima una volatilidad de alrededor del 4%. Para aquellos perfiles moderados, la volatilidad se sitúa próximo al 8% con una exposición de renta variable aproximadamente del 50% de media. Finalmente, para los clientes más decididos, ofrece una volatilidad del 12% con una exposición de renta variable en torno al 75% de media.

Póliza de renting para particulares

Seguros Bilbao ha lanzado un nuevo seguro a todo riesgo bajo la fórmula de renting. El cliente podrá escoger entre cuatro modelos de automóviles de gama utilitario, SUV, premium y comerciales.

Además de los distintos modelos, que se renovarán cada tres meses, se puede elegir entre las opciones de sin o con franquicia (150 euros); distintos plazos de contratación (3, 4 o 5 años) y kilómetros anuales (10.000, 15.000 y 20.000 kilómetros).
Las diferentes opciones de contratación que brinda este seguro permiten ofrecer un precio personalizado al cliente desde 232 euros al mes. En el caso de la modalidad de contrato con franquicia (150 euros) se limita a 3 el número de franquicias que se le pueden cobrar al cliente. También este seguro cuenta con las coberturas de asistencia en viaje y de vehículo de cortesía (modelo Audi A1) al realizar las reparaciones en la red de talleres AutoPresto.

Empresas y autónomos afectados por la pandemia recibirán entre 3.000 y 200.000 euros de ayudas directas

El Consejo de Ministros aprobó el 12 de marzo el plan de 11.000 millones de euros de ayudas a las empresas y los autónomos afectados por las restricciones de la pandemia, que destinará finalmente 7.000 millones a ayudas directas y 4.000 a reestructuración de deuda. Las ayudas directas serán de hasta 3.000 euros para los autónomos que tributen en régimen de estimación objetiva y oscilarán entre los 4.000 y 200.000 euros para el resto.

La vicepresidenta de Asuntos Económicos, Nadia Calviño, ha prometido que la batería de medidas de asistencia empresarial, incluyendo los ERTE, seguirá vigente "todo lo que sea necesario" para paliar los efectos de la crisis de la Covid-19.

Para recibirlas, las empresas tienen que haber perdido al menos un 30% de sus ingresos en 2020. Los fondos se tendrán que destinar a pagar gastos fijos y deudas.

El plan tiene tres pilares: 7.000 millones para ayudas directas, 3.000 millones para el fondo de reestructuración de deudas financieras y otros 1.000 millones, para el fondo de apoyo a la solvencia de empresas.

Respecto a las ayudas directas, Calviño ha aclarado que "el nuevo fondo tiene dos líneas: una de 5.000 millones de euros para todas las comunidades y ciudades autónomas y otro de 2.000 millones para Canarias y Baleares". Las ayudas están destinadas a hasta 100 subsectores dentro de los negocios especialmente afectados por la pandemia, como la hostelería, la restauración, el comercio al por mayor y minorista, sectores auxiliares del transporte o relacionados con la cultura.

El importe de la ayuda varía en función del tipo de empresa, de manera que los autónomos que cotizan en el régimen de estimación objetiva en el IPRF podrán optar a una cantidad fija de 3.000 euros, mientras que el resto de autónomos y empresas podrán solicitar un rango de entre 4.000 y 200.000 euros. En cualquier caso, el importe de las ayudas ascenderá a un máximo del 40% de la caída adicional de ingresos sufrida por la pandemia para micropymes y autónomos, mientras que ese porcentaje se reduce al 20% en el caso del resto de empresas.

Las ayudas tienen carácter finalista, de manera que se tienen que utilizar para pagar las deudas contraídas desde marzo de 2020, como pago a proveedores, suministros, salarios, arrendamientos o deuda financiera. La concesión de las ayudas estará ligada al mantenimiento de la actividad hasta junio de 2022, así como a otros requisitos, incluyendo la prohibición de reparto de dividendos y aumento de retribuciones del personal directivo. Las empresas también deberán estar al día del pago de obligaciones tributarias y no operar en paraísos fiscales.

Las ayudas serán gestionadas por las comunidades autóno-

mas y la asignación de los fondos se realizará siguiendo los mismos criterios que los utilizados para el REACT-EU: impacto de la pandemia en la riqueza de las comunidades autónomas, impacto de la crisis en el desempleo e impacto en el desempleo juvenil.

La ministra de Hacienda, María Jesús Montero, ha explicado que el decreto impone al Gobierno un plazo de un mes y diez días para tener formalizada la orden de reparto de esos 7.000 millones a las autonomías, así como para tener firmados los convenios con cada una de ellas para formalizar la transferencia.

Las comunidades cuentan ya con los 16.000 millones de euros transferidos por el Gobierno con el llamado Fondo Covid-19, más 8.000 millones del fondo europeo React-UE, y las regiones ya anticiparon que destinarían un 25% o 2.000 millones a ayudar al tejido productivo.

El segundo mecanismo o fondo del plan de 11.000 millones será el dotado de 3.000 millones de euros para reestructuraciones de deuda avalada, en coordinación con las entidades financieras y donde el ICO podría, incluso, llegar a asumir quitas.

El tercer fondo de ayuda es el de 1.000 millones reservado para reforzar la solvencia de empresas, al estilo del fondo de rescate creado con 10.000 millones de euros y gestionado por la SEPI para ayudar a compañías estratégicas y que ya ha comprometido inyecciones de créditos participativos y ordinarios para Air Europa, la aerolínea Plus Ultra y Duro Felguera. Junto con este paquete de ayudas el Gobierno ha aprobado una nueva extensión de la moratoria concursal hasta el 31 de diciembre. La idea detrás de esta congelación es evitar que empresas "solventes" y que, en condiciones de normalidad, serían viables, no vayan a un proceso donde la mayoría de compañías acaban en liquidación con la intención de que ganen tiempo para refinanciar sus deudas.

El decreto aprobado en el Parlamento el 25 de marzo será tramitado en la Cámara Baja, lo que permitirá abordar diversos cambios como una ampliación de los 95 subsectores de actividad a los que se dirigen ahora mismo las ayudas. Una modificación que, ante la presión empresarial, la propia vicepresidenta ha asumido como necesaria.

Los avales ICO canalizan 120.430 millones de financiación

Las líneas de avales para inversión y liquidez del Instituto de Crédito Oficial (ICO) puestas en marcha por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital han superado el millón de operaciones,de ellas un 98% suscritas por pymes y autónomos, y han permitido canalizar una financiación de 120.430 millones de euros.

En concreto, con datos a 1 de marzo facilitados por el Ministerio, a través de las distintas líneas de avales gestionadas por el ICO se han aprobado un total de 1.002.700 operaciones, de las que el 98,03% han sido suscritas por pymes y autónomos y el 1,97% por el resto de empresas.

Eliminar la desigualdad laboral generaría 3,2 millones de empleos entre las mujeres

Eliminar la desigualdad en el mercado laboral sumaría 230.847 millones al PIB español, un 18,5%, y contribuiría a crear 3,2 millones de empleos entre las mujeres, según el Índice ClosinGap, resultado del informe elaborado anualmente por PwC sobre igualdad.

Las mujeres, a pesar de representar el 51,4% de la población en edad de trabajar, solamente contribuyen a un 41,5% del PIB.

El índice ClosinGap, que se sitúa en el 64,1%, donde el 100% es la paridad total, revela que en el periodo 2015-2020 la brecha salarial se ha estrechado cuatro puntos. A ese ritmo, esta diferencia se eliminaría por completo en 2055. Por otro lado, la conciliación, con un 56% de brecha entre hombres y mujeres, sigue estando a la cola respecto al resto de categorías. Es decir, las mujeres siguen asumiendo la mayor parte del trabajo doméstico no remunerado, principalmente tareas del hogar y cuidado de los hijos y mayores, lo que se traduce en unas tasas de inactividad y parcialidad laboral más elevadas.

Bruselas crea un organismo exclusivo para la innovación de las pymes

Apoyar la innovación de las pymes. Ese es uno de los objetivos que tiene la Agencia Ejecutiva para el Consejo Europeo de Innovación y las Pymes. El organismo, creado en el seno de la Unión Europea, se encargará de todo lo que tenga que ver con la innovación y el mercado único europeo.

La Agencia coordinará las actividades del Consejo Europeo de Innovación, así como gestionará otros programas europeos que vayan asociados a las pymes. En ese sentido, se responsabilizará de las partes I, II y III del programa Horizonte 2020.

Entre las tareas que deberá realizar se encuentran la gestión de las Tecnologías futuras y emergentes "FET-Open" y "FET-Pro-Active". También deberá gestionar el acceso a la financiación de riesgo y a la innovación de las pymes y todas las herramientas que se destinen al desarrollo de este tipo de empresas. Antes, estas funciones las realizaban la Agencia Ejecutiva de Investigación y la Comisión y de la Agencia Ejecutiva para las Pequeñas y Medianas Empresas.

El Gobierno propone 13 tramos de cotización para los autónomos

El Gobierno ya tiene el armazón y las bases fundamentales de la reforma del sistema de cotización de los trabajadores autónomos por ingresos reales, cuya principal novedad será el establecimiento de unos tramos, como sucede con el modelo de IRPF para los asalariados, entre los que los trabajadores por cuenta propia podrán elegir en función de la previsión de ingresos que tengan. El Ejecutivo plantea que este sistema conste de hasta 13 tramos diferentes en función de los rendimientos, los trabajadores podrán cambiar de tramo cada trimestre en función de sus proyecciones.

Se trata de un primer esbozo que el Ejecutivo plantea para la reforma del Reta que se negociará en los próximos meses con las asociaciones de autónomos y la mesa de diálogo social.

Según UPTA, se aplicaría un primer tramo para aquellos autónomos que obtienen al año beneficios por debajo del 50% del SMI, para quienes se aplicaría una cuota del 30% de la actual base mínima de cotización, en 288 euros al mes. Mientras que para el grupo que se encuentra percibiendo ingresos entre el 50% del SMI -6.300 euros- y los 12.600 euros, se les aplicaría una cuantía equivalente al 60% de la actual base mínima de cotización. Es decir, los autónomos que ingresan hasta el 50% del SMI tendrían con esta fórmula una cuota de unos 90 euros mensuales, mientras que el segundo grupo pagaría al mes un máximo de 170 euros al mes, por debajo del actual mínimo de 288 euros.

En un siguiente tramo entre los 12.600 euros y hasta los 25.000 euros anuales de rendimientos, se fijaría la actual base mínima de cotización de 944 euros. Y a partir de aquí se establecerían tramos de 5.000 euros en 5.000 euros, hasta llegar a un último tramo en el que la cuota sería el doble en comparación con la del tramo inicial, situándose esta para los trabajadores por cuenta propia con más ingresos (a partir de 50.000 euros o 60.000 euros mensuales), en el entorno de los 2.098 euros mensuales.

El Ejecutivo prevé elevar la recaudación del Reta en cerca de 2.000 millones de euros, lo que supondría un 20% más que los actuales ingresos que recibe la Seguridad Social por esta vía, unos 10.000 millones de euros anuales de media en los últimos ejercicios, al margen del pasado 2020, cuando la recaudación cayó un 20,9% -con datos de ejecución presupuestaria de Seguridad Social a mes de noviembre del pasado año-.

El Ejecutivo prevé poner en marcha este sistema en 2022, aunque fuentes oficiales recuerdan que una medida de este calado debe ser altamente consensuada con los agentes sociales.

Cataluña sanciona a una empresa que pagaba menos a las mujeres

La aplicación de la brecha de género salarial en una empresa de gestión de comedores escolares de Barcelona le ha valido una multa por infracción muy grave tras una inspección de la Generalitat de Cataluña. La sanción es de 15.625 euros, después de que la Inspección de Trabajo haya constatado una discriminación a las trabajadoras con sueldos inferiores a los de los hombres entre un 31% y un 39%, según informó a mediados de marzo el departamento de Trabajo, Asuntos Sociales y Familias.

En concreto, se descubrió que la única mujer jefe de cocina es también la única de su categoría que no percibe ninguna mejora salarial, y que la diferencia en la cuantía de los complementos salariales que percibe en relación a los tres hombres, que son también jefes de cocina, es del 31,4%.

Además, se comprobó que, en referencia a la categoría profesional de ayudantes de cocina, se detecta una diferencia retributiva en la percepción de complementos salariales del 39,32% en favor de los hombres.

El Tribunal Supremo tiene reconocida una amplia jurisprudencia sobre la brecha salarial, que se inició el 18 de julio de 2011 con una sentencia de la sala de lo Social que destacaba la situación de discriminación existente en la promoción laboral.

La Comisión Europea (CE) presentó el 4 de marzo una serie de propuestas para aumentar la transparencia salarial en la Unión Europea y abordar así una brecha de género en este ámbito que aún se sitúa en el 14,1% de diferencia entre hombres y mujeres al mismo nivel laboral.

Bruselas propone que las empresas que no atajen la brecha salarial sean multadas

Entre las medidas que propone, Bruselas plantea que cuando la información sobre las retribuciones revele una diferencia injustificada entre hombres y mujeres de al menos el 5%, los empleadores deberán efectuar una evaluación retributiva en colaboración con los representantes del personal. Los trabajadores, por su parte, adquirirían el derecho a solicitar información de su empleador sobre su nivel salarial individual y los niveles medios en la organización, por sexo y por categorías de trabajadores haciendo tareas equivalentes.

Los empleados víctimas de discriminación salarial podrán reclamar compensaciones, incluyendo la recuperación completa de los salarios y bonus no percibidos, mientras que recaerá en la compañía la carga de prueba de que no ha existido dicha discriminación. Corresponderá a cada país de la Unión Europea, por su parte, establecer penalizaciones (incluyendo un mínimo de multa económica) para infracciones de este principio, dependiendo de su gravedad y duración.

Ya está operativo el servicio de alertas para informar a las empresas de las convocatorias a los fondos europeos

CEOE ha puesto en marcha, a primeros de marzo, el servicio de alertas por el que informará a las empresas interesadas de las licitaciones de contratos públicos y de las convocatorias de subvenciones para acceder a los fondos europeos, que previsiblemente comenzarán a llegar a España a partir de la segunda mitad del año, una vez que la Comisión y el Consejo den su visto bueno al plan de inversiones y reformas del Gobierno.

Dado que la canalización del dinero del Next Generation UE hacia las empresas se hará mediante el principio de concurrencia competitiva, a través de licitaciones de contratos y convocatorias de subvenciones, la patronal ha creído conveniente unificar en una misma plataforma toda la información para facilitar el acceso de todos los datos a las pequeñas y medianas empresas.

A lo largo de este año se incluirán en la plataforma todas las licitaciones y subvenciones que se publiquen no solo en España, sino en los 27 países europeos.

Mapfre prevé terminar el año con un beneficio neto operativo superior a 700 millones

La Junta de Accionistas de Mapfre ha aprobado las cuentas del ejercicio 2020, año en el que obtuvo un resultado operativo de 658 millones de euros con un beneficio neto de 527 millones de euros, y el dividendo con cargo a resultados. Para este año, la entidad prevé un resultado neto atribuido superior a 700 millones de euros, y seguir creando valor para el accionista, con un ROE (retorno sobre el capital) en torno al 8,5%.

Durante el transcurso de la Junta, el presidente de Mapfre, Antonio Huertas, repasó la evolución de la compañía durante 2020 y las medidas puestas en marcha por el Grupo para luchar contra la Covid-19.

En su discurso, Antonio Huertas avanzó los compromisos para este año 2021, ejercicio en el que el Grupo estima obtener unos ingresos similares a los de 2020, con un crecimiento de las primas de alrededor del 3%. En este contexto, y sin elementos extraordinarios, Mapfre prevé un resultado neto atribuido superior a 700 millones de euros, y seguir creando valor para el accionista, con un ROE (retorno sobre el capital) en torno al 8,5%. Por último, el Grupo prevé que el ratio combinado se sitúe este año alrededor del 95%.

Durante su intervención, el presidente de Mapfre recordó que se ha fortalecido el desarrollo del negocio digital (cuyas primas suponen ya 1.126 millones de euros, alrededor del 7% del total) para apoyar el crecimiento rentable y la apuesta por la innovación, desarrollando, por ejemplo, seguros basados en la activación y desactivación de coberturas, ciberseguridad en vehículos conectados o desarrollo de plataformas integradas de movilidad y conducción segura.

Por otro lado, la aseguradora y Grupo SIFU, Centro Especial de Empleo líder en Facility Services socialmente competitivos, han firmado un acuerdo de colaboración con el objetivo de mejorar el acceso de las personas con discapacidad al mundo del seguro. De esta manera nace la agencia de seguros SIFU, que contará con el porfolio completo de productos de la aseguradora para ofrecérselo a particulares, empresas y colectivos.

En otro orden de cosas, Mapfre, a través de su plan de fidelización, tiene una oferta especialmente diseñada para los jóvenes que forman parte de la denominada Generación Z (los nacidos entre mediados de los 90 y el año 2010). Mapfre Te Cuidamos ofrece a este colectivo propuestas de ocio como códigos gratuitos y suscripciones Nintendo, Rakuten TV, descuentos en Game o Telepizza, regalos de fotografía digital y Glovo y sorteos de última tecnología como iPhone, portátiles, ropa y otros. Otro de los servicios especialmente valorado por los jóvenes es el de entrenador personal y asesor nutricional, al que pueden acceder a través del Asesor Médico de Savia.

Asimismo, la aseguradora ha decidido acerca su seguro sanitario a la población ofreciendo hasta un 35% de descuento en la contratación. Los seguros incluidos en esta promoción son Asistencia Sanitaria Supra, Asistencia Sanitaria Plus y Reembolso.

Por otra parte, Mapfre fue la primera invitada en las Mesas de Trabajo del **Colegio de Mediadores de Seguros de Lérida**. Con estas sesiones se pretende ofrecer a los mediadores la opción de poder exponer con qué dificultades se encuentran día a día en cuanto a la relación con las entidades y poder encontrar una solución lo más óptima posible.

Josep Ramon Gual, director de la aseguradora en Lérida, se ha comprometido a agilizar algunos de los procesos habituales entre mediador y entidad, así como la comunicación con la oficina de Lérida. El director de la entidad ha hablado también de la inclusión en su web de un tarifador para ciertos productos y que se irá ampliando con el tiempo.

Por último, señalar que Agers ha entregado a Fundación Mapfre la documentación y material audiovisual correspondiente al año 2020 para que forme parte del Centro de Documentación de la fundación, un centro de recursos de información, especializado en seguros, gerencia de riesgos y previsión social.

Plus Ultra Seguros incluye el cuidado de mascotas en su seguro de Decesos

Plus Ultra Seguros ha renovado su seguro de Decesos con nuevas coberturas para acompañar a las familias, como la elaboración del testamento, la tramitación de pensiones y sucesiones, el borrado de la huella digital de la persona fallecida, así como una garantía de cuidado y fallecimiento de mascotas.

En concreto, la cobertura para animales de compañía está destinado a perros y gatos. Incluye un cuadro veterinario y consultas gratuitas ilimitadas, así como el traslado e incineración de la mascota en caso de fallecimiento.

Entre las garantías complementarias incluidas, figura el acompañamiento necesario para elaborar el testamento de forma rápida, cómoda y fácil. Además, permite la realización de todas las gestiones jurídico-administrativas tras el fallecimiento, que van desde la solicitud de los certificados de defunción o de los seguros de Vida; la baja del asegurado en el sistema público sanitario o como pensionista; así como la tramitación de pensiones de viudedad u orfandad, sucesiones y diferentes tipos de ayudas. Asimismo, se realiza el borrado digital de todos los datos personales del fallecido que aparezcan en internet.

La tasa de fraude al seguro crece hasta el 2,2%

La tasa de fraude al seguro detectado en España creció en 2020 hasta el 2,2%, frente al 1,9% que registró en 2019, según las conclusiones del VIII Mapa AXA de Fraude al Seguro. El informe apunta que la crisis económica va a crear unas condiciones que podrían generar un aumento de los casos de fraude al seguro. De hecho, en los años posteriores a la última crisis económica, los intentos de fraude al seguro, especialmente los ocasionales, se multiplicaron por dos.

La tasa de fraude al seguro (cociente de siniestros fraudulentos entre el total de siniestros declarados) mantiene la tendencia ascendente de los últimos años. Por su parte, los pagos indemnizatorios fraudulentos evitados en todos los ramos se han mantenido estables. En 2020 este importe fue de 67 millones de euros, lo que supone un incremento del 2% con respecto al año anterior.

Atendiendo al área de negocio, el estudio de AXA concluye que el seguro de Auto continúa concentrando el mayor porcentaje de fraude, con más de la mitad de los casos. En 2012 siete de cada 10 siniestros fraudulentos se producían en este ramo, pero el porcentaje ha ido reduciéndose paulatinamente, y de manera muy significativa en los últimos años como consecuencia de la reforma del Baremo de lesionados que hizo menos atractiva la coartada del coche para defraudar al seguro; y de nuevas técnicas de detección. El porcentaje de fraudes al seguro a través del coche ha caído 14 puntos porcentuales: del 61% de 2013, al 47% del año pasado. Por otra parte, cabe destacar un fuerte crecimiento de los intentos de fraude en el Hogar, que en 2020 aumentaron un 18%.

Si se atiende a las causas aducidas, de los datos de 2020 se desprende que, como ocurriera años anteriores, en el ramo de Auto más del 87% de los casos están relacionados con supuestos siniestros que tuvieron lugar durante la circulación del vehículo. En términos de importes, los siniestros fraudulentos durante la conducción son los más relevantes, suponiendo más de 20 millones de euros, en línea con lo sucedido en 2019.

El segmento de Multirriesgos ofrece una mayor diversificación en las casuísticas del fraude. Los casos de fraude aduciendo daños por agua son los más numerosos, y representan casi el 44% de los casos. Los grandes fenómenos climatológicos (DANA, borrasca Gloria, etc.) que afectaron a varias zonas de España en 2020 pueden ser una de las razones que expliquen el significativo aumento de 10 puntos porcentuales en el número de casos que esgrimieron daños por agua para tratar de cometer un fraude, pasando de suponer el 18% del total en 2019 al 28% el año pasado.

Por su parte, los casos en lo que se adujeron daños eléctricos siguen la tendencia descendente que comenzó hace unos años, hasta reducir su porcentaje al 17%, cuando en 2015 representaban casi el 28%. En cuanto a los importes, el ramo de Multirriesgos sufrió intentos de fraude por valor de más de 9 millones de euros. Y los daños por agua, como cabía esperar, fueron los más significativos, con 3,6 millones de

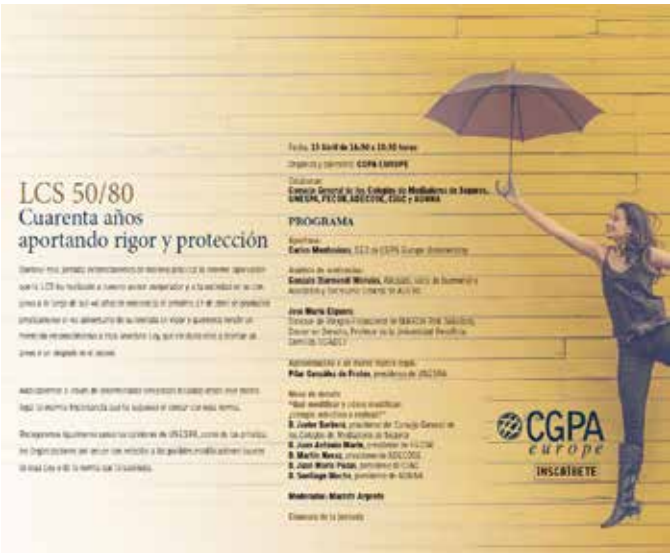
euros, seguido de fenómenos atmosféricos con 1,2 millones de euros.

Finalmente, en el ramo de Diversos (RC, Industrias, Incendios, Decesos, etc.) los daños eléctricos son los que más se aducen para tratar de acometer fraudes, con más del 20% de los casos; seguido de los atmosféricos, con el 19%; y los daños por agua, con más del 12%; todos ellos muy vinculados a los fenómenos meteorológicos.

Atendiendo al análisis del fraude por su naturaleza; es decir; si afecta solo a daños materiales o si persigue obtener indemnizaciones fingiendo daños corporales, concluimos que los primeros son los más numerosos, y representan el 82%. Por el contrario, los siniestros que fingen daños corporales suponen el 18% restante.

El VIII Mapa AXA del Fraude en España ha extrapolado y ponderado los datos de la aseguradora por su cuota de mercado geográfica y de este análisis se puede inferir que la tasa de fraude nacional continúa creciendo hasta situarse en 2020 en el 2,21%, frente al 1,94%, del año pasado. Las comunidades autónomas donde esta tasa es mayor son Melilla (9%), Andalucía (3,41%) y Cantabria (3,39%). Por el contrario, las comunidades autónomas con menor tasa de fraude al seguro han vuelto a ser Madrid (1,21%), País Vasco (1,45%), Castilla la Mancha y Cataluña (1,79% ambas).

CGPA Europe organiza un debate sobre la Ley de Contrato de Seguros



El 15 de abril **CGPA Europe**, con la colaboración y participación de **Unespa**, **Consejo General**, **Fecor**, **Adecose**, CIAC y **Aunna**, celebrará una jornada en la que se analizarán las aportaciones que la Ley de Contrato de Seguros ha realizado al sector y a la sociedad.

Se ha elegido esta fecha por ser precisamente el 17 de abril el momento concreto en el que se cumple el 40º aniversario de la entrada en vigor de esta Ley que sin duda ha marcado un antes y un después en el sector.

Gonzalo Iturmendi y Jose María Elguero expondrán diversas sentencias judiciales cuyo fallo esté basado en diversos artículos de la Ley al tiempo que realizarán una aproximación de lo que hubiesen podido ser estas sentencias de no haber contado con este marco legal.

Pilar Gonzalez de Frutos, presidenta de Unespa, desarrollará en una ponencia su visión sobre qué aspectos deben de ser objeto de modificación o incluso la posibilidad de apostar por una nueva ley en sustitución de la actual.

Para terminar, los representantes de las principales organizaciones de la mediación debatirán en una mesa redonda, moderada por Maciste Argente, las cuestiones que a criterio de los intervinientes merecen ser conservadas o modificadas/actualizadas.

La convocatoria es abierta a todo el sector y para asistir solamente es necesaria la inscripción previa a través de su página web: **https://www.cgpa-europe.es/cgpa-europe-organiza-una-jornada-en-la-que-rendir-homenaje-a-la-lcs-50-80-con-motivo-del-cuarenta-aniversario-de-su-entrada-en-vigor/.**

El entorno de tipos de interés bajos y la longevidad, principales desafíos del sector

"El sector asegurador ha sido capaz de afrontar la crisis derivada de la COVID-19, tal y como muestra su ratio de solvencia, que ha superado el 200%". Así lo ha manifestado Sergio Álvarez, director general de Seguros y Fondos de Pensiones, en la sesión matinal de la tercera jornada del Observatorio de las Finanzas, organizado por El Español e Invertia que abordó toda la actualidad del panorama financiero, así como el futuro que le depara al sector.

Para Álvarez, el sector asegurador español ha tenido una intensa actividad supervisora para garantizar el funcionamiento ordinario del mercado de seguros. Ahora bien, el impacto de la crisis ha variado por ramos de actividad, como el caso del seguro de Automóvil y Asistencia Sanitaria, que han presenciado una reducción de la siniestralidad, o el seguro de las Pérdidas Pecuniarias y el de Crédito, que han sido los dos más afectados.

Con respecto a los desafíos a los que ha de hacer frente el sector, Sergio Álvarez ha nombrado el entorno de tipos de interés bajos y la longevidad como los dos principales. Además de estos dos aspectos, también ha hecho referencia al incremento de incidentes y ciberataques que se han sufrido en el último año, así como a la aceleración de los procesos de cambio que supone la irrupción de la digitalización.

La jornada continuó con el foco puesto en la afectación que la digitalización ha tenido en los seguros. A este respecto, Ana Faba, subdirectora general de Clientes y Digital de **Mutua Madrileña**, ha declarado que "la digitalización es el presente. En nuestra compañía hemos visto cómo se ha acelerado exponencialmente midiendo las descargas de la App o las solicitudes de asistencia, donde un 20% ya se realizan desde canales digitales. También nos ha empujado a la creación de nuevos canales para estar más cerca del cliente, como ha sido WhatsApp". Para Faba, el reto de la digitalización es que sea humana, pero sobre todo que sea fácil.

José Antonio Sánchez, director general de **ICEA**, por su parte, ha comentado que "los retos los tenemos que afrontar todos los actores juntos como industria. Mejorar la percepción, haciendo del asegurador un producto prioritario, y atraer talento son dos factores que, más allá de la digitalización, se deben tener en cuenta".

El director general de ICEA ha hablado de una "transformación del negocio" más que de una transformación digital. Para Sánchez, la tecnología va a permitir al sector asegurador ser más eficiente y mejorar la experiencia de uso. El directivo ha subrayado también la idea de evolucionar el propósito de la actividad hacia la prevención y no solo a la resolución de la contingencia.

Mirenchu del Valle, secretaria general de **Unespa**, ha resaltado que, si algo ha cambiado la crisis es que todos percibimos que

estamos menos exentos de riesgos de lo que pensábamos. "Se percibe que existe una brecha de protección en ámbitos importantes de la sociedad y de la economía, y esto supone una oportunidad para un sector como el nuestro". Del Valle ha insistido en no perder ese contacto humano a pesar de que vivamos en un entorno cada vez más digitalizado, así como en sumar la colaboración público-privada para dar más protección al ciudadano.

Todos los intervinientes han coincidido en que se trata de un sector hiperregulado, lo que, en ocasiones, supone un hándicap a la hora de avanzar en esta transformación. Sin embargo, en este punto tanto la secretaria general de UNESPA como el director de ICEA han valorado muy positivamente cómo el regulador ha colaborado en la llegada del esperado sandbox financiero, muy relevante desde el punto de vista de la innovación.

Precisamente, sobre la aceleración tecnológica de la banca, los seguros y los pagos en el contexto de la recuperación económica ha hablado Borja Ochoa, director general de Servicios Financieros de Minsait, una compañía de Indra. Ochoa ha hecho un repaso de las enseñanzas que nos ha dejado la crisis, entre las que ha destacado la oportunidad y necesidad de crear ecosistemas con fintechs, insurtechs y empresas de consumo.

Para el ejecutivo, "es fundamental que las empresas coloquen la innovación en el centro de sus procesos corporativos, así como potenciar la cultura de la innovación de nuestro país que, a pesar de haber evolucionado de forma muy rápida en los últimos años y haber reaccionado de forma ejemplar en lo forzado de la situación, está todavía lejos de otros países, como los nórdicos".

Una segunda mesa redonda ha abordado el binomio seguros de Salud y Covid-19, en la que, en palabras de Javier Ibáñez, director general de Sanitas Seguros, "los seguros de Salud han tenido que reinventarse". Para Ibáñez, "el sector privado ha estado a la altura, aunque existe el reto de poner al cliente en el centro de todas las decisiones".

El adjunto a la presidencia de **Asisa** Lavinia, Pedro Razquin, ha hablado de ciertos riesgos surgidos a raíz de la situación sanitaria actual, como los comerciales -derivados de la dificultad de vender pólizas de marzo a junio de 2020- y los sanitarios. Razquin ha puesto, asimismo, de relieve cómo la colaboración público-privada se ha revelado positiva en toda la crisis.

"Hay muchos usuarios para los que la primera experiencia en telemedicina ha sido durante el confinamiento, lo que hace ver que nuestra relación con el cliente es ya multicanal", ha dicho Pedro Díaz, CEO de Savia. "Al final se trata de crear un entorno muy amigable en el que, en función de las necesidades que tengamos, optaremos por uno u otro canal".

Otra de las conclusiones de esta mesa ha sido que la digitalización ha llegado a todos los segmentos poblacionales, más allá de los jóvenes. "Nos hemos encontrado con que los asegurados de antes se han digitalizado", ha apuntado Razquin.

La última intervención de la sesión de mañana la protagonizó Antonio Huertas, presidente de **Mapfre**, que profundizó en el ámbito de las inversiones sostenibles. Huertas ha declarado que "no se puede separar la ética de la rentabilidad cuando hablamos de finanzas sostenibles; en Mapfre, de hecho, hemos demostrado que las empresas que ponen el foco en lo social pueden ser capaces de generar una rentabilidad adicional". Sobre este punto, ha instado en la importancia de la medición de estas acciones para ver cuál es su impacto real en la sociedad.

Con respecto al sistema de pensiones sostenible, el presidente de Mapfre ha comentado que "estamos en un momento en el que tenemos que pensar en los mayores de ahora y en lo que va a pasar en los próximos 20 años, donde más de un tercio de la población va a tener más de 65 años".

AXA reduce un 4,5% su volumen de negocio en 2020

AXA España mantuvo su fortaleza financiera en 2020 tras cerrar el ejercicio con un volumen de negocio de 2.566 millones de euros, un 4,5% menos que en 2019. Los resultados, en contabilidad local, se vieron impactados por elementos extraordinarios como el contexto Covid o la implementación de las nuevas tablas de longevidad que situaron el beneficio neto en 152 millones de euros, un 5,6% menos que el año anterior.

Por líneas de negocio, No Vida, que engloba negocios como Auto, Hogar y Multirriesgos, alcanzó los 1.683 millones de euros de ingresos (-2,1%) mientras que Vida y ahorro decreció un 13% pese al fuerte crecimiento de los productos de Vida riesgo (+8,5) que pasó de 165 millones a 179 millones. Salud, por su parte, registró un avance de casi el 8% hasta alcanzar los 234 millones.

En la gestión de siniestros, el ejercicio estuvo marcado por los eventos climáticos, más de una decena durante 2020 que elevaron la factura de siniestros por encima de los 1.000 millones de euros, en los más de 2,9 millones de siniestros. Sólo en los meses de confinamiento domiciliario total se realizaron más de 3.000 videoperitaciones. Los siniestros de Hogar crecieron un 11% alcanzando los 290.000.

La aseguradora, que mantiene de manera generalizada el trabajo en remoto de sus empleados, ha mejorado las tasas de renovación de los clientes situándola en el

88% y afronta en los próximos meses un profundo proceso de *smart working*.

De cara a 2021, AXA España continúa con la apuesta estratégica por Salud.

Ante los inminentes cambios de la normativa de circulación y auxilio, AXA va a facilitar a todos los clientes de Auto, flotas y particulares, el dispositivo de localización lumínica 'help flash' en sustitución de los triángulos de emergencia.

Por otra parte, la aseguradora ha ampliado la protección de Responsabilidad Civil para todos los autónomos y pymes de este ramo. La aseguradora ha introducido como novedad la cobertura de Responsabilidad Civil para bienes confiados, con la que protege al autónomo o empresario de los daños ocasionados a la maquinaria de terceros que el asegurado emplee como instrumento de trabajo. Del mismo modo, contempla los daños ocasionados a vehículos de terceros durante las labores de carga y descarga.

Además de ofrecer la posibilidad de incluir una segunda actividad, el autónomo o empresario dispone de un servicio de abogados en caso de necesitar defensa por cuestiones administrativas, municipales o reclamación de facturas impagadas; y de un servicio de asesoramiento jurídico y fiscal gratuito telefónico.

En otro orden de cosas, AXA ha comunicado que los problemas de pareja o de familia, que en 2019 representaban el 10% del total de consultas realizadas al servicio de Orientación Psicológica de la en-

tidad, concentró en 2020 el 20% del total. Junto a ellos se sitúan los trastornos del estado de ánimo y los trastornos de ansiedad. Los datos del estudio hacen hincapié en el empeoramiento registrado en España por la situación de confinamiento ya que, antes de la pandemia, sólo el 8% de los encuestados decía tener problemas emocionales; frente al 34% que decía sentirse mal tras la aparición de la Covid-19 (el 22% en la media europea).

Por último, señalar que la aseguradora ha reunido en Madrid a una representación de la mediación profesional independiente de seguros encabezada por la Comisión Permanente del **Consejo General de Mediadores** y cinco de las principales asociaciones: **Adecose**, **Aunna**, **Cojebro**, **Espabrok** y **Espanor**.

Luis Sáez de Jáuregui, director de Distribución, Ventas y Organización Territorial de AXA España, afirma que "la mediación profesional es vital para el desarrollo de AXA y necesitamos fomentar nuestros lazos para proteger de la mejor manera posible las necesidades de los clientes en un entorno como el actual. Continuamos nuestra senda de estabilidad, competitividad y servicio para sumar fuerzas de cara a 2021".

Además de los temas de coyuntura económica, en la jornada se abordaron aspectos como la visión de mercado, retos y oportunidades para la distribución en negocios como Salud, Vida Riesgo y Empresas, las perspectivas del ahorro, la implementación de la IDD en su primer año, así como los proyectos de EIAC y CIMA y Medas. Asimismo, Sáez de Jáuregui mantuvo un encuentro en el Colegio de Mediadores de Málaga, con los Colegios de Mediadores de Andalucía, con los que trató, en profundidad, la situación de la mediación profesional en la comunidad andaluza y se hizo un balance de la implantación de la IDD transcurrido un año de su entrada en vigor.

CNP Partners incorpora a la insurtech Yolo para el desarrollo de su hub digital en España

El grupo **CNP Partners** en España ha firmado una alianza estratégica con **Yolo**, plataforma marca blanca de seguros bajo demanda y broker 100% digital. Este acuerdo consolida el proceso de transformación digital de la aseguradora.

La alianza permitirá al grupo CNP en España dar un paso más en su modelo de distribución de seguros y complementar la propuesta de valor desarrollada en el canal CNPHub con la incorporación de herramientas tecnológicas predictivas -como el *machine learning* y la inteligencia artificial-, con innovación en la oferta de productos -como los seguros *on-demand* y los microseguros-, y con desarrollos digitales para el proceso de postventa para ofrecer la mejor experiencia de cliente.

El beneficio de Grupo Catalana Occidente cae un 36,4%

El Grupo Catalana Occidente ha cerrado 2020 con un resultado consolidado de 270,1 millones de euros, lo que supone un 36,4% menos respecto al año anterior. Esta variación responde a la disminución del resultado del negocio del seguro de Crédito, como consecuencia de la situación económica derivada de la Covid-19, pero compensada en parte por el crecimiento del resultado del negocio tradicional. El volumen de negocio del Grupo se sitúa en los 4.559,5 millones de euros (+0,3%).

El resultado recurrente del negocio tradicional (las compañías Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros, Seguros Bilbao y NorteHispana Seguros) aumenta un 12,5% en 2020 hasta los 238,6 millones de euros, mientras que el volumen de negocio (total de primas facturadas) se incrementa un 4,1% en tasa anual hasta los 2.720,4 millones de euros.

En este crecimiento es reseñable el aumento del 3,8% en las primas facturadas del ramo de Multirriesgos y también el incremento en el ramo de Salud por la incorporación de las primas facturadas de enero del negocio de Antares.

En lo que se refiere al negocio del seguro de Crédito (Atradius Crédito y Caución, y Atradius Re), el resultado recurrente alcanza los 50,4 millones de euros, un 78,8% inferior al registrado en 2019. Mientras, el volumen de negocio del seguro de Crédito baja un 5,0% hasta los 1.839,1 millones de euros.

El Grupo estima un ratio de solvencia a cierre de 2020 del 216,3%. Asimismo, los recursos permanentes a valor de mercado aumentan un 1,7% respecto al cierre de 2019 hasta los 4.663,4 millones de euros. Por su parte, los fondos administrados crecen un 2,7% hasta los 14.758,9 millones de euros.

Multiasistencia reestructura su Comité de Dirección

Multiasistencia ha anunciado cambios organizativos en su Comité de Dirección, con efectividad a partir de este mes de marzo.

Íñigo Astarloa, hasta ahora CEO de Multiasistencia en Francia, Italia y Brasil, ha sido nombrado director Global de Red de Multiasistencia y será el responsable de la gestión estructural de la red de prestadores de servicios de Multiasistencia.

Hervé Allanic asume el puesto como director de Control de Precios y Plataforma de Gestores de Red y Cristina Moreno pasará a liderar el área de Reporting de Red Global.

Por su parte, Irene Gallego se ha convertido en la nueva responsable de Marketing y Comunicación Externa.

Berkley España incluye el seguro de Caución en su toolkit digital

Berkley España ha incluido el producto de Caución a su toolkit digital, una herramienta con la que los corredores pueden crear sus propios materiales comerciales digitales, con el logo de su correduría en solo tres minutos.

La adhesión del producto de Caución se suma al resto de productos como, Cyber, RC Profesional, Campamentos, Responsabilidad Medioambiental, Protección Familiar, Protección Directivos, D&O, que ya ofrece el toolkit.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha hecho entrega de la póliza de Protección Directivos a sus corredores con máxima categoría dentro del programa Exclusive.

Entre los privilegios que el programa Exclusive le otorga al mediador de Berkley España, está el acceso sin coste a la póliza de Protección Directivos, una póliza que cuenta con las coberturas de accidentes, protección de estudios para hijos menores, cancelación de saldos pendientes, asistencia en viaje, asistencia psicológica, etc.

La adhesión al programa, es el resultado del reconocimiento de una evolución y partnership de los corredores más activos en la compañía, categorizándolos en Plata, Oro y Exclusive.

La premisa de Berkley España sigue siendo estar cerca del corredor y con esta iniciativa protege a los directivos de las corredurías con las que tiene más relación en caso de que sufran un accidente o invalidez.

Por otro lado, la aseguradora ha inaugurado su ciclo de conferencias para sus corredores exclusive con Jorge Dezcallar, diplomático español, antiguo director del CNI, embajador de España en Marruecos, ante la Santa Sede y en Estados Unidos, que habló sobre los problemas mundiales a los que nos enfrentamos a día de hoy.

Por último, señalar que Berkley España ha presentado su producto de Accidentes para directivos, un seguro complementario a su D&O, en una jornada organizada por **Fundación Inade**.

Su responsable de accidentes, Charo Ceballos, dijo que se trata de un seguro "dirigido a directivos y altos cargos de empresas o de la Administración Pública que conformen un colectivo de al menos dos asegurados. Una vez suscriban esta póliza tendrán cubiertos, entre otros: accidentes personales, cancelación de saldos pendientes de tarjetas o protección de estudios de hijos menores de 25 años". Este seguro contempla la posibilidad de elegir el capital asegurado, así como la de contratarlo de manera nominada o innominada. Sobre su estructura, Ceballos explicó que "se divide en tres ramas: accidentes, asistencia y protección financiera. En cada una, las garantías y límites varían según el modelo de seguro contratado: vip, máster o premium. Aunque todos ellos incluyen servicios como la asistencia en viaje o los servicios Dpnd para situaciones de dependencia". La edad máxima de entrada en el seguro es de 65 años y su renovación con todas las garantías abarca, como máximo, hasta los 70 años.

Bango, Sanitas, AEFI, Juan Bataller, Gabriel Bernardino e Hijos de Rivera, galardonados con los Premios Galicia Segura 2021

El jurado de los Premios Galicia Segura, presidido por Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa, ha decido que los ganadores de esta XVII edición sean: Bango Correduría de Seguros, a la Distribución de Seguros; Sanitas, al Asegurador; Asociación Española de Fintech e Insurtech (AEFI), al Progreso y el Desarrollo del Seguro; Juan Bataller, a la Investigación; Gabriel Bernardino, a la Dirección; e Hijos de Rivera, a la Empresa Gallega.

La ceremonia de entrega de los Premios tendrá lugar durante el segundo semestre de 2021 en Santiago de Compostela, siempre y cuando la situación sanitaria lo permita. La ceremonia será doble, pues también se hará entrega de los Premios Galicia Segura 2020, aplazada por la llegada del Covid-19.

Como cada año, el jurado ha elegido a uno de los ganadores para intervenir en nombre de todos los galardonados. Gabriel Bernardino (Eiopa) ha sido el designado este año, que compartirá atril con el elegido el año pasado, Francisco Javier Tirado, ganador del Premio Galicia Segura 'a la Investigación'.

Correduidea analiza el seguro de Convenio Colectivo

Sergio Alonso, director Territorial de Madrid-Centro, Andalucía y Levante-Baleares de Previsora General y profesor de Cecas ha sido el invitado a las #Jol Jornadas Online de Correduidea para abordar el seguro de Convenio Colectivo.

Alonso apuntó diferentes conceptos importantes, a la hora de valorar qué necesidades tienen los mediadores para ofrecer el mejor seguro de Convenio Colectivo a sus clientes: "Lo primero es contar con una actualización de capitales de forma automática. Acceso directo a una base de datos de convenio colectivo. Se debe analizar cómo se regularizan las pólizas de la compañía con la que se trabaja: si lo hace de forma online, analógica, con herramientas de regularización… Es importante tener en cuenta cuál es el grupo asegurable (lo mejor es que sea innominado), y también, por ejemplo, qué exclusiones tienen las pólizas".

Alonso finalizó su exposición comentando dos hitos legales que marcan la comercialización de manera muy profunda: "Es un seguro obligatorio y debe cotizarse en la nómina de los trabajadores".

Reale amplía servicios y coberturas de teletrabajo en Comercios y Oficinas y Multirriesgo Industrial

Reale Seguros ha ampliado los servicios y coberturas relacionadas con el teletrabajo de los productos de Comercios y Oficinas y Multirriesgo Industrial como consecuencia del aumento significativo de esta forma de trabajo entre las empresas españolas.

La ampliación de coberturas va dirigida a garantizar los daños y/o pérdidas materiales directos que sufran los equipos informáticos asegurados, siempre que sean propiedad del asegurado y se encuentren en el domicilio de residencia habitual de los empleados.

En concreto, para el producto 'Reale Comercios y Oficinas', esta ampliación será para las coberturas "Básicas" y las opcionales de "Robo" y "Avería de Maquinaria y Equipos electrónicos" siempre que se encuentren contratadas y en las mismas condiciones y términos indicados en las Condiciones Generales y Particulares de la póliza.

Por su parte, en el producto 'Reale Multirriesgo Industrial', la ampliación será de aplicación para la cobertura básica y las opcionales Daño Eléctrico, Robo y Equipos Electrónicos, siempre que se encuentren contratadas y en las mismas condiciones y términos indicados en las condiciones generales y particulares de la póliza.

Por otro lado, Reale Seguros ha llevado a cabo cambios organizativos en dos áreas de la compañía: Personas y Transformación y Nuevos Negocios, debido a que sus actuales responsables, Alfredo Núñez y Miguel Cruz, respectivamente, dan el salto a puestos internacionales dentro de Reale Group.

Alfredo Núñez promociona a director Internacional de Personas, Organización y Cultura. En sustitución de Núñez, se ha nombrado a Renzo Liaj, hasta ahora director de Recursos Humanos en Reale Mutua, como director de Personas y Transformación en Reale Seguros.

Por su parte, Miguel Cruz pasa a ser director de Digital Business, donde ayudará a consolidar la estrategia digital a nivel de grupo y supervisará en esta materia a todas las sociedades para lo que participará en el Comité de Dirección de la División Internacional.

Se ha nombrado a Gianpiero Zannier, que hasta ahora era el director de Clientes en Reale Mutua, como nuevo director de Nuevos Negocios en Reale Seguros, que incorpora a su responsabilidad el departamento de Marca y Publicidad.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha hecho entrega de más de 9.000 dispositivos Help Flash Smart (que sustituirá, en los próximos meses, a los actuales triángulos de seguridad) a sus clientes de Auto en el último año.

Los robos en las casas se concentran en las provincias del litoral

El informe 'Los robos en hogares asegurados. Datos 2019-2020', elaborado por Estamos Seguros, la iniciativa de divulgación de la cultura aseguradora puesta en marcha por Unespa, indica que los ladrones eligen las segundas viviendas en la playa, aprovechando las limitaciones a los desplazamientos establecidas para contener la pandemia.

El trabajo analiza los datos aportados por 27 aseguradoras que protegen 11,8 millones de viviendas ubicadas en España, con la información de 78.000 robos ocurridos en inmuebles durante los 12 meses transcurridos entre el verano de 2019 y el de 2020.

Prácticamente todas las provincias donde la probabilidad de sufrir un robo es mayor que la del conjunto de España se encuentran en la costa. O más en concreto, en el litoral mediterráneo. Es el caso de Gerona, Tarragona, Barcelona, Murcia… Si aparece algún territorio de interior entre los primeros puestos de la clasificación, es porque se trata de provincias próximas a Madrid donde también abundan las segundas residencias (Toledo, Guadalajara…). Llama la atención, especialmente, el descenso de incidentes en la Comunidad de Madrid, situándose por debajo de la media nacional en los 12 meses analizados. En el País Vasco ha ocurrido algo parecido, aunque de manera menos acusada, por la evolución de Guipúzcoa y Álava.

Según el informe, la indemnización media pagada por una aseguradora en España a raíz de un robo se situó en 1.333 euros. Los percances más graves se dan en las provincias de Barcelona, Gerona, Pontevedra, Lérida y Navarra. En todos estos casos, oscilan entre los 1.600 y los 1.700 euros.

Pamela Rosetti, nueva Marine Manager para España y Portugal de Chubb

Chubb ha anunciado el nombramiento de Pamela Rosetti como Marine Manager para España y Portugal. En su nuevo cargo, dirigirá la estrategia de la compañía y la consecución de la actividad de suscripción y gestión de riesgos de la línea de transportes en la región de Iberia.

Rosetti cuenta con 16 años de experiencia en el mercado asegurador. Se incorporó a Chubb en Argentina en 2010, donde ejerció varios puestos de suscripción hasta 2016, ese año ocupó el rol de Marine Manager en Chubb Argentina. Anteriormente, entre 2004 y 2010 fue suscriptora en HSBC La Buenos Aires Seguros.

Diferencias entre el seguro de RC y el de Defensa Jurídica

Foro Inade ha acogido una jornada en la que se abordó tanto la cobertura de defensa jurídica en el seguro de Responsabilidad Civil, como el seguro de Defensa Jurídica.

Para explicar las diferencias y los límites de cada uno de ellos, se contó con Javier López y García de la Serrana, abogado especializado en derecho de seguros y presidente de la Asociación Española de Abogados Especializados en RC y Seguro; Aránzazu Arana, Head of Claims Spain & Portugal en AXA XL; y Asunción Alburquerque, directora de la Asesoría Jurídica de DAS.

Centrándose en las diferencias entre la cobertura de defensa jurídica del seguro de RC (artículo 74 de la LCS) y el seguro de defensa jurídica (artículo 76 a) de la LCS), Javier López y García de la Serrana habló sobre la libre elección de letrado. Esta libre designación es propia del seguro de Defensa Jurídica, pero no del seguro de RC, donde el asegurado solo podrá elegir letrado cuando exista conflicto de intereses con la aseguradora.

Un aspecto del seguro de Defensa Jurídica que genera controversia es su límite cuantitativo. Tal y como explicó el presidente de la Asociación Española de Abogados Especializados en RC y Seguro: "Tanto las cláusulas delimitadoras del riesgo como las limitativas, deben respetar el principio de congruencia con el propio objeto del seguro. El establecimiento de límites cuantitativos muy bajos en los honorarios profesionales del abogado libremente designado podría llevar a considerar que dichas cláusulas tienen carácter lesivo, ya que desnaturalizan el seguro". En este sentido es importante recordar que, si una cláusula se considera lesiva, será invalida siempre.

A continuación, Aránzazu Arana aprovechó su intervención para poner en valor la figura del mediador: "El consumidor debe saber lo que compra, pero es cierto que este tipo de contratos pueden resultar difíciles de comprender si desconoces ciertos conceptos técnicos. Para ayudarles a comprenderlos existe una figura maravillosa que es el mediador de seguros, él puede analizar el contrato más allá de su precio y valorar las coberturas que ofrece y las que no".

Por último, Asunción Alburquerque compartió unas reflexiones con los asistentes. En primer lugar, afirmó que las aseguradoras no sólo deben revisar sus productos en el momento del lanzamiento, sino durante toda su vida útil. En segundo lugar, "cuando la cobertura de defensa jurídica pueda resultar insuficiente, el mediador de seguros debería valorar la posibilidad de proponer a su cliente la compra de un seguro de Defensa Jurídica complementario".

La nueva contratación de seguros de Impago de Alquiler en Arag ha crecido un 33%

Arag confirma la tendencia al aumento en la contratación de sus seguros de Impago de Alquiler durante 2020. "A partir de junio, las contrataciones empezaron a recuperarse y durante los meses de verano llegaron a crecer hasta llegar a un 33% con respecto a 2019", apunta Juan Carlos Muñoz, director comercial de Arag.

Los meses de pandemia han afectado al mercado del alquiler mucho más allá de la paralización durante el confinamiento.

Los importes de las rentas son, ahora, algo más económicos en las grandes ciudades (hasta un 9,43% en Madrid, un 11% en Barcelona y un 2,4% en Islas Baleares, según Idealista) debido a que existe mucha más oferta provocada por la desaparición de alquileres turísticos. La delicada situación económica también ha supuesto un aumento de la morosidad: hasta

un 15%, según la Asociación de Propietarios de Vivienda en Alquiler (Asval).

"Estos meses hemos reforzado el valor de las coberturas de nuestras pólizas. No solamente son importantes las garantías de impago, sino también la resolución de consultas legales, como, por ejemplo, la forma de tramitar una rebaja temporal del alquiler al inquilino", apunta Juan Carlos Muñoz. Este tipo de modificaciones constatan la búsqueda de soluciones por parte de inquilinos y propietarios y que han sido una constante en los últimos meses.

El Observatorio Español del Seguro del Alquiler (OESA) predice que en 2021 este crecimiento continuará y más del 30% de los nuevos contratos de alquiler incorporarán un seguro de Impago.

Por otro lado, Arag ha introducido las videollamadas en su asistencia jurídica, mediante cita previa. 19 abogados de Arag atienden a los asegurados, priorizando, por el momento, especialidades concretas: arrendamientos, laboral, penal, consumo, auto, fiscal, extranjería, vivienda y administrativo.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha lanzado un nuevo vídeo explicando las ventajas de disponer de un seguro de Defensa Jurídica y todos los servicios que se incluyen: https://www.youtube.com/watch?v=UQUypJ19fIQ&feature=youtu.be

Coface, reconocida como mejor aseguradora de Crédito

Marcelino Moneo, CEO de Coface para España y Portugal, ha recogido el premio a la mejor aseguradora de Crédito otorgado por el diario La Razón.

Estos premios reivindican la capacidad de emprendimiento, adaptación e innovación del tejido empresarial español, compuesto en su gran mayoría por pymes.

Asisa incrementó sus primas un 4,28% en 2020

El Grupo Asisa cerró el año 2020 con su mayor cifra histórica de facturación en primas: 1.273 millones de euros, un 4,28% más que el año anterior. Los resultados de 2020 fueron presentados en la Junta Consultiva de la entidad, con el lema 'Nuestro valor, tu resiliencia'.

Francisco Ivorra, presidente del Grupo Asisa, destacó la importancia del año 2020 para la compañía: "A pesar del entorno hostil y lleno de incertidumbre, hemos sido capaces de conseguir dos objetivos esenciales para nuestra compañía: ser útiles y aportar nuestra experiencia y nuestra capacidad para hacer frente a la peor crisis sanitaria en un siglo; y seguir avanzando en nuestro empeño por convertirnos en el grupo privado de referencia dedicado al cuidado de las personas".

Por su parte, el consejero delegado de Asisa, Enrique de Porres, destacó que "nuestra capacidad de resiliencia nos ha permitido adaptarnos a un cambio imprevisto y especialmente brusco. Lo hemos hecho a partir de un refuerzo de la coordinación y la cooperación entre todas nuestras empresas, de nuestra capacidad para innovar en la atención al paciente con mucha más facilidad que hace unos años o de la aplicación de la telemedicina en nuevos ámbitos para dar respuesta a nuevas necesidades de diagnóstico y tratamiento".

La aseguradora gestionó el ingreso hospitalario de más de 6.500 asegurados, tanto en sus centros propios como en los concertados. Además, atendió en sus domicilios a casi 65.000 asegurados afectados por Covid-19. En paralelo, Asisa ha desplegado nuevas herramientas de telemedicina, como el servicio de videoconsultas Asisa Live, para garantizar un acceso rápido a las coberturas contratadas.

Al margen de la gestión de la Covid-19, en 2020, el Grupo siguió desarrollando su plan estratégico con el objetivo de avanzar en su desarrollo multirramo, fortalecer su red asistencial propia, incrementar su presencia internacional, acelerar su proceso de transformación digital y fortalecer su compromiso con la sostenibilidad.

En el ramo de Salud, las primas alcanzaron los 1.253,8 millones de euros, con un crecimiento del 4,09%. En el caso de las pólizas privadas, el crecimiento superó el 5,9%. Además, creció en dental, donde incrementó tanto sus primas como el número de asegurados (casi un 2%).

Por su parte, Asisa Vida cerró el ejercicio pasado con casi 12,8 millones de euros en primas, un 23% más que se une al crecimiento del 37% registrado en 2019.

En el resto de ramos, el volumen de primas superó los 6,8 millones de euros (un 10% más), con un importante crecimiento en el seguro de Mascotas, que duplicó sus primas, y del ramo de Decesos, en el que la aseguradora incrementó su volumen de primas más de un 40% y ya superaba los 45.000 asegurados a finales del año pasado.

Pilar Condal se incorpora al Consejo de Mutualistas de Fiatc

Pilar Condal, vicepresidenta ejecutiva de Condis Supermercats, formará parte del Consejo de Administración de Fiatc.

Condal es licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Barcelona, y ha realizado diversas formaciones de postgrado, destacando un Programa de Dirección General en IESE, así como varios programas de liderazgo, fiscalidad, consultoría en la empresa familiar y cursos de control interno y auditoría de procesos.

Los ingresos por primas del Grupo Mutua alcanzaron en 2020 los 5.580,7 millones de euros, un 2,3% más a la del año anterior, mientras que el beneficio después de impuestos ascendió a 304,1 millones, lo que representó un aumento del 5,2%.

El Grupo Mutua creció un 5,2% en 2020

En el conjunto de No Vida en España, los ingresos por primas del grupo aumentaron el pasado año un 2,9%, hasta los 5.418,5 millones de euros. Grupo Mutua mantiene la primera posición del ranking de seguros de Salud, la segunda en seguros de Auto y la primera en el ramo de Accidentes.

Por ramos aseguradores, el ramo de Autos del Grupo Mutua alcanzó en 2020 unos ingresos por primas de 1.577,6 millones de euros, con un avance del 0,9%.

SegurCaixa Adeslas, empresa integrada en el Grupo Mutua Madrileña y participada por CaixaBank, obtuvo el año pasado unos ingresos de 3.975 millones de euros (un 2,9% más), y obtuvo un beneficio neto de 436 millones de euros, un 12,7% más.

El comportamiento del Grupo Mutua en el ramo de Multirriesgo-Hogar también fue muy positivo en 2020, ya que los ingresos ascendieron hasta los 617 millones de euros, un 2,3% más que en 2019.

En 2020 Mutuactivos se convirtió en la gestora independiente con mayor volumen de captaciones en fondos, planes de pensiones y seguros de ahorro al aumentar de forma orgánica el patrimonio gestionado en 609 millones de euros, lo que le permitió cerrar el pasado ejercicio con un patrimonio total gestionado de 8.452 millones de euros.

La facturación de las corredurías crece, pero se estanca su beneficio

El estudio Estado Económico-Financiero de las Corredurías Españolas, que realizan anualmente Inese Data e IMAF, revela en su edición de 2021 un crecimiento de facturación de las corredurías de seguros (personas jurídicas) del 7,54% en el año 2019. Se trata de un porcentaje similar al del año anterior y muy por encima de la inflación registrada (0,8%).

El análisis, realizado sobre 1.518 corredurías, representativas de más del 95% de las comisiones percibidas por el sector, según los datos de la DGSFP, sitúa la facturación en 1.475 millones de euros, frente a los 1.332 millones del año anterior.

Pese a esta evolución positiva, el beneficio se estancó, al situarse en los 246 millones de euros, cifra que supone un descenso del 0,10% frente a una subida superior al 30% en 2018.

Esta reacción en la cifra de beneficio se produce fundamentalmente por la mala evolución que presentan las corredurías multinacionales, que ven disminuir sus resultados antes de impuestos en un 15,94%, situándose en 80,4 millones de euros. Asimismo, el estudio revela un crecimiento de las corredurías de seguros independientes por encima de la media, tanto en negocio como en beneficio.

Las 1.496 corredurías independientes (aquellas no integradas en ningún grupo) analizadas han sumado una cifra de negocio de 825,4 millones de euros. Este dato supone un crecimiento del 8% frente a la media sectorial del 7,54%.

Por otra parte, estas corredurías consiguieron unos beneficios antes de impuestos de 104,5 millones de euros con incremento del 12,65% respecto al ejercicio anterior. Se trata de un importante aumento si lo comparamos con el estancamiento sectorial (-0,10%), reflejado en este estudio que tiene en cuenta prácticamente la totalidad de corredurías con ingresos superiores a los 50.000 euros anuales.

Estos datos ponen de manifiesto la fortaleza estructural de estos negocios para hacer frente a la crisis provocada unos meses después por el Covid-19.

El estudio Estado Económico-Financiero de las Corredurías Españolas. Edición 2021 que ya está disponible cuenta con un análisis sectorial, a 31 de diciembre de 2019, así como la evolución en el periodo 2014-2019.

Incluye, entre otros contenidos, diferentes rankings en función de las principales magnitudes y ratios, tanto patrimoniales como de resultados, situando a cada correduría respecto del total y de sus competidores en clasificaciones ordenadas de mayor a menor volumen y de mejor a peor gestión.

Para realizar el análisis, se tomaron los datos de una muestra representativa de 1.518 corredurías, aunque el estudio incluye el acceso online a los datos económicos y financieros de hasta 1.880 corredurías de los últimos 6 años (2014-2019).

Caser asegurará a los trabajadores de la Diputación de Vizcaya

La Diputación Foral de Vizcaya ha adjudicado a Caser los seguros deVida y Accidentes para sus trabajadores, sus organismos autónomos y entidades adheridas.

La aseguradora ha resultado adjudicataria del contrato basado en el acuerdo marco con una oferta superior a los dos millones de euros. El plazo de ejecución será de dos años a contar desde la formalización del mismo. Las pólizas irán entrando en vigor desde el 1 de marzo, y asegurarán a un total de más de 6.000 trabajadores, según el acuerdo marco. El mediador designado en el concurso, Egiasa- Grupo Alkora, estará a cargo de la gestión y administración de las pólizas.

Por otro lado, Caser ha ampliado su alianza con **Netmentora Cataluña** y ha incorporado a Núria López, directora de Clientes, Canales e Hipoteca Inversa, para el Negocio de Particulares Vida y Pensiones. En virtud del acuerdo, directivos de la compañía participarán en el acompañamiento a emprendedores de la red de Netmentora, tomando parte tanto en las diferentes etapas del exhaustivo proceso de selección, como en el posterior acompañamiento de los proyectos e iniciativas seleccionados.

Iberian Insurance Group adquiere una participación mayoritaria de Alea Cover

Iberian Insurance Group ha adquirido una participación mayoritaria de Alea Cover. Cabe destacar que esta última es coverholder de Lloyd's y está especializada en productos aseguradores de eventos como conciertos, festivales, eventos privados, eventos públicos, etc., así como en producto de contingencias.

"Alea Cover supone para Iberian un primer escalón en una serie de adquisiciones inorgánicas enmarcadas dentro de nuestra estrategia de expansión a medio-largo plazo, y nos ayuda, sin duda, a posicionarnos como un grupo con muchas posibilidades de crecimiento no sólo orgánico, como hasta ahora", ha señalado el CEO de Iberian, Darío Spata.

Mutua de Propietarios dispone de conectividad de pólizas y recibos en EIAC

Ebroker y **Mutua de Propietarios** han concluido el desarrollo e implementación de la conectividad de pólizas (Siapol) y de recibos (Movimientos de Recibos) basados en el estándar EIAC, estando ya en producción y disponible para los usuarios de la plataforma.

Siapol se trata de un conjunto de especificaciones que aportan conectividad de procesos administrativos asociados a la gestión y tratamiento de los contratos de seguro, como la carga de pólizas, consulta de datos de pólizas de cartera, carga de suplementos y anulaciones. Por su parte, Movimientos de Recibos permite la automatización unidireccional de carga de recibos, así como de sus movimientos (anulaciones, cobros, devoluciones, …) permitiendo al corredor disponer de información actualizada en el ERP.

DAS Seguros pone en marcha la edición 2021 de su Programa Partner para Mediadores

DAS Seguros ha puesto en marcha la edición 2021 de su Programa Partner. Su objetivo es poner en valor la labor realizada por aquellos mediadores que mejor representan los valores de la compañía en el mercado, afianzando así su colaboración con la entidad.

Ser Partner DAS en alguno de sus tres niveles -Excellence, Premium o Advance- ofrece al mediador servicios exclusivos, así como un concreto Plan de Beneficios, que incluye, entre otros: acceso a la línea telefónica directa con los directores de las áreas de oferta, prestaciones y comercial; bonificaciones en determinados productos de Protección Jurídica; valoración cliente/mediador en siniestros de Protección Jurídica, así como acceso a la línea jurídica para poder realizar consultas legales a los abogados especialistas del CAJ, sobre cuestiones que atañan al propio mediador.

Por otro lado, el Grupo DAS ha nombrado a Pedro Costoya nuevo director de Marketing, con el objetivo de reforzar la estrategia de futuro de la aseguradora con la mejora constante de la experiencia digital de sus usuarios.

Costoya es licenciado en Publicidad y RRPP por la Universidad de Navarra y PDD por IESE Business School. Empezó su carrera profesional en DoubleYou Barcelona, donde trabajó más de 4 años desarrollando los proyectos digitales y de marketing de multinacionales.

Unespa ficha a Lázaro Cuesta como responsable de Asesoría Jurídica y Proyectos Normativos

Unespa ha reforzado su equipo legal con el fichaje de Lázaro Cuesta, que se incorpora a la asociación como nuevo responsable de Asesoría Jurídica y Proyectos Normativos.

Sus responsabilidades abarcan 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.

Cuesta es licenciado en Derecho por la Universidad de Córdoba y, entre otras cosas, es inspector de seguros del Estado.

AXA Partners ha presentado 'Mi Hogar Fácil', la nueva webapp a través de la cual mantendrá informados, de forma proactiva, a los asegurados de los avances que tengan lugar durante la gestión de sus siniestros de Hogar.

AXA Partners lanza una webapp para el seguimiento online de los siniestros

La nueva plataforma ofrece acceso a información sobre las últimas novedades en la gestión del expediente y permitirá a los clientes disponer, en cualquier momento, de todos los datos necesarios sobre su siniestro. El usuario recibirá SMS o notificaciones push, ante eventos como el alta o la finalización de un trabajo concreto, la posibilidad de concertar una cita y el recordatorio con 24 horas de antelación de las citas establecidas, entre otras. Además, los asegurados podrán utilizar esta herramienta para una rápida interacción con la compañía de asistencia.

AXA Partners ha optado por el desarrollo de una WebApp, priorizando la comodidad del usuario quien no dependerá de una aplicación móvil que podría necesitar actualizaciones constantes y ocupa espacio en el dispositivo.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha implantado una nueva estructura de su equipo directivo, que responde a la estrategia de la compañía de reforzar las prioridades locales y acelerar el crecimiento del negocio.

Tras la reorganización, la cúpula directiva, formada en un 63% por mujeres, queda así: Maite Trujillo continúa al frente de la compañía en España como Country Manager; Mónica Suñen, nueva directora de Finanzas; Arnau Botifoll, nuevo director Técnico; y José Laguna asume la Dirección de IT. Mantienen sus posiciones Aziza Bendzko, como directora de Operaciones y Customer Experience; Pablo Monter, como director de Redes; Alma Palazzi, como directora de RR.HH.; y Miriam Rodellas, como Head of Legal.

Cesce firma una póliza verde con la empresa de alimentación sostenible Zyrcular Foods

Cesce y la empresa Zyrcular Foods, especializada en la producción y comercialización de productos a base de proteínas vegetales, alternativas a la carne y al pescado, han firmado una póliza verde con la que la aseguradora cubrirá las ventas y riesgos de la empresa catalana en el mercado nacional.

'Cesce Póliza Verde' está pensada para empresas sostenibles con certificaciones vinculadas a la protección y conservación del medio ambiente. Tiene como objetivo apoyar a estas empresas y ayudarlas a crecer, expandirse y consolidar sus carteras de clientes, con la mínima exposición a los riesgos del mercado.

'Cesce Póliza Verde' también es una opción para empresas ligadas a la eficiencia energética, las renovables, el transporte sostenible, la gestión y el tratamiento de aguas, el reciclado, el control y la prevención de la contaminación, la gestión sostenible de recursos naturales, la conservación de la biodiversidad acuática y terrestre, la adaptación al cambio climático y productos, las tecnologías y los procesos ecológicos. Esta póliza se creó en 2019 y ofrece apoyo a la financiación con condiciones especiales y con descuentos del 25% en la prima y del 30% en la tarifa de gastos de estudio de deudores.

En otro orden de cosas, Cesce ha iniciado 2021 comprometida con las mujeres empresarias y emprendedoras que trabajan en zonas de la España vaciada o menos poblada. Por eso, durante el mes de febrero, ha acercado las ventajas del seguro de Crédito a este colectivo, a través de tres sesiones formativas online celebradas en colaboración con las Cámaras de Comercio de Oviedo, Zamora y Huesca. El objetivo de estas jornada fue dar a conocer las ventajas del seguro de Crédito, los distintos tipos de riesgos, las posibles coberturas frente a ellos y las soluciones para acceder a la financiación necesaria para emprender un negocio.

Esta iniciativa, se repetirán a lo largo de todo el año en distintas ciudades españolas.

Helvetia promueve la suscripción digital de seguros de Vida

Helvetia Seguros ha llegado a un acuerdo con Munich Re para implementar una solución de suscripción digital de seguros de Vida.

Los mediadores de la aseguradora podrán ofrecer a los clientes este proceso de suscripción reduciendo de manera significativa la pérdida de solicitudes durante el proceso de venta.

Cigna lanza un programa de servicios enfocado en la salud holística

Cigna ha adaptado en toda Europa su oferta de soluciones de salud a las nuevas expectativas y necesidades actuales de sus clientes y asegurados desde un enfoque holístico lanzando 'Whole Health'.

El objetivo de la compañía con este nuevo planteamiento es adecuar sus servicios al nuevo entorno, brindando una amplia gama de herramientas, recursos y servicios que abarcan todos los pilares que influyen en la salud holística de la población: salud laboral, familia, hogar, red de apoyo, salud financiera y acceso a la atención médica.

'Whole Health' es una nueva forma de entender la asistencia sanitaria y el concepto de salud, teniendo en cuenta todos los ámbitos que conforman el día a día y que afectan a cómo nos sentimos, actuamos y percibimos lo que nos rodea.

Así, a partir de este nuevo enfoque, Cigna tratará de satisfacer las necesidades de sus clientes, ayudándoles a asumir el control de su salud holística y a enfrentarse a las exigencias actuales a través de servicios a medida como telemedicina, plataforma online de bienestar, gestión de casos clínicos, coaching telefónico de salud y bienestar, orientación psicológica, atención sanitaria de calidad, cobertura de asistencia en viaje y seguimiento de patologías crónicas entre otros.

El resultado de la cuenta técnica del seguro alcanzó el 11,7% a finales de 2020

El resultado de la cuenta técnica del seguro, si se expresa en base a las primas imputadas retenidas, fue del 11,7% a diciembre de 2020, dos puntos y una décima superior al índice obtenido un año antes, según datos de ICEA.

La tasa de siniestralidad del negocio directo, incluyendo el reaseguro aceptado, fue del 82% de las primas imputadas, cuatro puntos por encima de la que hubo a diciembre de 2019. Por su parte, el resultado de la cuenta técnica del ramo de Vida, para los negocios directo y aceptado, obtuvo un índice del 1,27% sobre las provisiones de Vida, ocho centésimas inferior al existente un año atrás.

QBE nombra a Alberto Conesa como Europe Risk Solutions Practice Leader

QBE ha anunciado la incorporación de Alberto Conesa, desde el 1 de marzo, como Europe Risk Solutions Practice Leader para desarrollar la práctica de ingeniería de riesgos en Europa, desde Madrid.

Conesa es ingeniero Industrial por la universidad de Sevilla y cuenta con un Máster en Ingeniería de Protección Contra Incendios por la Universidad de Comillas. Obtuvo el título de Chartered Engineer en el Reino Unido por el Instituto de la Energía, y cuenta con varios postgrados cursados en Reino Unido.

Crédito y Caución ha lanzado una nueva versión de 'CyCred Maps' que aplica técnicas de big data a la prospección comercial para generar mapas de mercado potencial donde aparecen geolocalizados los clientes actuales junto a los posibles prospectos, para generar rutas comerciales en función de distancias kilométricas, tiempos de desplazamiento o áreas de influencia.

Crédito y Caución incorpora big data a su servicio de búsqueda de clientes y diseño de rutas comerciales

El administrador de la aplicación de cada empresa asegurada puede habilitar accesos a usuarios de los equipos comerciales personalizando las funcionalidades disponibles para cada uno de los perfiles.

La herramienta genera perfiles que proyecta sobre la información pública recopilada por Iberinform de millones de empresas, aplicando múltiples filtros como CNAE de actividad, localización geográfica o criterios financieros básicos de tamaño, rentabilidad o solvencia. Las nuevas funcionalidades incluyen filtros adicionales, como las ventas o el número de empleados, para que los asegurados definan el mercado potencial que quieren explorar y rediseñar su estrategia comercial. Pero la mejora más relevante es la posibilidad de activar las capacidades de inteligencia artificial de 'CyCred Maps' para la búsqueda de gemelos: geolocalizará potenciales similares a la cartera de clientes.

Fundación MGS indaga sobre las claves de la satisfacción del cliente

Fundación MGS ha celebrado un nuevo evento formativo. En esta ocasión, la jornada estuvo protagonizada por Diana Gavilán, doctora en Ciencias Económicas y Empresariales (UCM) y experta en investigación de marketing sensorial y experimental y comportamiento del consumidor, que ofreció la ponencia 'Experiencias memorables y clientes satisfechos'.

Gavilán incidió en la importancia del estado emocional que experimentan los clientes en su relación con la marca. "El nivel de satisfacción o insatisfacción alcanzado por el cliente en su interrelación con la marca resulta fundamental para determinar su grado de fidelidad y la posibilidad de que actúe recomendando activamente sus productos y servicios", ha señalado.

Asset Ibérica Underwriting ha reducido las primas anuales de todos los tramos de sus productos de Autos 'Aseguromifranquicia' y 'Clipterceros', además de ampliar las coberturas de ambos seguros. Los cambios se aplicarán para las pólizas de nueva producción y las renovadas con fecha de efecto desde el 1 de abril de 2021.

Asset Ibérica Underwriting mejora las coberturas de sus seguros de Auto Aseguromifranquicia y Clipterceros

Así, se triplica la cobertura cuando el cliente tenga que pagar una franquicia de un vehículo de alquiler a corto plazo. Por ejemplo, si se contrata el tramo de 300 euros, podrá reclamar hasta 900 euros en relación con este concepto.

En 'Aseguromifranquicia' se aumenta la cobertura de pérdida de uso del vehículo por reparación: se podrán reclamar hasta 5 días a razón de 100 euros por día (anteriormente, 3 días a razón de 30 euros por día).

Se añaden 3 nuevas coberturas de reembolso de gastos: se podrá reclamar reembolso por los gastos de traslado del vehículo por incapacidad de conducir, el reemplazo de combustible y los costes por entrega del vehículo.

NorteHispana Seguros pone el foco en reforzar su oferta y mejorar sus productos

NorteHispana Seguros ha explicado los objetivos de la compañía para 2021 y ha repasado los principales hitos del ejercicio anterior.

Entre las principales novedades en productos y servicios que se lanzarán este año figura la incorporación de nuevas coberturas en las pólizas de Decesos, Hogar y Vida, que se caracterizarán, además, por ofrecer un mayor grado de personalización en base a las necesidades de los clientes.

Hiscox define las tendencias del seguro D&O para 2021

Hiscox ha definido las cinco tendencias en el mercado de seguros de D&O de 2021.

Hay cinco tendencias principales que se están produciendo tanto en España como en el resto de Europa y Estados Unidos:

- Llega el mercado duro, reduciendo su capacidad financiera y complicando la suscripción en las aseguradoras, que en algunos casos puede que decidan abandonar el negocio.
- Aumentan los precios. El Banco de España prevé que esta crisis lleve a la insolvencia de 1 de cada 5 empresas del país. Aunque el Consejo de Ministros ha pactado prorrogar hasta el último día del año la moratoria concursal, el aumento del riesgo ha provocado que gran parte del sector haya respondido con el aumento de las primas para renovaciones o nuevas suscripciones.
- Mayor rigor técnico. Las compañías que llevan tiempo apostando por el rigor técnico en la suscripción contarán con primas más realistas y ajustadas.
- Capacidad financiera: una evolución inversamente proporcional. Mientras crece la conciencia del directivo hacia el riesgo y su necesidad de aumentar la suma asegurada, el sector asegurador reduce su capacidad para asumir más o nuevos riesgos.
- Más allá de la adaptación: transformación. El mercado de la nueva normalidad exigirá una respuesta integral de las aseguradoras en la que no bastará con realizar pequeños ajustes, sino que conllevará una transformación de la oferta con nuevas propuestas y productos.

Además, Hiscox ha apuntado en su análisis que las compañías reaseguradoras también están inmersas en un proceso de aumento de la prima de reaseguro y una reducción de capacidad y participación en el riesgo, que podría incentivar más aún el efecto de esta evolución y tendencias en el medio plazo en el mercado internacional.

Sin embargo, el producto D&O gana protagonismo en la conciencia del directivo y es una gran oportunidad.

Allianz incorpora whatsapp en la comunicación con sus clientes

Allianz ha aumentado los canales de comunicación con el cliente con la incorporación de whatsapp, un proyecto que presta servicio a 1.500.000 clientes, las 24 horas al día, los siete días de la semana. La herramienta ampliará su ámbito de acción para dar servicio a los cerca de cuatro millones de clientes de la aseguradora.

La inclusión del servicio de atención al cliente por whatsapp se suma al resto de canales de contacto con los que cuenta la compañía: teléfono, e-mail, chat y redes sociales. El canal whatsapp incorpora también un chatbot de atención 24/7, que resuelve la inmensa mayoría de las consultas de los clientes, con una combinación de chatbot y atención humana. Además, desde el espacio privado de la web, los clientes pueden acceder a toda la información de sus pólizas y realizar las gestiones que necesiten de forma rápida y sencilla, las 24 horas del día, todos los días del año, desde su ordenador, tablet o smartphone.

Además, la estrategia onmicanal de la compañía contempla la incorporación de *voicebots* para empleados, nuevos canales de mensajería instantánea, la sustitución -ya realizada en 2020 - de los números de atención al cliente por líneas 900, así como la implantación de robots que automaticen determinadas gestiones habituales para agilizar y facilitar la información requerida por el cliente.

Surne mejora su conectividad EIAC de la mano de TE-SIS Soluciones

TE-SIS Soluciones ha incorporado a **Surne** a su plataforma TE-SIS Seguros. De esta forma la compañía se suma al catálogo de servicios disponibles en la aplicación, permitiendo al corredor la descarga automática de datos.

Con esta integración, Surne se suma al ecosistema Sitec de TE-SIS Seguros. El acuerdo permite la consulta y descarga desatendida de archivos de información EIAC Standard, que la compañía genera para el mediador periódicamente.

Seguro para formar a su red

IMQ ha integrado la plataforma Campus del Seguro para la formación, inicial y continua, de los empleados y de la red externa de la entidad que participan en la distribución de seguros, bajo la denominación de Campus IMQ.

Campus IMQ va a disponer de una herramienta y servicio de gestión global de la formación gestionada por Campus del Seguro que, además, le llevará su registro de formación en los términos exigidos por la normativa de Distribución de Seguros y la emisión automática, todos los años, de la Memoria Obligatoria de Formación.

Zurich Seguros ha realizado dos convenciones virtuales con sus mediadores, en las que se ha hecho balance del último año y se ha presentado la estrategia para el ejercicio 2021, basada en incrementar sus clientes y desarrollar la digitalización.

La estrategia de Zurich para 2021 se orienta a incrementar sus clientes y desarrollar la digitalización

En los buenos resultados obtenidos en 2020 ha tenido una especial importancia la estrategia de transformación digital de Zurich. De cara al próximo año, la aseguradora quiere avanzar en el liderazgo en la transformación del servicio a pymes y profesionales autónomos, con la creación de 5 equipos de suscriptores especializados y organizados por grupos de cliente dentro de este segmento. También se pondrá el foco en la retención y fidelización de los clientes, mediante una visión integral que permita ofrecer asesoramiento global para todas sus necesidades de protección, y no solo de productos aseguradores puntuales.

Por otro lado, la aseguradora ha participado en un webinar sobre las 'Claves del éxito del mediador del futuro', organizado por los Colegios de Mediadores de Seguros de La Coruña y Asturias para enfrentarse al nuevo cliente omnicanal con las herramientas y conocimientos adecuados en esta nueva realidad que estamos viviendo. Sergi Ramo, consultor multisectorial experto en redefinición de modelos comerciales. explicó el necesario proceso de transformación de las redes comerciales, para evolucionar de vendedor tradicional a vendedor híbrido.

En la mesa redonda que se celebró a continuación se indicó que el sector, considerado actividad esencial en el estado de alarma, mantiene una cuota estable, pero es fundamental que redefina su modelo comercial para adaptarlo a la nueva realidad híbrida y poder seguir contando con la confianza de sus clientes actuales y captar el interés de los potenciales.

En otro orden de cosas, Zurich ha decidido unificar sus marcas digitales Klinc y Doppo bajo una única enseña, 'Zurich Klinc', que dará respuesta a las necesidades aseguradoras de las nuevas generaciones.

Francisco Lara toma el relevo de José Boada al frente de Pelayo

En la Asamblea General de Mutualistas de Pelayo se aprobaron las cuentas y la gestión del ejercicio 2020, y se nombró a Francisco Lara nuevo presidente de Pelayo; a Anna M. Birulés nueva vicepresidenta; a Ángeles Delgado y Francisco Gómez, nuevos consejeros, y se reelegieron por otro periodo estatutario de tres años a la vocal consejera primera, Mar Cogollos, y la vocal consejera quinta Ruth Duque.

Tras varios años como director general y consejero de Pelayo, Francisco Lara pasa a ocupar el puesto de presidente, tras la salida de José Boada, de acuerdo a los Estatutos de la compañía que regulan la edad límite de mandato para consejeros ejecutivos (65 años) y no ejecutivos (70 años). Severino Martínez, hasta ahora vicepresidente, también deja su cargo por este mismo motivo, siendo sustituido por Anna M. Birulés.

La Asamblea General aprobó aplicar el resultado neto obtenido (8.189.530 euros) de la siguiente forma: 2.860.322,48 euros a Reserva de Estabilización a Cuenta, 4.919.207,52 a Reservas Estatutarias y 410.000 euros a un Remanente que será destinado a distintas acciones solidarias, instrumentadas a través de la Fundación Pelayo. Con esta dotación de Reservas Estatutarias los Fondos Propios de la entidad alcanzan la cifra de 348,5 millones, lo que sitúa el superávit del margen de solvencia en 2,8 veces el mínimo exigido. El beneficio neto del Grupo ha alcanzado los 11,5 millones de euros.

Los principales retos y objetivos para 2021 se centran en mantener la rentabilidad, fidelizar a los clientes de mayor valor, implantar un modelo de omnicanalidad, fomentar la innovación y seguir aumentando la diversificación del negocio.

Los mediadores distribuyen el 68,7% de las primas y el 61,1% de las pólizas de Multirriesgos

El 68,7% de las primas y el 61,1% de las pólizas de Multirriesgos a diciembre de 2020 se distribuyeron a través de corredores y agentes, ha informado ICEA.

Dentro de los seguros No Vida, Multirriesgo ocupa una vez más el tercer lugar, en esta ocasión con una cuota del 20,9%, siendo la mediación el principal canal de distribución, con algo más de las dos terceras partes del total emitido por estos seguros.

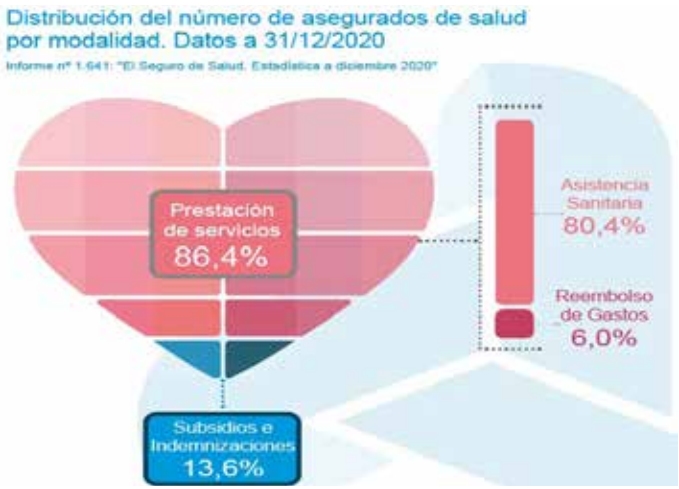
Mutualidad de la Abogacía designa a José María Segovia Defensor del Mutualista y del Asegurado

La Junta de Gobierno de Mutualidad de la Abogacía ha aprobado el nombramiento de José María Segovia como Defensor del Mutualista y del Asegurado y actuará con independencia al Grupo.

Segovia trabajará de forma coordinada con el departamento de Reclamaciones del Grupo teniendo ambos la misión de resolver las posibles reclamaciones y quejas que presenten los mutualistas y/o asegurados, así como promover el cumplimiento de la normativa de transparencia y protección de los clientes. Es licenciado en Derecho por la universidad Complutense de Madrid y máster en Derecho Tributario por la universidad Pontifica Comillas y en Jurisprudencia Comparada por la universidad de Nueva York.

Por otro lado, la mutualidad ha anunciado el nombramiento de Jaime García como nuevo director actuarial. Diplomado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Salamanca y licenciado en Ciencias Actuariales y Empresa Financiera por la Universidad Complutense Madrid, García completó su formación con estudios en materia de gestión activos y pasivos en ICEA e IAE. Además, desde 1988 es miembro del Instituto de Actuarios Españoles y del Registro de Actuarios de Planes y Fondos de Pensiones de la DGSFP.

Itziar Vecino, directora de Riesgos y Análisis de Datos, ejercerá también la función actuarial de Mutualidad de la Abogacía en sustitución de Fernando Ariza, director general Adjunto, que continúa siendo responsable de la función de gestión de riesgos. Junto a ellos, ejercen las otras dos funciones clave: Javier Pérez, director de Auditoría Interna, que pasa a ser también el responsable de la función auditoria en suplencia de María Galván (subdirectora general de Tecnología y Organización) y Laura Duque, subdirectora general de Cumplimiento y Legal.



Salud terminó 2020 con 12,8 millones de asegurados

El número de asegurados en Salud alcanzó los 12,8 millones de euros al finalizar el cuarto trimestre de 2020, con un crecimiento del 3,34% respecto al año anterior, según datos de ICEA.

Asistencia Sanitaria y Reembolso de Gastos fue la modalidad que más creció, mientras que Subsidios e Indemnizaciones fue la única que decreció.

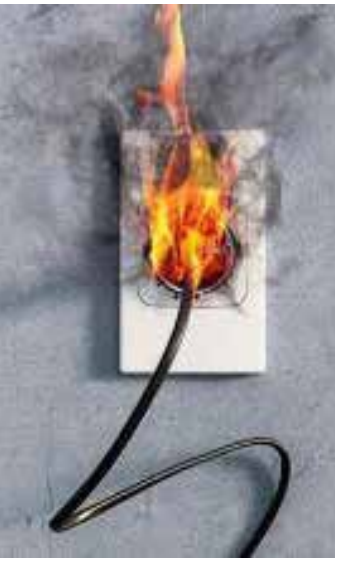
Protección legal de los mayores y protección de la empresa centrada en las personas

Fundación Inade ha celebrado una sesión de Espacio Inade con DAS y Surne en la que se presentó dos productos, uno de protección legal de los mayores y otro de protección para empresas.

En primer lugar, Adolfo Masagué, director comercial de Grupo DAS, presentó 'DAS Protección Legal Seniors", un seguro de protección legal pensado para la tranquilidad de las personas mayores y sus familiares.

Por su parte, Manfredo José Vega, director en Asturias de Surne dio a conocer un Plan de Protección para las Empresas que pone en el centro a las personas. Es una solución eficaz para hacer frente a situaciones imprevistas dentro de la empresa, como por ejemplo el fallecimiento de un socio dentro de la empresa, evitando la liquidación de la compañía y financiando su sustitución.

El seguro indemniza con 500 millones al año los daños por incendios



El seguro paga al año 500 millones de euros para arreglar o indemnizar los daños causados por incendios. Esta es una de las conclusiones del informe '¡Fuego! Los incendios asegurados en 2019-2020', elaborado por **Estamos Seguros** en colaboración con Cepreven y Tecnifuego.

La mayor parte de los inmuebles protegidos por el seguro frente a incendio son viviendas (88%). El resto se reparte entre comercios (5,9%), comunidades de propietarios (3,4%), industrias (1,6%) y otro tipo de espacios. Sin embargo, el peso de los hogares se diluye notablemente cuando lo que se analiza es el reparto de las indemnizaciones. Las familias reciben el 40% del dinero, mientras que las industrias ingresan el 37% y los comercios otro 13%.

De acuerdo con los datos manejados, un 78% de los incendios que se producen en el país al año ocurre en domicilios. La disparidad en el pago total de las indemnizaciones se debe a la mayor gravedad de los daños que ocasionan las llamas en fábricas y negocios. Mientras que un incendio medio en una vivienda conlleva el pago de 2.930 euros por parte del seguro, esta indemnización se triplica cuando se trata de comercios (8.768 euros) y se multiplica por 14 en el caso de industrias (42.081 euros).

Las primas de seguros de Vida Riesgo ascienden a 4.840 millones

Las primas de seguros de riesgo han alcanzado los 4.840 millones de euros a diciembre de 2020, un 0,38% menos que en el mismo mes del año anterior.

Los asegurados prácticamente no variaron, situándose en 20.785.225, un 0,06% menos, ha informado **ICEA**.

International SOS ha tramitado más de 425.000 certificados de defunción, matrimonio, nacimiento y últimas voluntades durante el año 2020 a través de su área de Gestión Documental.

International SOS tramitó más de 425.000 certificados de Gestión Documental en 2020

Por otra parte, el departamento jurídico de la compañía, formado por un equipo de más de 50 abogados, atendió en el pasado año más de 110.000 consultas legales y resolvió 12.000 expedientes de Defensa Jurídica.

International SOS actúa como reaseguradora, prestando coberturas de Asistencia Jurídica Telefónica, Defensa Jurídica, Gestión Documental, Tramitación de Pensiones y Servicios Legales. Además, comercializa seguros de Defensa Jurídica para particulares y familias, así como para pymes y autónomos a través de su web y del portal específico para los corredores con los que colabora.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha publicado la guía para empresas '*Building a resilient Covid-19 vaccination programme*', en la que aporta claves para que los programas de vacunación se desplieguen con éxito dentro de las organizaciones.

El documento recoge que para la vacunación en las empresas son fundamentales factores como la inteligencia (contar con la información de vacunación adecuada y fidedigna), la anticipación a las preocupaciones de los empleados, mantener abiertos los canales de comunicación interna e informar y evaluar sobre el desarrollo de los programas.

Por otro lado, International SOS ha celebrado un encuentro virtual en colaboración con el **Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona** sobre 'Vacunación Covid-19 y su repercusión en los viajes de trabajo y ocio'. En él se dio una visión médica global de la situación de la pandemia y cómo las campañas de vacunación que se están llevando a cabo en todo el mundo repercutirán en los viajes. Asimismo, se puso de manifiesto las diferentes soluciones desarrolladas a través de *blockchain* para contar con "pasaportes vacunales".

Agroseguro incorpora la tecnología RPA para la gestión de pólizas

Agroseguro continúa impulsando la incorporación de las nuevas tecnologías para la optimización, tanto de sus procesos internos como de los externos relacionados con todos los actores que intervienen en el ecosistema del seguro agrario español.

Dentro de este impulso a la innovación, Agroseguro ha incorporado la tecnología *Robotic Process Automation* - RPA (Automatización Robótica de Procesos) para la gestión de las pólizas: relacionar de manera automática el pago por transferencia de la prima con la póliza a que corresponde.

La tecnología RPA permite la utilización de robots de software para la realización de tareas repetitivas y complejas, como son, por ejemplo, el procesamiento de formularios, entrada de datos, realización de controles, envío de comunicaciones, etc. Los beneficios que se obtienen con la incorporación de este avance tecnológico son numerosos, pero todos ellos redundan en la mejora de la calidad del servicio al cliente. Esto se debe a que los procesos en los que se incorpora la tecnología RPA se realizan con mayor rapidez y calidad, los datos que se extraigan serán más fiables y el ahorro de tiempo y esfuerzo es muy notable.

En otro orden de cosas, la aseguradora informa que las heladas de mediados de marzo han causado daños en algunos cultivos, entre los que destaca la fruta de hueso (albaricoque, melocotón, nectarina, paraguayo y cereza) y el almendro, que son las producciones más afectadas.

La principal zona implicada ha sido el valle del Ebro. En concreto, en las provincias de Lleida y Tarragona, así como en las comarcas aragonesas de Litera, Bajo Cinca, La Almunia y Calatayud. En el arco mediterráneo también se han registrado heladas importantes, sobre todo en las zonas más frías de la Comunidad Valenciana, como el valle de Albaida y el valle del Vinalopó, y en las comarcas del norte de la región de Murcia y en el término municipal de Calasparra.

Marco Marrazza, nuevo Strategy & Transformation Leader para Europa de Liberty

Liberty Seguros ha nombrado a Marco Marrazza como Strategy & Transformation Leader para España, Portugal, Irlanda e Irlanda del Norte (WEM).

Trabajará desde Madrid, dirigiendo las áreas de Strategy, PMO, Marketing, Customer Experience, Digital, Comunicación, Reputación Corporativa y Sostenibilidad de la compañía.

Marrazza, estudió Economía y Relaciones Internacionales en la Universidad de Tufts, cerca de Boston, y forma parte de Liberty Mutual desde el año 2012.

Mapfre, Catalana Occidente y Santalucía, reconocidas como las aseguradoras más valiosas

Mapfre, Catalana Occidente y Santalucía son las aseguradoras más valiosas de España según el ranking que analiza anualmente las 100 marcas nacionales más reconocidas, España 100 2021 de la consultora **Brand Finance.**

La más valiosa de las tres es Mapfre, que ocupa el octavo lugar en la tabla con una valoración de marca de 3,1 mil millones de euros. Sin embargo, ha bajado un -22,0% en valor de marca debido a las proyecciones de crecimiento de primas, más débiles, y al aumento del riesgo.

En el sector asegurador despunta la fortaleza de marca Mapfre (85,1), segunda en el ranking de fortaleza. Logrando, por primera vez en 2021, una calificación AAA.

Mapfre representa la única marca del sector asegurador dentro del top 10 de reputación ocupando el séptimo lugar.

Catalana Occidente es la segunda marca de seguros en el ranking, que desciende también -8,1% en valor de marca, pero registró la mayor calificación en fidelidad del cliente en el mercado. Aunque desciende -8,7% en valor de marca,

Santalucía, tercera aseguradora del ranking, es la única que escala posiciones respecto a 2020, del puesto 61 al 55.

Assistència Sanitària amplía hasta verano el aplazamiento del pago de recibos de sus pólizas

Assistència Sanitària ha decidido prolongar el aplazamiento del pago de recibos de sus pólizas a los próximos cinco meses, para paliar los efectos económicos de la pandemia de Covid-19 en sus clientes.

Las personas afectadas por ERTE o en paro y los autónomos que hayan registrado caídas de ingresos como consecuencia de los efectos económicos de la Covid-19, pueden solicitar el aplazamiento, sin coste, de los recibos de los meses de abril, mayo, junio, julio y agosto de su seguro de Salud.

El servicio de recetas digitales de DKV ha emitido más de 6.700 prescripciones farmacológicas

Desde mayo de 2020, DKV ofrece, incluida en la póliza, la plataforma de Receta Médica Privada electrónica (Rempe), homologada por la Organización Médica Colegial de España. Un servicio que ya ha sido utilizado en más de 6.700 ocasiones.

Esto ha permitido a los doctores emitir recetas que el usuario recibía electrónicamente por canales de comunicación seguros y encriptados, incorporando la firma electrónica de emisor, y facultándolos para acudir a cualquier farmacia.

Además, la plataforma de recetas digitales dispone de la capacidad de valorar posibles interacciones y alergias entre sus componentes, así como de archivar las recetas emitidas para poder ser consultadas por el médico en sucesivas teleconsultas.

Europ Assistance prestará asistencia en carretera a los vehículos de OK Mobility

OK Mobility, empresa especializada en movilidad global, ha confiado en Europ Assistance para ofrecer sus servicios de asistencia en carretera a nivel internacional para la flota de vehículos que la compañía engloba bajo el concepto #bemobility.

Con esta alianza se proporcionará asistencia a los clientes que alquilan un vehículo en cualquiera de las oficinas que la compañía tiene ubicadas en España, Italia y Portugal. La asistencia puede, sin embargo, ser prestada fuera de estos países.

Por otro lado, la aerolínea Evelop ofrece junto a Europ Assistance y de la mano de Intermundial, un seguro con garantías Covid-19 totalmente gratuito, para los pasajeros que viajen a La Habana, Punta Cana y Cancún.

Los viajeros con destino al Caribe se beneficiarán de una póliza de seguro de Viaje que no sólo incluye asistencia ante un posible caso de Covid-19, sino también cubre gastos médicos que puedan surgir, la prolongación de la estancia en el hotel en caso de ser necesario, así como la asistencia en el regreso a su lugar de origen.

El 17 de marzo de 2011 el Colegio de Aparejadores de Barcelona recibió la autorización de la Dirección General de Seguros para constituir una correduría propia orientada específicamente a los profesionales del sector de la edificación. Nacía así Aparejadores Servicios Profesionales (ASP), que actualmente presta sus servicios en las provincias de Barcelona y Lérida.

La correduría del Colegio de Aparejadores de Barcelona cumple diez años

Según el director de la entidad, Llorenç Serra, "una de las especificidades de la correduría radica en el hecho de que detrás no tiene una empresa con afán de lucro, sino un colegio profesional que pretende ofrecer servicios a sus miembros". Esta filosofía es la que permite que los posibles beneficios que se puedan producir reviertan directamente en la mejora del ejercicio de la profesión y en la financiación de becas para la formación y especialización de los arquitectos técnicos o la contribución a hacer posibles actos como, por ejemplo, la Noche de la Construcción.

E2K crea Prisma, una herramienta de analítica de datos al servicio del corredor

Prisma (Procesos y Recursos de Inteligencia al Servicio de la Mediación Aseguradora) es una iniciativa de big data promovida por E2K que agrupa y expone los resultados de distintos trabajos de analítica de datos relacionados con la actividad del canal de la mediación profesional de seguros.

Este nuevo proyecto inicia su andadura con un informe trimestral que, bajo el nombre de Asegurómetro, analizará periódicamente la evolución de las primas en diversos ramos en el contexto sectorial del canal de corredores de seguros. La primera entrega del informe Asegurómetro-T4-2020, que ya se encuentra disponible de forma pública, aporta una visión de la evolución del ejercicio 2020 desde la perspectiva comparada de nueva producción frente a la cartera.

El segundo informe Prisma, cuya publicación será efectiva en los próximos días, tendrá relación con la época en que vivimos de pandemia y analizará el comportamiento del mercado durante la Covid-19 en 2020 profundizando en conclusiones sobre el comportamiento de la operativa de mercado y su influencia dentro del canal de corredores.

Fundación Adecose aborda los planes de igualdad para empresas en su primera mesa redonda

Coincidiendo con la conmemoración del Día de la Mujer, la Fundación Adecose ha inaugurado su programa de webinars con una mesa redonda centrada en el Plan de Igualdad para Empresas. En ella se habló del Real Decreto Ley 6/2019, que tiene como fin garantizar la igualdad entre mujeres y hombres mediante medidas de formación, código de buenas prácticas, medidas de conciliación, protocolos de actuación contra el acoso y registro salarial.

La Fundación Adecose, sin ánimo de lucro, ha nacido como un instrumento al servicio de la sociedad. Su objetivo es difundir socialmente los valores del sector asegurador en general y de las corredurías en particular, mediante iniciativas en formación, RSC y cultura; así como promocionar la igualdad de género en los puestos de responsabilidad en el sector.

La primera mesa redonda de la Fundación Adecose, fue presentada por Martín Navaz, presidente de la fundación, y moderada por Carmina Homs, patrona de la misma. En ella participaron Lucía Relanzón, asesora jurídica de Aemes; Susana Pérez, directora general de Inese y de la RedEWI; y Rubén Martínez, CEO de Artai Correduría de Seguros y miembro de RedEWI.

Navaz ha destacó que "las empresas tenemos la obligación legal de hacer las cosas con mayor igualdad y con un cierto seguimiento y seriedad, pero lo ideal sería conseguirlo a través de una gran concienciación mediante la educación".

Lucía Relanzón abrió la mesa redonda comentando los aspectos y las novedades legislativas que el Real Decreto Ley 6/2019 trae consigo en materia de igualdad de trato entre hombres y mujeres dentro de las empresas. La normativa obliga a las empresas con al menos 50 trabajadores, con plazo máximo del 7 de marzo de 2022, a implantar planes de igualdad que definan objetivos y metas, las medidas concretas que se van a desarrollar, los sistemas de seguimiento y revisiones periódicas. Una obligación que ya es aplicable para aquellos mediadores de seguros con más de 100 empleados, tal y como se acordó en el Convenio Colectivo de la Mediación de seguros que se aprobó hace más de un año.

Por otra parte, Susana Pérez aportó cifras que certifican la desigual composición de las plantillas dentro del sector asegurador. Según los datos que dispone la RedEWI "dentro de las aseguradoras, en el que trabajan alrededor de 50.000 profesionales, solo un 16% de mujeres ocupa puestos en el Consejo de Administración; en los Comités de Dirección solo un 27%; y en los equipos directivos, un 28%. Esto demuestra que estamos en una posición de inferioridad, a pesar de que el 52% de la plantilla de las aseguradoras está ocupada por mujeres", ha añadido. La Red EWI está realizando iniciativas para intentar cambiar esta realidad. Para ello, "tenemos cuatro grupos de trabajo de: promoción, selección, conciliación y formación, para fomentar las habilidades directivas".

En este sentido, Carmina Homs destacó que los datos disponibles solo reflejan el caso de las aseguradoras, ya que no existen estudios sobre la mediación en este aspecto. "Desde Adecose ha

habido una iniciativa para obtener información sobre las posiciones que ocupan las mujeres dentro de las corredurías, así que hemos propuesto que se haga una categorización laboral por género en la próxima DEC y así recabar datos precisos".

En el encuentro se abordaron cuestiones como la brecha salarial de género y la conciliación familiar, así como la implantación de los planes de igualdad en empresas. Rubén Martínez explicó las medidas que lleva a cabo Artai para reducir la brecha salarial y equiparar la retribución entre hombre y mujeres. Destacó algunos de los compromisos que la correduría ha adquirido en materia de igualdad, que pasa por alcanzar el 50% de representación femenina en puestos de dirección en 2025.

Sobre la conciliación familiar, Martínez se posicionó acerca del papel de las empresas en cuanto al cambio de mentalidad para lograr la corresponsabilidad, indicando que "hay que promover que los padres disfruten del permiso de paternidad en su totalidad", ya que "debemos dejar de ver la conciliación y los cuidados como algo que concierne únicamente a las mujeres. Es importante la puesta en marcha del plan de igualdad, pero no como mero cumplimiento normativo, sino que debe formar parte del compromiso de la organización".

En otro orden de cosas, la Junta Directiva de Adecose ha aprobado, durante su reunión mensual, la entrada de tres socios, las corredurías Arabrok Mediación, Barymont Go y Xevi Fernández. Con estas incorporaciones, la asociación cuenta ya con 155 socios. Además, durante la reunión se trataron otros temas como el avance en la negociación de la nueva carta de condiciones con las 60 compañías que suscribieron el modelo anterior, para adaptarla a la Ley de Distribución.

En materia europea, Juan Ramón Pla, tesorero de Adecose y presidente de Bipar, ha avanzado novedades en cuanto al tratamiento que la Federación Europea está dando a la propuesta de Directiva de Resiliencia Operativa Digital (DORA) y ha analizado el impacto y consecuencias del primer año de pandemia en las economías de los países europeos. Asimismo, se comentó la entrada en vigor del Reglamento Europeo sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros y las nuevas obligaciones que esta nueva normativa implica a las corredurías de seguros.

Por último, señalar que la Fundación Adecose ha lanzado un Programa de Transformación Digital con Afi Escuela. Ambas instituciones han firmado un convenio de colaboración para promocionar y desarrollar conjuntamente las actividades que realizan.

La primera actividad de la Fundación Adecose en materia formativa ha sido la realización de un Programa de Transformación Digital en el Sector Asegurador dirigido a los directivos tanto de las corredurías asociadas como a las compañías de seguros del entorno de la asociación y subvencionado íntegramente por la Fundación.

El programa se desarrollará mediante cinco convocatorias anuales, de 25 horas cada una, que contarán con un máximo de 40 alumnos por convocatoria. Durante el programa se estudiarán módulos orientados a modelos de negocio innovadores y disruptivos, estrategias digitales y el impacto de las nuevas tecnologías exponenciales. Estas materias serán impartidas por profesionales de empresas reconocidas que ocupan cargos de responsabilidad en departamentos relacionados con el entono digital dentro del sector financiero y asegurador.

Cojebro celebra su I Encuentro con Aseguradoras Preferentes

Cojebro y la dirección de AXA han celebrado el I Encuentro online con Aseguradoras Preferentes que organiza la asociación, con el fin de mantener un espacio de comunicación entre la compañía y los socios de la organización de corredores.

El presidente de Cojebro, Antonio Muñoz-Olaya, ha inaugurado el encuentro virtual en el que AXA ha proporcionado su visión acerca de la situación del mercado y de sus perspectivas para este ejercicio.

Luis Sáez de Jáuregui, director de Distribución, Ventas y Organización Territorial de la compañía, recordó que en las épocas de crisis también hay grandes oportunidades: "Nuestro modelo de negocio es fuerte y robusto y somos un sector esencial, donde el cliente necesita de un asesoramiento profesional".

En cuanto a Vida-Riesgo y Vida-Ahorro, Sáez de Jáuregui afirmaba que "el mercado ha decrecido lastrado, en parte, por el negocio de bancaseguros. Por el contrario, AXA ha crecido fuertemente en este ramo, tanto en Vida-Riesgo, como en Vida-Ahorro". En su reflexión, argumentaba que "la banca, en este contexto de tipos de interés muy bajos, incluso negativos, tiene una clara dificultad en su modelo de negocio. Por otro lado, los modelos directos-digitales tienen una clara dificultad en la rotación de sus clientes basándose una parte fundamental de su estrategia sólo en precio y no en calidad de servicio.

Por su parte, Pedro Navarro, director de Corredores de AXA, destacó la tendencia positiva para 2021, con un modelo más competitivo. Ha subrayado dos proyectos estratégicos conjuntos con Cojebro: Por un lado, Carlike, el seguro de autos exclusivo que la asociación mantiene con AXA (con un crecimiento espectacular desde su inicio) y, por otro lado, el proyecto SegurLike Four, que se desarrolla desde el pasado mes de enero y del que AXA es uno de los dos partners principales.

También, mostró su apoyo a futuros nuevos desarrollos de productos de la gama 'Like' (productos exclusivos de Cojebro) que se pueden poner en marcha porque "para nosotros, Cojebro, es una entidad de referencia y coincide con nuestros intereses de negocio. Por eso, seguiremos estableciendo relaciones de confianza y colaborativas con la asociación".

Por otra parte, Cojebro y la dirección de **Allianz** han mantenido un encuentro virtual en el que se habló de la evolución del mercado asegurador y de las perspectivas de la aseguradora en este ejercicio.

Francisco García Vegas, director general Comercial de Allianz, se mostró optimista en cuanto al crecimiento de PIB y las tasas de paro, así como el incremento del Mercado No Vida, en Particulares y Empresas.

Respecto a los ejes estratégicos para 2021, explicó que se han marcado como objetivos: el crecimiento en *retail* por medio de una

mayor retención; ganar cuota de mercado en el ramo de Empresas, así como liderar el canal mediado en soluciones de Vida y *Asset Management*, donde saldrán nuevos productos en los próximos meses. Además, afirmó, que "queremos continuar mejorando la excelencia técnica para un mayor crecimiento rentable y transformar digitalmente la red de distribución propia, así como la de corredores. La digitalización es esencial para todo el canal. También vamos a potenciar la marca Allianz en España con nueva campaña de publicidad".

Por otra parte, Miguel Magem, director de Desarrollo Comercial de Allianz, abordó las nuevas iniciativas comerciales de la compañía. En el ramo de Autos se pretende una mayor retención a través de dar mucha estabilidad y dinamizar la nueva producción a través de un nuevo producto en turismos, tarifa más optimizada en ciertos riesgos y flexibilizar el CAP para el mediador.

En cuanto al ramo de Empresas, Magem explicó que la previsión es ganar cuota de mercado, "por lo que se pondrá el foco en la retención y reactivación de nuevos productos". En Pyme se hará a través de la adaptación del producto para flexibilizar coberturas y permitir al mediador ser más adaptable a la situación actual. En MidCorp identificando segmentos con mayor apetito por territorio y nuevas herramientas".

Ruiz Re consigue el certificado Plimsoll de Excelencia Empresarial 2020

Los expertos financieros de la certificadora Plimsoll han destacado a Ruiz Re por su excelencia empresarial colocándola en el puesto número 55 de las correduría más grandes de todo el sector, entre casi 2.000 empresas. Además, les sitúa en la posición 87º en términos de crecimiento de facturación.

"Este reconocimiento nos llena de ilusión y energía para afrontar 2021 seguros de que conseguiremos alcanzar nuestros objetivos: ofrecer las mejores soluciones en seguros a nuestros clientes, potenciar el negocio de toda nuestra red y continuar viendo crecer a esta gran familia que es Ruiz Re", han manifestado desde la correduría.

Por otro lado, el 25 de marzo se celebró la III Convención de Mediadores de Ruiz Re, un evento online que reunió a todos los empleados y los socios colaboradores de la correduría bajo el lema 'Hoy, más cerca que nunca'.

Esta convención, como las anteriores, tiene el objetivo de reunir a todo el equipo para valorar el trabajo y los resultados de 2020 así como las metas y líneas de trabajo para 2021. Trasladando a la red de mediadores las tendencias, el rumbo de la correduría y los objetivos comunes.

La apuesta de Ruiz Re por impulsar su red de mediadores es firme y decidida, por ello este año, aunque la convención se haya celebrado digitalmente, desde Ruiz Re no han querido pasar de puntillas por esta fecha.

¿Cómo influye la domótica en el seguro de Hogar?

El Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla (Colmedse) ha desarrollado una jornada sobre la domótica y sus consecuencias en el seguro de Hogar. El evento fue posible gracias a la participación de Michael Sartor, secretario técnico en KNX España; Jorge Ramos, director de Corredores Zona Sur en Helvetia; y Pablo Canas, director comercial de Sevilla y Cádiz en Liberty.

Sartor habló de la implantación de la domótica en los hogares y diferenció los términos más frecuentes, así como los sistemas de control y automatización.

Posteriormente, se inició una mesa de debate moderada por Alfonso Linares, de la Gerencia de Colmedse. En ella, Canas indicó que "el año pasado las primas en el Hogar crecieron ligeramente, posiblemente afectadas por los efectos atmosféricos que hemos tenido en nuestra geografía". Para Ramos "este seguro no deja de tener su atractivo, aunque en este momento hay otros ramos, debido a la pandemia, que han cogido más protagonismo".

El representante de Liberty destacó que "el uso de la tecnología va a favorecer modular los productos, dando al cliente lo que busca y necesita. El propio internet de las cosas va a ayudar en este sentido". En palabras del representante de Helvetia, "llegará el momento en que una casa domotizada se cotizará de forma diferente, porque la compañía valorará si esto implica no tener una serie de siniestros o minimizarlos".

Por último, sobre la mala utilización comercial de este seguro, Canas se mostró tajante: "No estamos de acuerdo ni fomentamos las prácticas comerciales coercitivas en absoluto". Por su parte, Ramos manifestó que "cuando se apliquen políticas persuasivas o de mala praxis, hay que denunciarlas siempre, ya sea en la banca o en cualquier otro canal".

Confluence Group reúne a su red Affinity en su Convención Comercial

La correduría Confluence Group ha celebrado su Convención Comercial, en la que reunió a su red Affinity. Allí se hizo un balance del año 2020 en el que se experimentó "un crecimiento reseñable". Además, se expuso los proyectos que afrontará la compañía en 2021.

Para este año, está previsto el lanzamiento de su nueva web para clientes, que permitirá tener acceso a promociones exclusivas, seguimiento de los recibos pendientes y realizar pagos con tarjetas, entre otros.

José Luis Medel, director general de Confluence Group resaltó la evolución que ha experimentado la correduría a lo largo del pasado año, que ha permitido la incorporación de 45 nuevos affinity.

CIAC lanza una campaña de recogida de quejas por la mala praxis de la banca

La Coordinadora Independiente de Asociaciones de Corredores (CIAC) ha lanzado una iniciativa bajo el hashtag #cuéntanostucaso para recoger las denuncias relacionadas con las malas praxis de la banca y la imposición de seguros a los clientes, campaña que actualmente están promoviendo desde la organización.

En los últimos meses las entidades financieras están subiendo las comisiones de las cuentas para poder ofrecer a los clientes otros productos, como los seguros, a cambio de las comisiones.

"Este tipo de acciones son ilegales porque no solo vulneran de manera deliberada los derechos de los consumidores, sino que también incumplen leyes básicas como la Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios o la Ley de Distribución de seguros. Y mientras, los organismos que deberían velar por su cumplimiento, como la CNMC o la DGSFP, parecen no inmutarse ante estas prácticas ilícitas", afirman desde la coordinadora.

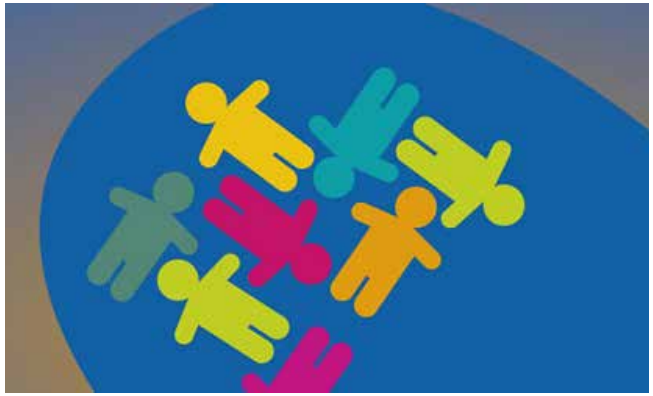
Se trata de una campaña que apoya la que hace unas semanas lanzó con el hashtag #consultacontucorredor con el objetivo de denunciar estas malas prácticas y poner en valor la figura del corredor, para informar y asesorar de manera profesional e independiente en materia de seguros. Ahora, la coordinadora va un paso más allá y quiere recoger ejemplos de malas conductas. Por ello, a través de #cuéntanostucaso, la organización recopilará todas las denuncias que se realicen en sus perfiles de redes sociales.

CIAC se declara totalmente concienciada contra este tipo de malas prácticas y por eso se ha unido a la iniciativa de la Comisión Nacional del Mercado de la Competencia (CNMC) para denunciar de forma anónima casos de abuso y conductas anticompetitivas que sufra la sociedad. El nuevo Sistema de Informantes de Competencia Anónimos (SICA) de CNMC es un canal mediante el cual los ciudadanos y las empresas pueden enviar información sobre las prácticas que dañan a la competencia y perjudican a la economía española.

Desde CIAC confían en que este nuevo sistema, totalmente anónimo y confidencial, ayude a que la CNMC tome las riendas y empiece a sancionar estas prácticas abusivas de poder.

En otro orden de cosas, CIAC se ha reunido por videoconferencia con los responsables de **CIMA/Tirea**, plataforma que estandariza los procesos y ordena los datos que se facilitan entre aseguradoras y corredores de seguros. Aunque este proyecto lleva ya un tiempo en marcha y algunas de las organizaciones sectoriales participan en las asambleas o comitivas que organiza, CIAC ha recibido el compromiso de incorporarse a las comisiones que en un futuro se organicen en este proyecto.

ACS-CV incorpora dos nuevas correduría a su proyecto



La Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV) continúa con su estrategia de crecimiento con la incorporación de dos nuevos asociados. Se trata de la Correduría Asecuran ubicada en la localidad alicantina de Elche y el corredor Marcos Vegara, residente de Orihuela (Alicante).

Con más de 19 años de experiencia en el sector, Raúl Alberola, corredor de Asecuran, explica que han decidido unirse a ACS-CV porque "estamos convencidos de que es un proyecto con viabilidad y proyección en un futuro inmediato". También ha comentado que pertenecer a una asociación del tipo de ACS-CV "permite una capacidad mayor de negociación de condiciones con las aseguradoras".

Por su parte, Marcos Vegara destaca que una de las principales ventajas de participar en la asociación es que "ofrecen una formación de calidad", además "tienes la oportunidad de mejorar la rentabilidad del negocio".

Por otro lado, ACS-CV ha celebrado la tercera edición el curso práctico sobre la suscripción de pólizas de seguros. Esta nueva entrega se centró en la documentación que se debe entregar a los clientes según la nueva Ley de Distribución de Seguros.

Por último, señalar que la asociación ha firmado un acuerdo con Exponent Consultores, para que ésta preste el servicio de Canal de Comunicación de Infracciones Internas. El servicio tendrá carácter gratuito para los asociados al hacerse cargo ACS-CV de su coste.

Anualmente, Exponent Consultores emitirá un informe a cada correduría sobre si ha habido o no incidencias. Además, facilitará a los asociados los mecanismos para comunicar a las diferentes plantillas de las correduría la información sobre el servicio del que disponen.

La plataforma digital Travelfine distribuye los seguros de Viaje IMA

Travelfine, plataforma digital especializada en seguros de Viaje a medida, ha incluido en su portfolio web una completa gama de seguros de Viaje diseñados en exclusiva para ellos por IMA Ibérica Asistencia.

Entre las garantías más destacables se incluyen la cobertura de anulación por libre desistimiento del asegurado, así como las que proporcionan asistencia, prolongación de estancia y repatriación por contagio de Covid-19.

Desde Travelfine se pretende ofrecer soluciones aseguradoras completamente personalizadas y flexibles, que cubran las necesidades actuales, los nuevos hábitos y las exigencias de los viajeros del siglo XXI para cualquier tipo de viaje.

Espanor quiere lograr trabajar con la marca única al 100%, en 5 años

Joaquín Tabernero, consejero delegado de Espanor, dijo a primeros de marzo en una rueda de prensa, que la marca única es uno de los proyectos en los que están trabajando. Su idea es que se vaya implantando poco a poco y que para dentro de 4 o 5 años, todos los socios la tengan implantada al 100%.

Otro de sus objetivos de aquí a 4 años es estar presente en todas las provincias españolas. En estos momentos, las 52 corredurías que forman la asociación están en todas las Comunidades Autónomas salvo en Canarias, Ceuta y Melilla. Su objetivo, según Tabernero, es "ser los líderes de la distribución en España".

Durante su intervención, el consejero delegado de Espanor expuso los proyectos que se están realizando y los que se van a desarrollar: Entre otros, destacó que: "en nuevas tecnologías contamos con una información gerencial que nos permite saber cuánto facturamos todos los socios, en qué compañías está nuestro negocio, número de clientes.... Es un proyecto de integración de datos, un programa que te ayuda a tomar decisiones. Nos va a permitir trabajar con inteligencia artificial. Además, con esa información, sabremos cuándo anulan una póliza y por qué lo hacen. De esa forma, nos podemos adelantar a ellos".

Sobre la marca común, la idea es que dentro de 4 o 5 años estén trabajando todos bajo una marca común y que el cliente sea atendido de la misma forma cuando entre en cualquier oficina Espanor. Para ello, han decidido adoptar lo mejor de cada socio, buscando la excelencia. También quieren que las aseguradoras les atiendan como una empresa única y no de forma territorial. La marca común no tiene que ser al 100% desde el primer momento, porque hay marcas muy potentes y necesitan un proceso de adaptación.

En formación, se ha cerrado un acuerdo con Campus del Seguro y se tiene pensado crear la universidad de la experiencia para que no se pierda todo el conocimiento que tienen los socios. La idea es que lo compartan con los empleados de Espanor, sin perjuicio de que haya especialistas en diferentes temas que impartan clase también.

Asimismo, quieren ser activos contra la actuación desleal de la bancaseguros. Van a comunicar constantemente a la ciudadanía cuál es la diferencia entre los me-

diadores y la bancaseguros. "La sociedad tiene que saber que la banca no asesora, sino que coloca pólizas. En el ramo de Vida, nos hemos encontrado casos en los que han pagado la prima y luego no hay indemnización porque no ha existido una adecuada contratación. Además, la bancaseguros no acompaña al cliente en un siniestro".

De hecho, coincidiendo con el 15 de marzo, Día Mundial de los Derechos de los Consumidores, Espanor ha lanzado una campaña para informar a la sociedad en general sobre las diferencias que existen entre el asesoramiento de los corredores de seguros a la hora de prescribir pólizas y la "colocación" de seguros por parte de la banca.

La campaña podrá seguirse en redes sociales a través de los hashtag #Asegúratebien y #Asegúratedetusseguros. El vídeo se puede visualizar en **https://vimeo.com/523485379**.

Gocleer, una correduría digital centrada en el embedded insurance

El aumento del número de transacciones que se realizan por internet, es una de las razones por las que la correduría digital Gocleer ha visto la oportunidad de negocio en el *embedded insuranc* (seguro 'embebido' en otros productos) y se ha lanzado a desarrollar una aplicación para aprovecharla.

La base del *embedded insurance* está en incorporar los seguros en cualquier proceso de compra de los clientes. Para conseguirlo, ha desarrollado una herramienta que se puede adosar en la web de cualquier distribuidor de servicios o de productos (convirtiéndose así en su partner), que se lleva una comisión por cada venta de seguros que se haga a través de él.

El primer producto que han desarrollado, es del ramo de Autos. Entre las novedades que incluye está la del pago mensual y la de contar con *Cashback* (te devuelve un porcentaje de hasta el 30%, si no utilizas todos los días del mes el vehículo). Es algo que está pactado con las aseguradoras en algunos casos y, en otros, lo ofrece directamente Gocleer.

En este momento, ya trabaja con AXA, Liberty, Mapfre, Reale, Asegrup, Arag, DAS y Ergo. Asimismo, han llegado a acuerdos con algunas corredurías.

Su objetivo es cambiar el seguro. Pasar de que el vehículo esté en el centro, a que lo esté el ser humano. Que se pague según se mueva la persona (bicicleta, automóvil, moto, patinete…).

Esta startup, con sede en Barcelona, se presenta como una alternativa digital para la cotización instantánea de seguros de coches y nuevas formas de movilidad que se adapta a los estilos de vida urbanos, necesidad de pago por uso y conciencia ecológica de las actuales y nuevas generaciones. Fundada en el 2020, Gocleer dispone de un equipo de personas diverso y ágil no solo en el área de los seguros, sino también en desarrollo de software, inteligencia artificial, telemática, diseño de producto digital y analítica de datos. Goleer, a través de su plataforma digital, ofrece un cotizador online instantáneo que en menos de cuatro minutos permite al usuario seleccionar un seguro personalizado y pagar mensualmente el servicio, de una manera simple y fácil.

Newcorred concluye sus I Networking Days

Durante los días 2, 9, 16 y 23 de marzo, los más de 300 miembros de Newcorred, han tenido la oportunidad de mantener diferentes encuentros comerciales con aseguradoras dentro de los I Networking Days.

En total ha participado 78 ponentes de 43 entidades en 22 horas de encuentros comerciales, organizados por Campus del Seguro.

Apromes participa en un evento internacional sobre los desafíos de la distribución de seguros

El **CVG-RJ** ha organizado el evento internacional 'Los desafíos de la distribución de seguros post Covid en Brasil y en Europa', que contó con la participación de César García, delegado en Portugal de **Apromes.**

García destacó que actualmente, en Europa, la crisis derivada de la pandemia podía tener muchas semejanzas con la crisis financiera del 2007/2008, en aspectos como el aumento del desempleo y la caída del PIB. No obstante, el actual escenario de crisis, al contrario que la anterior, aún no es estructural.

García reveló que, en este contexto, "los seguros de Vida ahorro y de fondos de inversión están siendo los grandes perdedores. Se están rescatando inversiones por parte de los partícipes y ahorradores, para pagar sus cuentas y no se está compensando con la entrada de nuevas aportaciones", explicó. En cambio, el "gran vencedor" es el ramo de Salud, pues los consumidores han percibido la importancia de este seguro.

La situación se ve agravada con la coincidencia de la transposición en todos los países de la Unión Europea de la Directiva de Distribución y el Brexit. Todo eso hace que la distribución se tenga que reinventar, una vez más. Esa necesidad ha implicado el desarrollo de grandes inversiones en los procesos de digitalización sin perder la humanización de la relación con los clientes.

El nuevo contexto obliga a los mediadores europeos centrar sus esfuerzos en la conservación de las carteras, habida cuenta de la dificultad de captar nueva producción.

Según Nilton Molina, presidente del Consejo de Administración de la aseguradora MAG Seguros y del Instituto de Longevidade Mongeral Aegon, destacó que hay mucho margen para que el sector crezca. El nuevo escenario obliga a las aseguradoras a reducir los costes administrativos y de distribución. Pero, aseguró que ello no debe implicar reducir ingresos al distribuidor, sino darle herramientas para ser más eficiente y productivo. "No queremos reducir el beneficio del mediador, si no el coste de la distribución. Ese es el gran desafío", concluyó.

Por su parte, Henrique Brandão, presidente del sindicato de corredores de Río de Janeiro (Sincor-RJ), comentó que hay un proceso global de desintermediación que afecta a todos los sectores de la economía. "Hay un sentimiento de que todo es tecnología y que el ser humano dejó de ser prioritario. Pero, cuanto más veo la tecnología, más convencido estoy de la supervivencia de la intermediación. Las personas quieren otras personas al otro lado", enfatizó.

En otro orden de cosas, Apromes ha realizado sendas jornadas de trabajo con la **Nueva Mutua Sanitaria** y con **Markel** en las que las aseguradoras presentaron su productos y empresas.

Por último, señalar que el 31 de marzo Apromes firmó un acuerdo de colaboración internacional con el **Clube de Vida em Grupo de Río de Janeiro**, en un acto en el que Javier García-Bernal, presidente de la asociación, habló sobre el "asociacionismo de los mediadores de seguros en España".

Espabrok celebra su Congreso Comercial Nacional

Espabrok ha celebrado de manera telemática su Congreso Comercial Nacional, que contó con la presencia de más de 140 asistentes de las 101 corredurías.

El Congreso Comercial puso el foco en el desarrollo de negocio de su red de corredurías. Además, se realizó balance del año 2020 en lo que a cifras de negocio y acciones realizadas se refiere y se desvelaron los principales pilares de la estrategia corporativa de cara al año 2021.

Se desarrolló también un bloque "buenas prácticas" en el que 10 corredurías de la de red de Espabrok compartieron las acciones de éxito que están llevando en las áreas de marketing, formación, productos particulares, producto empresas y tecnología.

En otro orden de cosas, Espabrok ha consolidado su crecimiento en este primer trimestre de 2021, con nuevas incorporaciones a su estructura de red profesional, como es el caso de JDM Correduría ubicada en Barcelona, con lo que ya suma 102 socios a nivel nacional.

Cambios de hábitos de consumo en los viajes de los jóvenes

El primer informe de las tendencias del turismo de los jóvenes y las redes sociales en España refleja cambios radicales de los hábitos de consumo en los viajes post pandemia en España. Así se desprende de los datos recopilados en el 'Anuario de viajes: tendencias del sector turístico. Jóvenes, redes sociales y nuevas formas de viajar', elaborado en conjunto por el Máster de Periodismo de Viajes de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) e **IATI Seguros**.

Entre los datos más significativos que destacan del primer informe de tendencias de cómo viajan los jóvenes se aprecian que casi el 75% reconoce diseñar el viaje por ellos mismos sin necesidad de intermediarios, independientemente del destino.

Otro de los datos es la sensibilización de los jóvenes con la naturaleza. De hecho, 8 de cada 10 ya se muestran preocupados por el impacto medioambiental del turismo. Del total de los encuestados, un 58,8% descartaría los destinos no sostenibles para sus futuros viajes.

A la hora de viajar también les preocupa la salud (28,6%). Precisamente por motivos de salud y cuando son viajes internacionales es cuando el 74% de los jóvenes viajeros contratan un seguro de Viaje, máxime en estos tiempos de incertidumbre.

El Colegio de Alicante homenajea a las mujeres del sector asegurador

Con motivo del día de la Mujer, 8 de marzo, el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante organizó el 'I Encuentro de Mujeres Aseguradoras de Alicante. Liderazgo empresarial'. Una jornada que puso de relieve que, si seguimos al mismo ritmo, tardaremos 35 años en cerrar la brecha de género que existe entre hombres y mujeres. Sin embargo, las mujeres están convencidas de su potencial y de que se lograrán los avances porque así se consigue hacer una sociedad más equitativa y próspera para todos.

Un encuentro, moderado por Ana Muñoz, socia fundadora de Ponce y Mugar Correduría de Seguros, expresidenta de Fecor y miembro de la Junta Directiva de Cojebro, en el que participaron mujeres cuyo trabajo y trayectoria profesional representan el esfuerzo, la dedicación y la entrega en el sector asegurador.

La primera parte contó con la intervención de Sonia Calzada, presidenta de la Agrupación Convenio RC Corredores, AIE y directora de Negocio Segmento Personas de Zurich, que explicó que, a nivel general, tardaremos 35 años en cerrar la brecha de género que existe, si seguimos a este ritmo. Además de que las mujeres tienen menos presencia en los puestos directivos, existe una diferencia de más de 400 euros en la pensión media de la mujer con respecto a la del hombre. En su opinión, "la educación es el arma más poderosa para cambiar el mundo. Las carreras técnicas son las que más futuro tienen y la mujer tiene que entrar en ellas".

Además, hizo referencia a todo lo que se está haciendo desde Zurich para mejorar la situación de la mujer, como por ejemplo el Programa Valientes.

Ana Muñoz está convencida de que "las mujeres deben participar más en los puestos de poder, porque es bueno para la empresa y para la sociedad. Con el apoyo a la mujer, hacemos una sociedad más equitativa y más próspera para todos".

Después tomó la palabra Maite Antón, presidenta de AEFA y gerente del Grupo Antón Comunicación, que habló de cómo 'Liderar la Empresa familiar'. Antón explicó que "en las empresas familiares, el 36,9% de los CEOs son mujeres". En su opinión, "hay menos barreras para ir escalando puestos". Además, resaltó el hecho de que "cuando la CEO es una mujer, en el consejo de dirección suele haber más mujeres".

A continuación de estas dos intervenciones, se hizo entrega de un reconocimiento especial a tres profesionales del sector por su trayectoria profesional y contribución a la puesta en valor de la profesión de la mediación: 'Liderazgo Empresarial 2021': a Juana María Cardiel; a Mariger Soler; y a la periodista Elena Benito.

Posteriormente, se desarrolló una mesa de debate sobre el papel de la mujer en la que, a todas las anteriores, se unió María Ameijeiras, directora general de AyF Correduría de Seguros; y Gloria Toledo, corredora de seguros y vocal de Corredores del Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante y de Red Woman. En el debate, se dijo que las mujeres aportan "al sector asegurador esa transparencia, la naturalidad con la que hacemos las cosas. Tenemos mucho potencial y tenemos que creer en nosotras".

Miguel Ángel Montalvo liderará el área de Crédito de RibéSalat

RibéSalat ha incorporado a Miguel Ángel Montalvo como director de Crédito. Con más de 25 años de experiencia en el sector bancario y asegurador, Montalvo será el encargado de pilotar esta división que tiene como objetivo acompañar y proteger al tejido empresarial en su actividad comercial.

Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad Complutense de Madrid, inició su trayectoria profesional en la empresa familiar Montalvo Gestores, dedicada a la prestación de servicios profesionales de carácter legal a entidades financieras, clientes corporativos y particulares. Posteriormente fue directivo de Caja Madrid, Bankia y Coface.

Por otro lado, la correduría ha potenciado su Plan de Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres (2020-2024) con el objetivo de seguir contribuyendo al desarrollo de políticas que integren la equidad de género en la compañía.

Hasta la fecha, RibéSalat ya dispone de un Protocolo para la prevención y tratamiento de los diferentes tipos de acoso laboral y de medidas orientadas a favorecer la flexibilidad y conciliación familiar.

Entre las medidas establecidas que se llevarán a cabo próximamente destacan la creación de un Agente de Igualdad, una figura que se ocupará de coordinar y gestionar los proyectos y campañas de acciones positivas orientadas a la igualdad de género.

Del mismo modo, se diseñará un código de conducta para sensibilizar a la plantilla; y se impulsará una guía de lenguaje inclusivo, en la que se detallará la idoneidad de que todas las comunicaciones, tanto internas como externas, promuevan una imagen y lenguaje con perspectiva de género.

Finsa promueve la venta de seguros inmobiliarios con su acuerdo con Best House

La correduría Finsa ha firmado un convenio de colaboración con Best House. Ambas entidades han puesto de manifiesto su voluntad de realizar el lanzamiento de una línea de seguros a través del grupo inmobiliario.

Como inicio de este acuerdo, Finsa facilitará al grupo inmobiliario un amplio programa de formación y los recursos necesarios para poner en marcha la comercialización de todos aquellos productos aseguradores relacionados directa e indirectamente con el sector inmobiliario. Impago de alquileres, Hogar, Vida, Decesos y Salud, serán algunos de ellos.

El Consejo General crea ocho comisiones de trabajo

El pleno del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, primero tras las elecciones celebradas en febrero, ha aprobado la creación de ocho comisiones de trabajo, en las que participarán presidentes y representantes de treinta colegios.

Las comisiones, que estudiarán y formularán propuestas, se configuran así:

- Jurídica: César Villaizán (Palencia), Cesar García (vicepresidente del Colegio de Toledo), Mª José Laguna (Valladolid).
- Económica: Alex Mestre (Tarragona), Francesc Santasusana (Barcelona), Ernesto Getino (León), José Martínez (Cuenca) y Carlos Laguarta (Huesca).
- Estudios y Formación: María Castañeda (Navarra), José María Moreno (Córdoba, Huelva y Sevilla), Juan Manuel Sánchez-Albornoz (A Coruña), Elena Linares (Almería).
- Interterritorial: Reinerio Sarasúa (Asturias) y presidentes de los consejos autonómicos.
- Internacional: Javier Barberá (Lérida), Javier García (Jaén), Alex Mestre (Tarragona).
- Agentes: Javier García (Jaén), Jose Luis Martínez (Asturias), Jennifer Hernández (Las palmas), Antonio Fabregat (Castellón), Ángel Chamizo (Badajoz) y Rubén Almaraz (Salamanca).
- Corredores: Miguel de las Morenas (Zaragoza), Enrique García (Toledo), Jorge Benítez (Valencia), María Castañeda (Navarra).
- Deontológica: Javier García (Jaén), Moisés Núñez de Bien (Málaga), José Antonio Rivas (Cantabria), Zacarías Fernández (Badajoz), Jorge Azcárraga (Álava). Suplentes: Elena Linares (Almería), Rubén Almaraz (Salamanca).

Por otra parte, el presidente del Consejo General, Javier Barberá, ha advertido que "las prácticas abusivas de la banca han aumentado en los últimos seis meses y las entidades financieras siguen aprovechando la concesión de créditos para vincularlos a la contratación de seguros a través de sus oficinas". También ha recordado que "se está incumpliendo la Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios, la Ley de Mediación de Seguros y la Ley de Defensa de la Competencia".

Así lo dijo en la jornada sobre mala praxis bancaria organizada por el Colegio de Mediadores de Seguros de Alicante con la participación de expertos financieros y profesionales del sector asegurador y la justicia. En ella Barberá ha remarcado que "las administraciones y el regulador siguen consintiendo una situación que va contra el libre mercado y contra los derechos de los clientes, que en el momento de pedir un crédito están en una situación de inferioridad evidente".

Barberá dijo que "defendemos la libertad de mercado y la libre competencia. Por eso, no nos oponemos a que la banca venda seguros, sino a la forma en que lo hacen, abusando de su posición dominante. En muchas ocasiones el usuario paga un precio más alto que el del mercado o recibe unas coberturas por encima de sus necesidades reales".

David Cienfuegos, nuevo jefe de Inversiones de Willis Towers Watson

Willis Towers Watson ha anunciado el nombramiento de David Cienfuegos como nuevo responsable del negocio de Investments para Europa Continental de la compañía y miembro del Comité Ejecutivo del negocio de Investments de Willis Towers Watson para EMEA.

Desde su nuevo cargo, se responsabiliza de liderar la estrategia y el negocio de Investments de Willis Towers Watson en Europa. Cienfuegos cuenta con más de 19 años de experiencia en gestión de activos y asesoramiento en inversiones a clientes institucionales a nivel global, en Nueva York, Londres y Madrid.

Por otro lado, el broker ha incorporado a Juan García-Cubillana como responsable de Medioambiente para España. Anteriormente era responsable del área de Medioambiente, Oil & Gas de Sedgwick Iberia. Durante su larga trayectoria, ha gestionado siniestros por todo el mundo. Además de liderar el equipo de Medioambiente en España, formará parte del equipo internacional de Cambio Climático y Sostenibilidad de Willis Towers Watson.

Mitrámiteoficial.com, nuevo portal para que los distribuidores realicen gestiones ante la DGSFP

Grupo W2B ha lanzado la marca **mitrámiteoficial.com** desde la que se encarga de realizar todo tipo de gestiones y trámites oficiales para la comunicación de cambios ante la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) para los distribuidores de seguros.

"Realmente no se trata de un nuevo servicio, ya que llevamos años realizando cientos de trámites de cambios de los datos del Registro para corredores de seguros ante la DGSFP. Lo que hemos hecho es crear una identidad propia para este tipo de gestiones y trámites que realizamos bajo la nueva marca mitrámiteoficial.com", han señalado desde Grupo W2B.

Desde el portar se recuerda que el Real Decreto-Ley 3/2020 establece que los Distribuidores de Seguros están obligados a comunicar y acreditar a la DGSFP cualquier modificación o cambio de sus datos registrales y tenerlos actualizados en todo momento, comunicando los posibles cambios dentro de los 15 días siguientes a la adopción de dichos acuerdos de modificación.

Asimismo, son varios los artículos que establecen la obligatoriedad de informar y pedir autorización previa a la DGSFP sobre cualquier transmisión de acciones o participaciones proyectada superior al 10%.

La correduría Herrero Brigantina, una de las empresas que más rápido crecen en Europa

Por quinto año consecutivo, el Financial Times ha publicado la FT 1000, la lista de las mil empresas europeas que registraron una mayor tasa de crecimiento anual compuesto. En esta lista destaca la presencia de la correduría Herrero Brigantina, que sube hasta el puesto 151 después de conseguir el pasado año el 285. En esta edición solo han sido incorporadas a este ranking 54 empresas españolas.

Para ser incluidos en FT 1000 se exigen varios requisitos como, haber ingresado, al menos, 100.000 euros en 2016 y 1,5 millones en 2019; que la empresa sea independiente, y no una subsidiaria o sucursal de ningún tipo; y que el crecimiento de los cuatro años valorados fuera principalmente orgánico.

Herrero Brigantina es una empresa con sede social en Madrid, pero con gran implantación en la comarca del Bierzo, en cuya capital, Ponferrada, se ubica su Centro de Servicios a la Red, y con oficinas en varias ciudades de Castilla y León. En España, se encuentra entre el top 5 de las correcurías independientes en el ranking sectorial, operando ya con total normalidad en la City de Londres, Miami y Hong Kong.

Senassur da a conocer las novedades en moto y coches clásicos a los mediadores valencianos

La correduría Senassur ha realizado 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.

Jorge Moreno, director comercial de Senassur, además de explicar los puntos más destacados de los productos, detalló las ventajas económicas para los mediadores, poniendo un ejemplo real de las comisiones obtenidas con Senassur y con otras correcurías.

Por otro lado, el Colegio de Valencia ha convocado la primera edición del Curso Superior de Siniestros, presentándolos como "servicio postventa" de la mediación profesional, "un servicio que debe de ser la seña de identidad y signo de distinción de un mediador", tal como subrayan desde la Comisión de Formación del Colegio. El curso se impartirá presencialmente en el aula de formación del Colegio, entre abril y julio, y consta de cinco módulos que abarcan conocimientos generales del seguro y los siniestros

Cobertis creció más de un 18% en comisiones en 2020

La correduría Cobertis evolucionó de forma positiva a lo largo de 2020. De hecho, cerró, el año pasado, con un crecimiento en comisiones de más del 18%.

Como la formación es otra de las grandes apuestas de Cobertis. En pleno confinamiento crearon 'βAsk', una plataforma que contó con la participación de los CEO de las principales aseguradoras, donde presentaron sus innovaciones y nuevos productos.

Durante la desescalada, Cobertis lanzó conjuntamente con JNR carteras de seguros y Mes Advocats, 'Cobertis Next', un servicio de asesoramiento integral orientado a asistir y orientar a los mediadores en uno de los momentos más complejos y delicados como es el de la sucesión. En palabras de Anna de Quirós, socia-directora de esta correduría: "Lanzamos este servicio en plena pandemia como respuesta a una necesidad, ya que, había compañeros que se querían jubilar. Lo que se hace es un estudio '*ad hoc*' de cada caso, totalmente personalizado, porque la experiencia demuestra que no existen dos casos iguales".

Tras un año de crisis sanitaria, todo apunta a que 2021 puede ser un año de crecimiento y de nuevos proyectos. A pesar de la incertidumbre de trabajar en plena pandemia durante 2020, los ramos de Salud y Vida, tanto en Riesgo como en Ahorro, fueron los más trabajados por la correduría. De cara a este año, se prevé un gran crecimiento en los seguros de ciberriesgos y de D&O (Directors & Officers).

Por otra parte, seguirán apostando por la optimización de procesos. Por eso, han propuesto a todos los trabajadores y equipos crear grupos de trabajo de '*team building*', con el objetivo de mejorar cualquier aspecto de la empresa, desde un proceso interno, la comunicación, hasta un tema tecnológico.

Arrenta se convierte en la correduría de referencia de los expertos técnicos inmobiliarios

La Asociación Profesional de Expertos Técnicos Inmobiliarios (Apeti) ha firmado un acuerdo de colaboración con la correduría Arrenta para atender la creciente petición de los propietarios de incluir seguros de Impago del Alquiler en los contratos de arrendamiento.

Con este acuerdo, Arrenta se convierte en la correduría de Apeti, por lo que los asociados cuentan, además de con condiciones especiales, con herramientas de gestión propias, así como formación y asistencia personalizada. Además de unos interesantes márgenes comerciales para los profesionales que perduran durante todo el periodo de renovación de los diferentes seguros.

Summa explica cómo afronta el modelo digital

Summa representará a España en el International Meeting Point de corredores de seguros organizado y patrocinado por **Liberty**, que reunirá digitalmente a corredurías de España, Portugal e Irlanda.

Para esta ocasión se ha previsto poner el foco en uno de los temas más relevantes y de actualidad: cómo se afronta el modelo digital en las corredurías, qué amenazas y oportunidades se vislumbran y cómo se preparan para el futuro.

"Estamos orgullosos de participar con los principales protagonistas de la mediación europea. Seguimos convencidos que el futuro inmediato será digital y personal. Además, creemos firmemente en la co-participación y colaboración entre corredores para poder ser competitivos en dicho futuro digital", ha señalado Begoña Larrea, directora general de Summa.

Además de la digitalización, otro de los puntos relevantes de debate será cómo ha combatido la Covid una organización con una deslocalización tan importante y dispersa como Summa.

A lo largo del encuentro Liberty dará a conocer cómo está apoyando y ayudando a los corredores en este proceso.

Agacose promueve el apoyo mutuo entre los corredores gallegos

La **Asociación Gallega de Corredores y Corredurías de Seguros (Agacose)** ha lanzado en marzo la campaña #FamiliaAgacose, iniciativa dirigida a todos los corredores gallegos con el objetivo de aunar esfuerzos, así como de defender los intereses comunes del sector.

Esta campaña se lleva a cabo bajo el hashtag #FamiliaAgacose, y pone el foco en conseguir acercar a todas las corredurías de Galicia mostrando los beneficios de ser miembro de la asociación. Esta iniciativa lleva consigo un conjunto de acciones internas en la organización, así como externas en las redes sociales, donde se irá presentando a todos los miembros de la gran #FamiliaAgacose.

La finalidad de la campaña es, a largo plazo, dar unidad a todos los corredores gallegos. Mientras que, a corto plazo, es generar un sentimiento de pertenencia, promoviendo el apoyo entre sí y velando por los intereses comunes.

El piloto de rallies Albert Llovera, embajador del Grupo Bárymont

El **Grupo Bárymont** ha elegido al piloto de rallies Albert Llovera como su imagen para representar a la firma cántabra y promover sus programas de educación financiera y bienestar económico en la sociedad.

Ambos comparten los valores que conforman lo que, para Emilio Montaraz, presidente del Grupo Bárymont, "es el ADN Bárymont" como son: la capacidad de adaptación, el esfuerzo, la superación y el trabajo en equipo. Eso, sin duda, "contribuirá al éxito de esta alianza porque compartimos sinergias y formamos un equipo superior".

Llovera, deportista andorrano que actualmente compite en rally en el Campeonato del Mundo, comenzó como deportista en el esquí, llegando a competir con 18 años en los XIV Juegos Olímpicos de Invierno de Sarajevo, pero un año más tarde, mientras participaba en la Copa de Europa de esquí, sufrió un grave accidente que le provocó una lesión medular que lo dejó postrado en una silla de ruedas.

Su capacidad de adaptación para superar las adversidades, su optimismo y el apoyo de su familia y amigos fueron esenciales para ayudarle a convertirse en quien es hoy; un deportista de éxito que supo reinventarse, un ejemplo a seguir e imagen de muchas marcas, así como embajador de Unicef.

Fiatc se une a la campaña del Consejo General para recaudar fondos para la compra de alimentos

FIATC Seguros se ha incorporado a la campaña solidaria #lasolidaridaddelagente, organizada por el **Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros** en colaboración con la Federación Española de Bancos de Alimentos.

La campaña consiste en la donación de un euro por cada póliza que se contrate, donación que puede realizarse a través de lasolidaridaddelagente.com.

El objetivo es ayudar a aquellas personas que puedan estar en situación de mayor vulnerabilidad y concienciar sobre el impacto social de la Covid-19.

INFORMACIÓN RELEVANTE PARA PYMES Y AUTÓNOMOS

A DIARIO

Accede a las noticias que te interesan en:

WWW.PYMESEGUROS.COM

Inteligencia artificial para los negocios

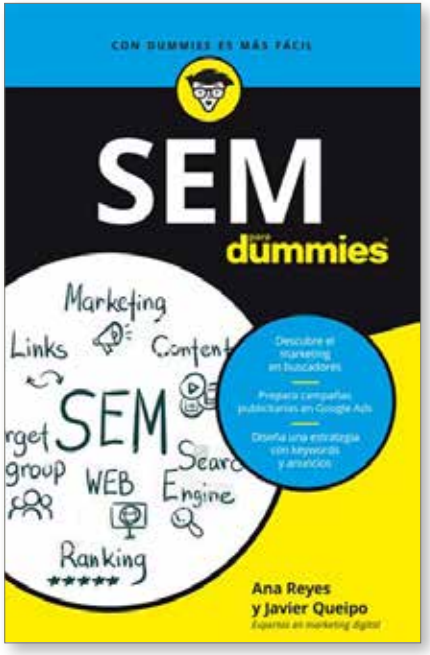
21 casos prácticos y opiniones de expertos

Lasse Rouhianen

Editorial: Anaya Multimedia
Precio: 19,95 € libro impreso

La inteligencia artificial (IA) está cambiando el entorno empresarial y el funcionamiento de las empresas. Con este libro, te adentrarás en ese futuro que ya está aquí y podrás, entre otras cosas: Comprender qué es la IA y cómo está cambiando el mundo empresarial; Acceder a los conocimientos de 21 expertos de la industria de la IA; Conocer cómo la IA puede ayudar a salir de la crisis de Covid-19 en varios sectores; Conocer las principales oportunidades de Big Data Analytics y Analítica de Datos para tu empresa; Aprender, a través de ejemplos, los principales algoritmos de inteligencia artificial...

Su implementación y correcto uso permitirán acelerar y optimizar los procesos, como resultado de la mayor rapidez y eficiencia de todas las tareas.



SEM para Dummies

Cómo obtener retorno rápido de las inversiones publicitarias

Ana Luisa Reyes Menéndez / Javier Queipo Gómez

Editorial: Para Dummies
Precio: 16,95 € libro impreso

El SEM es el canal publicitario principal para la mayoría de anunciantes porque es el método más efectivo para que nuestras inversiones publicitarias logren nuestros propósitos. Este libro pretende ser un manual para quienes quieren aproximarse al SEM. Una primera toma de contacto que te hará descubrir las inmensas oportunidades que ofrece la publicidad en buscadores y entender por qué los especialistas en SEM son perfiles altamente demandados por las empresas.

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Información especializada

Accede a información para poder encontrar nuevos modelos y nichos de mercado

Dirigida a corredores

Una revista en la que los pequeños y medianos corredores son los protagonistas

Buscamos la participación

Una revista que tiene en cuenta la opinión y participación de los corredores

SUSCRIPCIÓN GRATUITA

A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA WEB

WWW.PYMESEGUROS.COM

caser
seguros

En Caser, queremos comunicarnos contigo

Es el momento de emprender y somos tu mejor opción.

El apoyo en las nuevas tecnologías, el servicio global, la presencia en todo el territorio y nuestro apoyo constante, hacen de Caser todo un referente de la Mediación Profesional.

¿ACEPTAS?

TU VIDA | TU SALUD | TU HOGAR | TU AUTO | TUS PENSIONES | TU EMPRESA

901 410 707 | agentesycorredores.caser.es