Premio San Francisco Javier
de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

10 ANIVERSARIO

Número 101 Enero 2021

www.pymeseguros.com

Adrián Benito, director de Responsabilidad Civil de Markel España

RC responde ante los nuevos retos

Más a fondo
La innovación se cuela en el hogar

Punto de encuentro
El sector sénior reclama soluciones aseguradoras adaptadas y centradas en el servicio

In situ
La escucha activa del corredor de seguros

La protección de los profesionales

asefa seguros
Una empresa del Grupo Asegurador SMA

Seguro de Responsabilidad Civil para Autónomos y Microempresas del sector de la Construcción

Protección del patrimonio frente a reclamaciones de terceros por daños sufridos en el desarrollo de sus actividades

Amplio número de garantías básicas y opcionales adaptables a todo tipo de actividades y perfiles

Sin límite de gastos de dirección juridica en caso de conflicto de intereses

Fraccionamiento semestral y trimestral de la prima

El corredor pone atención y pasión en lo que hace

La crisis económica en la que estamos inmersos, debido a la pandemia, ha provocado el cierre o la paralización de muchas empresas, caídas en las facturaciones y, por tanto, una menor captación de prima. Sin embargo, eso no se padece igual en todas las líneas de Responsabilidad Civil. La que más ha sufrido, ha sido RC General. Pero, por el contrario, D&O y RC Profesional han tenido un mejor comportamiento. No obstante, el ramo está respondiendo de forma rápida y acertada, tal y como viene siendo habitual ante nuevos retos y situaciones. Hemos visto cómo han surgido nuevos negocios o actividades vinculados al Covid, y el sector ha dado buena solución aseguradora a dichos riesgos (ver **Hablando claro**).

Así ocurre con las necesidades de los seniors. Este nicho supone casi un tercio de la población y dispone de una capacidad de compra superior a cualquier otro grupo de edad, y aun así carecen de los suficientes productos aseguradores adaptados a ellos en el mercado. Los profesionales del sector acusan esta realidad, a la vez que ponen de relieve el gran potencial de negocio de este nicho, con opciones en ramos tan variados como Salud, Viajes o soluciones financieras. Sin embargo, la incertidumbre sobre el futuro de las pensiones y la fiscalidad de los productos de Ahorro, están ralentizando aún más la apuesta de las compañías por un colectivo al alza (ver **Punto de encuentro**).

En este tiempo de pandemia ha quedado clara la importancia que tiene la labor de los corredores en su cercanía con el cliente (Ver **In situ**). Habrá nuevos canales, nuevas maneras de distribuir seguros, pero la mediación tradicional permanecerá porque ha demostrado una gran capacidad de adaptación. Si se pone atención y pasión en lo que se hace, lo normal es hacer las cosas cada día un poco mejor. Lo que marca la diferencia es lo que uno se exige.

El pasado año, el Seguro ha demostrado que sabe adaptarse a las nuevas circunstancias y las nuevas aplicaciones tecnológicas que van apareciendo, para mejorar la experiencia del cliente. Por ejemplo, en las pólizas de Hogar se está apostando por la máxima personalización posible, especialmente gracias al uso del internet de las cosas y a la llegada del 5G. Los seguros están pasando de tener un papel reactivo a otro preventivo, con lo que se podrá reducir los pagos por siniestros y evitar los trastornos que conlleva a los clientes (ver **Más a fondo**).

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

PymeSeguros Revista online para corredores y corredurías

Número 101 { Enero 2021 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

06 Hablando claro
Adrián Benito, director de Responsabilidad Civil de Markel España. RC responde ante los nuevos retos

03 Editorial
El corredor pone atención y pasión en lo que hace

34 Productos
Los últimos seguros del mercado

38 Al día economía
Noticias económicas que interesan a las pymes

43 Al día seguros
Noticias del sector asegurador

74 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

12 Punto de encuentro
El sector sénior reclama soluciones aseguradoras adaptadas y centradas en el servicio

18 Más a fondo
La innovación se cuela en el hogar

24 In situ
La escucha activa del corredor de seguros

32 Riesgos de empresa
Pymes y autónomos deben protegerse para un 2021 sin margen de error

Adrián Benito, director de Responsabilidad Civil de Markel España

RC **RESPONDE** ante los nuevos retos

La crisis económica en la que estamos inmersos debido a la pandemia, ha provocado el cierre o la paralización de muchas empresas, caídas en las facturaciones y, por tanto, una menor captación de prima. Sin embargo, esta caída de primas no es igual en todas las líneas: la que más ha sufrido ha sido RC General; pero, por el contrario, D&O y RC Profesional han tenido un mejor comportamiento. El ramo de Responsabilidad Civil, según Adrián Benito, director de RC de Markel España, "está respondiendo de forma rápida y acertada, tal y como viene siendo habitual ante nuevos retos y situaciones. Hemos visto como han surgido nuevos negocios o actividades vinculados al Covid, y el sector ha dado buena solución aseguradora a dichos riesgos".

¿En líneas generales cómo se ha comportado el ramo de Responsabilidad Civil en 2020?

En términos generales, los resultados del ramo de RC durante 2020 han sido francamente muy positivos, dado que se ha producido una disminución en la siniestralidad. Esto se ha debido principalmente por el periodo de confinamiento que hemos vivido y que ha provocado una disminución de la actividad empresarial y, por tanto, de la siniestralidad.

Por el contrario, esa ralentización en la actividad económica ha provocado caídas en las primas por un aumento en el ratio de anulaciones. Este efecto no ha sido igual en todas las líneas de RC, ya que por ejemplo se ha notado mucho más en RC General que en otras líneas como D&O o RC Profesional.

¿Qué garantías de RC se pueden ver afectadas con el Covid?

En términos generales, la garantía que pudiera tener mayor casuística de reclamaciones es la RC Patronal. Aunque es temprano para ver cómo se comportará la siniestralidad, sí podemos decir que, en general, no hemos notado un incremento en las

reclamaciones basadas en supuestas negligencias de los empresarios respecto a sus empleados (por ejemplo, por falta de medidas de prevención).

No obstante, esto depende también de la modalidad de seguro de RC de la que estemos hablando; ya que hay sectores mucho más expuestos al riesgo: pensemos en el sector sanitario, socio-sanitario (residencia de la tercera edad), cadenas de distribución (supermercados, hipermercados) o pequeños establecimientos tales como farmacias o estancos; y el resto de actividades que se declararon como básicas.

¿Se prevé un incremento del rechazo de siniestros en RC Profesional?

El periodo de confinamiento, la crisis económica, la ralentización y la paralización de la actividad económica en algunos sectores; han provocado que la siniestralidad haya disminuido. En Responsabilidad Civil ha ocurrido algo similar a lo que ha pasado en otros ramos como Autos: la paralización de la actividad ha reducido la siniestralidad declarada.

A corto plazo, no es previsible un aumento ni de la siniestralidad, ni de los rechazos en siniestros, ya que dependemos de la evolución de la economía y, en especial, de la pandemia.

¿Esta bajada de la actividad empresarial en qué medida está influyendo en el ramo de RC?

Se está notando por la caída de las primas. Ya se ha podido ver que los primeros datos sectoriales indican un decrecimiento en el ramo de Responsabilidad Civil. Estamos inmersos en una crisis económica por la pandemia, que ha provocado el cierre o la paralización de muchas empresas, caídas en las facturaciones y, por tanto, una menor captación de prima.

No obstante, esta caída de primas no es igual en todas las líneas de RC, la General ha sufrido; pero, por el contrario, ha habido otras líneas con un mejor comportamiento (D&O, RC Profesional).

Con el Covid se ha producido un aumento de profesiones nuevas. ¿Cómo está respondiendo el sector para su aseguramiento?

La ralentización en la actividad económica ha provocado caídas en las primas por un aumento en el ratio de anulaciones

Sinceramente creo que el sector está respondiendo de forma rápida y acertada, tal y como viene siendo habitual ante nuevos retos y situaciones. Hemos visto cómo han surgido nuevos negocios o actividades vinculados al Covid, y el sector ha dado buena solución aseguradora a dichos riesgos. También nos ha obligado a valorar nuevas situaciones como la prestación de servicios de forma telemática o el aumento de servicios a domicilio; para los cuales el sector ha dado una más que adecuada respuesta.

Se prevé restricciones y exclusiones de coberturas en las renovaciones y mayor endurecimiento de los términos y condiciones. ¿Cómo influirá en el mercado?

Efectivamente, se está produciendo un endurecimiento del mercado, pero depende del tipo de póliza de RC y del segmento de negocio del que hablemos:

Se está dando especialmente en las grandes cuentas o grandes grupos empresariales, y especialmente en los ramos de D&O, RC Profesional y RC Sanitaria. Esto está provocando tres efectos: un aumento en las primas de renovación; una restricción en las capacidades dadas al mercado; falta de oferta para colocar determinados riesgos (especialmente en RC Sanitaria Socio-Sanitaria).

No obstante, no hay un endurecimiento para los clientes pyme. Ahí no se están produciendo incrementos de primas ya que precisamente es el segmento más vulnerable a la crisis económica.

Se está hablando de la importancia de que en las pólizas de seguros se especifique claramente a quién y qué se cubre porque la manera en la que esté redactado, determinará la responsabilidad o no de la aseguradora...

Por supuesto es fundamental detallar claramente cuál es el objeto asegurable, qué actividad o qué personas son las aseguradas, ya que el seguro no deja de ser un contrato y debe especificar claramente cuál es la finalidad del mismo para determinar el compromiso de la aseguradora.

Por otro lado, no hay que olvidar que también debe quedar totalmente claro cuáles son las limitaciones y las delimitaciones de la póliza. Esto también es muy importante a la hora de analizar si un cliente tiene la cobertura adecuada a sus necesidades.

Hay un endurecimiento del mercado en las grandes cuentas o grandes grupos empresariales. Especialmente, en los ramos de D&O, RC Profesional y RC Sanitaria

¿Se puede equiparar el daño material al daño patrimonial en un seguro de RC?

Son conceptos distintos. Pensemos que el daño material lo hemos definido siempre en el sector como "destrucción o menoscabo causado a cualquier bien tangible".

Sin embargo, el daño patrimonial siempre lo hemos definido como "el perjuicio económico no derivado de un daño material previo"; es decir, es un mero daño "económico" causado a un tercero.

¿Ahora las pymes entienden mejor los riesgos de RC en los que se puede incurrir?

Si, cada vez es mayor el conocimiento que los clientes tienen de sus riesgos de RC, aunque todavía queda mucho en lo que avanzar. En especial, en determinados tipos de riesgos donde existe un mayor desconocimiento tales como los riesgos Medioambientales, Ciberriesgos o incluso en D&O.

¿Considera que la RC es un ramo con gran potencial de crecimiento?

Sí, sin duda. RC es un ramo con una característica muy peculiar: es universal, es decir, afecta a todo tipo de persona o entidad; y por ello, siempre es un ramo en constante evolución (al igual que avanza la sociedad, la tecnología, la economía, etc.). Pensemos en las nuevas oportunidades que se nos abren como Ciberriesgos o en los seguros de Responsabilidad Medioambiental. También cada vez es mayor la exigencia de seguro por parte de las Administraciones Publicas (seguros de obligada contratación), y muchas empresas exigen ya a sus socios/colaboradores/subcontratas que tengan póliza de RC con unos requerimientos mínimos.

¿A qué riesgos se enfrenta el ramo?

Al igual que comentaba que el ramo de RC siempre vive en constante evolución, también se enfrenta a la amenaza de lo desconocido y ello conlleva que puedan valorarse de forma inadecuada determinados retos; especialmente en el cálculo de prima de determinados tipos de riesgo.

Por otro lado, siempre es fundamental la cooperación entre el sector asegurador y el legislador. Como comentaba anteriormente, cada vez es mayor la exigencia del seguro de RC por parte de las administraciones públicas, pero de nada sirve si el legislador exige coberturas o unas determinadas características de seguro, si luego el sector asegurador no puede hacer frente a dichas exigencias.

Markel es una aseguradora especializada en Responsabilidad Civil ¿Por qué precisamente en este ramo?

Sobre todo, porque Markel tiene una amplia experiencia en RC, no solamente en España, sino a nivel internacional. Es un negocio que conocemos, donde nos sentimos cómodos y donde podemos dar una buena oferta aseguradora.

En España, Markel entró en el mercado ofreciendo seguros de RC Profesional para gabinetes de Arquitectura e Ingeniería; ampliando posteriormente la oferta a otros riesgos de RC Profesional, luego D&O (RC de Consejeros y Directivos), Medicina y RC General.

Pensemos en las nuevas oportunidades que se nos abren, como Ciberriesgos o los seguros de Responsabilidad Medioambiental

Pero sí me gustaría destacar que no solamente ofrecemos RC. También tenemos una gran oferta en seguros de Accidentes y Caución.

¿Markel tiene previsto lanzar nuevos productos de RC en un futuro próximo?

Este año hemos terminado de lanzar nuestro producto de Responsabilidad Medioambiental, y para 2021 tenemos previsto presentar nuestra oferta para Ciberriesgos, en dos fases: primero, daremos la posibilidad a todos nuestros clientes actuales de ampliar su seguro de RC Profesional con esta cobertura (sería una cobertura adicional), y posteriormente, lanzaremos el producto de forma independiente.

¿Los corredores analizan bien el nivel de vulnerabilidad del futuro asegurador?

Sin lugar a dudas. Es más, nos ayudan en muchos casos a las compañías a ver oportunidades y amenazas.

¿Se puede decir

EL CORREDOR ES EL PRINCIPAL CANAL DE VENTA DE RC

"Para nosotros es vital la distribución a través de corredores. El 99% de nuestro negocio nos viene dado por este canal. La filosofía de Markel España es trabajar con corredores profesionales y para nosotros el corredor es nuestro primer cliente. En el sector también tienen una importancia enorme, ya que son el principal canal de venta de RC. Mas del 60% de las primas de RC están intermediadas por corredores", explica Adrián Benito, director de Responsabilidad Civil de Markel España.

Muchos profesionales optan por esta entidad porque, según Benito, "somos una compañía abierta, transparente, dialogante, y creo que tenemos una clara oferta aseguradora. Un corredor que trabaje con Markel se va a encontrar con un equipo muy profesional. Pero, sobre todo, de 'buenas personas'.

El corredor espera de Markel estabilidad: no somos una compañía que suba o baje precios o que nos metamos en negocios para luego salirnos. Nos gusta hacer relaciones comerciales a largo plazo y que los corredores sean nuestros colaboradores por mucho tiempo. Pedimos lo mismo que ofrecemos: transparencia, dialogo, claridad y que la relación sea fructífera y duradera", señala el director de RC de la compañía en España.

Los corredores en la nueva producción se están comportando "francamente bien, en nuestro caso. Estamos muy agradecidos a los que trabajan con nosotros, por su apoyo y confianza. Gracias a ellos, hemos conseguido crecer en 2020. Ha sido un año tremendamente difícil para todos y también para los corredores, que se han tenido que reinventar para, a pesar de las dificultades de esta pandemia, poder seguir avanzando. No es fácil seguir vendiendo en esta situación que es tan compleja, tanto a nivel económico como emocional", expone Benito.

que la mediación no trabaja en profundidad la RC?

En general, yo creo que la mediación sí trabaja en profundidad el ramo de RC, si bien es cierto que, al ser muy técnico, requiere mucha formación, y en este sentido queda todavía camino por recorrer, ya que hay mediadores que desconocen determinadas líneas de negocio de RC; y quizás sea ese el motivo por el cual parte de la mediación (cada vez menos) no trabaja RC en profundidad.

Los corredores se quejan de que en ocasiones falta cobertura en el mercado en algunas modalidades de RC. ¿Es así?

Efectivamente, en algunas modalidades existe poca oferta. Por ejemplo, en los últimos años hemos visto cómo cada vez quedan menos compañías que sean activas en RC Profesional Sanitaria; pero también es algo meramente coyuntural, ya que hay compañías que han decidido salirse de RC Sanitaria debido a que el nivel de primas de ese segmento de negocio es excesivamente bajo. En el momento en que las primas alcancen un nivel adecuado, volverá a haber oferta.

Carmen Peña
Fotos: Irene Medina

Su chófer privado

byCAR

- Servicio personalizado a particulares y empresas
- Solución integral de sus necesidades
- Gestión y planificación de eventos
- Tarifa competitiva predefinida

Servicio de atención **24 horas al día,** los 365 días del año

Operamos de forma inmediata en toda la **Comunidad de Madrid**

Vehículos de diferentes gamas y **con medidas de desinfección**

www.bycar.limo

653 782 028

reservas@bycar.limo

El sector **SÉNIOR** reclama soluciones aseguradoras adaptadas y centradas en el servicio

Suponen casi un tercio de la población y disponen de una capacidad de compra superior a cualquier otro grupo de edad, y aun así los sénior carecen de los suficientes productos aseguradores adaptados a ellos en el mercado. Los profesionales del sector acusan esta realidad, a la vez que ponen de relieve el gran potencial de negocio de este nicho, con opciones en ramos tan variados como Salud, Viajes o soluciones financieras. La incertidumbre sobre el futuro de las pensiones y la fiscalidad de los productos de Ahorro, sin embargo, están ralentizando aún más la apuesta de las compañías por un colectivo al alza.

En España estamos entre los cuatro países con mayor esperanza de vida, como señala Adolfo Masagué, director comercial de **DAS**, y se proyecta que para el año 2040 seamos la nación con mayor longevidad. De ahí, las inmensas posibilidades de este colectivo, pues además suele tener un poder adquisitivo más alto y sin tantas cargas hipotecarias, lo que supone una gran oportunidad de negocio, tanto para aseguradoras como para la mediación.

Coincide David Sánchez, director general de **Seryes Correduría de**

Adolfo Masagué

David Sánchez

José Antonio Buzón

Luis Bonet

Seguros, en la relevancia de este grupo de mercado: "De hecho, quizá sea el nicho por excelencia, porque yo creo que, tal y como está la situación actual, los que tienen trabajo y/o unas rentas superiores a mileurista van a ser la población objetivo de casi todas las aseguradoras o de todo el mercado".

Para José Antonio Buzón, CEO de la correduría Cohebu, sin embargo, la actual situación de incertidumbre sobre la jubilación y sus prestaciones y la fiscalidad de los productos financieros ha derivado en que las compañías no tengan bien preparadas las soluciones en este ramo, "por los posibles cambios que pueda haber en cuanto a las desgravaciones fiscales, si la jubilación se mantendrá a los 65-67, si la base de cotización será hasta 25 primeros años o más o menos". "Ni mediadores ni compañías de seguros estamos muy centrados, no estamos muy enfocados en que ahí puede haber una muy buena oportunidad, en productos de Ahorro, Salud o Dependencia", concluye.

En efecto, David Sánchez considera que los productos aseguradores se van adaptando a los cambios demográficos, "pero las aseguradoras están teniendo un comportamiento quizás demasiado prudente ante las incógnitas de las políticas fiscales" y los cambios legislativos y los productos dirigidos a los sénior son todavía escasos.

"Evidentemente, las compañías queremos crecer, pero con rentabilidad, es decir, hoy es fundamental dar beneficios", recalca Adolfo Masagué, lo que les obliga a "ser más cautos y, por eso, tardamos en lanzar determinadas coberturas, productos, etc.", lo que unido al marco regulatorio que les está "asfixiando" hace que no puedan estar con las mentes tan abiertas y con la agilidad que querrían.

"Tenemos que saber aprovechar un segmento que tiene una cuota de mercado importante y que requiere de una especialización", corrobora Luis Bonet, director de Desarrollo de Negocio del Canal Corredores de Mapfre España, toda vez que los sénior dedican en torno al 20% de su capacidad económica al ahorro y cada vez es más numeroso.

Ratifica José Antonio Buzón que actualmente compañías y mediadores no están aprovechando este sector tanto como otros canales, como la bancaseguros: "Hay pocos productos, no hay suficiente demanda y tampoco hay una especialización ni suficiente información", aprecia.

EL CORREDOR, EL ASESOR IDEAL

En este sentido, Sánchez pone en valor la labor de los corredores: "Somos especialistas en atender al grupo sénior: escuchamos, tenemos empatía, analizamos el mercado, buscamos el producto…", aprecia, a la vez que destaca que tienen capacitación más que suficiente y formación, además de capacidad de difusión.

"La propuesta de valor que el corredor ofrece al cliente, fundamentalmente en su rol de asesor unido al factor confianza y proximidad, le puede dar con seguridad ventajas para ofrecer productos y servicios de estas características a los sénior", apunta Masagué, para quien hay que saber conjugar la atención presencial y los canales tradicionales con el uso de la tecnología.

El director general de Seryes Correduría de Seguros confirma que los corredores, por estructura personal y tecnológica, están muy preparados para ofrecer estos productos:

"Trabajamos muy pegados a los clientes y tenemos que estar adaptándonos a las necesidades que ellos tengan y estando muy pendientes de los productos que las compañías puedan ofrecer al mercado".

"El perfil sénior es el que más busca a un gestor, un asesor para trasladarle todas sus preocupaciones, sus inquietudes, y creo que los productos que hay ahora mismo de Defensa Jurídica o de Asistencia están enfocados de una forma muy general a un mercado muy generalista", atestigua Buzón.

No obstante, como señala Luis Bonet, el corredor "es el profesional que primero detecta la necesidad de una persona y le orienta y le centra, y puede construir soluciones *ad hoc* para ese cliente".

"Su condición irrefutable de asesor del cliente le da una clara ventaja al corredor para distribuir productos de estas características que no son *commodity*", constata el director comercial de DAS, quien confirma que cada vez más los corredores disponen de una mejor información y segmentación de sus clientes, lo que resulta otra ventaja para este nicho de productos.

"No solo el producto hay que adaptarlo, sino también los servicios que rodean a los productos ya que, en función de la edad, van adquiriendo más valor". Luis Bonet

APOYO A LOS CORREDORES

No obstante, como recalca el CEO de la correduría Cohebu "al perfil sénior no le importa pagar más, pero quiere tener un servicio próximo". Sin embargo, a veces, las compañías se centran más en productos novedosos o fáciles de vender con pocas preguntas y garantías, lo que ha quitado peso a la mediación en favor de plataformas de servicio, cuando antes los mediadores eran los que gestionaban y resolvían los siniestros.

Confiesa que las entidades han hecho un gran esfuerzo y en la parte de herramientas, facilitando a los mediadores para tener ese *feedback* con el cliente, pero hoy en día es muy difícil para los mediadores trabajar con distintos programas, porque a muchos corredores pequeños les resulta complicado contar con una herramienta homogénea, propia de la correduría para poder operar.

"Entre todos, tenemos que buscar medios que os haga más cómodo y más sencillo encontrar soluciones para un cliente, porque tenéis demasiadas posibilidades", reconoce Bonet, quien destaca que en Mapfre han adaptado los programas de fidelización de clientes al canal corredores.

Sin embargo, desde el punto de vista de los corredores todavía existe una desventaja en su posición respecto al canal agencial, al que se le da la facilidad de agrupar todas sus pólizas y que el cliente financie su seguro dentro de la propia compañía: "Eso, hoy por hoy, no lo tenemos los corredores en casi ninguna compañía y los agentes sí lo tienen en muchas", manifiesta José Antonio Buzón, CEO de la correduría Cohebu.

"Estamos aterrizando todas las ventajas del canal agencia en servicios, en proyectos, en herramientas al canal corredores", afirma el director de Desarrollo de Negocio del Canal Corredores de Mapfre España, quien cita que con la pandemia ya

pusieron a disposición de estos profesionales la posibilidad de aglutinar todos los recibos de todas las pólizas y hacer pagos mensuales.

NECESIDAD DE ADAPTACIÓN

En cualquier caso, aprecia que en el ramo hay que evolucionar: "Tenemos que adaptar los productos a las necesidades y adelantarnos para poder trabajar en el futuro", asume, haciendo ver esas necesidades a los clientes. Aunque desde su compañía han lanzado un producto de Accidentes para generación sénior, aprecia que la oferta es insuficiente para este segmento y están valorando la posibilidad de crear un producto de Dependencia, mejorando todo lo que hay en el mercado.

En la misma línea, se encuentran en DAS: "Tenemos productos de protección jurídica familiar que podrían encajar, pero no es esa la realidad", asegura Adolfo Masagué, director comercial de la compañía. Por eso, van a lanzar un nuevo seguro de Protección Jurídica para los seniors con coberturas y servicios para resolver cuestiones de carácter legal muy alineadas a las preocupaciones reales de estos clientes.

"Su condición irrefutable de asesor del cliente le da una clara ventaja al corredor para distribuir productos de estas características que no son commodity". Adolfo Masagué

Como resalta David Sánchez, director general de Seryes Correduría de Seguros, no hay dos personas iguales, pues cada uno tiene unas necesidades y unas circunstancias personales, por lo que habrá que adecuar el producto. Por eso, compañías y corredores tienen que apostar por las coberturas específicas, sin duplicidades, sin necesidades que se queden sin cubrir y hacer un producto diseñado entre todos para que sea lo más completo, sencillo y flexible.

Adolfo Masagué considera que, si bien hay seguros muy específicos de la *silver economy*, como ciertos productos financieros o el seguro de Dependencia, también existe una amalgama de posibles soluciones orientadas más a servicios que para esta población también son muy interesantes y necesarios: "Estos productos más *commodities* también generan negocio", ratifica, haciendo referencia a soluciones de Salud, Viajes, Ahorro y Financieras específicas para los sénior. Y son muchas las entidades que están trabajando en el desarrollo de productos *ad hoc*, procurando mucha atención a la prestación del servicio "que es una piedra angular", pues este segmento da más valor a los servicios que la población general.

Coincide Luis Bonet, director de Desarrollo de Negocio del Canal Corredores de Mapfre España, en que hay que adoptar los productos a las necesidades del momento y de la edad del cliente. Así comenta que, entre los 50 y 60 años, las personas utilizan mucho más los productos que los servicios y las soluciones de pago por uso; entre 60 y 75 utilizan menos los productos, más los servicios y un poco más el pago por uso; y a partir de los 75, mucho menos los productos y mucho más los servicios y el pago por uso. "No solo el producto hay que adaptarlo, sino también los servicios que rodean a los productos ya que, en función de la edad, van cogiendo más valor", sentencia.

APOSTAR POR NUEVAS SOLUCIONES

David Sánchez se queja de que, en la actualidad, no hay productos diseñados *ad hoc* para este mercado, productos que den garantías completas y que satisfagan sus necesidades. De hecho, critica que algunas soluciones solo cubren ciertos aspectos hasta una edad concreta. Y pone el foco en que en otros países ya existen productos, hechos *ad hoc* por compañías y mediación, para que en el caso de que un familiar tenga un accidente y necesite asistencia médica y el cliente esté trabajando, el accidentado disponga de una persona de compañía.

José Antonio Buzón pone el ejemplo de situaciones de invalidez o incapacidad profesional que son temporales revisables a 2-4 años y ningún seguro, ahora mismo, está preparado para ese target de edad. Además, aprecia que en el seguro de Dependencia se cubren los casos severos o graves, pero hay otras cuestiones que podrían albergar seguros de Vida o Accidente. "Hoy por hoy ni mediación ni aseguradoras estamos dando un producto que satisfaga o al menos cumpla la situación actual que hay, porque hay mucho vacío", dice.

"Al perfil sénior no le importa pagar más, pero quiere tener un servicio próximo".
José Antonio Buzón

"Las soluciones actuales no son las adecuadas para el momento y para lo que viene en un futuro con mucha más población en ese segmento y mucha más gente necesitándolas", reconoce Luis Bonet, quien confirma que entre 2021 y 2022 Mapfre sacará una solución aseguradora para los sénior.

Algo totalmente necesario, como vislumbra Sánchez, toda vez que se ha producido en los últimos años un cambio estructural profundo dentro de las familias, pues antes se tenían muchos hijos y estos cuidaban de los padres cuando se hacían mayores, pero ahora mismo no es así, porque se tienen menos hijos y estos están trabajando, por lo que no pueden ocuparse de los mayores, lo que genera una necesidad real de atención a ese colectivo.

"Tanto si hablamos de compañías generalistas o especialistas, creo que se deben adaptar, dando un cambio a los productos que ya hay, y crear nuevos que actualmente no existen en el mercado asegurador español y volver a traer otros que se han dejado de comercializar", corrobora Buzón. En este sentido, cita a la hipoteca inversa, una alternativa para las personas preocupadas por no tener una pensión suficiente: "No hay opciones que ayuden a comercializar y eso tampoco ayuda a los mediadores", protesta.

En el tema de las hipotecas inversas, el director general de Seryes Correduría de Seguros reconoce que están entrando multinacionales parabancarias que de hecho están reduciendo más en el negocio de las bancarias normales y van a entrar de lleno en la hipoteca inversa y las compañías de seguros no pueden quedarse fuera.

"Desde Mapfre estamos estudiando la posibilidad y la viabilidad de meternos y de sumarnos a este tipo de soluciones", manifiesta Bonet, aunque también señala que no es la única alternativa para complementar las pensiones: "La hipoteca inversa persigue unos objetivos que se pueden solucionar de otras maneras".

"La vivienda es el bien principal para acompañar a la pensión", cita

David Sánchez, director general de Seryes Correduría de Seguros, quien insta a las compañías a meterse de lleno en este ramo, porque si no les van a quitar el negocio las entidades financieras.

COLABORACIÓN COMPAÑÍA–MEDIACIÓN

"Lo que queremos todas las compañías es sacar productos adecuados donde gane el cliente, el mediador y la aseguradora, que todos estemos confortables", propone el director de Desarrollo de Negocio del Canal Corredores de Mapfre España, para quien además hay que hacerlos compatibles con otras variables, como la Seguridad Social, el Pacto de Toledo…

"Cualquier cliente necesita paciencia y empatía, y que le expliquen de forma sencilla y clara cómo podemos ayudarles a cubrir sus necesidades a través de los seguros. Eso distingue al seguro orientado a realizar un servicio a la sociedad del que tiene fines meramente lucrativos", sostiene David Sánchez, que aboga por ahondar en soluciones creativas y personalizadas y en comunicarlas con un lenguaje simple y adaptado a los conocimientos financieros de cada persona y contando, con la colaboración estrecha de las aseguradoras.

Masagué, pone en valor que desde DAS han lanzado un producto *ad hoc* para la *silver economy* y que lo han puesto al alcance de la mediación, "pensando además en el *know how* que es por donde el corredor se puede destacar de otros canales competidores, porque para otros productos no hace falta mucho asesoramiento".

Con todo, Sánchez cree que los productos de Dependencia son "manifiestamente mejorables", pero las aseguradoras están esperando una legislación fiscal más beneficiosa, "que no estamos seguros se vaya a producir, al menos, en el corto y quizás medio plazo". "El que se adelante y ofrezca un producto real, innovador, con garantías completas asumirá más riesgos, pero podrá tener una importante ventaja y será el que va a abanderar el ramo y al final la que más negocio coja", aprecia.

"El que se adelante y ofrezca un producto real, innovador, con garantías completas asumirá más riesgos, pero podrá tener una importante ventaja y será el que va a abanderar el ramo". David Sánchez

Coincide el CEO de la correduría Cohebu en que los esfuerzos de las compañías "no son suficientes". Además, se queja de que las aseguradoras van "buscando más una alianza bancaseguros en vez de apostar más por la mediación". En esta línea reclama, además, ayuda por parte de las compañías para tratar con el cliente sénior en el proceso de asesoramiento, y de formación y de herramientas tecnológicas que ayuden a asesorar a los clientes.

"A lo mejor no ha habido todos los cambios que querríamos, pero los servicios que las aseguradoras ofrecen a la sociedad siempre han estado. El sector asegurador sí da cumplida respuesta de la sociedad en general", defiende Luis Bonet, director de Desarrollo de Negocio del Canal Corredores de Mapfre España.

Aitana Prieto / Carmen Peña

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

I Informe Santalucía de Tendencias e Innovación en el Seguro de Hogar

La **INNOVACIÓN** se cuela en el hogar

La aplicación de las nuevas tecnologías a las viviendas y al seguro de Hogar lleva siendo una realidad desde hace años, impulsada recientemente por la irrupción de la pandemia, que ha propulsado el teletrabajo. El I 'Informe Santalucía de Tendencias e Innovación en el Seguro de Hogar' deja claro que estas pólizas están apostando por la máxima personalización posible, especialmente gracias al uso del internet de las cosas y a la llegada del 5G. Se está pasando de tener un papel reactivo a otro preventivo, con lo que se podrá atenuar el tener que hacer pagos por siniestros y evitar trastornos que conlleva a los clientes.

Tal y como destaca el informe de Santalucía, una vivienda asegurada media en España sufre un siniestro cada dos años y nueve meses, aproximadamente. Además, los datos indican que cada 5 segundos tiene lugar un percance en un hogar.

El principal incidente es el daño por agua. De hecho, en el año 2019, se produjeron casi 2,5 millones de siniestros de este tipo, uno cada 13 segundos. El siguiente suceso más habitual es de las roturas de cristales (uno cada 27 segundos), con un total de 1,1 millones. Le siguen los servicios de asistencia con 1 millón de atendidos al año (uno cada 31 segundos).

La implementación de nuevas tecnologías en las casas está modificando la concepción del riesgo, y en el sector asegurador, esta aplicación está permitiendo crear servicios

de valor para los clientes y nuevas soluciones de mitigación de siniestros. Como destaca el estudio, estas herramientas, que van desde los smartphones hasta la inteligencia artificial, permiten mejorar procesos internos como la evaluación de riesgos o la valoración de un siniestro, pero también procesos externos, como los pagos de las primas o el hecho de dar parte de un siniestro.

Las nuevas tecnologías permiten mejorar procesos internos, como la evaluación de riesgos o la valoración de un siniestro, y externos, como los pagos de primas o los partes de un siniestro

OPORTUNIDADES DE FUTURO

La llegada de las nuevas tecnologías es también una oportunidad para ofrecer nuevos productos que se acerquen a la nueva realidad que se está implantando en el mundo. Por ejemplo, existen iniciativas que, gracias al uso de la tecnología, pueden ofrecer coberturas a bajo precio, a la vez que hacen descuentos a sus clientes y se asocian con empresas para potenciar la fidelización de los mismos, facilitando la suscripción o modificación de pólizas, así como las reclamaciones, de manera online.

En cambio, otras iniciativas se centran en dar servicio a nuevos paradigmas del mundo moderno, ofreciendo seguros de Hogar bajo demanda y con un pago por uso.

Por otra parte, los drones, además de permitir a las aseguradoras mejorar la evaluación de riesgos, abren la puerta a nuevas coberturas en los seguros de Hogar.

Alternativamente, la realidad virtual ofrece grandes posibilidades en cuanto a la formación de los peritos para que, a la hora de evaluar siniestros y riesgos, hayan adquirido las destrezas necesarias para llevar a cabo el trabajo en el menor tiempo y con los menores riesgos posibles.

Los expertos señalan al *blockchain* como "la tecnología más prometedora" en cuanto a oportunidades de negocio, pero el informe recalca que todavía no se ha visto una implementación exclusiva en los seguros de Hogar. Apuestan por un desarrollo más trabajado y pruebas en otras áreas de la industria, para que se implante y mejore los procesos, pues creen que es el elemento perfecto para desarrollar los seguros paramétricos, con pólizas que se activan cuando determinados parámetros establecidos previamente son alcanzados (ya sea una cantidad de lluvia, una determinada velocidad de viento...), reduciendo los procesos necesarios para evaluar riesgos y costes de los siniestros, ya que éstos se determinan en el momento de la firma del contrato, que almacenado en el *blockchain*, activa los pagos correspondientes en el caso de alcanzarse los parámetros establecidos.

IMPACTO DE LA COVID

El sector asegurador, al igual que ha ocurrido con toda la sociedad, se ha visto afectado por el advenimiento de la Covid-19. En el caso concreto de los seguros de Hogar, han visto cómo se incrementaba la necesidad de contar con un seguro, las personas pasaban más tiempo en sus viviendas y, por ende, los riesgos de sufrir daños aumentaban.

El informe de Santalucía confirma que la situación sanitaria puede ser el impulso para que el área de los seguros de Hogar apueste definitivamente por el uso de la videoperitación de cara al futuro.

Además, habría que buscar soluciones alternativas, como la apuesta por el *blockchain* para desencadenar la activación de indemnizaciones cuando en determinados

lugares se alcancen cifras de lluvia o de viento sin necesidad de hacer peritaciones a todos los posibles daños. O la instalación de dispositivos de internet de las cosas en los hogares para detectar las humedades, temperaturas y otras variables, de tal manera que la compañía puede monitorizar de forma remota, evitando el envío de peritos presenciales en casos de inundaciones o incendios.

CERCANÍA CON LOS CLIENTES

Lo que queda claro, según el estudio, es que, con la situación creada a partir de la Covid-19, las necesidades de innovación se han acelerado. Los clientes siguen requiriendo los servicios de los seguros de Hogar, y las compañías necesitan satisfacer estas necesidades, y la forma de hacerlo en estos momentos es apostar por estas tecnologías innovadoras que permiten mantener un estrecho contacto entre asegurados y aseguradoras.

En este sentido, el uso de los smartphones resulta esencial. Su desarrollo de los últimos años ha supuesto una revolución, convirtiéndose en la principal ventana de acceso a internet para los españoles (el 91,5% se conecta mediante estos dispositivos).

Sus ventajas para el sector asegurador son innumerables. Cuando los clientes disponen de smartphone, tienen la capacidad de llevar a cabo unas gestiones que anteriormente eran inviables, tan sencillas como realizar valoraciones de los bienes de los que disponen en el hogar utilizando la cámara de fotos del móvil.

En esta línea, existen iniciativas que, además de hacer valoraciones de los bienes a distancia, permiten a los clientes recibir opciones de las coberturas que necesitan según los objetos identificados en las fotos realizadas. Hay herramientas que permiten que los clientes caminen literalmente alrededor de sus hogares y la aplicación detecta automáticamente cada elemento, lo identifica y cataloga la propiedad basándose en una póliza existente en su base de datos, o crea una nueva si la necesita.

El blockchain es "la tecnología más prometedora", ideal para crear los seguros paramétricos, pero requiere más desarrollo para implementarlo en los seguros de Hogar

Otra de las ventajas de los teléfonos inteligentes es la reducción de los tiempos necesarios para contratar una cobertura. Otro ejemplo de beneficio que supone la transformación digital es la de los pagos telemáticos.

EL VALOR DE LOS DATOS

El mundo actual se caracteriza, asimismo, por las grandes cantidades de datos que se generan en cada instante y lo que marca la diferencia es la capacidad de extraer información de ellos. Aquí entran en juego las nuevas tecnologías relacionadas con los datos, donde destaca por encima de todas, la inteligencia artificial (IA), que puede realizar tareas como identificar patrones en los datos de manera más eficiente que los seres humanos, lo que permite a las empresas obtener más información de manera precisa. Además, el *machine learning*, asociado a la IA, permite inferir comportamientos después de analizar esos datos.

Su aplicación al sector asegurador es constante. Hay modelos que permiten evaluar con precisión los riesgos en un domicilio concreto en cuestión de minutos, lo que le facilita ofrecer de forma rápida una cotización vinculante.

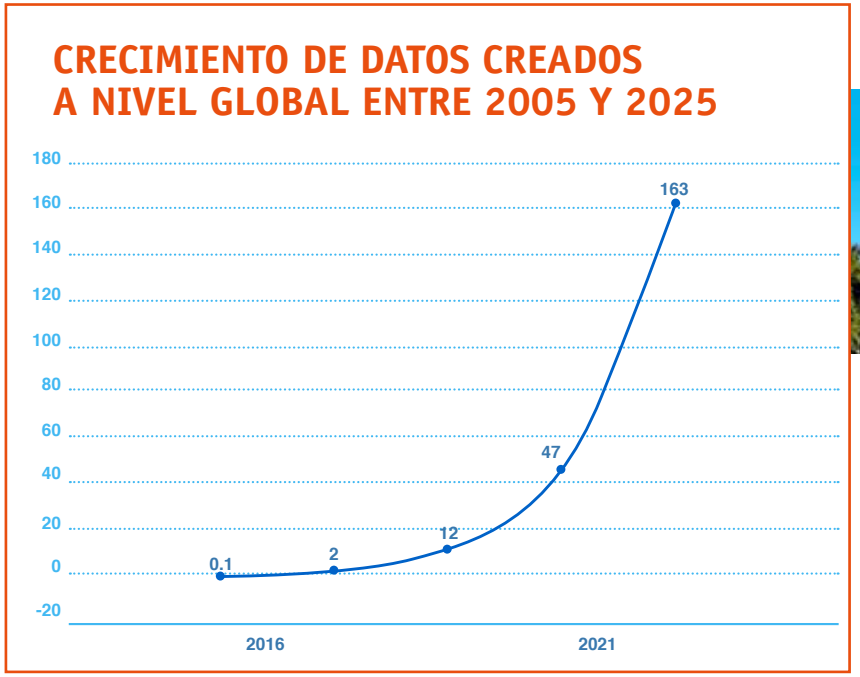
Por otro lado, la industria aseguradora no puede ignorar a los drones, que presentan diversas oportunidades al ser herramientas útiles para mejorar las operaciones de seguros, al ser capaces de desplegar cámaras y sensores

de alta resolución que proporcionan flujos de datos adicionales en tiempo real. Las técnicas de *machine learning* más potentes ahora pueden convertir estas imágenes en información relevante sobre riesgos en tiempo real. Por ejemplo, la combinación de imágenes de propiedades y transmisiones meteorológicas de alta frecuencia puede proporcionar una vista rápida y precisa del daño a la propiedad, que puede usarse para el procesamiento de reclamaciones de alta velocidad o pueden proporcionar una visión prospectiva del riesgo de propiedad para una casa que se puede utilizar para determinar los precios de los seguros.

Como recuerda el análisis, hasta la fecha, la aplicación más común de los drones ha sido la de realizar inspecciones con el fin de evaluar riesgos o los daños causados por un siniestro. Cuando esta evaluación es simple, ahorra tiempo a las compañías, pero cuando esta evaluación entraña dificultades, ya sea por un acceso complicado al lugar o por malas inclemencias meteorológicas, además ayuda a prevenir riesgos, hasta este momento, inevitables.

Por otra parte, las imágenes de satélites han llegado a la industria aseguradora, y ahora se puede hacer uso de ellas para evaluar riesgos de forma anticipada.

El enfoque de una fijación de precios única en el tiempo se reemplazará por evaluaciones de riesgos computarizadas y actualizadas, gracias al análisis de los datos recopilados por la smart home

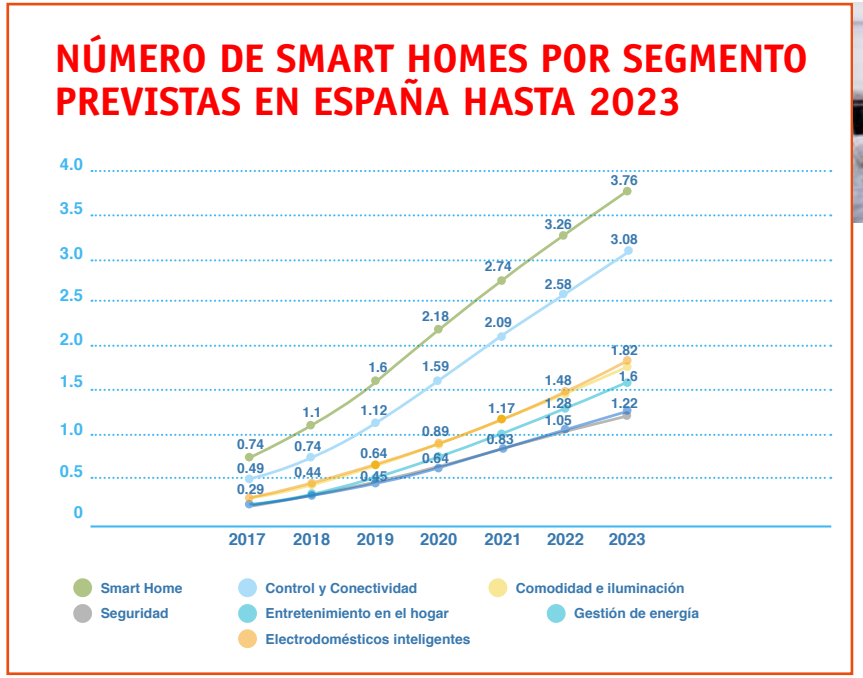


SMART HOMES

Como confirma el informe, las *smart homes* (casas conectadas a través de sensores o dispositivos que permiten operar de acuerdo a las órdenes del usuario) son una oportunidad enorme, quizá la mayor, para la industria aseguradora porque, cada dato recabado, se convierte en una nueva oportunidad de aportar mayor valor a los clientes. Ya sea ofreciéndoles el bienestar que pueden llegar a aportar los dispositivos conectados o la seguridad de estar protegidos ante posibles siniestros originados por agentes externos.

En España, está previsto que el número de *smart homes* se multiplique por cinco, pasando de cerca de 750.000 en 2017 a alrededor de 3.750.000 en 2023, lo que tendrá unos impactos notables en la industria aseguradora en distintos ámbitos. Especialmente significativos serán en la personalización del producto. El enfoque de una fijación de precios única en el tiempo en todas las líneas personales se reemplazará por evaluaciones de riesgos computarizadas y continuamente actualizadas, que se habilitarán mediante el análisis automatizado de los datos recopilados dentro de la *smart home*. El internet de las cosas, al facilitar la interconexión digital de distintos dispositivos, permitirá lanzar

avisos de "riesgos", gracias a mirillas de puertas con un sistema digital de seguridad, grifos con dispositivos capaces de detectar si hay alguna fuga de agua o termostatos que avisan en caso de que la temperatura del habitáculo sea superior a lo previsto.



La Covid-19 ha acelerado la apuesta por tecnologías innovadoras que permiten mantener un estrecho contacto entre asegurados y aseguradoras

Precisamente los daños causados por fugas de agua suelen ser el principal problema que hace frente desde las aseguradoras cuando se trata de solucionar siniestros en el hogar. Para mitigarlos se han desarrollado detectores inteligentes conectados que detectan fugas de agua, que muchas aseguradoras ya ofrecen a sus clientes en las pólizas.

La seguridad ante posibles ataques de robo es otra de las preocupaciones de los clientes. Más allá de alarmas y compañías de vigilancia, existen otras posibilidades de gestionar este problema: a través de dispositivos que avisan de posibles incidencias. Hay sensores conectados a internet a través del wifi que se pueden colocar en cualquier parte de la casa (en función del uso que se les quiera dar: en una puerta, en el suelo, en un electrodoméstico o en un cajón), y que son capaces de medir luz, sonido, aceleración, humedad, temperatura, orientación, proximidad y frecuencia.

Hay aseguradoras que, en vista de la proyección y las posibilidades que ofrecen las *smart homes*, han empezado a crear alianzas para que los clientes tengan acceso a los dispositivos y convertir sus hogares en inteligentes. Las empresas tradicionales están utilizando tecnologías emergentes basadas en internet de las cosas para redefinir sus ofertas. Se están asociando con fabricantes de dispositivos conectados y planean controlar todos estos dispositivos de forma remota desde su aplicación móvil, que servirá para enviar ayuda si se detecta una emergencia en el hogar de un cliente, incluidos incendios, fugas de agua o robo.

Pero más allá de una reducción de riesgos o proporcionar elementos de *smart homes* a los clientes, las nuevas tecnologías permiten transformar la relación que se tiene con ellos, pasando a una relación tangible, pues el cliente es consciente del bien proporcionado por la compañía y de los beneficios que esto le aporta. Además, como reseña el I 'Informe Santalucía de Tendencias e Innovación en el Seguro de Hogar', cambia la naturaleza del seguro, pasando de la reacción a la prevención, mejora la seguridad del hogar del cliente y le proporciona tranquilidad, lo que puede llegar a traducirse en una mejora de la lealtad, creando relaciones duraderas.

Aitana Prieto

REVITALIZA TU NEGOCIO
A TRAVÉS DEL MARKETING EMAIL

TU CORREDURÍA

GANA CLIENTES CON EL MARKETING EMAIL

TU NEWSLETTER

El video marketing al alcance de las pymes y emprendedores

El vídeo marketing no está suficientemente valorado por las pymes porque el video online se asocia a Youtube, al entretenimiento y la diversión. Pero realmente se trata de una gran plataforma que puede ser aprovechada por las empresas y los profesionales que quieren atraer a su publico objetivo. En Youtube se obtienen 3 billones de reproducciones cada día. El 80% de los internautas ven, al menos un vídeo al mes. Y entre los clientes online de Páginas Amarillas, los que tienen vídeo venden cuatro veces mas que los que no lo tienen. Estas cifra indican que el vídeo marketing puede ser una gran oportunidad para la mayoría de negocios si se aporta contenido relacionado con su sector. La idea es crear vídeos sencillos que den respuesta a la posible búsqueda del internauta.

La fuga de información empresarial crece un 32%

Las empresas no son conscientes de lo fácil que es perder información hasta que no ocurre. Los casos de fuga de información empresarial han creciendo un 32% debido al mayor acceso a datos internos de los diferentes puestos estructurales de la compañía y al mal uso de los nuevos dispositivos digitales, como ordenadores portátiles o smartphones propiedad de la empresa.

Se quiere potenciar la presencia de los autónomos mayores de 55 en las Redes Sociales

UPTA, en colaboración con Fundetec, quieren dar prioridad a los trabajadores por cuenta propia de mas edad para que se beneficien de las TIC. Para ello han creado el proyecto "Empleo 2.0". Con él se pretende potenciar el emprendimiento autónomo y la mejora competitiva de los autónomos mayores de 55 años a través del uso de las redes sociales.

Una de las conclusiones de un **ESTUDIO DE CECAS** señala que si no se contacta con el cliente con frecuencia, acaba contratando con otro proveedor.

El **ENVÍO PERIÓDICO DE UNA NEWSLETTER** te permite enviar contenidos interesantes a la vez que le haces saber todos los seguros en los que trabajas.

Si no tienes tiempo, nosotros lo hacemos por ti a un **PRECIO AJUSTADO A TUS NECESIDADES,** con envíos de newsletters mensuales o bimestrales.

Confía en periodistas con **GRAN EXPERIENCIA** en el mundo económico y empresarial para hacer un buen contenido.

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

Semana Mundial Digital

La **ESCUCHA** activa del corredor de seguros

Paco Mir y Santiago Gómez.

La pandemia y sus restricciones han vuelto a poner de manifiesto el gran valor que aporta la mediación. Así se reflejó en la Semana Mundial Digital organizada por el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona. Allí se dijo que habrá nuevos canales, nuevas maneras de distribuir seguros, pero la mediación tradicional permanecerá porque "ha demostrado una gran capacidad de adaptación". Para transmitir confianza a los clientes, el primer paso es "escuchar a las personas, tener una escucha activa, que realmente haya una preocupación de las personas que trabajan en la empresa por sus clientes". Si uno pone atención y pasión en lo que hace, lo normal es hacer las cosas cada día un poco mejor. Lo que marca la diferencia es lo que uno se exige.

La Semana Mundial que organiza anualmente el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona ha abierto las puertas de su escenario digital convirtiéndola en la Semana Mundial Digital, que se pudo seguir a través de MediarioTV, la plataforma de televisión. En esta ocasión, la Semana Mundial Digital se celebró del 10 al 12, y del 16 al 20 de noviembre en horario de tarde.

Cada uno de los días se dividió en tres entregas: 'Las compañías responden' (donde directivos de los ocho patrocinadores principales de la Semana Mundial respondieron a tres preguntas formuladas por colegiados); 'Diálogo de futuro' (donde ocho miembros de la alta dirección de ocho compañías conversan, con la mirada puesta en el futuro, con otros tantos expertos en diversas materias); y 5 capítulos de 'Garriga Jr., mediador de seguros' (una serie de ficción que gira alrededor de una familia de mediadores de seguros). Además, en 'Estudio de tendencias', se hizo la presentación de un estudio elaborado a iniciativa del Colegio de Barcelona

Francesc Santasusana.

Toni Nadal.

Marià Rigau.

para conocer las principales tendencias del mercado que pueden ser aprovechadas por los mediadores de seguros para desarrollar sus negocios. En la 'Conferencia de clausura' participó Toni Nadal. Además, se pudo participar en 'El Juego del Seguro', un reto que puso a prueba los conocimientos como aseguradores.

La primera sesión arrancó con un discurso de bienvenida de Francesc Santasusana, presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona que aseguró que lo vivido durante los últimos meses había dado lugar a "una Semana Mundial distinta, digital y abierta a todo el mundo". El presidente destacó que "la mediación y el sector asegurador en su conjunto han creado una gran riqueza en la sociedad y eso hemos de ser capaces de trasmitirlo". También dijo que, en estos meses, se ha vuelto a poner de manifiesto "el gran valor que aporta la mediación". Habrá nuevos canales, nuevas maneras de distribuir seguros, pero la mediación tradicional permanecerá porque "ha demostrado una gran capacidad de adaptación".

LOS LÍDERES SUPERAN IMPREVISTOS

"Se podía pensar que podía llegar una crisis, pero no que un bicho tan pequeño la liara tan gorda". Así se inicia, prácticamente, la conversación entre José Luis Ferré, autor de la frase y CEO de Allianz, y Marc Márquez, seis veces campeón del mundo de MotoGP. El primero de los ocho 'Diálogos de Futuro'.

No basta con animar a que se cumplan los objetivos, hay que alentar una mejora personal. Las empresas dedican muchos esfuerzos a formar en aptitudes y menos en actitudes, en lo que se refiere al ámbito emocional

Ferré destacó que "los mediadores han respondido de una manera excelente; yo diría que casi épica" durante estos últimos meses. El CEO de Allianz asegura que "han defendido muy bien su cartera y el contacto con sus clientes".

Márquez, por su parte, explicó que, "cuando eres líder, no te queda más remedio que superar los imprevistos. Cuando conoces el sabor de la victoria siempre quieres repetir". Ferré coincidió que en Allianz sucede lo mismo y que "cada año nos hemos de superar porque tenemos un accionista, pero también la exigencia de servir bien a nuestros clientes y mediadores". El responsable de la compañía en España aseguró que el reto del Grupo va más allá, ya que "en el ranking global de empresas somos la número 39 y nos proponemos estar en el top 25".

LA FORMACIÓN COMO VOCACIÓN

La segunda entrega de "Diálogos de futuro" tuvo como protagonistas a Mariano Rigau, CEO de Arag, y Albert Riba, emprendedor y experto en formación. Con las columnas del claustro del Monestir de Sant Cugat

del Vallès, Marià Rigau y Albert Riba mantuvieron una conversación sobre el papel de la formación y su capacidad transformadora. Antes de iniciar la conversación, el CEO de Arag, explicó que, para la compañía que dirige, la formación "es una necesidad y una vocación". En este sentido, la compañía ha aumentado un 60% las horas dedicada a los mediadores.

Mariano Rigau aseguró que las empresas dedican muchos esfuerzos a formar en aptitudes y menos "en actitudes", en lo que se refiere al "ámbito emocional". Rigau considera que "si la persona no está convencida" el cambio no se produce.

Riba respondió que desarrollar aptitudes es un trabajo "de piel hacia afuera". En cambio, los aspectos motivacionales profundizan y "es necesario descubrir cuáles son las inquietudes de cada persona". Es mucho más complicado, pero es la manera de conseguir que la persona cambie, se transforme.

Rigau se refirió al perfil de las correduría que operan en nuestro mercado. Destacó que la mayoría son pymes que "han realizado un gran esfuerzo de adaptación". En este sentido, Riba destacó que la dirección de la empresa de mediación debe fomentar y guiar a sus colaboradores a transformarse. "No basta con animar a que se cumplan los objetivos, hay que alentar una mejora personal".

Uno de los conceptos más interesantes de este diálogo se refirió a las diferencias entre líder y referente. Riba reveló que "cuando a un líder le sumas la capacidad de ser maestro se convierte en un referente". Mientras que Rigau indicó que "las correduría deberían ser referentes para sus clientes". El experto en formación apoyó ese punto de vista y fue más allá al asegurar que "no se cambia de mediador por el precio, sino cuando deja de ser un referente".

No se cambia de mediador por precio, sino porque deja de ser un referente

LA PREVENCIÓN VINCULA A LA CIENCIA Y AL SEGURO

Olga Sánchez, CEO de AXA, y el doctor Mariano Barbacid, investigador del Centro Nacional de Investigaciones Oncológicas (CNIO), conversaron en el tercer estreno de "Diálogos de futuro" sobre el valor de la investigación científica. Ambos coincidieron en señalar que la prevención vincula a la ciencia y al seguro.

La tercera jornada de la Semana Mundial Digital 2020, contó además con Luis Sáez de Jáuregui, director de Distribución y Ventas de AXA, que contestó a las preguntas del colegiado de Barcelona en el espacio 'Las compañías responden'.

Sobre la relevancia de la investigación en este tiempo de pandemia, Barbacid aseguró que, tras detectarse el virus, "las vacunas se hicieron en pocos meses". Lo relevante es que "hace cinco años hubiésemos tardado años

Vicente Cancio y Aleix Valls.

Albert Riba.

Mariano Barbacid.

Olga Sánchez.

en disponer de una vacuna" y ahora solo unos meses.

Sánchez se interesó por cómo se logra motivar a equipos cuando se persiguen resultados a muy largo plazo. Barbacid aseguró que "en mi caso es simple: vocación, vocación y vocación". Hacen falta recursos, pero es esencial mantener "el interés por descubrir lo desconocido".

El investigador del CNIO, dijo que "me llama la atención el mundo del seguro". Especialmente, "lo que hace referencia a la capacidad para prevenir los riesgos" a muy largo plazo. Barbacid preguntó a la responsable de la aseguradora: "¿Cómo encajáis esa realidad en un mundo tan cambiante?".

Sánchez aseguró que "esta es una parte muy interesante de nuestro trabajo de proteger a las personas". En un contexto de tipos de interés bajísimos, la CEO consideró que "hemos de fomentar una cultura de ahorro, que hemos perdido como sociedad".

El 40% de los habitantes del país ya tiene más de 50 años. Por eso, atender a esta población es un reto, una necesidad, casi una urgencia

EL IMPACTO DE LA LONGEVIDAD

La conversación en Francesc Rabassa, director general de CA Life, y Koldo Echebarria, director general de la escuela de negocios Esade, abrió la cuarta jornada de la Semana Mundial Digital 2020. Los dos protagonistas de 'Diálogos de futuro' abordaron diversas cuestiones. Entre ellas, el futuro de la mediación y los cambios que ha introducido la pandemia en el comportamiento de los consumidores. Por otra parte, también trataron sobre los productos de ahorro vinculados a la jubilación y el impacto de la longevidad.

Para el responsable de Esade, las buenas noticias sobre la vacuna, "nos puede permitir una salida a mediados del próximo año".

Para el director general de CA Life, el valor de la mediación es su capacidad de asesoramiento "y su conocimiento del cliente". Una de las cosas que ha cambiado es que la interacción con ese cliente "no tiene por qué ser siempre física". En este punto del diálogo, Koldo Echebarria destacó que "hay un valor que va a prevalecer en los servicios financieros: la confianza".

Sobre el seguro de jubilación, Echebarria aseguró que "el tratamiento fiscal de los seguros no está muy desarrollado en España". Rabassa apuntó que "el que seamos el segundo país con mayor longevidad en el mundo, hace que el sistema retributivo no sea económicamente viable". El director general de la aseguradora aclaró que "hay modelos acumulativos como el de los ingleses en el que se estimula a ahorrar a través de las empresas".

Francesc Rabassa, tras participar en 'Diálogos de futuro' contestó a las preguntas del colegiado de Barcelona en el espacio 'Las compañías responden'.

DETERMINACIÓN PARA INTENTAR SUPERARSE

Con la importancia de la confianza como eje temático de 'Diálogos de futuro', Juan Closa, director general del Negocio Tradicional del Grupo Catalana Occidente,

mantuvo una conversación con Jon Santacana, deportista que compite en la modalidad de esquí adaptado, en la quinta jornada celebrada en la Semana Mundial Digital del Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona.

El directivo del Grupo Catalana Occidente preguntó a Santacana por su determinación para intentar siempre las cosas, aun sabiendo que probablemente no todas las podrá conseguir. El deportista aseguró que "una discapacidad visual implica limitaciones, pero no me gusta marcarme límites".

Para transmitir confianza a los clientes, Santacana dice que el primer paso es "escuchar a las personas, tener una escucha activa, que realmente haya una preocupación de las personas que trabajan en la empresa por sus clientes". El esquiador se refirió a la empatía como el camino para desarrollar un entendimiento "que el cliente podrá apreciar".

Tras su diálogo con Santacana, Juan Closa contestó a las preguntas de colegiados de Barcelona en el espacio 'Las compañías responden'.

QUITARSE LA MÁSCARA DE PERSONA GRIS

Santi Gómez, director comercial de Fiatc, y, Paco Mir, componente de 'El Tricicle, protagonizaron, sobre el escenario del Teatre Poliorama de Barcelona, un diálogo alrededor del papel de la creatividad, en el sexto día de la Semana Mundial Digital.

En un momento de la charla, surgió la supuesta condición de personas grises que se asocia a los profesionales del Seguro. Mir expresó su convencimiento de que eso no se corresponde con la realidad. El humorista afirmó que "hay que quitarse la máscara que dice que soy una persona gris porque trabajo en una aseguradora".

Francesc Rabassa y Koldo Echebarría.

la creatividad hace falta siempre, ya que junto a la curiosidad es lo que hace que la Humanidad avance

Paco Mir reivindicó el papel del seguro y atribuyó la seriedad del sector a que trabaja con el riesgo "y eso es algo serio". El actor aseguró que el seguro, precisamente, aporta soluciones, nos protege, "nos da seguridad". En este sentido, el integrante de El Tricicle reivindicó la necesidad de humanizar la labor de los aseguradores: "A veces parece que son tus enemigos cuando, en realidad, representan todo lo contrario".

Sobre el papel de la creatividad, Gómez y Mir coincidieron en definirla como algo esencial en la vida de las personas. El actor aseguró que "la creatividad hace falta siempre, ya que junto a la curiosidad es lo que hace que la Humanidad avance".

Además del diálogo con Mir, Santi Gómez contestó a las preguntas del colegiado de Barcelona en el espacio 'Las compañías responden'.

SILVER ECONOMY

La demografía no deja lugar a dudas. Nuestra sociedad envejece debido a la combinación de un descenso de la natalidad y, especialmente, por el aumento de la longevidad. El resultado es el auge de la llamada *silver*

economy, que ha sido protagonista del espacio "Diálogos de futuro" en la séptima jornada de la Semana Mundial Digital. Jordi Rivera, CEO de DAS, y Juan Carlos Alcaide, experto en marketing y fidelización, protagonizaron esta conversación.

Alcaide, que es el autor de 'Silver economy. Mayores de 65: el nuevo target', explicó que la cuestión "está en el epicentro del debate". El experto señala que "el 40% de los habitantes del país ya tenemos más de 50%". El experto mantuvo que atender a esta población "es un reto, una necesidad, casi una urgencia".

El consultor de marketing destacó que "las personas mayores de hoy son muy activas y tecnológicamente competentes". Comparándolos con el resto de la población, los mayores acumulan un 12% más de patrimonio y representan el 30% del PIB europeo. "Una cifra que crecerá hasta el 35% y el 37%" dentro de una década. Alcaide afirmó que "se van a crear 100 millones de empleos focalizados en atender a las personas más mayores". El experto en fidelización aseguró que estos clientes "son más fieles que la media y solo piden cercanía y que nos ganemos su confianza". Para Alcaide "la empatía es muy importante" a la hora de tratar con los clientes de más edad. En este sentido, Rivera destacó el papel relevante que "tienen los mediadores en la relación con los clientes".

Las buenas noticias sobre la vacuna, nos puede permitir una salida a mediados del próximo año

Jordi Rivera y Juan Carlos Alcaide.

Alcaide destacó que "hay un montón de nuevos productos y servicios". Una realidad que supone "una gran oportunidad para el seguro". El experto se refirió a los mediadores y a la importancia que adquiere estos profesionales "para asesorar en productos que son relativamente complejos y que precisan de asesoramiento".

El apartado de 'Las compañías responden', contó con la participación de Adolfo Masagué, director comercial de DAS.

Posteriormente, se realizó la presentación del 'Estudio de Tendencias' que ha desarrollado la consultora C4E por encargo del Colegio de Barcelona. Lourdes Sopranis, consultora de C4E y directora del estudio, dio a conocer las grandes líneas de investigación que desarrolló el estudio y ofreció una panorámica de la importancia del factor humano en el contexto de un mercado digital en alza y en el que los mediadores profesionales tienen un amplio margen de desarrollo. Sopranis emplazó a los mediadores a participar en las sesiones sobre este estudio de mercado que "se convocará a partir del mes de enero".

Jose Luis Ferré y Marc Márquez.

Juan Closa y Jon Santacana.

EL IMPACTO DE LA DIGITALIZACIÓN

En la última sesión de "Diálogos de futuro" de la Semana Mundial Digital, Vicente Cancio, CEO de Zurich, y Aleix Valls, matemático e ingeniero, analizaron el impacto de la digitalización en las empresas y, más concretamente, en el sector asegurador. Cancio aseguró que la pandemia "va a ser un acelerador del cambio". Aleix Valls confirmó que "van a cambia cosas para siempre como, por ejemplo, la forma de dirigir equipos en remoto".

El experto en transformación digital se refirió a que el verdadero objetivo es conseguir un modelo de "compañía plataformizada, que puede enchufar y desenchufar propuestas en función de lo que el cliente demanda". Para Valls ese "es el objetivo último en el plan de digitalización".

El CEO de Zurich reflexionó sobre la capacidad de la tecnología de romper barreras a la hora de comunicar. Para Cancio, ahora en las empresas se está comunicando de "forma más abierta, menos jerárquica". Valls coincidió con el punto de vista del máximo responsable de Zurich: "Una cosa es trabajar en remoto para salvar la distancia física, pero lo más interesante es reaccionar rápido a las tendencias y oportunidades". En este sentido, "no puede ser que los organigramas de las compañías ralenticen la comunicación".

El verdadero objetivo es conseguir un modelo de "compañía plataformizada, que puede enchufar y desenchufar propuestas en función de lo que el cliente demanda

Vicente Cancio dedicó una mención especial al papel de los mediadores durante los últimos meses. Para el CEO de Zurich "la mediación se ha adaptado de forma admirable al teletrabajo". Cancio aseguró que "ha sido un tiempo heroico para muchos mediadores, que han demostrado coraje, valentía y profesionalidad".

Toni Nadal, tío y entrenador de Rafa Nadal, fue el encargado de cerrar la Semana Mundial Digital 2020 en una conferencia de clausura en la que mezcló su experiencia en el circuito de tenis profesional junto a su sobrino y su visión particular cobre cómo afrontar los retos. El entrenador explicó que "Rafa creció con la idea de que la mejora es siempre necesaria y posible. Si uno pone atención y pasión en lo que hace, lo normal es hacer las cosas cada día un poco mejor. Lo que marca la diferencia es lo que uno se exige", concluyó.

En la parte final del cierre institucional del evento, Francesc Santasusana dijo que "unidos podemos conseguir muchas cosas. Esta es la capacidad que podemos tener cuando tenemos grandes retos".

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

Nerea de la Fuente, directora de Suscripción Técnica de Hiscox

Pymes y autónomos deben **PROTEGERSE** para un 2021 sin margen de error

Comienza un 2021 que marcará el inicio de una recuperación basada en la innovación y la creatividad que conllevarán ciertos riesgos, independientemente del sector o el tamaño de la compañía. Nadie espera cometer errores en su profesión, pero no se está exento de cometerlos. La Responsabilidad Civil Profesional ayudará a minimizar el impacto de situaciones que pueden ocasionar pérdidas económicas o daños a la reputación del profesional o la pyme.

Los últimos datos ofrecidos por Cepyme y UPTA (Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos) afirman que los ingresos del 39% de pymes y del 45% de autónomos del mercado español se han visto reducidos en más del 50% desde marzo de 2020. El futuro de miles de empresas está en juego en 2021.

El tejido empresarial español, en su mayor parte formado por pymes y autónomos, va a tener que reinventarse, como ya ha hecho en los meses de pandemia, y es que el mundo al que se enfrentan ahora ha evolucionado desde el estado de alarma. Han cambiado los canales de venta, la competencia, las necesidades de los clientes… incluso muchos de estos profesionales han ampliado su oferta y radio de acción de su propia actividad. Y en este nuevo escenario comienzan un 2021 que marcará el inicio de una recuperación basada en la innovación y la creatividad que conllevarán ciertos riesgos, independientemente del sector o el tamaño de la compañía.

En este nuevo paradigma las compañías y profesionales van a enfrentarse a cientos de variables e incertidumbres, sobre las que tendrán un mayor o menor control e influencia, por lo que la oferta aseguradora y la transferencia del riesgo es hoy si cabe más importante que nunca.

Uno de los productos más interesantes son las pólizas de Responsabilidad Civil Profesional que ofrecen protección para estas empresas y profesionales independientes si un cliente les demanda por haber cometido un error o negligencia en el desarrollo de su actividad o servicio prestado. Arquitectos, médicos o abogados son profesionales más acostumbrados a suscribir este tipo de seguros, por la naturaleza de su actividad, pero el riesgo existe y va más allá del tipo de

industria o profesionales. Nadie espera cometer errores en su profesión, pero tampoco nadie está exento de cometerlos, y la RC Profesional ayudará a minimizar el impacto de situaciones que pueden ocasionar pérdidas económicas o daños a la reputación del profesional o pyme. Una cobertura especialmente interesante para quienes prestan un servicio profesional y gestionan datos de clientes o propiedad intelectual.

GASTOS DE DESCUBIERTOS EN PÓLIZA

En 2021 no hay margen de error y si un empleado se equivoca en una tarea o se comete una infracción que afecte a un tercero es muy posible que se deban asumir unos gastos de defensa que estarían cubiertos con esta póliza. Consultores, inspectores, diseñadores gráficos, nutricionistas, escuelas de formación u organizadores de eventos, cientos de sectores y profesionales para los que el seguro de Responsabilidad Civil Profesional estará disponible para mantener la actividad de su negocio cuando las cosas no salgan según lo planeado. Además, si bien no es obligatorio para la mayoría de las profesiones, cada día es más recomendable, y más habitual que sean requeridos por clientes y colaboradores.

Las empresas han aprendido en los últimos meses que cualquier cosa puede ocurrir, pero deben saber también que no cualquier seguro de RC Profesional les servirá

Las empresas han aprendido en los últimos meses que cualquier cosa puede ocurrir, pero deben saber también que no cualquier seguro de RC Profesional les servirá. Como ellos son especialistas en su actividad, estarán mejor protegidos a través de una póliza especializada que comprenda su negocio. Además, aunque sus realidades puedan parecer muy diferentes comparten un hecho, cualquier compañía y profesional hoy analiza con más detalle los condicionados y las coberturas que ofrecen las aseguradoras, lo que nos exige proactividad a la hora de revisar las pólizas y mayor sencillez, transparencia y claridad en los contratos. En Hiscox, aseguramos más de 150 actividades diferentes y analizamos cada negocio de forma individual. Adaptamos la póliza a sus necesidades, diseñándolas para proteger al profesional teniendo en cuenta las particularidades de cada profesión, tamaño de la empresa y riesgos a los que se exponen. Eso asegura que la empresa y sus profesionales están debidamente protegidos

La Responsabilidad Civil Profesional será un pilar clave en la red de seguridad bajo el alambre que millones de profesionales tendrán que recorrer en 2021.

TÚ ELIGES
CÓMO COTIZAR
CON NOSOTROS

— Como toda la vida
Por correo electrónico

— Para los más digitales
Plataforma online, MyHiscox

— Valoras el contacto humano
Por teléfono con un suscriptor, Hiscox Conecta

910 386 879

Cotiza y emite **en el momento** directamente con nuestros suscriptores.
Con **tres datos** tendrás tu **cotización** en la misma llamada.

www.hiscox.es/como-cotizar-con-hiscox

HISCOX

Sialp de inversión responsable

AXA España ha dado un nuevo paso en su firme apuesta por productos de inversión socialmente responsables con el lanzamiento de 'iProtect Sialp', un seguro individual de ahorro a largo plazo en el que el 100% de la cartera integra criterios de inversión responsable. El 30% de los fondos cuentan con el distintivo ESG (por sus siglas en inglés, Environmental, Social y Gobernance).

La inversión socialmente responsable es una disciplina de inversión que tiene en cuenta criterios medioambientales, sociales y de gobernanza empresarial para generar rendimientos financieros competitivos a largo plazo y al mismo tiempo un impacto social positivo.
Además de su determinante componente social, esta fórmula de inversión combina tres grandes ventajas más: la fiscalidad de un Sialp, la protección adicional de la inversión y los beneficios que otorga la cobertura 'iProtect', y la alta rentabilidad potencial de la cartera seleccionada.
El nuevo 'iProtect Sialp' tiene la gran ventaja de proteger el 85% de la inversión y los beneficios que se vayan obteniendo en cualquier momento gracias a la cobertura 'iProtect', frente al resto de Sialp que ofrecen la garantía solo sobre la inversión y a los cinco años desde su contratación.
Por otro lado, el inversor tiene la ventaja de que los rendimientos acumulados están exentos de tributación a partir del quinto año de la fecha de efecto del contrato, siempre y cuando se cumplan todos los requisitos fiscales, como el límite anual de aportaciones de 5.000 euros.

RC Profesional para autónomos y pymes

Generali ha lanzado un nuevo seguro de Responsabilidad Civil Profesional con el objetivo de apoyar a aquellos autónomos y empresas de riesgo bajo o medio de los ámbitos de la comunicación y el marketing, la asesoría y consultoría, la educación y bienestar; así como a aquellas profesiones relacionadas con la informática, ingeniería y arquitectura; y el sector económico, jurídico y administrativo.

Además de esta garantía, ofrece una serie de coberturas opcionales entre las que se encuentran la responsabilidad civil explotación, locativa y profesional, la pérdida de persona clave, la gestión de reputación, la difamación y calumnia y los gastos de atenuación o pago de honorarios pendientes.

‘Cupón Activo’, unit linked a prima única

Mapfre refuerza la oferta en seguros de Vida-ahorro con el lanzamiento de ‘Cupón Activo’, un nuevo unit linked a prima única con una duración de algo menos de 4 años, ligado a la evolución del índice Eurostoxx Select Dividend 30 y con garantía a vencimiento del 90% del capital.

Esta nueva modalidad ofrece una alternativa de ahorro a medio plazo para aquellos clientes dispuestos a asumir cierto nivel de riesgo a cambio de contar con una posible rentabilidad muy atractiva, ya que, si en las fechas de observación establecidas, el valor de dicho índice fuera igual o superior al valor inicial, se pagará un cupón del 2,56%.
Llegado el vencimiento, el valor dependerá de la valoración del índice en ese momento respecto al valor inicial. Si dicho valor fuera inferior al 90%, se garantizará al cliente el 90% del capital invertido.
La cantidad mínima necesaria para contratar este producto será de 3.000 euros, permitiendo diversificar los ahorros del cliente y ofreciendo una expectativa de rentabilidad favorable en el entorno de tipos de interés de renta fija en el que nos encontramos.
Asimismo, dispone de un capital adicional garantizado en caso de fallecimiento.

Planes de pensiones para tres perfiles de ahorradores

Allianz Seguros entra en el mercado de planes de pensiones con tres nuevos productos pensados para distintos perfiles de ahorradores.

La gama de planes de Allianz se adapta al nivel de riesgo, expectativas de rentabilidad y horizonte temporal para dar respuesta a un amplio espectro de ahorradores. La compañía ha diseñado:

- Allianz Pensiones Conservador para clientes con un perfil prudente, dispuestos a asumir pérdidas reducidas. Con este plan de pensiones, se invierte como máximo un 30% en renta variable.
- Allianz Pensiones Moderado es para perfiles más audaces, con cierta aversión al riesgo, pero dispuestos a optar a mayores expectativas de rentabilidad accediendo a los mercados de renta variable, en los que invierte entre un 30% y un 60%.

- Allianz Pensiones Global está destinado a clientes con un perfil más arriesgado o con un lejano horizonte temporal hasta la jubilación. Este es el plan con mayor componente de renta variable de la gama Allianz Pensiones, entre un 60% y un 100% lo que supone una mayor expectativa de rentabilidad, pero también una mayor fluctuación.

La compañía gestionar sus Planes de Pensiones, con criterios socialmente responsables.

Un seguro de Vida que se adapta a las necesidades vitales de la persona

Metlife ha lanzado un nuevo seguro de Vida Riesgo anual renovable, 'Vida Completa', que se adapta a las necesidades vitales de cada persona, garantizando su estabilidad financiera.

Bajo el lema 'Las cosas importantes no deberían costar tanto', la compañía da a conocer 'Vida Completa', una solución flexible que se caracteriza principalmente por su asequibilidad y su sencillez de contratación. Los consumidores podrán contratarlo con una prima a partir de 60 euros al año o 5 euros al mes y sin necesidad de exámenes médicos para edades inferiores a 50 años y capitales de hasta 350.000 euros. Además, se puede contratar hasta los 70 años para su cobertura principal de fallecimiento por cualquier causa y tiene una edad de permanencia hasta los 85 años.

Otra de sus ventajas es que permite asegurar a dos personas bajo la misma póliza, ahorrando un 10% sobre la prima; y ofrece una prima especial para sumas aseguradas superiores a 150.000 euros.

'Vida Completa' brinda protección contra el riesgo de fallecimiento por cualquier causa, siendo una cobertura complementaria opcional la Incapacidad Absoluta y Permanente; y ofrece servicios de valor añadido, acordes a las necesidades, como puede ser la gestión de la vida digital o elaboración online de un testamento.

Un seguro de Autos para los vehículos de renting

El Grupo Catalana Occidente ha lanzado un seguro a todo riesgo con el que el cliente puede elegir entre tres modelos distintos de vehículo de las gamas: utilitario.

Este producto se diferencia, además, por su mayor adaptación a las necesidades de cada cliente, ya que éste puede escoger 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 km), contando con el asesoramiento personalizado de un mediador. Además, la gama en oferta siempre incluirá coches híbridos o eléctricos.

El seguro a todo riesgo con vehículo incluido, cuenta también 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. Las diferentes opciones de contratación que brinda este seguro permiten ofrecer un precio personalizado al cliente desde 181,51 euros al mes. Además, 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.

Tus **ideas** son **el valor de tu empresa**, nosotros **te ayudamos** a darles ese impulso para llegar a tu cliente ideal.

¿Cómo?

Con una **gestión integral de tu marca:**

- Marketing digital
- Diseño web
- SEM/SEO
- Diseño gráfico (logotipo, anuncios, catálogos...)
- Branding
- Organización de eventos

y más...

Conócenos:

impulsatunegocioonline.com

¡¡¡Son tiempos de cambio, no te quedes atrás!!!

La crisis duplica el número de empresas 'zombi' este año

En España, la crisis de la Covid-19 duplicará el número de las denominadas empresas 'zombi' (que presentan durante al menos dos ejercicios un resultado de explotación insuficiente para cubrir los intereses de su deuda), ya que a cierre del año cerca del 17,6% del tejido empresarial podrá considerarse 'zombi', frente al 9,2% del inicio del año.

Así se extrae del análisis realizado por **Iberinform**, que ha tenido en cuenta las más de 270.000 cuentas de empresas con cuentas depositadas correspondientes a los ejercicios de 2018 y 2019. Su director general, Ignacio Jiménez, explica que se trata de compañías que, a pesar de no ser rentables, lograrán sobrevivir en el mercado mediante la refinanciación continua de su deuda y subraya que sus posibilidades de supervivencia final son "extremadamente limitadas", pero durante el tiempo adicional en el que operen transmitirán gran parte de sus problemas financieros a sus proveedores, "a través del riesgo de crédito".

Los analistas que han realizado el estudio advierten de que se trata de estimaciones a la baja, ya que solo pueden detectarse aquellas empresas zombis que han cumplido con la obligación de depositar sus cuentas.

En cuanto al número por comunidades autónomas, en todas las regiones el número de empresas 'zombis' prácticamente se duplica respecto al año pasado, liderando Asturias, que pasa del 11,3% al 22,5; la Comunidad Valenciana, incrementándose del 9,4% al 19,1%; y Castilla y León, que pasa del 9,8% a un 18,9%. Les siguen Aragón (18,6%), País Vasco (18,5%), La Rioja (18,4%), Madrid (18,3%), Navarra (18,1%) y Canarias (17,7%), que en todos los casos se sitúan por encima de la media española (17,6%).

Los Presupuestos Generales del Estado de 2021 incluye una nueva moratoria de tres meses para el abono de cotizaciones a la Seguridad Social a la que se podrán acoger empresas y autónomos siempre que se encuentren al corriente de sus obligaciones y no estén en ningún otro aplazamiento en vigor.

Los Presupuestos incluyen una moratoria de tres meses para cotizaciones de empresas y autónomos

Esta medida, pactada por el Gobierno y Esquerra Republicana para apoyar las nuevas cuentas, se recogió en una enmienda en el proyecto de ley.

Concretamente, la moratoria alcanza a los pagos entre el mes de diciembre y el próximo mes de febrero para las empresas, y entre enero y marzo para autónomos, con un interés del 0,5%, y a amortizar mensualmente en cuatro meses por cada mensualidad solicitada, con un máximo de 12 mensualidades.

Trabajo detecta casi 2.900 infracciones por fraude en empresas en ERTE

El Gobierno ha detectado 2.859 infracciones relacionadas con fraude en empresas acogidas a los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE). Según una respuesta parlamentaria, las 2.859 infracciones se derivan de 21.332 expedientes finalizados relativos al control de las empresas en ERTE a 24 de noviembre de 2020.

Andalucía y la Comunidad Valenciana fueron las regiones que mayor número de infracciones se anotaron, con 563 y 455, respectivamente. Les siguieron Cataluña, con 297; la Comunidad de Madrid, con 281, y Canarias, con 250 infracciones.

En número de expedientes, Andalucía (3.935), Comunidad Valenciana (2.317), Comunidad de Madrid (1.886), Castilla y León (1.845) y Cataluña (1.777) fueron las que registraron las mayores cifras.

Siete de cada diez pymes incrementarán el uso de herramientas digitales tras la pandemia

Un 68% de las pequeñas y medianas empresas espera aumentar el uso de las herramientas digitales tras la pandemia. Facebook y Deloitte han realizado un estudio sobre el uso de herramientas digitales durante la Covid-19, en el que se indica que un 46% de las pymes españolas han empezado a usar las plataformas digitales.

Según se pone de manifiesto en el estudio, este tipo de empresas consideran que es una "oportunidad" el que puedan mantener sus negocios abiertos durante la Covid-19.

Las pymes han aprovechado la pandemia para desarrollar nuevas estrategias de negocio. De hecho, un 52% también está usando las redes sociales para dar a conocer sus productos. Además, se han marcado objetivos de marketing para atraer a nuevos clientes.

Aparte de eso, un 30% de las pymes indica que han empezado a utilizar los anuncios en redes sociales. Para un 46% el empleo de los anuncios en redes es una alternativa a la publicidad tradicional. En ese sentido, indican que les supone un menor esfuerzo económico. Solo un 29% confirma haber vendido ya nuevos productos a través de los canales digitales.

La hostelería acabará 2020 facturando 67.000 millones de euros menos y con hasta 100.000 cierres

La hostelería cerrará 2020 con una caída de su facturación del 50%, lo que equivale a unos 67.000 millones de euros menos, a lo que se sumará el cierre de casi un tercio de los locales (entre 85.000 y 100.000) y la destrucción de una cuarta parte del empleo (unos 400.000 puestos de trabajo).

Por subsectores, lideraron la estadística por volumen de ventas los restaurantes con 49.800 millones de euros, por delante de bares (37.000 millones), alojamientos turísticos (31.000 millones) y empresas de colectividades y "catering" (11.200 millones). En cuanto al empleo, el sector daba trabajo a 1.715.000 personas, aunque tras la Covid-19 la patronal estima un descenso de entre 300.000 y 400.000 trabajadores sin incluir a aquellos que se encuentran bajo un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE).

El 58% de las empresas han sufrido más ciberataques desde el inicio de la pandemia

El 58% de las empresas ha sufrido un mayor número de ciberataques tras la crisis del coronavirus, según un informe de la tecnológica Check Point.

La seguridad de los empleados que trabajan a distancia (47%) es el mayor desafío para las empresas de cara a 2021, seguido de la prevención de los ataques de phishing y de ingeniería social (42%), el acceso remoto seguro (42%) y la protección de las aplicaciones e infraestructura cloud (39%).

Las principales prioridades hasta 2023 son asegurar el trabajo remoto (61%), la seguridad de los endpoints y dispositivos móviles (59%), y la seguridad de la nube pública y el multi-cloud (52%), muy por delante de cuestiones como la seguridad IoT (internet de las cosas) y la protección del correo electrónico.

El 95% de los encuestados indican que su estrategia de seguridad ha cambiado en la segunda mitad del año, centrándose en dar respuesta a las necesidades asociadas al trabajo en remoto (67%), seguido de la formación en ciberseguridad para los empleados (39%), así como optimizar recursos en la prevención de amenazas y seguridad de las redes corporativas (37%). Asimismo, más de 1 de cada 4 (27%) señala que su empresa ha acelerado los proyectos de seguridad existentes durante 2020, lo que demuestra que, para la mayoría, la pandemia ha implicado una reinvención no planificada de su modelo de negocio.

Las pymes recibirán 2.894 millones de ayudas europeas en los próximos tres años

La ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, ha anunciado que se destinarán 2.894 millones de euros de ayudas europeas para impulsar a las pymes en los próximos tres años. "Debemos colocar a las pymes en el centro de la recuperación. Por ello, el Plan recoge un importante número de reformas e inversiones para aumentar su competitividad y el crecimiento potencial mediante el refuerzo de su resilencia y el impulso de la doble transición verde y digital", ha señalado Maroto.

La ministra ha incidido en que las pymes han de desempeñar un papel protagonista en la reactivación tras la pandemia por su capacidad de generación de empleo, su aporte en la creación de valor añadido y su contribución a la cohesión social y territorial.

El Componente 13 de Impulso a las Pymes desarrolla inversiones y reformas para lograr estos cinco objetivos estratégicos: impulsar el emprendimiento; impulsar el crecimiento empresarial; facilitar la transición digital y la innovación; mejorar la internacionalización de las empresas; y apoyar al comercio como uno de los sectores más afectados por los efectos de la Covid 19.

Las empresas cada vez tienen que pagar más a los bancos por guardar su dinero. Las entidades, poco a poco, intentan compensar la situación de tipos en negativo y la crisis de la pandemia con tasas más altas a las imposiciones a plazo. En octubre subió hasta el 0,33% y ya es la segunda tarifa más cara de toda la zona euro.

La banca española, la segunda de la eurozona que más intereses cobra a las empresas

Según los datos recopilados por el BCE, solo en Alemania exige a las sociedades no financieras un interés más alto que en España, al situarse en el 0,36% en los depósitos con vencimiento de hasta un año, que es el más habitual. En Holanda el porcentaje es similar al nuestro.

En España desde principios de 2019 las empresas, de forma general, tienen que pagar por los excesos de tesorería que depositan en la banca. Las cuentas a la vista de las empresas todavía no están siendo penalizadas en España, a diferencia de otros países, donde las entidades ya cobran por el aumento de los saldos. En Holanda, Alemania o Bélgica se aplican intereses al dinero de libre disposición de las sociedades no financieras, con tasas que van desde el 0,13% hasta el 0,03%.

En nuestro país, por contra, el tipo sigue siendo positivo, aunque es el mínimo posible, del 0,01%, según los datos del supervisor continental, que viene pidiendo a los bancos que adopten esta política para compensar el desplome del euribor.

El BCE, en cambio, considera peligroso que se cobre a los clientes particulares por su dinero, tanto si es a plazo como a la vista, una visión que es compartida por el sector.

El Gobierno refuerza el apoyo a la hostelería y el turismo incrementando la garantía de la Línea de Avales

El Consejo de Ministros ha aprobado la liberación de dos nuevos tramos de la Línea de Avales para inversión y liquidez dotada con 40.000 millones de euros. El primer tramo, por importe de 500 millones de euros, se destinará a garantizar operaciones de autónomos y pymes del sector turístico, hostelería y actividades conexas.

Se ha incrementado de forma excepcional hasta el 90% la cobertura máxima de los avales para cubrir sus necesidades de liquidez y permitir la realización de nuevas inversiones. El plazo de amortización de los préstamos y de cobertura del aval será de hasta ocho años cuando la ayuda pública acumulada recibida por el deudor no supere los 800.000 euros; y de seis años, para importes superiores. Podrán solicitar esta financiación avalada los autónomos y pymes del sector turístico, hostelería y actividades conexas que se hayan visto afectados por los efectos económicos del Covid-19 y que no se encuentren en situación de morosidad a 31 de diciembre de 2019 y no estén sujetos a procedimiento concursal a 17 de marzo de 2020.

Asimismo, el Consejo de Ministros ha liberado un nuevo tramo de la Línea de Avales para inversión y liquidez destinado a reforzar los reavales concedidos por la Compañía Española de Reafianzamiento, S.M.E, S.A (Cersa). Este nuevo tramo contará con una dotación de 500 millones de euros y permitirá aumentar la capacidad de aval de las Sociedades de Garantía Recíproca. Su gran capilaridad y presencia en todas las comunidades autónomas reforzará el acceso a la financiación de las pymes.

El Consejo de Ministros ha aprobado el plan de choque para la hostelería y el comercio, dos de los sectores más afectados por la crisis sanitaria del Covid-19, que incluye una rebaja del 50% del alquiler a los locales que pertenezcan a grandes propietarios (con más de 10 inmuebles).

El Gobierno aprueba la rebaja del 50% en el alquiler a locales de grandes tenedores

De esta forma, tras la aprobación de este plan para hacer frente a los efectos de la crisis, el inquilino podrá solicitar antes del 31 de enero la rebaja del 50% durante el estado de alarma, sus posibles prórrogas y hasta los cuatro meses posteriores.

Para acceder a esta ayuda, el local deberá ser propiedad de un gran propietario y no existir un acuerdo previo entre las partes para la reducción temporal de la renta o una moratoria en el pago.

Además, se incluyen incentivos fiscales para los que no sean grandes tenedores y rebajen las rentas que obtienen por el alquiler de sus locales.

Fundación MGS ofrece formación en ciberpeligros

La Fundación MGS ha organizado una jornada sobre 'Ciberpeligros en 2020: un mundo de intensificación tecnológica', impartida por Chema Alonso, experto informático y Chief Data Officer de Telefónica.

Enfocado en varios entornos informáticos (wifi, bluetooth, apps, correo electrónico, etc.) Alonso difundió sus conocimientos y experiencia profesional sobre los métodos de actuación del cibercrimen actual, dejando en evidencia la fragilidad de nuestros datos en internet y la necesidad de extremar la prudencia en el uso de los nuevos entornos tecnológicos, ya que "toda nueva tecnología lleva asociada un riesgo".

Asimismo, la fundación celebró otro evento con el título 'Vivir con entusiasmo', impartido por el conocido formador y conferenciante Victor Küppers. En él se transmitió un mensaje clave para mantener un elevado estado de ánimo ante las situaciones adversas, como la que vivimos. Para ello, basó su explicación en cuatro premisas: elegir nuestra actitud, aprender a vivir con incertidumbre, asumir que no podemos controlar todo y, por último, pensar en positivo sobre lo que nos hace sentir bien.

AXA Partners renueva su línea de seguros de la electrónica de consumo

AXA Partners pone a disposición de sus partners una renovada línea de negocio dedicada a seguros de la electrónica de consumo, con la que protege al asegurado y el uso que tanto él como su familia puedan hacer de sus dispositivos.

La aseguradora ofrece soluciones integrales en las que protege todo tipo de electrodomésticos y dispositivos electrónicos a través de distintas coberturas, y va más allá de la simple reparación al ofrecer productos complementarios. Como por ejemplo servicios de defensa y protección jurídica digital o la asistencia remota digital, que garantizan a los usuarios finales el soporte tecnológico necesario.

Unespa considera que la subida del impuesto sobre las primas de seguro perjudicará a familias y empresas

Los Presupuestos Generales del Estado para 2021 contiene una modificación sustancial del tratamiento fiscal del seguro (sube del 6% al 8%). Unespa considera que afectará negativamente a las familias y empresas españolas e impactará, indirectamente, sobre el sector asegurador.

Los Presupuestos Generales del Estado prevé la subida del 6% al 8% del tipo de gravamen del Impuesto sobre las Primas de Seguro (IPS). Una medida que va a afectar significativamente a familias y empresas al tratarse de un recargo externo a la prima de seguro.

Veinte asociaciones empresariales y profesionales estiman que debe mantenerse el tratamiento actual de los instrumentos de ahorro individuales de previsión social complementaria. Los firmantes de este manifiesto conjunto son Adecose, AEB, Aedaf, Aemes, Amaef, Ascri, ATA, Aunna Asociación, CECA, CEOE, Cepyme, la Confederación Española de Mutualidades, el Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros, Fecor, el Instituto de Actuarios Españoles, el Instituto de Estudios Económicos, Inverco, Ocopen, Unacc y Unespa.

El 95% de las familias españolas tiene alguna póliza contratada. Las más comunes son las de Automóvil (79%), Hogar (74%) y Decesos (45%), según la Encuesta de Presupuestos Familiares. Igualmente, es evidente que cualquier empresa tiene contratados diversos seguros para el desarrollo de su actividad económica, desde los seguros de Responsabilidad Civil a los de robo o daños en sus instalaciones productivas.

Desde Unespa se recuerda que "el impuesto de Primas de Seguro es regresivo desde un punto de vista social. Perjudica a las personas y a las empresas que, a través del seguro y con un criterio de responsabilidad, aseguran su vida diaria, su patrimonio y sus actividades empresariales y profesionales frente a los posibles daños que puedan causar a terceros".

El impacto de esta medida se ha valorado por el Gobierno en unos 455 millones de euros, lo que supone un incremento de casi el 25% en la recaudación de este tributo. Para Unespa "se trata de una medida desproporcionada y carente de justificación. El encarecimiento de la fiscalidad del seguro puede derivar en una disminución de las protecciones que contratan familias y empresas y, por consiguiente, en una mayor exposición al riesgo por parte del conjunto de la sociedad y la economía del país".

A la subida del impuesto sobre las Primas de Seguro hay que añadir la rebaja de los límites de aportación a los sistemas de previsión individuales de 8.000 a 2.000 euros, al tiempo que eleva de 8.000 euros a 10.000 euros el límite para los sistemas de empleo. Esta modificación afectará negativamente a los más de 7,5 millones de partícipes en planes de pensiones y a casi 1 millón de asegurados en planes de previsión asegurados (PPA).

Tanto Unespa como Inverco manifiestan su disconformidad con esta propuesta por las siguientes razones:

1. Es discriminatorio para la gran mayoría de la población ocupada española. En España hay un gran número de trabajadores autónomos y empresarios individuales. Además, la mayor parte de los trabajadores por cuenta ajena trabaja en pymes, en las que el ahorro colectivo apenas está presente. A todos ellos se les debe posibilitar, por tanto, que pueda acceder a sistemas de previsión individuales en las mismas condiciones y re-

quisitos que cualquier otro trabajador.

2. La irregularidad de los ingresos derivados del trabajo. La limitación anual de aportaciones a sistemas de previsión social carece de sentido en situaciones de crisis como la actual en la que muchos trabajadores han visto reducidos significativamente sus ingresos por estar en un ERTE o por un cierre temporal de su negocio. Por eso, se debe permitir a los trabajadores, ya sean por cuenta propia o ajena, recuperar su capacidad de ahorro para la jubilación en los años en los que tienen estabilidad en sus ingresos. Los limites anuales de aportaciones a sistemas de previsión social deberían suprimirse en lugar de minorarse y sustituirse por un límite global de aportaciones acumuladas a lo largo de la vida laboral.
3. La complementariedad de los sistemas de previsión social de empleo e individuales. Hace falta que los trabajadores, a título particular, tomen conciencia de la necesidad de ahorrar para su jubilación. Los sistemas individuales hacen posible elegir el perfil de inversión y adecuarlo al ciclo vital de cada ahorrador, una flexibilidad que no está presente en los planes de empresa.
4. La experiencia internacional. La Comisión Europa ha elaborado un documento titulado 'Libro Verde: en pos de unos sistemas de pensiones adecuados, sostenibles y seguros'. Ahí se señala que es absolutamente necesario que los sistemas obligatorios de pensiones (primer pilar) se complementen con unos sistemas profesionales de pensiones colectivos (segundo pilar) y con los productos adicionales de ahorro individual (tercer pilar). Del mismo modo, en su 'Libro Blanco: Agenda para unas pensiones adecuadas, seguras y sostenibles', la Comisión Europea recoge expresamente que los planes de ahorro complementarios de jubilación incluyan, entre otros, los planes de pensiones personales y de empleo y los seguros de Vida.

Estos son los motivos por los que en prácticamente todos los países de la UE existen estímulos fiscales al ahorro y se conceden incentivos fiscales para la promoción y desarrollo de sistemas de previsión social, tanto empresariales (segundo pilar) como individuales (tercer pilar).

Para facilitar el desarrollo de la previsión social complementaria, la propia Unión Europea ha creado un instrumento europeo de ahorro individual denominado Producto Paneuropeo de Pensiones Individuales (PEPP, en inglés). Este instrumento podrá empezar a comercializarse a partir de 2022-2023, una vez que se apruebe la normativa de desarrollo que lo regula.

La reducción drástica de la fiscalidad de los sistemas individuales en España contraviene la clara tendencia internacional y europea de estimularlos.

5. Desde el punto de vista de la Hacienda Pública, la fiscalidad de los sistemas de previsión social supone un mero diferimiento de la tributación. Es decir, su tratamiento fiscal no genera beneficios. La reducción en la base imponible del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) de las aportaciones se compensa más adelante con la tributación como rendimiento de trabajo de las prestaciones.

A su vez, la pequeña ventaja de la diferencia de tipos marginales de tributación entre las fases de aportación y prestación, que se pueda dar en algunos contribuyentes, queda anulada por el tratamiento como rendimientos del trabajo –y no como rendimientos del ahorro– de la rentabilidad generada en estos sistemas de previsión social.

Mapfre reduce su beneficio un 2,7% en los primeros nueve meses del año

Los ingresos de Mapfre entre enero y septiembre de 2020 ascendieron a 19.051 millones de euros, lo que supone un 11,9% menos que en el mismo periodo del año anterior, mientras que las primas se redujeron en la misma proporción (–11,9%), hasta los 15.550 millones de euros. El beneficio se situó en 450 millones de euros, lo que supone un descenso del 2,7% respecto a los nueve primeros meses de 2019.

La unidad de seguros, la principal del Grupo, registra una evolución positiva con un resultado que crece un 7,5%. España sigue siendo el país que más contribuye a los resultados del Grupo.

El negocio asegurador en España contabilizó primas por importe de 5.211 millones de euros, un 11% inferior a los nueve primeros meses del año anterior. La reducción se debe, principalmente, al negocio de Vida-Ahorro, con una caída de primas cercana a 700 millones de euros, por la discontinuación en la comercialización de determinados productos, pero con escaso impacto en el resultado. El negocio de No Vida, sin embargo, creció un 1%, hasta los 4.019 millones de euros, reflejando la buena evolución del negocio de Salud, Comunidades, Hogar y Empresas. Es importante destacar la buena evolución de Verti, cuyas primas se incrementaron un 7%, hasta superar los 63 millones de euros, con un beneficio de 6 millones de euros (frente a unas pérdidas de 2 millones en el mismo periodo del año anterior).

En el ramo de Automóviles, las primas se redujeron un 3,9%, hasta los 1.657 millones de euros, produciéndose también un importante descenso en el ratio combinado (9,6 puntos porcentuales) hasta el 83,7%, consecuencia directa de la disminución de la movilidad.

En el negocio de Hogar, sin embargo, se produjo un crecimiento acumulado hasta septiembre del 4,3% y del 7,2% en el caso de Comunidades. Además, los ramos de empresas registran un aumento de las primas del 7,5% en los nueve primeros meses de este año. En Salud y Accidentes, se mantiene un buen ritmo de crecimiento con un volumen de primas de 686 millones de euros, un 3,4% más.

Las primas de Mapfre Vida se situaron al cierre de septiembre en 1.204 millones de euros (-36%), afectado por Vida-Ahorro. Destaca, sin embargo, la buena evolución de los productos de Vida riesgo, que crecen un 2,2%. El patrimonio de los fondos de pensiones se redujo un 1,1%, hasta los 5.421 millones de euros, en tanto que el de los fondos de inversión y otros se situó en 3.679 millones, un 2,2% más que al cierre de diciembre del año anterior.

La aseguradora ha superado los 7 millones de clientes en España.

Un año más, Mapfre se apuntó a la tradición del Black Friday, dando un cheque regalo de Amazon por valor de 30 euros, a los que contrataran una póliza de seguro de Autos del 26 al 29 de noviembre.

Asimismo, Mapfre mantiene la estrategia dirigida a sus clientes pymes y autónomos, que le ha permitido mejorar el conocimiento de sus necesidades y ofrecerles descuentos personalizados, así como servicios de valor añadido. De esta manera, los clientes de estos colectivos pueden beneficiarse de hasta un 20%

de descuento en los productos de la aseguradora, según su grado de vinculación con la compañía.

Además, Mapfre ha dotado de mayor agilidad y de inteligencia artificial a su herramienta Empresas 360º para identificar mejor los riesgos y ayudar al cliente en la gestión de los mismos. Por otro lado, la aseguradora ha remodelado recientemente su tarifa de Multirriesgo Empresarial, ofreciendo a este colectivo más agilidad en la contratación y mayor competitividad de precios.

Por otra parte, la aseguradora ha lanzado una campaña para facilitar el acceso al seguro sanitario, que contempla hasta un 50% de descuento en la contratación. Así, los nuevos clientes que contraten un seguro de las modalidades individuales de asistencia sanitaria y reembolso se podrán beneficiar de un 20% de descuento, que se puede incrementar con hasta otro 20%, en función del número de pólizas que ya tuvieran contratadas con la aseguradora en otros ramos. Además, aquellas personas que tengan una póliza familiar podrán añadir hasta un 10% de descuento adicional. La campaña estará disponible hasta el 31 de enero de 2021.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha puesto en marcha un programa integral dirigido al colectivo de mayores de 50 años, que tiene como objetivo dar respuesta a sus necesidades y ofrecerles soluciones que les permitan mejorar su calidad de vida. El programa incluye productos, servicios y beneficios, además de soluciones adicionales de apoyo para su día a día y/o el de sus familiares.

Para dar respuesta a estas necesidades, en su web comercial **www.mapfre.es/seniors** agrupa toda la oferta dirigida a los seniors, de forma que puedan conocer los productos y coberturas que más se ajustan a sus necesidades.

La compañía trabaja también en el desarrollo de nuevos productos para cubrir las necesidades que no encuentran respuesta en la oferta existente hoy, como el seguro de 'Accidentes Senior

+55', para personas de entre 55 y 80 años, que incluye indemnización en caso de accidentes que provoquen fracturas, quemaduras, traumatismos graves, pérdidas sensoriales o de movilidad o amputaciones, entre otras lesiones. Ofrece también servicios de hasta 200 horas de ayuda a domicilio (acompañamiento del asegurado, limpieza del hogar, compras y recados, lavandería, elaboración de comidas, etc.), así como sesiones de rehabilitación o enfermería, servicio de cuidado de mascotas y plantas.

El nuevo seguro cubre además asistencia en viaje, con coberturas como traslados y repatriación, gastos de acompañante, equipaje, localización y salvamento o prolongación de viaje, entre otras; servicios de orientación en materia de dependencia (apoyo en gestiones administrativas) o apoyo psicológico; atención personal integral, etc.

Campus del Seguro crea una herramienta que informa a los distribuidores sobre su formación obligatoria

Campus del Seguro ha lanzado 'Profesor Greenfield', una herramienta que informa sobre la formación obligatoria del sector asegurador, para que directivos, empleados y colaboradores externos conozcan exactamente qué instrucción deben poseer. En total hay 61 combinaciones distintas de posible formación.

La nueva normativa de formación va a incorporar nuevos actores, nuevos requisitos de formación y nuevas categorías. Hay un tipo de formación distinta para quiénes asesoren, otra para quiénes informen y otra distinta para quiénes ni asesoren ni informen.

Para evitar la asignación de planes de formación erróneos e inadecuados y las posibles sanciones derivadas de ello, Campus del Seguro ha creado esta herramienta de información sobre la formación obligatoria de todas las personas que participan en la distribución de seguros y la pone en abierto en su web y sin coste alguno a disposición de todos los distribuidores de seguros que quieran utilizarla para consultar cuál es la formación, requisitos y demás aspectos de cada una de las personas que forman parte de sus equipos, ya sean directivos, empleados o redes externas.

Campus del Seguro ha creado una imagen de un personaje, un viejo profesor de pelo blanco que "lo sabe todo" y que va a responder siempre a las consultan que le haga en este sentido cualquier persona.

La herramienta 'Profesor Greenfileld' recoge 61 variables diferentes de la formación que deben realizar los directivos, empleados y colaboradores de: entidades aseguradoras y reaseguradoras, operadores de bancaseguros, corredores de seguros y correduría, agentes de seguros y agencias y de colaboradores externos.

La herramienta, en un primer paso, pide que se seleccione el distribuidor de seguros que es (aunque no es distribuidor, se ha incluido también la posible consulta para los colaboradores externos). Una vez elegido, le pregunta por el puesto o actividad que desempeña. Entonces, el 'Profesor Greenfield' le mostrará la información que se consulta sobre los siguientes parámetros

o aspectos: Nivel al que pertenece (1, 2 o 3); Cualificación formativa básica exigida por la norma para integrarse en dicho nivel; Número de horas de formación inicial; Número de horas en formación continua; Posible aplicación de "Reducción" del programa de formación inicial; Posible aplicación de 'convalidaciones' en el programa de formación inicial.

Asimismo, la herramienta informa de dos de las principales novedades:

a) Que los corredores (personas físicas) así como los "responsables de la distribución de seguros" de las correduría (antes "directores técnicos") con la nueva normativa de formación tienen que hacer un mínimo de 25 horas anuales de formación continua.

b) Que los colaboradores externos que únicamente "captan y/o presentan clientes" ya no tendrán que hacer ningún tipo de formación obligatoria.

Se recuerda que el corredor es responsable de la formación que se imparte. Además, el

centro autorizado para dar formación debe recibir la autorización de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones sobre los programas que se imparten.

En otro orden de cosas, Campus del Seguro ha formalizado un acuerdo por el que todos los distribuidores de seguros clientes de la plataforma online podrán adherirse sin coste a **Canal Ético del Seguro**, para poder cumplir con la nueva obligación que marca el nuevo RDL 3/2020 que establece en su artículo 199 que "los distribuidores de seguros y reaseguros deberán disponer de procedimientos adecuados para que sus empleados puedan notificar infracciones a nivel interno a través de un canal independiente, específico y autónomo, que podrán ser objeto de desarrollo reglamentario".

Por otro lado, Campus del Seguro ha abierto una nueva línea de servicios para sus clientes: 'Aulas Privadas', donde las aseguradoras, asociaciones de corredores y correduría de seguros clientes de la plataforma podrán colgar cualquier tipo de contenido formativo propio —cursos, presentaciones o cualquier documento— para el acceso exclusivo de sus empleados, socios y/o colaboradores, y Campus del Seguro les certificará esta formación para incluirla en sus correspondientes memorias de formación continua obligatoria.

Diversas aseguradoras (AXA, Markel, Preventiva y Reale Seguros) han lanzado nuevos cursos en la plataforma Campus del Seguro.

CPP Group Spain ejercerá como agencia de suscripción de Helvetia para Auto, Accidentes y Decesos

Tras recibir la aprobación por parte de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), desde octubre, **CPP Group Spain** pasa a ejercer como agencia de suscripción de **Helvetia Seguros** para la comercialización y distribución de seguros de Auto, Accidentes y Decesos.

Esta firma consolida su apuesta por la comercialización B2B2C y reconoce el valor de la flexibilidad de su oferta para ajustarse a las necesidades de cada cliente y garantizar a los socios de negocio unos óptimos beneficios de explotación.

Por otro lado, la aseguradora ha celebrado sus I Jornadas Financieras para los mediadores de la compañía que están orientados a la venta de Seguros Personales y a los empleados del área de Ventas.

Asimismo, Helvetia Seguros ha celebrado su Foro Virtual 2020, en el que han participado el Comité de Dirección de la compañía. En el encuentro, que ha tenido como lema 'Creando futuro juntos', se ha analizado la situación actual del sector y se ha explicado la estrategia comercial de la compañía y sus principales objetivos para este año, en el que se lanzará el nuevo Plan Estratégico 2021/2025.

DKV supera el millón de clientes de Salud

DKV ha superado, por primera vez en su historia, el millón de asegurados de Salud (1.008.189 clientes). La empresa consigue así, junto a los asegurados de otros ramos (Decesos, Hogar, Vida, etc.) llegar a 1.749.455 clientes.

Este año, DKV ha aumentado su captación de nuevos clientes, incrementando el volumen de asegurados un 24% con respecto al año pasado, superando ya en este momento los 100 millones de euros de nueva producción. La compañía confía en sobrepasar ampliamente los 700 millones de euros de facturación al finalizar el año, sin tener en cuenta los ingresos totales que ha tenido Marina Salud de enero a octubre que ascienden a 119.240.596,73 euros.

En la modalidad de Salud individual, el crecimiento de las ventas es del 45% sobre el mismo periodo (enero-octubre) del año anterior. En septiembre la compañía ya había alcanzado en lo que iba de año el crecimiento más importante de la historia de la aseguradora, a pesar de la situación provocada por la Covid-19.

Por otro lado, DKV ha firmado con la startup andaluza **Nubentos** un acuerdo por el que ambas empresas unen fuerzas para impulsar la digitalización del ramo de Salud.

La aseguradora se convierte en *early adopter* de la plataforma de Nubentos, que en 2021 publicará interfaces estándar HL7 FHIR para las soluciones de Salud Digital publicadas en su marketplace.

Con esta innovación, las instituciones del sector sanitario podrán integrar las innovaciones en Salud Digital una sola vez. Así, cualquier cambio en el proveedor, no requerirá de un nuevo esfuerzo de desarrollo, con el consiguiente ahorro en tiempos y costes.

Anna Echegaray, responsable de Innovación abierta y Desarrollo de Negocio de DKV, cree que "Nubentos es el partner ideal para ayudarnos a descubrir APIs que aporten valor a nuestros clientes y facilitar la integración".

En otro orden de cosas, DKV ha eliminado la solicitud de autorizaciones para muchos de los procedimientos diagnósticos y actos terapéuticos. Para finales del 2020, la aseguradora calcula que habrá eliminado el 25% de las autorizaciones vigentes hasta ahora. En caso de que sea estrictamente necesario pedir una autorización, la compañía dispone además del Plan Libera, que permite a los profesionales sanitarios hacer directamente la petición, a través del portal de profesionales sanitarios de la web.

Por otra parte, la aseguradora ha adoptado la plataforma digital de telerrehabilitación Rehub, de **Dycare**, como solución tecnológica para mejorar la asistencia a los usuarios de sus 1.400 centros de rehabilitación afiliados en toda España.

Gracias a ReHub, el fisioterapeuta puede crear un programa personalizado de rehabilitación para cada paciente y hacer un control progresivo de su evolución con datos reales y objetivos, a medida que va realizando los ejercicios propuestos. El paciente y el profesional están siempre conectados a través de un chat o videollamada, reduciendo significativamente el síndrome de

abandono del paciente y aumentando la motivación por seguir el tratamiento.

También ha creado un nuevo espacio digital 'DKV Omm' con contenidos y herramientas exclusivas para despertar la necesidad en las personas de cuidar de su bienestar emocional y educarlas; personalizar la solución según el estado emocional de las personas; proporcionar herramientas para la autogestión emocional; y acelerar el proceso hacia el bienestar emocional.

Por último, señalar que cuatro mujeres han sido promocionadas en DKV con nuevos cargos de responsabilidad dentro de la aseguradora que trabaja para la igualdad entre hombres y mujeres. Rosa Beltrán es directora de Talento; Teresa Martín-Pinillos dirigirá la nueva Unidad de Supervisión y Control del Fraude de Salud; Esther García es la nueva directora de Operaciones en el área Comercial; y Marta Andradas, adjunta a la Dirección General Comercial, se pone al frente de la gestión de la formación comercial.

La empresa tiene también un programa de mentoring de género, a través del cual, las mujeres directivas o con alto nivel de responsabilidad por su función/puesto mentorizan a jóvenes mujeres con potencial, con el objetivo de facilitar su desarrollo profesional y su acceso a puestos directivos.

DKV lleva muchos años trabajando y aplicando los conceptos de flexibilidad, actuación familiarmente responsable e igualdad, con el objetivo de dar un paso más allá y trabajar, implantar e integrar en su cultura el concepto de diversidad

Andrés Quiles, nuevo presidente de la Asociación de Jóvenes Profesionales del Seguro

La Asociación de Jóvenes Profesionales del Seguro (AJPS) ha anunciado la composición de su nueva Junta Directiva, en la que Andrés Quiles releva a Juan Antonio Martínez en el cargo de presidente de la asociación.

La Junta Directiva de la AJPS queda estructurada así: Andrés Quiles, Insurance Director de CoverWallet (a AON Company), ocupará la presidencia de la AJPS; Emmanuel Djengue, director de Innovación de la división de EMEA de RGAX, seguirá ostentando la vicepresidencia de la asociación; Cristina Vila, responsable de Transformación TelcoSeguros de Zurich España, toma posesión de la Secretaría General; Jaime Sánchez, Sales Operations and Strategy Lead Iberia en Willis Towers Watson, es el responsable de la Tesorería y de Expansión; Sandra Solano, Affinity & Partnership Head de Chubb Iberia, es vocal de Relaciones Internacionales; y Lola López, responsable de Marketing Corporativo de Inese, se hace cargo de la Comunicación, RRSS y RRPP.

Quiles ha presentado el plan a seguir por la asociación, basado en torno a seis ejes: la expansión nacional, diversidad e enclusión, AJPS Academy, Membreship, Relaciones Institucionales e Internacionales.

International SOS refuerza su presencia en España de la mano de Santalucía

International SOS refuerza sus servicios en los mercados español y portugués tras anunciar un nuevo acuerdo con **Santalucía**. Ambas compañías colaboran como socios en España, al mismo tiempo que crecen los negocios independientes de SOS Assistance España e International SOS.

Santalucía ha pasado a ser accionista único de SOS Seguros y Reaseguros, al adquirir el 25% restante de su capital social, tras la autorización de la Dirección General de

Seguros y Fondos de Pensiones. La aseguradora pasa a ser también, indirectamente, accionista único de SOS Assistance España.

A través de este acuerdo, International SOS se centra en atender las necesidades de las compañías españolas y portuguesas, con conocimientos prácticos, asesoramiento y asistencia para proteger su fuerza laboral global. De este modo, proporciona soluciones integradas a empresas, ONG, universidades e instituciones gubernamentales, creando una sólida propuesta de valor común y desarrollando continuamente soluciones innovadoras y orientadas al mercado.

Los clientes actuales seguirán teniendo acceso ininterrumpido a la red de International SOS, así como a los centros de asistencia a través de SOS Assistance España.

Por otro lado, Internacional SOS ha celebrado un encuentro virtual en colaboración con el **Colegio de Mediadores de Córdoba, Huelva y Sevilla** sobre 'Perspectivas para los próximos viajes', en el que los especialistas de la aseguradora ofrecieron una visión médica global de la Covid-19, las principales preocupaciones de las empresas y cómo el seguro de Asistencia en Viaje se ha adaptado a las nuevas necesidades.

La compañía monitoriza de forma permanente la situación a través de fuentes oficiales, fiables y reconocidas, así como las herramientas con las que cuenta la entidad para ofrecer a sus clientes asesoramiento sobre los lugares de destino.

Campus Asegurador estrena instalaciones

La **Escuela de Seguros Campus Asegurador** ha inaugurado su nuevo centro de formación totalmente accesibles con más de 500 metros cuadrados con aulas equipadas con las últimas tecnologías.

Todas las aulas están preparadas para impartir formación con conexión a Internet. También se ha habilitado una sala de videoconferencias con una pantalla gigante. Las nuevas instalaciones de Campus Asegurador se ubican en la ciudad asturiana de Gijón, en la calle Azcárraga número 16.

AIG forma a sus mediadores para afrontar los siniestros medioambientales

José Luis Lorenzo, director de Responsabilidad Medioambiental de AIG Iberia, advierte que las exposiciones medioambientales de las empresas "son mayores en estos momentos, ya que están llevando a cabo sus actividades bajo circunstancias excepcionales, distintas a las habituales".

Lorenzo realizó esta reflexión en el transcurso de un seminario virtual sobre Responsabilidad Medioambiental organizado por el Club del Mediador de AIG. Además, subrayó la necesidad de que los asegurados sean plenamente conscientes de sus riesgos y exposiciones para poder transferirlos de una forma adecuada.

Francisco Javier Pallero, suscriptor senior y responsable del producto para el mercado medio, recordó que "quien contamina paga, repara y devuelve el bien natural dañado a su estado original". Además, se contempla una Garantía Financiera Obligatoria para hacer frente a la responsabilidad medioambiental inherente a la actividad de las empresas. Esta garantía se puede realizar por: un aval concedido por una entidad financiera, un fondo o reserva técnica o la contratación de un seguro. A aquellas empresas que no estén obligadas a suscribir la Garantía Financiera, "no se les exime de la responsabilidad medioambiental, que sigue siendo objetiva e ilimitada", señaló Pallero.

Alejandra Redondo, responsable de Siniestros Medioambientales de AIG Iberia, puso de relieve la importancia de que una póliza de protección medioambiental forme parte del Programa Global de seguros de cualquier empresa sujeta a un riesgo de carácter ambiental. Algo de lo que son conscientes "las grandes empresas, pero no el mercado medio y pequeño". En 2019 hubo un 11% más de sentencias condenatorias por delitos medioambientales que en 2018.

Por su parte, Luis Molinelli, socio de EHS Techniques, aconsejó prevenir los siniestros y actuar con rapidez una vez que ocurren, contar con asesoramiento de expertos y tener un plan de contingencias para gestionarlos, conocer los antecedentes de la empresa que se va a asegurar y reportar e investigar antes de reparar, además de "actuar con cabeza" para no ampliar la extensión de los daños.

En otro orden de cosas, en un evento sobre Ciberriesgos organizado por la aseguradora, se comentó que el mercado de Ciber está teniendo este año un crecimiento más moderado, dado que en marzo se pararon las compras. Sin embargo, los hackers han aprovechado los momentos de incertidumbre que estamos viviendo para incrementar sus ataques y eso ha provocado un aumento de las búsquedas tras la parálisis inicial. El aumento de la siniestralidad provocará la revisión de los límites máximos y de las primas de las renovaciones, además de una segmentación de las tasas para adaptarlas al nivel de madurez cibernética de cada compañía y una disminución de los límites primarios.

AIG ha creado un paquete para pymes, que incluyen formación, análisis de vulnerabilidades, facilitar la tramitación de siniestros y simplificación de los condicionados. De cara a este año, se auguró que las colocaciones y las renovaciones serán más complicadas. Se ha detectado un importante incremento de las cuantías económicas de los ataques de ransomware, así como la sofisticación y personalización de los mismos, con robo de información.

Europ Assistance nombra a Juan Luis Cavero CEO en España

Juan Luis Cavero es el nuevo CEO de la filial de Europ Assistance en España desde el 1 de enero de 2021.

Cavero es Ingeniero Superior Naval por la Universidad Politécnica de Madrid y ha desarrollado prácticamente toda su carrera profesional en el sector asegurador, ocupando diversas posiciones de responsabilidad en Generali España, donde durante los últimos 7 años ha ocupado la posición de director general comercial. Sustituye en el cargo a Juan Carlos Guzmán quien seguirá manteniendo sus funciones de CEO de la Región Iberia & Latam hasta mediados de 2021, cuando accederá a su jubilación.

Por otro lado, Europ Assistance ha llegado a un acuerdo con Spain Holiday, por el que la plataforma ofrece el seguro 'Easy Rent' de estancias vacacionales para todos sus alojamientos turísticos.

Desde la aseguradora se destaca que con este producto se sustituye el depósito/fianza de seguridad que se cobra a los inquilinos y los trámites que esto conlleva; el inquilino contrata el seguro por una pequeña cantidad quedando cubierto de los posibles daños accidentales; y el propietario tendrá la tranquilidad de que la aseguradora hará frente a los daños en su vivienda.

CIMA concentrará en su nueva web la información sobre EIAC

El proyecto CIMA (Conectividad e Innovación para la Mediación Aseguradora) ha presentado su nueva web, más actualizada, ágil, sencilla de utilizar y amigable, que incluye entre sus funcionalidades el acceso al portal de servicios relacionados con el intercambio sectorial de información bajo estándar EIAC.

La web ofrece además del acceso al portal de servicios, información sobre el propio estándar para el intercambio de datos entre aseguradoras y corredores, acceso a la web de soporte a futuros clientes, e información sobre eventos y actividades que se produzcan en este ámbito.

CIMA se encuentra en una fase de pruebas piloto, intercambiando información real de pólizas, recibos, siniestros y liquidaciones entre aseguradoras, empresas de software y corredores con soluciones propias, con la intención de, una vez finalizada esta fase, pueda ofrecer sus servicios a partir de enero de 2021 a todo el sector.

Sham aborda el impacto jurídico de la Covid-19 en la cobertura de RC Médica

Sham ha celebrado una nueva edición de su Jornada REShE Jurídico-Legal, en la que ha reunido en forma virtual a expertos del sector jurídico y sanitario para profundizar en las enseñanzas de la crisis del coronavirus, su influencia en el RC y el análisis de futuros escenarios de responsabilidad sanitaria.

El secretario general del Sermas, Antonio López, puntualizó que, "por el momento, el número de reclamaciones no ha sido especialmente llamativo. Dentro de las posibles reclamaciones que se presenten en un futuro, es esencial verificar a quién es imputable los actos que se reprochan".

Por su parte, Rafael Gomàriz i Parra, Cap de l'Assessoria Jurídica Servei Català de la Salut (CatSalut), habló de los posibles escenarios de responsabilidad que pueden surgir motivados por la Covid-19.

Con el fin de debatir sobre la mejor forma de abordar el presente y el futuro de las reclamaciones por Covid, así como sus consecuencias en el seguro de Responsabilidad Civil médica, la jornada contó con una mesa redonda moderada por Mª Jesús Hernando, responsable de Siniestros Judiciales de Sham en España, en la que han participado Iñigo Cid-Luna, abogado de Dac Beachcroft; Bernardo Ybarra, abogado de Muñoz Arribas Abogados; y Javier Moreno, abogado de Moreno Boj & Equipo.

En ella se dijo que "estamos en un momento muy incierto, tenemos que ver hacia dónde van llegando estos escenarios de reclamación pues aún estamos en el punto en el que se están tratando de delimitar las responsabilidades de las autoridades sanitarias. Por otro lado, en cuanto a la responsabilidad de la patronal, cabe resaltar que existen más de 83.000 casos de sanitarios contagiados, lo que supone un 5,34% de contagios. Eso de cara al seguro de Responsabilidad Civil pone en cobertura de las pólizas algo que no se preveía y que tiene una incidencia mucho mayor de la que se podría esperar".

La sentencia del Tribunal Supremo del 20 de octubre de 2020 admite el recurso de casación presentado en el que estipula que los demandantes no pueden pretender una doble cobertura del daño, a modo de un inexistente coaseguro, al margen de las relaciones contractuales existentes entre tomadora responsable y aseguradoras.

Va a ser clave valorar si con la gestión de la pandemia ha habido una agravación del riesgo exógeno que, de acreditarse, sería imputable a la administración.

Por otro lado, Sham ha resultado adjudicataria del concurso público para la contratación del seguro de Responsabilidad Civil y patrimonial del Servicio Madrileño de Salud (Sermas). La póliza, mediada por **Willis Towers Watson**, entró en vigor el 3 de noviembre para cubrir la responsabilidad en el ejercicio de las funciones de los profesionales y los centros sanitarios de Sermas, y se extenderá hasta mayo de 2022.

Zurich ofrece nuevas coberturas para negocios y autónomos por el teletrabajo

Zurich Seguros ha ampliado las coberturas de sus pólizas para la protección de los equipos informáticos usados para trabajar desde casa y también para los accidentes laborales que tengan lugar en el domicilio de los empleados del asegurado. Además, ha relanzado la póliza 'Dúo', que permite asegurar al mismo tiempo el hogar y el negocio.

Por un lado, la ampliación de las coberturas de las pólizas para comercios de Zurich permite incluir la protección de los equipos informáticos usados para el teletrabajo. También se amplía la cobertura de los accidentes laborales que tengan lugar en los domicilios de los empleados de los asegurados que teletrabajan. Asimismo, incluye el servicio de reposición de archivos electrónicos para ayudar a recuperar los documentos perdidos en caso de un fallo del equipo por una sobretensión.

Para aquellos negocios que se han visto obligados a reinventarse, Zurich incluye la cobertura de entregas a domicilio bajo el paquete de Comercio Digital, cubriendo así las posibles reclamaciones por daños durante las entregas. Además, amplía la cobertura de robo, cubriendo el robo de metálico (hasta la suma asegurada), entre entregas o de camino al banco, si la persona ha recaudado el dinero en las entregas.

Por otro lado, Zurich ha relanzado su Pack Dúo. Se trata de una póliza que permite asegurar la casa y el negocio, combinando las coberturas de los seguros de Comercio y Hogar en un producto, donde se han incorporado nuevas actividades como gestorías, notarías y asesorías, academias y escuelas, clínicas, peluquerías

La póliza incluye la responsabilidad civil derivada de los posibles siniestros producidos en el ámbito laboral y privado, incluidas las reclamaciones por el uso de vehículos de movilidad personal (bicis, patinetes, etc. pero no vehículos a motor). También incluye

los robos o daños en objetos personales que se encuentren en el despacho o el resto de la vivienda (muebles, ropa, joyas, etc.) así como el mobiliario de exterior.

Codeoscopic adquiere Sacs para ofrecer al corredor servicios de tramitación de siniestros

Codeoscopic ha ampliado su estructura corporativa con la adquisición de Sacs, plataforma que comercializa servicios administrativos, periciales y auxiliares para los corredores de seguros.

Sacs ofrece al mediador la posibilidad de externalizar todas aquellas funciones operativas que tienen que ver con la tramitación de siniestros.

Allianz Seguros entra en el ramo de Decesos

Allianz Seguros ha creado su nuevo seguro de Decesos que, además de los tradicionales servicios de este tipo de pólizas, incluye soluciones como el borrado de la huella digital, el testamento vital y notarial o la asistencia psicológica telefónica a los familiares tras un fallecimiento.

Tiene cinco modalidades que permiten a cada cliente seleccionar aquel producto que mejor se ajusta a sus necesidades: esencial, completo, extra, total, y repatriación (en caso de fallecimiento, de personas de nacionalidad diferente a la española o doble nacionalidad residentes en España).

El nuevo producto Allianz, en el que Preventiva Seguros actuará como socio reasegurador y prestador de servicio, permite incorporar a familiares a la póliza. Incluye la solución a las tradicionales diligencias que hay que afrontar (prestación del servicio de decesos ante fallecimiento de los asegurados, gestiones y gastos necesarios para el traslado de los restos mortales o repatriación, si fuesen necesarios…) y además proporciona apoyo y cobertura al entorno y familiares del asegurado cuando ocurre el fallecimiento con servicios de asistencia en la vida diaria, auxiliar a domicilio o asistencia personal para el cónyuge o pareja de hecho; auxiliar a domicilio para el cuidado de los hijos menores de 16 años o discapacitados; auxiliar a domicilio para cuidado de los ascendientes de primer grado o cuidado de animales domésticos, entre otros. Asimismo, garantiza la cobertura de servicios jurídicos para los interesados en lo relativo a gestiones ante organismos públicos por fallecimiento o asesoramiento legal en relación con el fallecimiento, entre otros.

Dentro del seguro de Decesos de Allianz se incluye la cobertura de asistencia en viaje, una garantía de tranquilidad para cuando los asegurados emprendan un viaje. La póliza contempla, entre otros conceptos, los gastos de ambulancia precisos para trasladar al asegurado desde el lugar de un eventual accidente en España hasta el centro médico más cercano, repatriación sanitaria en caso de accidente o enfermedad grave ocurridos fuera del país, el traslado y el reintegro de los gastos de estancia y manutención del acompañante designado por el asegurado…

También incluye un servicio de bienestar familiar, consejo médico 24 horas, segunda opinión médica, video consulta y chat médico. Además, se contemplan coberturas de hospitalización, el pago de un subsidio por intervención quirúrgica. En caso de intervención quirúrgica del asegurado, la compañía garantiza el pago del subsidio diario, durante un máximo de 90 días.

En otro orden de cosas, Allianz ha celebrado la V edición del Club Financiero en la que se habló de las tendencias y la evolución del ahorro en España, la situación de la economía mundial, macrotendencias de mercado, y se ahondó en el posicionamiento, estrategias y resultados de los fondos de inversión, con especial foco en los que se ofrecen en el unit linked Allianz Fondo Vida.

Jorge García, nuevo Chief Sales & Distributor Officer de Generali Seguros

Desde el 1 de noviembre de 2020, Jorge García es el nuevo Chief Sales & Distributor Officer de Generali en España en sustitución de Juan Luis Cavero.

Jorge García se incorporó al Grupo Generali en 1996 y desde 2019 desempeña el cargo de Head of Global Health and Accident. Es licenciado en Ciencias Económicas, especialidad actuario, por la Universidad del País Vasco y cuenta con un Master en Dirección de Empresas de Seguros por ICEA.

Desde su nueva función, coordinará una de las principales redes de mediadores del sector asegurador español compuesta por más de 5.000 profesionales y 1.600 agencias y sucursales en todo el territorio nacional.

Por otro lado, la aseguradora ha puesto en marcha su campaña para fomentar el ahorro privado a través de incentivos de hasta el 5% mediante bonificaciones que se recibirán en efectivo o con aportaciones al propio plan.

Asimismo, Generali ha desarrollado un Planificador Financiero que permite a sus mediadores diseñar el programa de ahorro e inversión que mejor se adapta a las características de cada cliente, atendiendo características como la edad, la composición familiar, su nivel de ingresos, su patrimonio, su cultura financiera y su perfil inversor.

En otro orden de cosas, la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) ha realizado una encuesta para determinar cuáles son los seguros de Salud mejor valorados entre los usuarios y el producto de Generali es uno de los que mejores opiniones registra. Este producto también destaca por las coberturas sanitarias y la calidad de los servicios sanitarios.

Asisa descuenta el 50% de la prima del primer año del seguro 'Vida Tranquilidad' en Black Friday

Asisa Vida realizó una campaña comercial coincidiendo con el Black Friday y del 23 al 29 de noviembre, con la contratación del seguro 'Asisa Vida Tranquilidad' se obtenía una bonificación del 50% en la prima correspondiente al primer año.

Este seguro se podía contratar con un capital único de 85.000 euros de indemnización en caso de fallecimiento o invalidez permanente absoluta (IPA).

Con esta iniciativa, Asisa Vida pretendía acercarse a los clientes más jóvenes, adaptando su oferta a las nuevas tendencias de consumo y ofreciéndoles productos específicos y muy competitivos para garantizar su tranquilidad y la de sus familias.

Por otro lado, Asisa Dental ha ampliado su red de clínicas propias en la provincia de Alicante con la apertura de un nuevo centro en Torrevieja. Con esta apertura, la compañía ya cuenta con cuatro clínicas propias en la provincia alicantina.

La Línea Cesce de Avales y Circulante para pymes se incrementa hasta los 500 millones

La línea de avales y circulante para pymes, midcaps y empresas no cotizadas de Cesce, operativa desde hace siete años, ha elevado su dotación en 100 millones de euros, un incremento que deja su presupuesto total en 500 millones de euros.

Esta ampliación se aprobó el 23 de octubre en la CDGAE (Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos) y se suma al paquete de medidas anunciado por el Gobierno con la aprobación del "Real Decreto-ley 34/2020, de 17 de noviembre, de medidas urgentes de apoyo a la solvencia empresarial y al sector energético, y en materia tributaria". Las operaciones incluyen coberturas en las modalidades de Avales, Seguro a Emisores, Fianzas a Exportadores y Créditos de Circulante y están asociadas a contratos internacionales de pymes y empresas no cotizadas.

Por otra parte, la aseguradora ha puesto en marcha la segunda fase de la línea de ayudas por la Covid-19, dotada, igual que la primera fase, con 1.000 millones de euros.

La línea Cesce Covid19, una línea extraordinaria de cobertura de créditos de circulante (dotada con 2.000 millones de euros, articulados en dos tramos de 1.000 millones de euros cada uno), fue una de las medidas de apoyo a las empresas incluidas en el Real Decreto-ley 8/2020 del Gobierno, el 17 de marzo 2020, para hacer frente a los efectos económicos y sociales derivados de la pandemia, a comienzos del confinamiento.

Por otro lado, las empresas que no encuentran cobertura en el mercado privado para los riesgos derivados de sus exportaciones pueden solicitar a Cesce la cobertura de sus riesgos a corto plazo por cuenta del Estado. Así lo ha autorizado la Comisión Europea, que ha extendido hasta el próximo 30 de junio de 2021 el período en el que los aseguradores estatales de la UE podrán aplicar estas coberturas.

La autorización se refiere a los riesgos considerados negociables, es decir, los riesgos comerciales y políticos con un período de riesgo de hasta dos años, con respecto a compradores públicos y no públicos, en los países de la Unión Europea, Reino Unido, Australia, Canadá, Islandia, Japón, Nueva Zelanda, Noruega, Suiza y EE.UU.

Estas coberturas estaban prohibidas desde el 1 de enero de 2013 pero, con motivo del Covid-19, la Comisión adoptó medidas de ayuda estatal, dentro del Marco Temporal. Entre ellas se encuentra la anulación temporal de dicha prohibición a partir del 27 de marzo de 2020 y hasta finales de este año, y la última revisión del Marco Temporal ha ampliado su período de vigencia hasta el 30 de junio de 2021.

En otro orden de cosas, la aseguradora reivindica la importancia de la prevención e información frente a los impagos. Identificar amenazas con antelación, gestionar de manera eficiente la incertidumbre, protegerse frente a los impagos y contar con un plan de contingencia eficaz son algunos de los consejos que han dado los expertos que participaron en el debate 'Gestionando el riesgo con propósito', organizado por APD en el marco de su I Congreso Internacional Digital de Directivos y patrocinado.

Juan Miguel Estallo, nuevo director ejecutivo de Liberty

Liberty Seguros ha nombrado a Juan Miguel Estallo nuevo director ejecutivo y supervisará la operación West European Market, que incluye España, Portugal, Irlanda e Irlanda del Norte, reemplazando a Tom McIlduff.

Durante sus trece años de carrera en Liberty Seguros, Estallo ha ostentado diferentes responsabilidades, formando parte del equipo ejecutivo desde el año 2013.

Por otro lado, la aseguradora ha celebrado la tercera edición de su Customer Experience Week, un evento en el que la compañía pone el foco en su compromiso con los clientes, mediadores y socios y hace partícipe a todos sus empleados de su propósito corporativo: ayudar a las personas a disfrutar el presente y mirar con confianza al futuro.

En esta edición, la figura del mediador ha sido especialmente relevante y ha contado con actividades dirigidas a compartir *best practices* y experiencias vividas durante estos meses de pandemia, que han condicionado la experiencia de los clientes en este y otros sectores. Otra novedad fueron las *'Broker stories'*, donde el equipo comercial ha compartido cómo ha seguido acompañando a los mediadores de forma 'virtual'.

Un año más, se organizaron las 'CX Talks', donde mediadores, partners, socios, expertos de otros sectores y empleados reflexionaron sobre su trabajo en la experiencia de los clientes y compartieron *best practices* sobre cómo han estado cerca de ellos.

Santalucía crea un fondo para gestionar activos privados de la mano de Altamar Capital

Santalucía refuerza su estrategia de inversión en activos privados con la creación de un fondo de capital riesgo que le permitirá acceder, de manera eficiente y diversificada, a las mejores oportunidades de inversión globales en esta tipología de activos, de la mano de Altamar Capital Partners.

El vehículo 'Santalucía Inversiones Alternativas, F.C.R.', ya registrado en la CNMV, invertirá en las estrategias de Private Equity, Venture Capital, Real Estate, Infraestructuras y Deuda Privada, mediante una selección de gestoras consolidadas con demostrada capacidad para obtener, de forma recurrente, rentabilidades atractivas con baja volatilidad. Estará gestionado por Altamar Private Equity SGIIC SAU y su estrategia estará en línea con la política de inversión de Santalucía, para formar una cartera equilibrada en términos de rentabilidad-riesgo, diversificada por añadas, tamaños de empresas y geografías, con mayor peso en los mercados de Estados Unidos y Europa.

Hiscox incorpora la firma digital en la plataforma online de sus corredores

Hiscox ha implementado, y ya está operativo, el proceso de firma digital dentro de My Hiscox, su plataforma online para corredores con la que cotizar, emitir y gestionar pólizas.

Aquellos corredores o correduría que deseen utilizar la firma digital con sus clientes deben estar registrados en https://myhiscox.es. Una vez que estén emitiendo la póliza, deben seleccionar el apartado 'firma digital', para lo cual es obligatorio rellenar un formulario. El proceso terminará cuando el cliente firme la póliza antes de las 96 horas siguientes a su emisión, introduciendo un código que recibirá por SMS en su móvil.

Esta implementación de la firma digital forma parte de la estrategia de digitalización e innovación que ha puesto en marcha Hiscox para facilitar el día a día de sus corredores, con acciones como el lanzamiento de su nueva web en formato *responsive* y totalmente renovado, mejorando la navegabilidad de sus contenidos.

En la nueva web, los corredores podrán acceder de manera más intuitiva a materiales de apoyo a la venta, como consulta de productos y documentos o notificaciones de siniestros, así como a una serie de contenidos informativos sobre la compañía o tendencias de los ramos especializados en los que Hiscox opera, que se actualizan semanalmente. Además, facilitará a los mediadores el acceso a todas las formaciones que ofrece la compañía bajo su programa de formación 'Campus Hiscox'.

Por otro lado, la aseguradora, con motivo del Black Friday lanzó una campaña en la que se incluía la cobertura adicional de suplantación de identidad en su producto 'Hiscox CyberClear 360º' de forma automática y gratuita la última semana de noviembre.

Además, para fomentar la concienciación en ciberseguridad, la compañía aumentó el número de los usuarios por asegurado que pueden acceder a su plataforma de formación en ciberseguridad, 'Hiscox CyberClear Academy'.

En otro orden de cosas, la información publicada por la aseguradora sobre los datos de su departamento de siniestros en los mercados estadounidense, europeo y británico, entre abril y junio de 2020, revela el impacto inmediato y continuado de la Covid-19 en los siniestros ciber. El fraude financiero aumentó un 67% en todo el mundo respecto a los primeros meses del año, durante el segundo trimestre. Específicamente en el mercado europeo, en el que se incluye España, se registraron tres veces más siniestros por robos financieros que entre enero y marzo.

Por otro lado, los ataques de ransomware afectaron sobre todo a las grandes organizaciones. Además, en los meses de comienzo de la pandemia aparecieron también nuevas cepas, donde destaca Dhama que ha sido el ransomware que más incidentes ha provocado en los mercados analizados entre abril y junio, junto a Snatch, Maze, LockBit y Medusa.

El Grupo Catalana Occidente gana 225,1 millones hasta septiembre, un 33,3% menos

El Grupo Catalana Occidente ha obtenido un resultado consolidado de 225,1 millones de euros en los nueve primeros meses del año, un 33,3% menos que el mismo periodo del año anterior. Este descenso se justifica por el impacto de la menor actividad económica por el Covid-19 en el seguro de Crédito. No obstante, el volumen de facturación aumenta un 1,4% hasta los 3.475,6 millones de euros debido al negocio tradicional (con Antares).

El resultado recurrente del negocio tradicional (Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros, Seguros Bilbao y NorteHispana Seguros) mejoró un 10,1% entre enero y septiembre de 2020 hasta los 194 millones de euros, mientras que el volumen de negocio (total de primas facturadas) aumenta un 6,3% en tasa interanual hasta los 2.051,8 millones de euros.

En esta evolución destaca la subida en Multirriesgos (+3,9%) y en Salud por la incorporación de las primas facturadas en el negocio de Antares. En lo que se refiere al seguro de Crédito (Atradius Crédito y Caución, y Atradius Re), el resultado recurrente alcanza los 42,5 millones de euros, un 76,3% menos respecto al obtenido en el tercer trimestre del año pasado. Asimismo, el volumen de negocio del seguro de Crédito disminuye un 4,8%, hasta los 1.423,8 millones de euros.

Los recursos permanentes a valor de mercado durante los nueve primeros meses del año bajan un 1,2% respecto al cierre de 2019 hasta los 4.527,9 millones de euros. Este descenso responde principalmente a la evolución de los mercados financieros. Por su parte, los fondos administrados se sitúan en los 14.520,3 millones de euros.

Por otro lado, el Grupo Catalana Occidente pone a disposición de sus clientes de Autos a todo riesgo el servicio de peritación a domicilio. Tras declarar los daños del coche, el perito se desplazará al lugar acordado para realizar su valoración.

La empresa de movilidad compartida Lime ha desembarcado en España de la mano de Allianz Partners, con la que ha firmado un acuerdo estratégico global. La colaboración de ambas entidades supone un paso más hacia una micromovilidad más segura.

Allianz Partners acompaña a la empresa de micromovilidad Lime en su desembarco en España

Ambas entidades han lanzado conjuntamente un programa completo de coberturas que provee a los usuarios de Lime, de manera automática, un seguro de Accidentes personales y otro contra terceros, sin ningún coste añadido.

El seguro de uva de vino crece un 28% en el último lustro

La producción asegurada de uva de vino en España ha crecido un 28% en el periodo 2015-2019 (campañas 2016-2020) hasta superar los 3,2 millones de toneladas en 2019, con un valor de producción superior a los 1.100 millones de euros.

Según los datos recogidos por **Agroseguro**, la superficie vitivinícola protegida por el seguro Agrario ha aumentado un 25% en los últimos cinco años, superando las 473.000 hectáreas en la última campaña. El número de pólizas suscritas para la cosecha recién terminada fueron 31.390, casi 5.000 más que en 2015.

Aunque Castilla-La Mancha posee la mitad de la producción nacional asegurada, con 1,7 millones de toneladas y un incremento del 22% en el periodo estudiado, los mayores incrementos se han producido en el País Vasco (+111%), La Rioja (+65%) y Castilla y León (+49%).

Las indemnizaciones a viticultores asegurados en los últimos cinco años suman 224,3 millones de euros, con una media de siniestros superior a los 13.200 anuales. Las heladas del invierno y la primavera dejaron en este periodo 86,2 millones de euros en daños.

En otro orden de cosas, Agroseguro cerró el mes de octubre con un aumento del 7% en la contratación de pólizas del seguro Agrario, respecto a 2019. La superficie asegurada ha aumentado un 47% hasta superar los 4,6 millones de hectáreas y la producción asegurada rebasa los 30 millones de toneladas, un 18% más.

Por otro lado, Agroseguro ha abonado 18,2 millones de euros a los agricultores de Extremadura afectados por las tormentas de octubre y septiembre, que dejaron daños en un total de 12.332 hectáreas de cultivos de tabaco, tomate y pimiento.

Por último, desde Agroseguro se informa que, después de 18 años formando parte del equipo de la entidad como técnico del departamento de Estudios, Almudena Guijarro es la nueva jefa del departamento de Estudios de la aseguradora.

DAS Seguros mantiene su apuesta por la mediación

DAS Seguros cerró 2020 manteniendo su firme apuesta por el canal de mediación. Una de estas líneas de apoyo es mantener una plena colaboración con los Colegios de Mediadores de Seguros Provinciales.

"El canal de mediación para DAS es por excelencia nuestro canal, ya que es altamente significativo y de relevancia para nuestros intereses como entidad especialista de Defensa Jurídica, que precisa de un profesional independiente que sepa identificar las necesidades de los clientes y conoz-

ca la propuesta de valor de los productos de DAS Seguros", ha comentado Adolfo Masagué, director comercial de DAS Seguros.

Aegon procesa un 15% de las peticiones de sus clientes a través redes sociales

Aegon ha puesto en marcha un servicio de atención al cliente a través de sus redes sociales y de Whatsapp para consultas, autorizaciones y cualquier trámite administrativo. Estas dos nuevas herramientas están gestionadas directamente por el canal de Atención al Cliente, dando soluciones en tiempo real a los clientes. Estos servicios acumulan ya un total de 10.000 consultas desde su inicio, suponiendo hasta un 15% de las peticiones de sus clientes en el caso de Whatsapp.

Además, el NPS (Net Promoter Score), una herramienta que mide la lealtad de los clientes basándose en recomendaciones, lo califica con 54 puntos y una satisfacción de canal de 4,5 sobre 5.

Tan pronto como un cliente realiza una consulta través de un comentario o mensaje privado a través de cualquiera de las plataformas sociales de Aegon (Facebook, Twitter, Instagram o Whatsapp), el servicio las clasifica según la temática del asunto o problema del cliente para que los equipos especializados den la respuesta y/o solución lo antes posible. Las respuestas se dan directamente mediante el mismo canal, pudiendo derivarse a otros en función de la necesidad. Además, se mantiene un control de todas las interacciones con los clientes, a través de fichas individualizadas que registran todas las tramitaciones, hiladas por casos con independencia de los canales utilizados.

Arag lanza un spot dirigido a sus mediadores

Arag ha realizado un nuevo spot que habla sobre la necesidad de adaptarse a los continuos cambios que van sucediendo en nuestra sociedad para continuar siendo vigentes. Con el lema 'Mediadores, a vuestro lado, siempre', recalca la importancia que tienen los corredores para la compañía y la voluntad de ésta de continuar dándoles soporte y escuchando sus necesidades.

Dar soporte a los mediadores de seguros es la prioridad de la compañía. La aseguradora atiende sus peticiones e intenta acercarse lo máximo posible a sus intereses. En el futuro, apuntan desde Arag, "seguiremos reforzando nuestras plataformas de atención e impartiendo cursos de formación y seminarios para la mediación, apoyando su desarrollo digital con consultorías hechas a medida y prestando servicios administrativos".

Caser protege a los pequeños comercios ante contagios por Covid

Caser Seguros ha incorporado a su seguro para Comercios una cobertura especial de ayuda Covid-19, gratuita para los asegurados. La compañía busca así apoyar a los autónomos y propietarios de pequeños comercios con una solución aseguradora que facilite la continuidad de sus negocios en momentos tan complejos como el actual. Para poder beneficiarse de ella es necesario activarla en la web caserconloscomercios.es.

Se ofrece cobertura en los casos en los que se enferme por coronavirus. En concreto, la ayuda Covid-19 cubrirá hasta un máximo de 15 días de baja médica (tanto propia, como de los empleados) y estará disponible para comercios de hasta 12 trabajadores con una cuantía de 30 euros diarios por baja, protegiendo así al asegurado y a sus empleados en caso de un diagnóstico positivo de la enfermedad.

Será necesario presentar PCR, test serológico o prueba médica de similares características que acrediten la enfermedad, así como parte de confirmación de baja junto al modelo TC-2 de la Seguridad Social o documento oficial acreditativo.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha renovado su seguro 'ReMoto' con un dispositivo de seguridad vial que contribuye a salvar la vida del motorista y que surge para dar respuesta a las necesidades y dificultades de los moteros en caso de accidente.

Asimismo, 'Caser ReMoto' incluye coberturas específicas para moteros como indemnización en casco y vestimenta, talleres de libre elección, grúa motera, moto de sustitución, protección para la persona que viaja de paquete y asistencia sanitaria ilimitada para el conductor.

AXA XL lanza un servicio de evaluaciones de riesgos de las ubicaciones de las empresas

AXA XL Risk Consulting ha lanzado 'Risk Scanning', un nuevo servicio de evaluación de riesgos de las ubicaciones físicas de la empresa, combinando la experiencia de los consultores de riesgos de la aseguradora junto con la extracción de datos y los algoritmos de probabilidad.

'Risk Scanning' permite a los gerentes de riesgos evaluar las instalaciones de la empresa por región, país o riesgo, con el objetivo de comprender mejor sus exposiciones e implementar medidas de gestión y transferencia de riesgos que se adapten con precisión a sus necesidades.

El seguro de Vida estabiliza el ahorro bajo gestión al tercer trimestre

Las aseguradoras gestionaban 238.721 millones de euros de sus clientes a cierre de septiembre. Prácticamente lo mismo que un año atrás. Si se compara con el dato del pasado diciembre, esta cifra representa un descenso del 0,94%.

De esa cantidad, 192.887 millones corresponden a productos de seguro. Es decir, un 0,87% menos que hace 12 meses y un 1% menos que en enero. Los restantes 45.835 millones constituyen el patrimonio de los planes de pensiones cuya gestión ha sido encomendada a aseguradoras. Esta última cuantía es un 1,93% superior a la anotada el ejercicio anterior por estas mismas fechas, pero, al mismo tiempo, es un 0,72% menor que la cifra de cierre de 2019.

Los seguros unit-linked son los que registran un comportamiento más positivo en términos interanuales. Aumentan el patrimonio bajo gestión un 5,5%, hasta los 14.541 millones. Les siguen los seguros individuales de ahorro a largo plazo (Sialp). Estas pólizas movían 4.354 millones al acabar septiembre y crecen un 2,56% de un ejercicio para otro. Mientras tanto, los planes individuales de ahorro sistemático (PIAS) se mantienen estables cuando se comparan los datos del tercer trimestre con los de un año atrás.

La paralización de la actividad económica por la pandemia del coronavirus se ha hecho sentir en la evolución del negocio de vida. Muchas líneas de negocio han reducido el ahorro bajo gestión desde que comenzó el año. Los descensos más pronunciados en los primeros nueve meses se han dado en la transformación de patrimonio en rentas vitalicias (-6,05%), así como en los capitales diferidos (-2,60%), en planes de previsión asegurados (-2,30%) y en las rentas vitalicias y temporales (-1,1%).

Los ingresos por primas del negocio de Vida riesgo se situaron en 3.719 millones de euros. Es decir, prácticamente lo mismo que un año atrás.

Unión Alcoyana analiza con su red de mediadores los retos que plantea la Covid-19

Unión Alcoyana Seguros ha analizado con los mediadores los principales retos que la situación actual plantea al sector asegurador.

Agentes y corredores han tenido la oportunidad de compartir con Enrique Jorge Rico, consejero delegado de la entidad, las inquietudes y preocupaciones que la situación actual les provoca, así como analizar las acciones, tanto de presente como de futuro, que se están tomando desde la compañía.

CNP Partners incorpora criterios de inversión socialmente responsable

CNP Partners ha actualizado las políticas de inversión de los planes de pensiones comercializados por la sociedad de valores **Tressis** para incorporar criterios de inversión socialmente responsable.

De esta manera, los planes pasan a denominarse 'Tressis Plan de Pensiones Cartera Sostenible Equilibrada' y 'Tressis Plan de Pensiones Cartera Sostenible Crecimiento'.

Además de criterios financieros, los planes de pensiones tendrán en cuenta para la inversión en activos la protección del medioambiente, la reducción de la producción de armas, la protección de la salud, el trato fiscal igualitario y la protección de los derechos humanos.

La agencia de suscripción **Synergy Insurance Solutions** ha nacido de la mano de **Musaat** para dar a los corredores una solución aseguradora para la Construcción.

Nace Synergy, agencia de suscripción especializada en seguros para la Construcción

"Synergy Insurance inicia su andadura con el seguro Decenal y la póliza de Afianzamiento de cantidades anticipadas, que iremos ampliando con nuevos productos en los próximos meses", ha comentado la CEO de la agencia, Cristina Lancharro.

Lancharro resalta como valor diferenciador el asesoramiento y la formación al corredor: "Apostamos por la formación, dotar al corredor de herramientas útiles y prácticas resulta vital para la comercialización de estos productos tan especializados".

Por otro lado, el **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia** ha puesto a disposición de Musaat su infraestructura física y de equipamientos para hacer posible la celebración de la I Jornada Virtual para Corredores 2020 de la entidad, para impulsar la comercialización de sus productos, tanto los enfocados al sector de la Construcción como los de Responsabilidad Civil Profesional.

Por último, señalar que la **Sección Española de la Asociación Internacional de Derecho de Seguros (Seaida)** ha organizado el webinar 'El régimen jurídico vigente de las mutuas de seguros', para presentar el Cuaderno nº 8 Seaida editado por la Revista Española de Seguros (RES) con el patrocinio de Musaat y la colaboración del Instituto de Postgrado e Investigación del CES 'Cardenal Cisneros'.

En ella se habló de los problemas interpretativos en materia societaria respecto a los estatutos sociales y la LSC en las relaciones con los mutualistas-asegurados. Se destacó que el supervisor español sigue apostando por la concentración del sector para hacer grupos más solventes y facilitar su tarea de monitorización.

Ebroker se reestructura para adaptarse a la era post-Covid

Ebroker ha anunciado una evolución en su estructura operativa como consecuencia de la innovación organizacional en su transición a la era post-Covid, con la incorporación de medios y recursos, así como una reestructuración de áreas.

"La incorporación de perfiles de alto nivel en áreas críticas como la ingeniería de proyectos y procesos, la arquitectura del desarrollo de software y los servicios avanzados al usuario, nos aportarán una mayor capacidad para abordar nuevos proyectos a corto, medio y largo plazo", explican desde la tecnológica. Ejemplo de ello es el lanzamiento en diciembre de un nuevo sistema de multitarificación, así como el entorno de analítica de datos SegData, un sistema de gestión del conocimiento basado en Big Data que Ebroker pone a disposición de su comunidad de corredores.

Dentro del ámbito propiamente organizativo, cabe destacar la creación del área de ingeniería de proyectos y procesos, que se encargará de coordinar las distintas áreas operativas, gestionando las especificaciones, alcances, tiempos de ejecución y desarrollando dinámicas internas de mejora continua.

Por otro lado, Ebroker ha presentado a los corredores la estrategia y claves de su nuevo multitarificador que estará con total disponibilidad en las primeras semanas de 2021.

"Nuestro nuevo multitarificador, 'Merlin', ha sido desarrollado siguiendo los más modernos y actuales patrones tecnológicos en el diseño de software. Además, incorpora funcionalidades con un alto componente innovador como la predicción de precios y tendencias basadas en técnicas de Big Data, el análisis detallado y comparado de garantías de productos aseguradores, y un sistema de colaboración entre la comunidad de usuarios para la opinión y valoración de experiencias sobre precios y productos", explican desde Ebroker.

La tecnológica ofrece a corredores no usuarios de Ebroker la posibilidad del uso del nuevo multitarificador como producto independiente y disponible para el mercado.

Marta Salguero se incorpora a Líneas Financieras de QBE

QBE ha anunciado la incorporación de Marta Salguero al departamento de Líneas Financieras, dedicándose al mercado medio y desarrollo con brokers.

Salguero es licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y cuenta con un MBA por ESIC.

Pelayo duplica su beneficio al tercer trimestre de 2020

La facturación de Pelayo a 30 de septiembre de 2020, se ha situado en 253 millones de euros, con un descenso de un 4% respecto a 2019. La cartera total de pólizas es de 1,1 millones. La mutua mantiene un excelente nivel de solvencia, situándose 2,8 veces por encima de la cuantía de solvencia exigida. El capital disponible se ha situado en 365,8 millones de euros.

La facturación de Autos, la más importante para Pelayo, se ha situado en el tercer trimestre en 205,5 millones de euros, un 5,2% inferior al año anterior, y la cartera de este ramo ha alcanzado las 828.506 pólizas.

El ratio de siniestralidad del negocio se ha situado en un 59,9%, inferior al 68,5% a la misma fecha del pasado año, debido fundamentalmente a la reducción en la frecuencia de siniestros del ramo de Automóviles.

Con todo ello, el beneficio neto ha alcanzado los 6,1 millones de euros, con un ratio combinado del 94,4%. Este beneficio muestra el buen comportamiento de la política de selección hacia mejores riesgos, el ajuste de los gastos durante el presente ejercicio y la mencionada bajada de siniestralidad.

Agropelayo, sociedad de negocio agrario de la que Pelayo es socio al 50% con Agromutua, continúa situado como uno de los líderes del sector agrario y en este tercer trimestre ha alcanzado un resultado neto de 1,1 millones de euros, frente a los 1,9 del pasado ejercicio.

El Plan Estratégico 2019-2021 define los nuevos objetivos prioritarios, que se enfocan a mejorar márgenes, fidelizar a los clientes de mayor valor, implantar un modelo de omnicanalidad y seguir aumentando la diversificación del negocio.

Juan Carlos Sancho, nombrado director general de Active Seguros

El Consejo de Administración de Familiar de Seguros Active ha nombrado director general de la compañía a Juan Carlos Sancho.

Sancho, durante más de diez años, ha sido director comercial de la entidad.

El seguro de Crédito, esencial para activar la internalización por la crisis

El seguro de Crédito y las exportaciones son dos claves fundamentales para impulsar la recuperación, según expertos de Cesce, Coface, Aon y Solunion, reunidos en una conferencia online con Empresa Exterior, para abordar las 'Soluciones frente al riesgo de impago en el comercio internacional'.

Los analistas han remarcado la necesidad de contar con partners expertos que conozcan los mercados y han subrayado el papel determinante del seguro de Crédito y el comercio exterior como palancas para superar la crisis en estos momentos.

Por sectores, los expertos han destacado que la industria agroalimentaria, la distribución, las tecnológicas o la industria farmacéutica están actuando como "sectores-refugio" frente al desplome del turismo, el canal Horeca y la automoción.

Los expertos han subrayado la importancia del apoyo de los Estados a las empresas como otra de las palancas para superar la crisis económica del Covid-19.

Hay que sospechar de clientes nuevos con operaciones grandes y salvaguardar la tesorería porque está comprobado que las empresas dejan de pagar antes a sus proveedores exteriores que a los locales.

Metlife se une a Fintonic para proteger los pagos de recibos

Fintonic ha lanzado al mercado un seguro de Protección de Pagos de Recibos garantizado por Metlife, que cubre los importes de los principales recibos mensuales del asegurado durante un máximo de 6 meses con independencia de la compañía suministradora.

El seguro llega para dar respuesta a las necesidades que han surgido con motivo de la situación de incertidumbre actual y puede contratarse online de forma personalizada a través de Fintonic, la cuenta ayuda al usuario a controlar su dinero, ahorrar y resolver sus necesidades de financiación. Esto permite detectar automáticamente los recibos domiciliados, así como su importe, de tal forma que la prima se ajusta a las necesidades de cada usuario.

El seguro también cubre una indemnización fija en función del importe contratado ante otros imprevistos, como una incapacidad absoluta y permanente o un fallecimiento por enfermedad o accidente durante la vigencia de la póliza.

Iberian Insurance Group aumenta un 46% su facturación

Iberian Insurance Group ha anunciado sus cifras de negocio anuales, que en 2020 se han traducido en un incremento de facturación en primas en un 46% a octubre, con respecto a octubre de 2019.

Además, se ha producido una subida de negocio en todas las líneas y un aumento del 8% de corredores con negocio, llegando a un total de 283, con más de 3.300 clientes en lo que va de 2020, a lo que se le une una baja siniestralidad, dando así, rentabilidad a los aseguradores.

Las sociedades con carteras importantes de viviendas en alquiler o grandes tendedores están aumentando su presencia en el mercado por los efectos de la pandemia, según el análisis del Observatorio Español del Seguro del Alquiler (OESA). En él se dice que los corredores de seguros de Impago del Alquiler se han convertidos en aliados estratégicos muy eficaces de los grandes tenedores en esta expansión, pues le permiten reducir al máximo la siniestralidad, mejorar la gestión global de sus parques de viviendas, con el consiguiente aumento de rentabilidad.

Aumento de la participación de los grandes tenedores en el sector del alquiler

Los datos que se manejan desde OESA revelan que la participación de los grandes tenedores superó el 4% en 2019, rondará el 7% en 2020 y hasta el 20% en dos años.

El papel del corredor de seguros está siendo determinante y se fortalecerá para facilitar al máximo la gestión de los parques de vivienda en alquiler, mejorando los ratios de rentabilidad, según se pronostica desde OESA. En primer lugar, porque facilita a los grandes tenedores la máxima rapidez en la elección del mejor inquilino con respecto a la competencia, sólo 24 horas. También porque permite ajustar la prima a pagar al máximo, en la medida que es capaz de articular un minucioso plan de contingencias de siniestros. Ajuste de la prima que sólo el corredor puede incrementar por la negociación global del número de pólizas, además de mejorar las coberturas.

El incremento de arrendadores institucionales también evita procesos especulativos, subidas ajenas al mercado y la proliferación de alquileres no declarados a Hacienda o realizados en paralelo. Además, los inquilinos pueden agotar el periodo de permanencia en la vivienda de hasta siete años que permite la Ley.

Plus Ultra Seguros incorpora nuevas garantías y servicios a su seguro de Comunidades

Plus Ultra Seguros ha renovado su seguro de Comunidades, incorporando nuevas garantías que aumentan la flexibilidad de este producto para adaptarse a las características de cualquier comunidad de propietarios. Entre las nuevas coberturas destacan la protección del edificio en casos de ruina total por obras de terceros, las filtraciones de lluvia en fachadas y la responsabilidad civil medioambiental.

También incluye la cobertura del servicio de desatascos preventivos, cuyo objetivo es la prevención de atascos en las arquetas y bajantes de los edificios. Se trata de un servicio anual de limpieza de arquetas o sifones del edificio por parte de profesionales especializados. Asimismo, se realizará una inspección con cámaras para asegurar el correcto saneamiento.

Además, en el ámbito de los servicios se incorpora el asesoramiento técnico de edificios y el servicio telefónico de administración de fincas. En la versión básica de defensa jurídica se ha incluido la reclamación a propietarios por impago de cuotas.

Se contempla distintas tipologías de edificios, ya sea en altura o viviendas unifamiliares, y tanto si son comunidades de propietarios como edificios de propietario único, además de incluir a las comunidades de garajes particulares. Como novedad, se ha desarrollado una modalidad específica para las comunidades de zonas exteriores comunes, jardines y zonas deportivas que, al pertenecer a varias comunidades distintas.

Cecas elaborará un estudio de detección de necesidades aseguradoras en la familia

La Comunidad de Madrid ha elegido a la Escuela de Negocios de Seguros (Cecas) para organizar un estudio de detección de necesidades en la familia de administración, seguros y finanzas.

El objetivo del estudio es analizar el tejido empresarial nacional de la Administración, Seguros y Finanzas, así como sus actividades correspondientes y tendencias ocupacionales, con el fin de detectar líneas de evolución a corto y medio plazo, las variaciones en las competencias profesionales y el surgimiento de nuevos perfiles profesionales en cada familia. Además, con este estudio se podrán detectar las nuevas necesidades formativas de los nuevos perfiles profesionales que surjan de él. Para realizar el estudio, Cecas utilizará la metodología de los estudios prospectivos para analizar las tendencias de evolución sectorial y realizar pronósticos sobre el mercado de trabajo.

AXA incluye medicina personalizada en sus seguros de Salud

AXA ha reforzado las coberturas de sus seguros de Salud con una mejora de los programas preventivos, una medicina personalizada y la incorporación de medios de la más alta tecnología en las pruebas diagnósticas y de prevención.

Los seguros de Salud individual y colectivos cubrirán desde este mes de enero, tanto para nuevos clientes como para los que ya están en cartera y dependiendo de la modalidad contratada, el diagnóstico precoz de enfermedades cardiovasculares y la preparación al parto online. El primer servicio está pensado para personas mayores de 45 años con factores de riesgo, e incluye una valoración cardiológica completa, con exploración física y pruebas complementarias con analítica específica de valoración de la ateromatosis, como prestación adicional y complementaria al chequeo básico.

Para tratar de ofrecer un servicio más personalizado, se incluyen las plataformas genómicas Oncotype y Prosigna, y se amplían las dianas terapéuticas. Estas pruebas de genómica analizan ciertos genes en algunos casos de cáncer de mama recién diagnosticado y sirven para determinar la necesidad o no de la administración de quimioterapia después de la cirugía.

Por otro lado, los asegurados podrán beneficiarse, con prescripción médica, de la cirugía de láser holmio y thulio en las intervenciones de tumores prostáticos e hipertrofia benigna de próstata, que pasa a formar parte de las garantías en función del tipo de seguro contratado. Lo mismo ocurre con la ampliación de cobertura de radiofrecuencia en cirugía oncológica y tratamiento del dolor, la crioablación cardíaca, la técnica diagnóstica BRCA plus y la disección endoscópica submucosa.

Previsora General celebra su Encuentro Anual de Mediadores

Previsora General ha celebrado su XI Encuentro Anual de Mediadores de la Zona Levante en un acto telemático.

En él se habló de la protección del autónomo por la Seguridad Social y la gerencia de riesgos del autónomo por el mediador de seguros. Además, se presentaron las herramientas web del proyecto 'Mediador Digital PG'.

Adecose se reúne con Caser, Cigna, Pelayo y Surne para analizar la actuación del seguro frente a la Covid-19

Adecose ha celebrado una mesa redonda para estudiar la respuesta del sector asegurador frente a la Covid-19 con los responsables de cuatro aseguradoras. El encuentro, moderado por Martín Navaz, presidente de la asociación, ha contado con la participación de Ignacio Eyriès, director general de Caser; Juan José Montes, director general de Cigna España; José Boada, presidente de Pelayo; y Rafael Urrutia, director general de Surne.

Los líderes de las cuatro aseguradoras han situado el impacto económico como principal consecuencia de la pandemia por la Covid-19. Auguran una situación similar a la última crisis financiera, que será más aguda cuando finalicen las ayudas estatales y se reduzca la actividad comercial. Los ponentes han coincidido en que, en esta situación de crisis económica, el sector asegurador ha vuelto a demostrar su resistencia y estabilidad.

Los contextos de crisis provocan un aumento de la percepción de riesgo y, por tanto, de la necesidad de seguros, consiguiendo que se mantengan las carteras. En este sentido, lo más importante no es la captación del nuevo cliente, sino centrar los esfuerzos en fidelizar y mantener las carteras.

También han identificado oportunidades para el sector relacionadas con la digitalización y transformación tecnológica, que servirá para implantar modelos híbridos del teletrabajo, así como para ofrecer nuevos productos personalizados a los clientes y nuevas herramientas de comunicación con los mediadores.

Algunos ramos saldrán reforzados, como es el caso del de Vida Riesgo, Salud, Responsabilidad Civil, Ciberriesgos, Pérdida de beneficios o Multirriesgos. Esta situación ha puesto en valor al seguro de Salud, al haberse desbordado la sanidad pública durante estos meses. En este contexto, plantean la necesidad de adecuar correctamente los precios de las primas de Salud para garantizar una sanidad privada de calidad.

En cuanto la actuación del seguro frente a futuras pandemias, los responsables de las aseguradoras contemplan este escenario mediante una colaboración público-privada a través del Consorcio de Compensación de Seguros.

Martín Navaz planteó el impacto en el sector asegurador de las integraciones bancarias. En este aspecto, Ignacio Eyriès sostiene que las integraciones tendrán como consecuencia un necesario replanteamiento del modelo de distribución de seguros de las entidades financieras; mientras que José Boada sí percibe a la banca "como un fuerte competidor, con una potencia comercial impresionante y con una vinculación cada vez mayor, a través de herramientas que nosotros no tenemos y con la

que no podemos competir en igualdad de condiciones".

Por su parte, Juan José Montes muestra su preocupación por el "gran poder y capacidad de llegada y distribución de la banca", aunque asegura que el impacto en el sector corporativo puede ser menor porque requiere mayor especialización. Rafael Urrutia afirma que "tenemos que convivir con esta competencia, aunque en nuestro caso nos vemos menos afectados por esta situación y esperemos que siga siendo así".

Por otro lado, en noviembre, Adecose celebró de forma virtual su tradicional mesa redonda sobre la política de renovaciones, moderada por Martín Navaz, que contó con la participación de: Benedetta Cossarini, General Manager Iberia de **AIG**; José Ramón Morales, Country Leader Iberia de **AXA XL**; Santiago Villa, CEO de **Generali**; Alfonso Valera, CEO de **Aon Reinsurance Iberia** y presidente de Asecore; y Artur Reñé, Managing Director de **Guy Carpenter**.

Cossarini destacó el aumento del endurecimiento del mercado, propiciado por las catástrofes naturales, la incertidumbre por la crisis económica y las movilizaciones sociales. Todo esto, "está provocando un aumento de dos dígitos de media de las tasas en todos los ramos y la reducción de capacidad, siendo más estables los de Accidentes y medioambiente; y los más afectados, los ramos de D&O, Cyber, Crédito, RC y Daños.

Por su parte, Morales añadió que durante 2020 las compañías se han visto perjudicadas por el aumento de los costes de los reaseguros y la recesión económica que afecta a sus clientes.

Por su parte, Santiago Villa indica que la reducción de capacidades en el mercado podría generar que algunas aseguradoras pudiesen adoptar una tendencia alcista en líneas relacionadas con el negocio industrial y *corporate*. Por el contrario, en los seguros individuales el mercado mantiene un muy elevado nivel de competitividad. En este contexto, el principal reto para el profesional de la mediación será el asesoramiento y la cercanía al cliente: "en 2021, el conocimiento de las necesidades, la atención personalizada y la empatía se van a convertir en elementos fundamentales en la relación con el cliente", concluye Villa.

Por otro lado, Alfonso Valera y Artur Reñé han aportado la visión del reaseguro. Valera destaca los dos fenómenos adicionales están tensionando a las reaseguradoras: la menor capacidad y encarecimiento de la retrocesión, y el efecto Covid-19. "Este año el Covid-19 suma 10 puntos de siniestralidad a la ratio combinada del reaseguro, fundamentalmente en daños materiales relacionados con la pérdida de beneficios, seguros de cancelación y ramos marítimos".

Reñé evidenció con cifras el balance negativo: "El impacto que está suponiendo el Covid-19 para las reaseguradoras es de una media de 63.000 millones de dólares de estimación, lo que supone aproximadamente un 10% del capital que tienen los operadores en la industria del reaseguro". Al cierre del primer semestre los operadores ya han reportado 28.000 millones de dólares debido al Covid-19. Esta situación, a la que hay que sumar lo declarado por catástrofes, obliga al reaseguro a tomar medidas de suscripción para recuperar los márgenes que se requieren y endurecer las condiciones en aquellas líneas de negocio que hayan sido más perjudicadas, como la de daños.

En otro orden de cosas, Adecose ha finalizado el periodo de recogida de información del Barómetro 2020, que ha alcanzado una participación récord del 91% de los socios, recogiendo 1.373 respuestas a la encuesta, 300 más que el año pasado.

Por último, señalar que la asociación ha renovado su web continuando con el cambio de identidad corporativa. Con ella, se pretende ofrecer una herramienta de información más intuitiva y con una zona de socios más sencilla y orientada a la experiencia de usuario.

Endurecimiento de coberturas, incremento de precios y fuerte reducción de capacidad en las renovaciones

Un análisis realizado por **Willis Towers Watson** sobre la situación del mercado asegurador muestra que las duras condiciones actuales a las que éste se enfrenta persistirán durante todo el año 2021. El informe, que analiza las tendencias del sector durante el último trimestre de 2020 y el primero de 2021, arroja un endurecimiento de coberturas, incremento de precios y fuerte reducción de capacidad.

Como señala Javier Giménez, responsable de Broking para Europa Occidental e Iberia de Willis Towers Watson, "de cara a las renovaciones de final de año, destacamos una creciente falta de apetito por los riesgos más complejos y por aquellos que arrastran un amplio historial de siniestros y acumulan pérdidas".

En cualquier caso, y aunque sin esperar un retorno rápido a los precios "blandos", el broker es más optimista con respecto a que, de no producirse nuevas catástrofes, los aumentos de las tasas comiencen a moderarse y sean más predecibles a partir de mediados del próximo ejercicio.

Se generaliza el endurecimiento de los precios, que afecta a todo tipo de riesgos, incluidos los más benignos. Los incrementos más altos se seguirán viendo en sectores específicos como Alimentación/Bebidas, Energía, Manipulación de Residuos y Reciclaje, Industria Química, Automoción y en riesgos con Exposición Catastrófica. Por líneas de negocio, las predicciones respecto a los incrementos medios de precios que observa broker para el último trimestre de 2020 y el primero de 2021, quedarían así: Daños materiales (incremento de entre el 15% y el 25%); Responsabilidad Civil (entre el 7,5% y el 15%); Construcción (entre el 5% y el 25%); Energía (entre el 5% y el 30%); D&O (entre el 15% y el 70%); RC Profesional (entre el 5% y el 50%); Ciberriesgos (entre el 20% y el 30%); *Crime* (entre el 15% y el 30%); Instituciones financieras (entre el 10% y el 30%); Aviación-Aeroespacial (entre el 20% y el 40%); y Marine-Transportes (entre el 10% y el 40%).

Otra de las conclusiones que arroja el estudio apunta a que en los últimos meses muchas compañías han anunciado la inclusión de manera generalizada de exclusiones específicas por Covid-19 en varias líneas de negocio, principalmente en las de Daños Materiales, Responsabilidad Civil y D&O, aunque algunas de ellas se siguen estudiando "caso a caso". Se observa además un aumento de las nuevas exclusiones relacionadas con Ciberriesgos, principalmente en las pólizas de Responsabilidad Civil y Daños Materiales.

El análisis muestra también que las compañías de seguros mantienen una continua revisión de sus apetitos de riesgo, con el objetivo de controlar y limitar de manera mucho más minuciosa las exposiciones de sus carteras. En este sentido, en los últimos meses se han visto importantes retiradas de capacidad que obligarán a incrementar la retención de los clientes.

Por lo que respecta al área de siniestros, los analistas de Willis Towers Watson prevén un incremento de los siniestros rechazados y dificultades en los procesos de resolución de los mismos.

Daños Materiales, Responsabilidad Civil, D&O y Ciberriesgos son, según el análisis de Willis Towers Watson, los sectores en los que el mercado asegurador se enfrentará a los mayores retos durante 2021.

En otro orden de cosas, la correduría ha anunciado la renovación de su cúpula directiva en España, y ha designado a Iván Sainz de la Mora (hasta ahora director general en España), como máximo responsable de la compañía en nuestro país, remplazando a Alberto Gallego. Sainz queda también designado como máximo responsable de CRB España, función que desempeñaba Gallego.

Licenciado en Derecho y MBA por el IE, Sainz inició su carrera profesional en Marsh & McLennan, trabajando durante varios años en sus oficinas de Nueva York. Se incorporó a Willis en 2007.

Sainz contará como adjunto con Ricardo Sanz, nuevo director general de la firma en nuestro país, con responsabilidad específica en las Especialidades y las Regiones. El movimiento de renovación incluye también el nombramiento de Jaime Nieto-Márquez como responsable de las áreas de Sales & Client Management y Marketing para España. Asimismo, José María García, actual responsable de Operaciones y Excelencia del área Health & Benefits de Willis Towers Watson para Europa Occidental, compaginará esta función con el liderazgo interino de la práctica Health & Benefits en España.

La renovación de la cúpula directiva en España se enmarca en la reciente dimisión de Jaime Castellanos, Antón Serrats, presidente y vicepresidente respectivamente del negocio de CRB en España, y Alberto Gallego, máximo responsable de la compañía en Iberia hasta la fecha. Las salidas coinciden con el anunciado proceso de combinación con Aon, aún pendiente de aprobación por el regulador, pero con previsiones de poder ser cerrado el primer semestre de 2021.

E2K ha celebrado su Junta General Ordinaria de Accionistas correspondiente al ejercicio 2019, en la que ha quedado aprobado el informe de gestión y cuentas de la asociación.

E2K aprueba el informe de gestión en su Junta General de Accionistas

En esta ocasión, dadas la excepcionales circunstancias sanitarias y sociales derivadas de la crisis de Covid-19, el presidente, Pedro Vera; el consejero delegado, Higinio Iglesias; la directora general, Paloma Arenas; la vicepresidenta, Cristina Llorens; y el miembro del Consejo, Jordi Herms, representaron a más del 70% de los accionistas de la sociedad, que por unanimidad aprobaron el informe de gestión y cuentas que anteriormente ya habían sido expuestas junto con la evolución de la actividad de la sociedad en el presente año 2020 en una sesión telemática celebrada el pasado 15 de octubre.

Por otro lado, E2K ha lanzado el primer número del boletín 'Empresario seguro', dirigido a los clientes empresa de los corredores de la red que forman parte del Club de Empresas, que son principalmente pymes y autónomos. Tendrá una periodicidad trimestral y será editado por E2K y distribuido a los corredores para que estos, a su vez, lo envíen a sus clientes.

Cojebro ve "nubarrones" en el sector asegurador

Durante la entrega del Premio Cojebro Solidario 2020 (ver Algo más que negocio), que se realizó a finales de noviembre, Antonio Muñoz-Olaya, presidente de esta asociación, hizo una reflexión sobre los "nubarrones" que vislumbra a raíz de las últimas decisiones del Gobierno: La subida del 6 al 8% del Impuesto de Primas de Seguros (IPS), la subida del IVA en la sanidad privada y la limitación de las desgravaciones fiscales de planes de pensiones.

En opinión de Muñoz-Olaya, "es de esperar que provoquen un déficit de cobertura aseguradora en la sociedad, en el peor momento posible. Tendrá un impacto negativo en los márgenes de rentabilidad del sector asegurador del que formamos parte, sin que se consiga el objetivo perseguido. La subida del IPS posiblemente no conllevará una mayor recaudación, por la propia contracción del sector y el aumento del IVA en Sanidad probablemente provoque una mayor saturación en la sanidad pública".

Por otro lado, puso en evidencia que "la prohibición del cobro de comisiones a los corredores de seguros en la distribución de los productos de inversión, dejan fuera a un buen número de correduría especializadas en favor de la distribución bancaria, reduciendo parte de nuestra actividad empresarial. Los bajos tipos de interés y la previsible morosidad con la consiguiente reducción de los márgenes financieros, provocarán una más agresiva y desleal práctica de la banca en la distribución de seguros".

Aunque se vislumbran tiempos difíciles, el presidente de Cojebro cree que hay oportunidades. Para poder acceder a ellas, abogó por la unión. "Si lo han hecho grandes correduría y bancos, cómo no hacer uniones entre las medianas y pequeñas. Juntos hacemos camino".

En el segundo bloque del acto, se habló de 'La economía post-Covid' de la mano de los doctores en Economía Santiago Niño-Becerra y José Mª Gay de Liébana. Niño-Becerra destacó de entre los grandes problemas de la economía española, el hecho de que exista una administración regional en la que tres regiones estén financiando 12; la elevadísima presión fiscal; la baja productividad; la economía sumergida, que oscila entre el 17 y el 25% del PIB; y la impagable deuda que tenemos. Para solucionar el fraude impositivo, se necesita un acuerdo a nivel europeo y plantea bajar el nivel de tipos impositivos para ensanchar las bases. Incluso sería partidario "de hacer una amnistía fiscal". Además, plantea la necesidad de empezar a negociar la inmensa deuda que tenemos.

Gay de Liebana hizo referencia a la desprotección del tejido empresarial y el empleo en España. En su opinión, "de esta crisis vamos a salir mal en todos los sentidos. Se está hablando mucho de los 140.000 millones de euros que nos dará la Unión Europea, pero, en el caso de que llegara algo de ese dinero, hay que pensar que hay que devolverlo". Plantea la necesidad de que las empresas sean más grandes y que se realice una reindustrialización con planes de desarrollo industrial y económico para determinadas regiones. Hay que apostar por cimientos sólidos como la tecnología y la información. Por otro lado, está el

problema de la sostenibilidad de las finanzas públicas. "Del año 2008 a 2021 habremos acumulado un déficit público de 1.044.000 millones de euros. A día de hoy, la deuda bruta total de España es de un billón novecientos mil millones de euros".

Posteriormente, los representantes de algunas aseguradoras: Olga Sánchez (AXA), Francisco García (Allianz), Santiago Villa (Generali), Luis Vallejo (Plus Ultra), Ignacio Mariscal (Reale) y Vicente Cancio (Zurich), compartieron el plan acción post-Covid de sus empresas.

Finalizó el acto Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa, que puso de manifiesto la excelente reacción que ha tenido el sector asegurador ante unas circunstancias, no previstas, que surgen espontáneamente, y ante las que se reaccionó en muy corto espacio de tiempo manteniendo unos niveles de solvencia muy elevados.

González de Frutos adelantó que "el sector asegurador va a seguir las tendencias que el mercado nos está demandando y el servicio va a empezar a formar parte también de la oferta aseguradora". En el ámbito de pensiones, tiene cierta esperanza de que "desde la Unión Europea se hagan recomendaciones expresas al Gobierno nacional en algunas cuestiones de medio y largo plazo".

Los mediadores ilerdenses aprenden a integrar la asertividad en su labor profesional

El Colegio de Mediadores de Seguros de Lérida ha realizado la webinar 'La asertividad como habilidad relacional en mediación de seguros', con el psicólogo y coach Josep Gendra como formador.

La sesión formativa ha puesto en relevancia la importancia de ser asertivo con cualquier persona de nuestro entorno, puesto que, con asertividad, se genera más confianza hacia las personas y resolveremos problemas de manera más eficaz, mejoraremos la comunicación con nuestro cliente o compañeros de trabajo e, incluso, nos sentiremos más seguros.

Se explicó por qué es vital saber pedir las cosas correctamente, saber decir que 'no' e incluso aprender a evitar el 'si' automático, con el objetivo de encontrar un equilibrio emocional y laboral. La empatía y la escucha activa también han sido objeto formativo en la sesión como dos técnicas más de habilidades comunicativas y sociales.

Por otro lado, el Colegio de Lérida ha celebrado la última sesión virtual destinada a los conocimientos y habilidades en redes sociales. Después de ver cómo crear páginas de Facebook e Instagram para empresas y cómo gestionar correctamente estas plataformas sociales, se habló de 'Cómo humanizar las redes sociales' de una empresa.

En ella se habló de la necesidad de ser más próximos, generar confianza, interpelar el usuario, animar a que nos pregunte o participe en decisiones de la empresa... así como adaptar el lenguaje de los mensajes a los tiempos y necesidades actuales sin saturar a los clientes ni hacer tan explícito el objetivo de querer venderle un producto o servicio.

El Consejo General critica que las nuevas medidas fiscales desincentivan la contratación de pólizas

Las medidas fiscales incluidas en los Presupuestos Generales de Estado 2021 desincentivan y penalizan el ahorro de los ciudadanos y les dejan desprotegidos frente a la jubilación. Los mediadores de seguros consideran que la nueva fiscalidad es el mayor ataque al sector asegurador de los últimos años. Provocará una menor contratación de pólizas y peores coberturas al introducir subidas de impuestos en los seguros que incrementarán artificialmente su coste. Para el Consejo General la subida de impuestos va en la dirección contraria a la sociedad, cuanto más asegurada está, más fácil es la recuperación económica.

Las nuevas medidas suponen un ataque frontal al sector asegurador y a la mediación en tres frentes: reducen las desgravaciones de los planes de pensiones privados; suben los impuestos a las primas de seguros; y suben el IVA a los seguros privados de Salud.

La reducción del límite fiscal en los planes de pensiones conseguirá un efecto contrario al deseado. Se reduce de 8.000 a 2.000 euros el importe máximo de aportación tanto para los planes de pensiones individuales, los de previsión asegurados o de empleo. Hay más de 7,5 millones de partícipes en planes de pensiones individuales y casi 1 millón de asegurados en planes de previsión asegurados (PPA) que se van a ver afectados con carácter directo e inmediato por la medida.

El Proyecto de Ley de Presupuestos prevé asimismo la subida de un 6% a un 8% del tipo de gravamen del Impuesto sobre las Primas de Seguro. Las consecuencias se dejarán sentir con una disminución neta en la contratación de seguros y una menor cobertura por parte de los afectados. En cuanto a los seguros de Salud, la subida del IVA al 21% contribuirá a desequilibrar la atención de la salud de todos los españoles.

Los Colegios de Mediadores de Seguros a través de su Consejo General advierten de que esta propuesta lo único que hará será desincentivar y penalizar el ahorro de los ciudadanos, que son el pulmón de nuestra economía. Con esta medida, el Gobierno busca obtener una liquidez inmediata, a costa de los profesionales autónomos y los particulares.

En otro orden de cosas, el Consejo General ha decidido intensificar la vigilancia sobre la práctica en la comercialización de seguros por la banca, alertado por las consecuencias que pueden tener para el consumidor las fusiones bancarias. Una realidad que preocupa al Consejo General ya que reduce las opciones del cliente para escoger entidad para la contratación de crédito y, por lo tanto, se puede acentuar la mala praxis de la banca que, aprovechándose de la escasa información que se facilita a los usuarios y consumidores, sigue vinculando la contratación de seguros a la concesión de los préstamos e hipotecas.

Según el citado estudio, el 59% de los encuestados que soli-

citaron un crédito afirma que el banco les exigió la contratación de un seguro. La prima media de una póliza contratada en una entidad es un 79% superior al de las aseguradoras y, además, en muchas ocasiones, se ofrecen unas coberturas que poco tienen que ver con sus necesidades reales. Esta situación es especialmente grave al comprobar que el 75% de los clientes sigue durante toda o gran parte de la vida del crédito con el mismo seguro.

Actualmente, la vinculación de los seguros a los productos financieros es una práctica habitual en la banca, llegando a incumplir hasta tres leyes: la Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios, la Ley de Distribución de Seguros, y la Ley de Defensa de la Competencia. El Consejo General exige a las autoridades una mayor implicación para perseguir estas actuaciones ilícitas.

Asimismo, está estudiando la puesta en marcha de una línea de comunicación directa para que los usuarios que a título personal se consideren perjudicados por esta práctica bancaria puedan comentar su caso particular y orientarles, si fuera el caso, para presentar denuncia ante los tribunales. Son varios los Colegios que han conseguido importantes sentencias judiciales que condenan a la banca por mala praxis en la comercialización de seguros.

Los colegiados de Córdoba, Huelva y Sevilla se instruyen sobre seguros de Salud

El Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla ha celebrado un foro para colegiados sobre el seguro de Salud.

El neurocirujano José Manuel Montero, vicepresidente segundo del Real e Ilustre Colegio de Médicos de Sevilla (Ricoms), ha presentado el nuevo servicio del Ricoms, 'Orientación a la población sobre aseguradoras de Salud', que valora diferentes aspectos de las aseguradoras, como el número de profesionales que tienen en su cuadro médico, los centros hospitalarios en los que prestan sus servicios o la amplitud de sus coberturas.

En la mesa redonda, Elena Rodríguez-Sadia, responsable de Estrategia y Oferta de Producto en Generali, ha manifestado que "los datos de la sanidad privada son contundentes", puesto que "cuenta con casi 9 millones de asegurados, más de 450 hospitales privados y una presencia muy importante en Andalucía".

Juan Ramón González, director médico de Fiatc, por su parte, ha destacado la irrupción de la telemedicina". Mientras que Voyislav Stojanovic, responsable nacional de Desarrollo Comercial AXA Salud Individual, ha reivindicado "el crecimiento en un 4,9%" del seguro privado o "cómo se han disparado un 20% las búsquedas en internet" de este tipo de pólizas. Sobre los efectos de la pandemia, el representante de AXA ha alertado de un repunte en la siniestralidad, "debido a las complicaciones derivadas del Covid-19".

Acerca del futuro, el doctor Montero ha declarado que "la sociedad española mira cada vez de mejor manera a la sanidad privada, que seguramente vaya aumentando progresivamente".

Instituto de Desarrollo Asegurador se alía con los agentes de la propiedad inmobiliaria andaluces

Instituto de Desarrollo Asegurador ha suscrito un convenio de colaboración con el **Consejo Andaluz de Colegios de de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria (API)**, a través de sus plataformas tecnológicas para el sector inmobiliario, **protegetualquiler.com** y **protegetuinmobiliaria.com**.

La insurtech pone a disposición de los profesionales andaluces colegiados un amplio abanico de productos y servicios aseguradores diseñados específicamente para el sector inmobiliario, tales como Protección de Alquileres, Responsabilidad Civil, Multirriesgo de Comunidades o Ciberriesgos, todo ello complementado con programas de Formación e-learning, servicios de marketing digital y una plataforma de ahorro energético para hogares y pymes, entre otras funcionalidades.

Espanor publica las conclusiones de su ciclo de encuentros sobre el sector primario y el seguro

Espanor ha hecho público un documento que recoge las principales conclusiones de su ciclo de conferencias sobre el sector primario, que reunió a las aseguradoras Reale, Plus Ultra Seguros y Helvetia y que contó con la clausura de Agroseguro.

El documento, elaborado a través del análisis de la información obtenida en estas jornadas virtuales por el grupo de expertos designado por Espanor, servirá como material de consulta para los corredores de seguros especializados en este ramo. Además, contiene un amplio y detallado mapa de riesgos que permitirá a las aseguradoras conocer mejor las necesidades del sector Primario.

El documento de concusiones es de uso público y podrá descargarse en la web de Espanor: **www.grupoespanor.es/files/files/DocumentoConclusiones_CharlasconESPANOR_.**

Se aboga por permitir las comisiones por la distribución de productos de inversión basados en seguros

Los productos de inversión basados en seguros, definidos en el artículo 128 del Real Decreto-ley 3/2020, de 4 de febrero, como unit linked individuales, están generando controversia por el modo en que se debe abonar a los corredores su participación en la distribución de los mismos. Un estudio reglamentario llevado a cabo por el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona concluye que, en ningún momento, los organismos europeos prohíben las comisiones por la participación de corredurías en la distribución de productos de inversión basados en seguros.

El sector, conforme al Real Decreto-ley que traspuso la última directiva 2014/65/UE, asume que las comisiones por la participación de corredurías están prohibidas. Sin embargo, si se revisa la directiva, en ningún momento los organismos europeos se oponen a ellas y, por tanto, no deberían estar prohibidas.

Desde el Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros se recuerda que entre los objetivos de la Directiva 2014/65/EU relativa a los mercados de instrumentos financieros (MiFID II) está reforzar la protección del inversor para que reciba un asesoramiento profesional y transparente en la comercialización de productos financieros. Es decir, que un corredor que acredite una formación adecuada en la materia puede garantizar esta protección que reclama la directiva a favor del cliente inversor/ahorrador; y la directiva no señala que esté prohibido recibir una retribución por ello.

Las aseguradoras hacen una interpretación restrictiva en relación con el cobro de comisiones en la comercialización de estos productos de inversión. Esta interpretación está motivada por la resolución informativa de la DGSFP de la consulta 745/2020, de la cual podemos extraer varias conclusiones:

- La directiva de distribución de seguros, en su art. 39.3, no impone dicha prohibición, regulando sólo como una posibilidad.
- Ese mismo artículo y el art. 180.2 del RD-ley 3/2020, que aprueba la Ley de Distribución, en los que se apoya la supuesta prohibición, se refieren a comisiones y honorarios abonados "por terceros". En ningún momento, ni la directiva ni el RD-ley definen a la aseguradora o al cliente como tales terceros, y ni la aseguradora ni el cliente tienen la consideración de terceros para el corredor de seguros, sino de contraparte contractual elegible.
- El tratamiento en el art. 180.2 del RD-ley 3/2020 es indistinto para comisiones y honorarios. Por ello, si se entienden prohibidas las comisiones de las aseguradoras, también hay que entender prohibidos los honorarios de los clientes, lo que conduce a la conclusión absurda y ajena a cualquier finalidad normativa de que deban intermediarse sin retribución alguna.

Ruiz Re recopila testimonios reales para saber qué valoran más sus clientes de Salud

Desde la correduría Ruiz Re, han recopilado testimonios de personas que cuentan con un seguro de Salud, para conocer qué aspectos valoran más los clientes, cuáles son los servicios que más utilizan y si creen que en la situación actual vale la pena contar con un seguro de Salud.

Se trata de seis testimonios reales de personas muy distintas, desde jóvenes hasta jubilados, familias con hijos o sin ellos, de todas partes de España. "Hemos querido que nos cuenten experiencias concretas que hayan vivido recientemente como usuarios del seguro, porque cuando tienes un problema de salud es cuando realmente el producto se pone a prueba", ha afirmado Juan David Ruiz, CEO de Ruiz Re.

Aon ha lanzado en España la plataforma TBS (*The Benefit Solution*), a través de la que canalizará todas las solicitudes de cotización al mercado asegurador en las líneas de Salud, Vida y Accidentes.

Aon implanta una plataforma para las solicitudes de cotización de Salud, Vida y Accidentes

La plataforma no modifica la labor personalizada del broker con clientes y compañías, sino que sustituye el canal de comunicación actual con el mercado asegurador por una plataforma digital.

Esto permite una completa trazabilidad del proceso, lo que aumenta su transparencia y disminuye también la posibilidad de errores que puedan afectar negativamente a los clientes. "*The Benefit Solution* permite tomar decisiones en tiempo real basadas en el análisis del dato", ha afirmado Ignacio Salvatierra, Managing Director Health Solutions.

Además de mejorar la eficiencia del proceso, la estandarización en la recogida de los datos permite analizar las tendencias y apetito del mercado asegurador, pudiendo asesorar a los clientes de una manera objetiva sobre la aseguradora que mejor se adapte a sus necesidades en cada momento.

En otro orden de cosas, en el V Simposium del Observatorio de Catástrofes: 'Covid-19: experiencias y resiliencia ante futuras pandemias', organizado por Fundación AON, la presidenta de Unespa, Pilar González de Frutos, afirmó que las aseguradoras integradas en Unespa tramitaron durante el tiempo que dura la pandemia 2,5 millones de euros diarios en prestaciones para los asegurados y se cubrieron percances en el sector del automóvil por importe de 3 millones de euros en los seis primeros meses del año.

El impacto legal de la pandemia fue el asunto al que se refirió Gonzalo Iturmendi, secretario general de Agers, quien afirmó que "la respuesta reactiva y no proactiva en el plano legal, es fruto de la ausencia de una gestión de riesgos programada para abordar con solvencia un fenómeno como la pandemia".

Jorge Benítez, nuevo presidente del Colegio de Valencia

La comisión electoral del Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia proclamó la candidatura encabezada por Jorge Benítez como la ganadora del proceso, al ser la única presentada. Benítez sustituyó a Mónica Herrera, que ha renunciado a presentarse a un segundo mandato.

Benítez ha sido vicepresidente del Colegio de Valencia durante la última legislatura en la junta encabezada por Herrera, además de ser responsable de la Comisión Técnica y Ordenación de Mercado en la junta de Ignacio Soriano, entre los años 2013 y 2016. Asimismo, desde noviembre de 2017, es el presidente de Aemes.

Antes de su nombramiento, la Asamblea General Ordinaria del Colegio aprobó por unanimidad, tanto las cuentas de 2019 como el presupuesto de 2020. En el acto los colegiados pudieron participar de manera telemática gracias a la modificación de estatutos efectuada en este mismo ejercicio.

Mónica Herrera, protagonizó su última asamblea general como presidenta haciendo balance tanto del último ejercicio como de toda la legislatura. En relación al Colegio dijo que "estamos transmitiendo una imagen de lo que queremos ser: empresarios de nuestro tiempo, que nos podemos equiparar con cualquier otro canal". En 2019 se registraron 34 nuevas altas de colegiados, con lo que Valencia se consolida, con 542 miembros, como el segundo colegio de España.

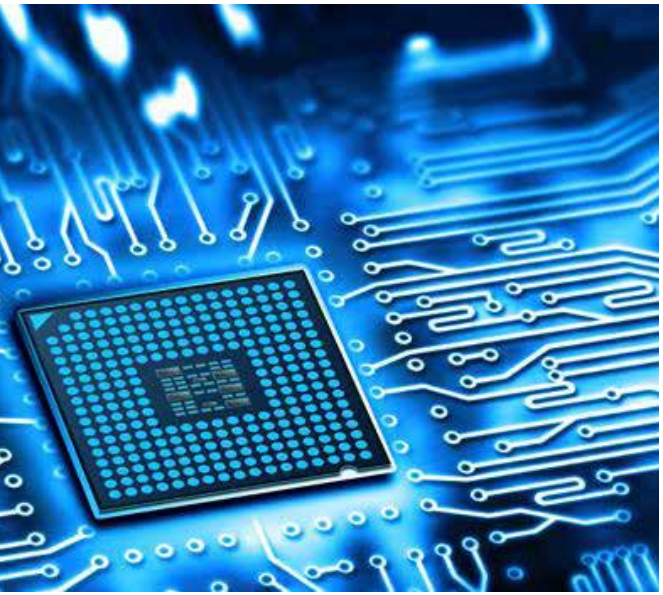
Por otro lado, la cuarta edición del Encuentro de Corredores del Colegio de Valencia, tuvo como temas centrales la responsabilidad civil del corredor y la venta por videollamada. El acto fue presentado por César Barrón y Philippe Marugán, de la comisión de Corredores del Colegio antes de finalizar su legislatura.

La primera ponencia de la mañana corrió a cargo del catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad de Valencia, Juan Bataller que habló sobre el nuevo escenario de la responsabilidad civil profesional del corredor de seguros, en el nuevo marco normativo de la Directiva Europa de Mediación. Centró su ponencia en el incumplimiento de los deberes legales y el seguro de responsabilidad civil profesional del corredor.

A continuación, Miguel Martínez, asesor de Vida en Zurich Insurance, durante su ponencia '¿Se puede vender por vídeollamada?', dijo que hay que "traspasar la pantalla, transmitir al cliente la misma tranquilidad y confianza que en las reuniones presenciales. Algo que se consigue hablando con naturalidad y sencillez".

En otro orden de cosas, el Colegio de Valencia retomó las actividades presenciales con el curso 'Herramientas de dirección estratégica aplicadas en la gestión de tu agencia/correduría'. Ángel Somalo, corredor de seguros y profesor del departamento de dirección de empresas de la Universidad de Valencia, puso a disposición de los participantes unas herramientas extraídas de modelos de éxito identificados por las investigaciones universitarias, que ayudan a mejorar la gestión de las corredurías o agencias.

Por último, señalar que el Colegio de Valencia celebró de manera telemática la patrona del seguro. En el acto se entregó el premio Casco a Zurich.



Watch&Act Protection Services lanza una calculadora online para estimar la prima del Ciberseguro

La correduría Watch&Act Protection Services ha lanzado una calculadora online que permite a las empresas y organizaciones estimar el importe de una póliza de Ciberriesgo que les proporcione seguridad jurídica y económica frente a posibles ciberataques y robos de información.

Para ello, la calculadora solicita, en primer lugar, a través de un breve formulario, una serie de datos de la entidad, como sector de actividad, número de empleados, qué tipo de datos almacena de usuarios, clientes, proveedores y empleados; si utiliza software original y lo actualiza regularmente, si dispone de programas de seguridad informática o si realiza copias de seguridad, entre otros aspectos. Posteriormente, un algoritmo es capaz de transformar toda esa información en una cotización real.

Iati Seguros ofrece la gestión de la prueba PCR para viajar a países que lo exijan

Iati Seguros facilita a sus clientes la realización de PCR, prueba obligatoria para viajar a muchos países, con un servicio que se gestiona cien por cien online y con los precios más competitivos del mercado.

Gracias a un acuerdo con una plataforma médica con más de 300 laboratorios repartidos en todo el territorio nacional, el viajero podrá gestionar su PCR obligatorio para viajar. Se gestiona al 100% de forma online, no es necesaria una cita previa en la mayoría de centros y los resultados se conocen de forma inmediata a las 48/72 horas. Los interesados pueden acceder a este servicio mediante el enlace de PCR obligatorio para viajar: www.iatiseguros.com/blog/pcr-obligatorio-viajar.

Si el resultado es positivo, con el seguro de anulación de Iati Seguros podrá recuperar el dinero invertido en los vuelos y alojamientos mediante un reembolso.

El Grupo Barymont se compromete con el bienestar económico de la sociedad

"La educación financiera es parte de nuestro ADN porque el Grupo Barymont educa y acompaña a la sociedad para que sea capaz de conseguir su bienestar económico. La aportamos las herramientas necesarias para que pueda tomar sus propias decisiones y no dejarse manipular por otros". Sobre esta idea giró la intervención de Emilio Montaraz, presidente del Grupo Barymont, durante el V Foro de Educación Financiera de la Asociación de Educadores y Planificadores Financieros (AEPF).

Javier Montaraz, su director general, incidió en la idea de que "el mundo se puede cambiar a través de la educación financiera" y explicó cómo desde el Grupo Barymont enseñan la manera de alcanzar el bienestar económico, que es una de las tres partes (salud, nivel emocional y economía) que componen el bienestar general.

Montaraz se refirió al programa Barymont Academy Pro; uno de los programas educativos de la emprensa mediante el que, a través de la educación y la tecnología, ponen todos sus recursos educativos a disposición de la sociedad para que alcancen su bienestar económico.

Por su parte, Ana González, subdirectora general del Grupo Barymont, explicó qué es Pepe Promedio; una de las herramientas de educación financiera que la empresa ha diseñado para dotar a las familias de conocimientos básicos sobre finanzas a través de un formato divertido que tiene a la familia Promedio como protagonista.

Por otro lado, el Grupo Barymont y la Asociación de Personas con Lesión Medular y Otras Discapacidades Físicas de Cataluña (Aspaym) se han unido para llevar el bienestar económico al colectivo al que la asociación representa y a sus familias.

La correduría no quiere permanecer ajeno a las dificultades a las que se enfrentan dentro del mundo asegurador ya que, desgraciadamente, no están en igualdad de condiciones a la hora de contratar diversos productos e incluso, no tienen opción de acceder a algunos.

En otro orden de cosas, la correduría participó en el Congreso Internacional de Ventas para Emprendedores y Microempresas organizado por la Asociación Española Multisectorial de Microempresas (Aemme). Allí dio a conocer un modelo de negocio de éxito basado en la educación financiera y en la importancia de una mayor cultura del emprendimiento para llevar el bienestar económico a toda la sociedad. El objetivo de este evento fue ofrecer a los emprendedores y microempresas información y directrices válidas sobre el nuevo modelo productivo y el cambio de paradigma en el mundo de las ventas para empoderarse con nuevos conocimientos y estrategias que les sean de utilidad en un mercado cada vez más competitivo.

Por último, señalar que la correduría ha suscrito un acuerdo con el Club Olímpico 64 de Madrid gracias al que la familia olímpica disfrutará de todos los beneficios que la educación financiera les puede reportar.

Agacose y Markel abogan por la importancia de contar con un programa de *compliance* penal

Agacose y **Markel** han celebrado la segunda jornada de formación y mesa redonda para dar a conocer la necesidad de la implantación de programas de compliance penal en las empresas gallegas.

La jornada consistió en la presentación de la herramienta informática 'e-Compliance', servicio exclusivo de clientes y corredurías que ofrece la aseguradora a través de IDBO Consultants, a los asociados de Agacose. Se analizó su funcionamiento, la facilidad de acceso y gestión, así como los beneficios de implantar dicho servicio para gozar de la exención de la responsabilidad penal.

"Es importante que las corredurías estén familiarizadas con el *Compliance* Penal, tanto para su implantación en las propias corredurías como por la necesidad de transmitir a los clientes su importancia, esto presenta en Agacose una oportunidad más para demostrar el valor añadido del mediador de seguros", ha destacado Pablo Lariño, presidente de la asociación.

Por otro lado, Agacose ha elegido a Modo para renovar su estrategia comunicativa con el objetivo de consolidarse como un referente en el sector de la mediación en Galicia y al mismo tiempo, mejorar la comunicación entre sus socios. La asociación mejorará su presencia en las redes sociales, en los canales online y en los medios de comunicación.

Grupo Intercor analiza la evolución de su negocio en 2020

Grupo Intercor ha analizado la evolución de cifras del ejercicio 2020 que, teniendo en cuenta la situación actual de la Covid-19, las consideran "muy aceptables".

Asimismo, se aprovechó la reunión para que José Luis Visera, formador comercial de Santalucía Vida y Pensiones, efectuase una presentación del abanico de productos que comercializan y canalizan hacia el ahorro, pensiones y unit-linked.

Los asociados de Apromes conocen las ventajas del convenio con Securitas Direct

Apromes, de la mano de **Securitas Direct**, ha celebrado una sesión online para sus asociados sobre el servicio de seguridad patrimonial y personal fruto de la alianza entre ambas entidades. La dimensión de este convenio en esta nueva etapa alcanza el aseguramiento de los bienes con seguridad privada que rebaja el quantum de la prima y suponen para el corredor un acicate más para defender su mantenimiento de cartera.

Javier García-Bernal, presidente de Apromes, destacó dos aspectos importantes de este acuerdo: el hecho de que proteger las viviendas en un mundo cada vez más inseguro, favorece el hecho de la atemperación de las primas de seguro; y que los asociados de Apromes se van a beneficiar de la instalación del servicio de seguridad en sus viviendas y oficinas y además podrán ser distribuidores de este servicio ante sus clientes, percibiendo desde el primer contrato que se efectúe, una comisión.

Por otro lado, la asociación celebró dos jornadas online en noviembre, una con **Markel** y otra con **MPM Software.**

José Antonio Martin, director de Desarrollo y Marketing de Markel, destacó que la aseguradora se caracteriza por dar un servicio personalizado al corredor. De su producto 'D&O Excellece Plus' destacó que cubre las responsabilidades de los directivos por gerencia de las sociedades, especialmente para pymes y micro pymes. Asimismo, recordó que Markel dispone de servicios de *compliance* penal, lo que significa la realización de un diagnóstico de riesgos gratuitos, todo ello en función de la actividad a la que se dedica la empresa.

En el acto con MPM, se llamó la atención sobre la necesidad de contar con una herramienta tecnológica como 'SegElvia'. Se trata de un acuerdo basado en el concepto multiempresa, multioficina y multiidioma, tendente a la integración de información con aseguradoras en formato EIAC y, que va a incorporar el fichero Tirea. Es una aplicación que nace con el módulo "CRM" y permite identificar el logo. Además existe una App para clientes, portal para estos, colaboradores, etc.

En otro orden de cosas, en noviembre se editó el libro 'El RD Ley 3/2020, de distribución de seguros comentado', escrito por Javier García-Bernal, presidente de Apromes, y César García, Ana Moreno y Rosa Díaz, todos ellos abogados especialistas en el mundo del derecho de mediación de seguros en España.

García-Bernal, destaca de este trabajo la importancia que tiene para los profesionales de sector de seguros, estudiosos y, todos aquellos que estén interesados en esta materia, ya que, al ser un texto actual y novedoso, va a suponer un verdadero vademécum en el que encontrar muchas respuestas al ejercicio profesional del día a día, para aseguradoras, agentes de seguros y, especialmente corredores de seguros.

Por último, señalar que Jaime Sánchez recibió el reconocimiento al mejor alumno de la tercera promoción del Grupo A.

Espabrok comercializará pólizas de Auto para jóvenes de Drive&Win

Las más de 180 oficinas y 97 corredurías de Espabrok tendrán acceso al seguro digital de Drive&win, abriendo así su negocio al segmento de los conductores jóvenes.

Luis Peña, director general de la insurtech ha afirmado, "Drive&win pone en valor la excelencia que el canal corredor aporta a la distribución".

"Atraer a clientes jóvenes y sumarnos a la corriente de digitalización son prioritarios para nosotros por lo que hemos buscado un producto especial para ellos. Identificar nuevos segmentos de mercado, personalizar la oferta, mejorar la experiencia de cliente forma parte de nuestra hoja de ruta de soluciones a las corredurías asociadas a Espabrok", ha comentado Luis López Visús, director general de Espabrok.

En otro orden de cosas, la asociación e Inade_han organizado cuatro sesiones exclusivas de formación y sensibilización de toda la normativa de distribución que implica a la mediación profesional.

En la primera jornada se abordó la organización interna de la correduría de seguros; en la segunda los requisitos de los corredores para poder ejercer su actividad como distribuidores de seguros; la tercera se centró en la expansión del negocio y la relación con las aseguradoras; y en la última se habló de las relaciones con los asegurados en todos sus aspectos.

Por otro lado, Espabrok celebró la segunda edición de su Congreso Virtual, cuyo lema ha sido '#Espabrok No se Para + Unidos +Digitales'. Las jornadas contaron con

la presencia de los principales directivos de negocio de Plus Ultra, WR Berkley, Reale y Surne.

En ellas se pusieron en común todas las iniciativas de crecimiento llevadas a cabo durante este año, y se presentaron las acciones de negocio de cara a la campaña de cierre de ejercicio. Con el cliente en el centro de toda estrategia, la tecnología como apoyo a la eficiencia operativa, la omnicanalidad y la especialización con productos innovadores han sido los pilares de los contenidos de la agenda virtual.

Por su parte, las cuatro entidades aseguradoras presentaron las diferentes medidas puesta en marcha en exclusiva para Espabrok.

Hyperion Insurance Group cambia su nombre por Howden Group Holdings

Hyperion Insurance Group ha anunciado que cambia su nombre a Howden Group Holdings con efecto inmediato.

El cambio de nombre afecta a otras partes del Grupo que contienen Hyperion en su nombre. Entre ellos se encuentra la Fundación Hyperion, la rama benéfica del Grupo, que a partir de ahora se conocerá como Howden Group Foundation. Asimismo, la parte de data analytics y aplicación digital que pasa a ser HX.

ACS-CV celebra su XXIV Congreso Anual, marcado por la Covid

ACS-CV celebró su XXIV congreso anual, realizado desde la Masía Xamandreu de Godella (Valencia) y difundido a través de la página de Facebook y el canal de Youtube de la asociación.

Álvaro Olmos, presidente de ACS-CV, hizo balance de su mandato considerando "que hemos cubierto con creces todos los objetivos planteados". Tras el balance de la gestión, Olmos dio paso a Miguel Sánchez, que desde el 1 de enero de 2021 es el nuevo presidente de ACS-CV, quien en su intervención destacó los pilares fundamentales en los que se basará su mandato: continuar con la formación de calidad, la adaptación a la tecnología y la potenciación del marketing.

Aurelio Gil, director Mercantil de ACS-CV, subrayó que "la actividad mercantil es responsable del gran incremento de asociados registrado durante la última década, hasta los 70 miembros actuales". En relación con la gestión de las aseguradoras durante la pandemia el director mercantil recalcó que "han estado muy a la altura: han dado un buen servicio, han asumido los sinestros respecto a la Covid en seguros de Salud, Vida y Decesos, y han estado muy preparadas tecnológicamente". Mención aparte mereció el colectivo de corredores, "que también han estado a la altura tanto en servicios al cliente como en adaptación tecnológica".

Uno de los puntos de interés del congreso fue el foro de debate con CEOs de entidades aseguradoras, dedicado en esta ocasión a la pandemia provocada por la Covid-19 y que ha llevado por título 'El seguro ante la pandemia y los cambios: un sector que responde', en las que también hubo tiempo para hablar de la adaptación de las empresas a las nuevas tecnologías y del valor del asesoramiento de los corredores.

El congreso continuó con una charla motivadora titulada 'Dale la vuelta al 2020 y mejora tus ventas' del conferenciante y escritor, César Piqueras. Esta ponencia tuvo como eje principal la mejora en la productividad empresarial, "debemos cuidar conocimientos, habilidades y actitudes en nosotros y en nuestros equipos para ir más allá en la venta", explicó a los presentes Piqueras. Su ponencia finalizó con un mensaje "apaguemos la negatividad y apostemos por la positividad, para contagiar a nuestros equipos y a nuestros clientes".

Clausuró el congreso el director general de Economía Sostenible de la Consejería de Economía Sostenible, José Vicente Soler, que comentó que "la sostenibilidad es uno de los ejes para cambiar el modelo productivo. Junto con la responsabilidad social, debe ser el nuevo camino que debemos tomar".

AMV hizo descuentos del 40% en la contratación de sus seguros de motos en el Black Friday

Con motivo del Black Friday 2020, AMV lanzó una promoción aplicable a los contratos que se presupuestaron y firmaron desde el 23 de noviembre hasta 1 de diciembre de 2020, ambos incluidos.

Los clientes pudieron disfrutar de una reducción directa del 40% en el seguro para su moto, quad y/o scooter, aplicable durante la primera anualidad en las modalidades de Terceros, Terceros Premium, Robo e incendio y Todo Riesgo.

Summa ha establecido, en su plataforma de formación, recursos para ofrecer a su red de colaboradores la formación obligatoria para sus labores, además de formación continua y profesional.

Summa apuesta por la formación y la tecnología

"En nuestra estrategia, el crecimiento por esta vía está garantizado, es fácil escalar con las herramientas tecnológicas que permiten trabajar con tantos colaboradores como quieras sin que prácticamente suponga un mayor esfuerzo y, sobre todo, sin necesidad de ampliar recursos humanos", comenta Begoña Larrea, directora general de Summa.

Pero también es necesario proporcionales la formación para su desarrollo. De ahí que, para garantizar la eficacia de la formación de los colaboradores en Summa, incluyen, además de la formación reglada del Nivel 2 (antiguo Grupo B), clases prácticas de técnicas de venta por ramos y el acceso ilimitado al asesor de Brokia, que permite trasladar el conocimiento de la dirección técnica de la correduría sobre el análisis del riesgo y la detección y evaluación de las necesidades de aseguramiento.

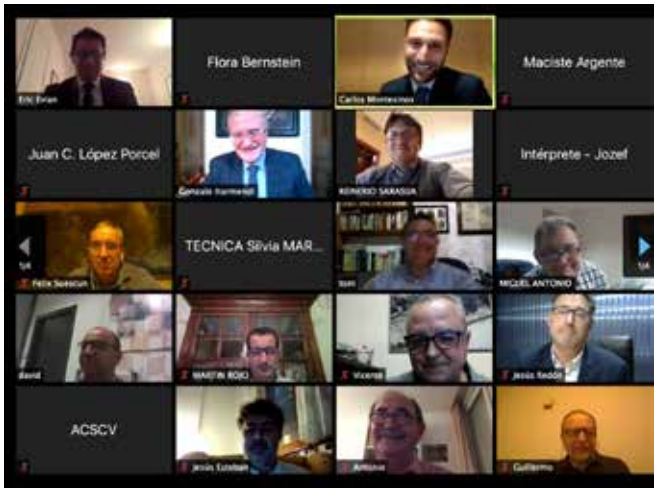
En otro orden de cosas, la correduría vizcaína Azpiri & Lejardi se ha incorporado a la red independiente de mediadores de Summa, que continúa con el proceso de expansión en el País Vasco, donde ya suma cuatro oficinas.

Por otro lado, la correduría ha informado que su vídeo de homenaje a los corredores de seguros 'Ni un mediador solo', ha sobrepasado las dos mil visualizaciones. El eje central del vídeo es poner en valor el trabajo del corredor y su aportación social. Se apela a la unión de aquellos que sienten la profesión y desean impulsar su papel en la sociedad y la economía.

Desde la correduría se considera a los corredores auténticos héroes del sector que han sido capaces de llevar el seguro a todos los rincones de la geografía, que han estado al pie del cañón durante todo el confinamiento como servicio esencial de la economía, y que, sin embargo, su labor queda difuminada en medio de las grandes marcas de las aseguradoras y de la publicidad intensa de las entidades de venta directa. Se puede ver el vídeo completo en el siguiente link cutt.ly/YgFmH0P.

El Consejo General realiza una jornada sobre la visión europea de la responsabilidad del distribuidor de seguros

El Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros y CGPA Europe ha celebrado una jornada online bajo el título 'Una visión europea de la responsabilidad del distribuidor de seguros'.



Reineiro Sarasúa, presidente del Consejo General, ha sido el encargado de abrir la jornada, centrada en analizar la evolución de la responsabilidad civil profesional del mediador de seguros y la situación que ha vivido Europa con la pandemia de la Covid-19, así como su incidencia en el marco de responsabilidades del distribuidor de seguros.

Junto al representante de la institución mediadora ha comparecido Eric Evian, presidente y CEO de CGPA Europe, quien ha presentado a la agencia de suscripción y ha trasladado su visión como especialista sobre la cobertura de riesgos para el mediador de seguros. "Hemos observado un fuerte aumento en las reclamaciones originadas por falta de asesoramiento por parte del mediador", ha afirmado Evian.

Por otro lado, el presidente de CGPA ha aprovechado para analizar el contexto en el que se encuentra la Responsabilidad Civil de los mediadores europeos con el entorno actual con la Covid. Evian ha explicado que las pólizas *Business Interruption* no cubren en caso de pandemias porque no han existido daños físicos a la propiedad, pero los contratos no son claros.

Ante estos casos, el mediador queda atrapado entre la aseguradora y el cliente. Por eso, tal y como ha reflexionado Evian, convendría buscar nuevos enfoques de asesoramiento en seguros de gestión de riesgos: "Observamos que, desde la transposición de la IDD al ordenamiento jurídico de los distintos estados, las reclamaciones han experimentado un notable aumento en la totalidad de países en los que operamos", ha explicado Evian.

Después de la introducción del presidente de la compañía, Gonzalo Iturmendi, socio y director del Bufete G. Iturmendi y Asociados ha presentado el segundo punto de la sesión, bajo el título 'Gestión de riesgos de Responsabilidad Civil de la mediación de seguros'.

En este bloque, Iturmendi ha hablado sobre la Gerencia de riesgos de Responsabilidad Civil del mediador como una forma de minimizar el impacto de reparar cualquier daño causado a un tercero. "Tanto el profesional independiente como la Sociedad de Mediación (agencia o correduría) debe identificar, analizar y evaluar los riesgos de la actividad en función de sus características particulares. Para ello, los profesionales cuentan con dos sistemas de control y prevención de riesgos: *compliance* y calidad", ha expuesto. Durante su ponencia, Gonzalo Iturmendi ha explicado cómo aplicar estas herramientas y ha analizado las reglas que se deben cumplir para evitar posibles reclamaciones.

Grupo Euro-Center analiza los planes de pensiones de sus asegurados para obtener la máxima rentabilidad

Grupo Euro-Center Correduría de Seguros ha revisado toda la situación actual de los planes de pensiones, su evolución y modificaciones legales, sin olvidar el análisis de las rentabilidades pasadas, presentes y de forma intensa las rentabilidades futuras.

"Expertos economistas llevaron a cabo las recomendaciones para conseguir que los resultados de los asegurados de las diferentes coberturas diseñadas para la jubilación de los asegurados obtengan el máximo rendimiento financiero fiscal, de forma que garantice el más amplio nivel de bienestar a los jubilados que hayan confiado en los gerentes de riesgos de Grupo Euro-Center", han manifestado desde la correduría.

RibéSalat asegura a los usuarios de Bive

RibéSalat ha llegado a un acuerdo con **Bive**, la nueva aplicación que apuesta por impulsar el uso de la bicicleta como una opción de movilidad sostenible en las ciudades, para convertirse en su partner asegurador.

La iniciativa, impulsada por Cabify, incluye servicios y productos como información para trayectos, suscripción mensual y, además, una tienda de bicicletas y accesorios. Bive de momento solo está disponible en Madrid, aunque próximamente se va a extender a otras ciudades.

Gracias a esta alianza, RibéSalat se encargará del seguro de los usuarios de Bive en la modalidad de suscripción 'Bive Plus', donde se incluye cobertura de responsabilidad civil, de accidente, asistencia en carretera y, opcionalmente, robo. De este modo, el broker de seguros refuerza su apuesta por la movilidad sostenible.

Por otro lado, la correduría ha firmado un acuerdo de colaboración con la **Asociación de Empresarios de Clubes Catalanes de Fitness (Adecaf)** con la finalidad de apoyar al sector empresarial deportivo, altamente afectado desde el estallido de la crisis sanitaria. RibéSalat ofrecerá formaciones y asesoramiento a los clubes en materia de Responsabilidad Civil de Directivos, ciberseguridad, Salud o daños a las instalaciones, entre otros.

La alianza también contempla la aportación de valor añadido a través de nuevas soluciones aseguradoras con coberturas específicas que se adapten a las necesidades de los usuarios; así como una atención personalizada, directa y cercana a las empresas en las distintas consultas que surjan.

Newcorred abre un canal de denuncias de la mano de Canal Ético del Seguro

Newcorred y Canal Ético del Seguro han firmado un acuerdo para poner en marcha 'Canal Ético Newcorred', su propio canal de denuncias para todos sus miembros, sin coste.

De esta forma, podrán cumplir con la nueva obligación que marca el nuevo RDL 3/2020 que establece que "los distribuidores de seguros y reaseguros deberán disponer de procedimientos adecuados para que sus empleados puedan notificar infracciones a nivel interno a través de un canal independiente, específico y autónomo, que podrán ser objeto de desarrollo reglamentario".

Con el 'Canal Ético Newcorred' se garantiza la confidencialidad tanto de la persona que informa de las infracciones como de las personas físicas presuntamente responsables de la infracción.

En otro orden de cosas, la asociación ha puesto en marcha la nueva actualización de la política de cookies, que figuran en la 'Guía de cookies', que publica la Agencia Española de Protección de Datos. Supone un cambio fundamental al establecer cómo dar el consentimiento de los tratamientos de datos a través de las tecnologías de rastreo de páginas web, y otorgando un mayor poder de control a los usuarios sobre las cookies y tecnologías similares.

Por último, señalar que Newcorred ha superado los 300 miembros. Uno de cada dos nuevos corredores y correduría que llegan a la profesión se integran en la asociación. De ellos, 270 son asociados -corredores o correduría autorizados y en activo- mientras que 31 tienen la condición de afiliados, que son los que se están formando para obtener el título de corredor.

El Consejo de Colegios de Mediadores de Seguros de Cataluña renueva sus cargos

La Junta General Ordinaria del Consejo de Colegios de Mediadores de Seguros de Cataluña ha aprobado la renovación de los cargos de la institución que agrupa a los cuatro colegios catalanes.

Jordi Triola, presidente del Colegio de Gerona, ocupa la presidencia del Consejo de Cataluña. La vicepresidencia de la corporación recae en Francesc Santasusana, presidente del Colegio de Barcelona. Por su parte, Àlex Mestre, presidente del Colegio de Tarragona, fue designado como tesorero. Mientras que Xavier Barberà, presidente del Colegio de Lérida, desempeña las funciones de secretario de la Junta.

Miguel de las Morenas, nuevo presidente del Colegio de Zaragoza

Miguel de las Morenas, director general de Kalibo Correduría de Seguros, ha sido elegido presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza, tras vencer en las elecciones a la otra candidatura encabezada por Laura Martínez.

Carmelo Alonso, es el vicepresidente; Manuel Caldú, el tesorero; y Jorge Belsué el secretario. Como vocales están: Raquel Mañero, Esperanza Santiago, Ana Esmeralda Jaso, Jesús Calvete, Román Cendegui y Luis Carlos Pérez. Esta ejecutiva quiere centrar sus esfuerzos en reforzar el papel institucional del Colegio, dando a conocer la función de la mediación en la protección de las personas y empresas, así como potenciar las actuales Comisiones de Trabajo y la creación de otras nuevas en las que se desarrollen aspectos relativos a normativas y regulación sectorial, tecnología, digitalización, previsión social...

También se pretende que el Colegio sea el centro de la actividad de los profesionales de la mediación, punto de información de cualquier asunto relacionado con la profesión: asesoría jurídica, asesoría técnica, asesoría tecnológica, asesoría y consultas en materia fiscal, laboral y contable, asesoría en materia de ventas y marketing, servicios de contraseguro, ciberseguridad…

"Tenemos que trasladar a los colegiados información de valor, que puedan aplicar en el día a día y, para trabajar en esta línea, necesitamos conocer la opinión de los colegiados en determinados asuntos. Para ello, nos hemos propuesto mantener con los colegiados reuniones periódicas en las que intercambiar información, bajo un formato informal de desayunos de trabajo", ha afirmado De las Morenas.

Por otra parte, el Colegio de Zaragoza se ha unido al Consejo General y todo el sector asegurador para advertir que los Presupuestos Generales de Estado 2021 desincentivan y penalizan el ahorro de los ciudadanos y les dejan desprotegidos frente a la jubilación. En cuanto a los seguros de Salud, la subida del IVA al 21% contemplada en los Presupuestos contribuirá a desequilibrar la atención de la salud de todos los españoles.

Sum Broker desarrolla un hub de servicios digitales para el sector

Sum Broker ha desarrollado 'Insurama', un hub de servicios digitales para la industria aseguradora. Pone esta plataforma tecnológica y de servicios a disposición del sector, para la distribución digital de seguros.

También han creado 'Muvin', con el que los partners comercializan en digital sus soluciones aseguradoras "al igual que nosotros lo hacemos a través de nuestra línea TuBroker", señalan desde Sum Broker. Así se cubre todo el ciclo de vida del seguro con un reducido time-to-market, bajo una plataforma modular, flexible y escalable, con seguridad y bajo enfoques *customer centric*.

Reinerio Sarasúa, reelegido presidente del Colegio de Asturias

La Mesa Electoral del **Colegio de Mediadores de Seguros del Principado de Asturias** para la legislatura 2020-2024 proclamó electa la candidatura encabezada por Reinerio A. Sarasúa, al no concurrir ninguna otra a las elecciones convocadas para el 10 de diciembre.

La candidatura proclamada electa está conformada por Reinerio A. Sarasúa, como presidente; Ignacio Friera, vicepresidente; Eva María Martínez, secretaria; y César Jaraiz, tesorero.

El objetivo principal de la Junta Directiva seguirá siendo trabajar en beneficio de los mediadores de seguros de Asturias. Para ello, entre otras iniciativas, dará continuidad a las acciones puestas en marcha, entre las que destaca la actuación frente a la competencia desleal, la injerencia y las irregularidades detectadas en la comercialización de seguros por parte de las entidades bancarias.

Se quiere dar más impulso a la formación continua y el desarrollo profesional de la mediación asturiana para facilitar las herramientas para afrontar un futuro que cada día se revela más diverso y complejo y que exige una adaptación constante.

El Consejo Andaluz, reacio a las medidas planteadas por el Gobierno en materia de seguros

El **Consejo Andaluz de Colegios de Mediadores de Seguros** ha mostrado su apoyo y total adhesión a las protestas formuladas por el **Consejo General** y **Unespa**, ante las recientes medidas adoptadas por el Gobierno en materia de seguros

Dichas medidas conllevan la subida del IPS (Impuesto sobre Primas de Seguros) de un 6 al 8%, así como la reducción fiscal del importe deducible de 8.000 a 2.000 euros en planes de pensiones. Medidas desproporcionadas y carentes de justificación.

Por otro lado, el Consejo Andaluz quiere denunciar la mala praxis de las entidades financieras al supeditar tanto la financiación como las comisiones bancarias de sus clientes, a la contratación de seguros en favor de dichas entidades.

En otro orden de cosas, el Consejo Andaluz ha celebrado por videoconferencia la reunión de su Junta de Gobierno, bajo la presidente de Genaro Sánchez. En ella, se aprobó un acuerdo con la Agencia Tributaria de Andalucía y otro con **Ebroker**.

Marsh aborda los ciberriesgos en tiempos de pandemia

El Congreso Internacional Digital de Directivos de APD bajo el lema 'La empresa con propósito. Del valor para el accionista al valor para la sociedad', patrocinada por Marsh España, trató los ciberriesgos en tiempos de pandemia.

Entre otras cosas, en el congreso se dijo que los consejos de administración tienen tres imperativos en su agenda: Entender, Medir y Gestionar los ciberriesgos ante la imposibilidad de alcanzar una inmunidad plena frente a incidentes de ciberseguridad.

Es necesario valorar los activos a proteger, la necesidad de elaborar un mapa de riesgo con un enfoque claro y un análisis de impacto que permita disponer de un cuadro de mandos y un protocolo de actuación.

Estar adecuadamente preparados distingue a las organizaciones resilientes por su manejo del riesgo, capacidad de disminuir su impacto y disponibilidad para recuperarse con mayor velocidad. No obstante, las comisiones de auditoría o de riesgos, cada vez más, alzan su voz para impulsar una posición proactiva, estratégica y transparente en materia de ciberriesgos.

Ana Matarranz, nueva directora del área de Human Capital y Benefits de Howden Iberia

Howden Iberia ha anunciado la incorporación de Ana Matarranz como directora general de Human Capital y Benefits.

Matarranz tiene una trayectoria de más de 20 años de experiencia en el sector asegurador, habiendo desarrollado su carrera profesional en Mapfre, Caser y Willis Towers Watson, liderando diferentes puestos de responsabilidad, entre ellos directora general de Willis Iberia y Head de Health & Benefits para Western Europe.

Experta en Capital Humano y gestión de personas, posee un enfoque estratégico a clientes, facilitando soluciones eficaces a las organizaciones. Es Economista y Actuaria, PDD por el IESE y Digital Transformation por el MIT.

fisioestudio

Centro de Terapia Manual Avanzada

FISIOTERAPIA Y OSTEOPATÍA
TERAPIA MIOFASCIAL
FISIOTERAPIA DEPORTIVA
TRAUMATOLOGÍA Y REUMATOLOGÍA
FISIOTERAPIA PRE Y POST PARTO
FISIOTERAPIA INFANTIL
FISIOESTÉTICA
DEPILACIÓN LASER

Los Nogales, 7 (entrada Doctor Vallejo Nágera)
28005 Madrid

Cita previa: 91 576 70 04

www.fisioestudio.com

Fecor presenta una nueva edición de su iniciativa solidaria Queridos Reyes Magos

Bajo el lema 'Regálate una sonrisa', **Fecor** ha vuelto a poner en marcha, en colaboración con Mensajeros de la Paz, la acción solidaria Queridos Reyes Magos. El objetivo de esta iniciativa que forma parte de Corredor Solidario, la línea de RSC de la federación, ha sido ayudar a sus majestades a lograr que las cartas de los niños de familias muy necesitadas llegaran a su destino.

Esta iniciativa hace posible que año tras año cientos de niños reciban su regalo de Reyes gracias a la participación, absolutamente desinteresada, de todo el sector asegurador: corredores, correduría, agentes, asociaciones, organizaciones, instituciones, compañías de seguros, medios de comunicación y particulares.

Para participar como Reyes Magos tan solo ha habido que solicitarlo a Fecor y adquirir uno de los tres regalos que los niños piden en su carta y cuyo importe unitario no debe superar los 40 euros. Una vez comprado el regalo, siguiendo las indicaciones enviadas junto a la carta, el regalo llega a su destino sin cargo alguno.

"Todos los niños y niñas tienen derecho a soñar y gracias a la colaboración de los que participan en esta campaña impulsada por Fecor, la mañana del 6 de enero sus sueños se hacen realidad", han manifestado desde Mensajeros de la Paz.

El Colegio de Asturias celebra su Brindis Solidario de manera virtual

El **Colegio de Mediadores de Seguros del Principado de Asturias** celebró el 18 de diciembre una nueva edición de su tradicional Brindis Solidario, que este año se adaptó a las normas que imponen las circunstancias sanitarias y sociales derivadas de la pandemia por Covid-19 y se transformó en digital.

Este año el Brindis Solidario, en su formato 2.0, se celebró a favor de la Fundación Banco de Alimentos de Asturias. Todos los asistentes alzaron juntos sus copas, a través de Internet conectados vía Webex, con el objetivo de contribuir a mantener la actividad de la Fundación Banco de Alimentos Asturias, ayudando a que no cese el flujo habitual de alimentos de primera necesidad en las extraordinarias circunstancias que estamos viviendo.

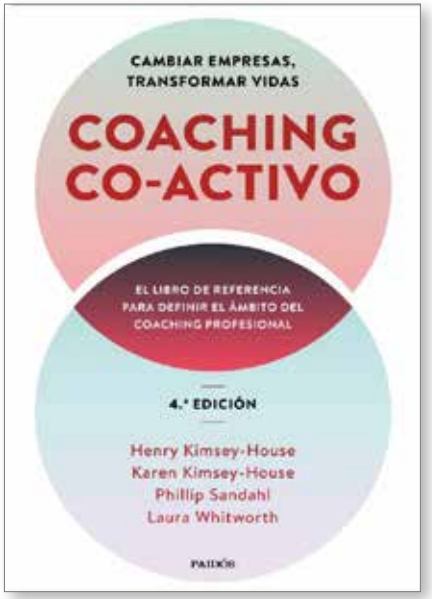
El premio Cojebro Solidario entrega casi 20.500 euros a Cruz Roja

Cojebro celebró a finales de noviembre su acto de entrega de su premio solidario que en esta ocasión recayó en Cruz Roja. Esta asociación de corredores de seguros donó a la institución sin ánimo de lucro un cheque con 20.470 euros, que servirán para contribuir en su labor de ayuda a los más necesitados.

Precisamente esta ayuda llega en un ejercicio en el que esta institución, con 150 años de historia, no había vivido nada igual. En el que han tenido que hacer frente a dar ayuda a 2.800.000 personas.

El acto estuvo dividido en dos partes, en la primera se hizo un repaso a las acciones de responsabilidad social corporativa que viene realizando Cojebro en donde se dio a conocer la nueva iniciativa SegurLike Planet que tiene como objetivo ayudar a proteger el medio ambiente, en el que se colabora con Oxizona, una organización sin ánimo de lucro que se dedica a la reforestación.

También se adelantó el próximo Camino Cojebro Solidario, que coincide con Año Santo Compostelano y que será el 20 al 25 de septiembre. Discurrirá por la ruta más antigua del Camino de Santiago, descubriendo así las raíces de la peregrinación siguiendo los pasos del primer peregrino del que se tiene constancia: el Rey Alfonso II el Casto. Además, coincide con el Año Santo Compostelano.



Coaching co-activo.

Cambiar empresas, transformar vidas

Henry Kimsey-House

Editorial: Paidós
Precio: 20,80 € libro impreso

El *coaching* co-activo se basa en la premisa de que la persona es naturalmente creativa, autónoma y que posee grandes recursos, lo cual le permite encontrar sus propias respuestas a los retos a los que se enfrenta en su vida personal y profesional. En lugar de instruir o aconsejar al cliente, el trabajo del *coach* co-activo consiste en hacerle preguntas que le ayuden a esclarecer sus objetivos, escucharle y darle los recursos necesarios para que emplee las herramientas y la creatividad que ya posee. Todo ello desde una concepción integral del ser humano.

Vender es fácil, si sabe como

Nuestro único objetivo es conseguir que los clientes nos elijan

Alejandro Hernández

Editorial: Alienta
Precio: 14,21 € libro impreso

No hay que darle más vueltas: "Todo comienza y termina en el cliente". Y es que en ventas hay que simplificar. Nuestro único objetivo, para tener éxito comercial, debe ser algo tan sencillo y tan difícil como conseguir que los clientes nos elijan. Una vez asumido este principio, vender es fácil ya que simplemente se trata de ayudar a comprar. Pensando desde el principio que el cliente es el objetivo de todo negocio se puede diseñar, producir, distribuir, anunciar, y vender con extraordinaria facilidad. Alejandro Hernández, empresario de reconocida trayectoria, explica aquí cómo conseguirlo.

FOTOGRAFÍA PROFESIONAL

Comunicación
Prensa
Foto corporativa
Reportaje.....

IM
fotografía

Irene Medina
677 552 881

irene@irenemedina.com
www. irenemedina.com

tengo hogar

Reimpulsando vidas

AYUDAMOS A FAMILIAS en riesgo de exclusión social a recuperar su autonomía

síguenos en redes sociales para enterarte de nuestras novedades

www.fundaciontengohogar.org

@tengohogar