Premio San Francisco Javier de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

10 ANIVERSARIO

Número 102 Febrero 2021

www.pymeseguros.com

Visión de experto
Rafael Díaz, responsable de particulares de Grupo PACC
Aumenta la percepción del seguro como necesario, para viajar tranquilo

Punto de encuentro
La digitalización facilita las técnicas de venta, pero no sustituye al contacto humano

Más a fondo
Análisis pormenorizado de las pólizas de Ciberriesgos

In situ
El negocio de No Vida crece 1% en 2020, a pesar del impacto de la Covid

Pablo Moreno, Travel General Manager de Europ Assistance

Asistencia en Viaje **DESPUNTARÁ** cuando se controle el Covid 19

Preocúpate solo de

LO QUE REALMENTE IMPORTA

Cuidamos de manera personalizada cualquier ámbito
de tu vida, para que tu solo disfrutes con tranquilidad.

europ assistance
you live we care

Todo un mundo de atenciones:

www.europ-assistance.es

Luces entre las sombras

El sector asegurador ha soportado la mayor caída en lo que va de siglo. En 2020, se ha producido una reducción del 8,3% de sus ingresos, debido, principalmente, a la paralización económica generada por la irrupción de la Covid-19 y las medidas adoptadas para contenerla. A pesar de eso, el hecho de que No Vida haya crecido un 1%, con una reducción del 11% del PIB, merece una valoración positiva (ver **In situ**).

Uno de los ramos más castigados fue Asistencia en Viaje. Sin embargo, con la llegada de la vacuna, existe un cierto optimismo en que este año se producirá la recuperación. Se trata de una herramienta imprescindible a la hora de planificar los viajes y el viajero ha tomado conciencia de la necesidad y las ventajas que aporta ir asegurado (ver **Hablando claro**).

No obstante, existe cierto malestar entre los corredores porque las aseguradoras generalistas entran a ciegas en el ramo de Asistencia en Viajes queriendo ser muy competitivas, pero posteriormente no son capaces de mantener el nivel de prestaciones que se les debería suponer. Por encima de un precio competitivo siempre estará la tranquilidad de nuestros clientes y, por ende, la de los corredores (ver **Visión de experto**).

Otro seguro con gran expectativa son los Ciberriesgos, que cada vez se van asentando más en España, especialmente en el sector corporativo, dado el aumento de las amenazas. Con todo, existe mucha heterogeneidad de criterios a la hora de interpretar las coberturas y las exclusiones, lo que puede dificultar la contratación de pólizas y generar ambigüedad por no tener claro el objeto y la extensión (ver **Más a fondo**).

Para potenciar estas ventas, los corredores reivindican que el contacto físico sigue siendo irremplazable. Como ayuda cuentan con la digitalización masiva, que supone un apoyo para la captación y fidelización del cliente, así como para el desempeño de tareas administrativas que permiten disponer de más tiempo para llegar a los usuarios (ver **Punto de encuentro**).

Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Staff

Directora
Carmen Peña
carmen@pymeseguros.com

Periodista
Aitana Prieto
aitana@pymeseguros.com

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

Diseño y maquetación
Estudio 9C

Fotógrafa
Irene Medina

Banco De Imágenes
Fotolia

06 Hablando claro
Pablo Moreno, Travel General Manager de Europ Assistance.
Asistencia en Viaje despuntará cuando se controle el Covid 19

12 Visión de experto
Rafael Díaz, responsable de particulares de Grupo PACC- Aumenta la percepción del seguro como necesario, para viajar tranquilo

PymeSeguros
Revista online para corredores y corredurías

Número 102 { Febrero 2021 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

CC BY NC ND

03 **Editorial**
Luces entre las sombras

36 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

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

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

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

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

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

16 **Punto de encuentro**
La digitalización facilita las técnicas de venta, pero no sustituye al contacto humano

22 **Más a fondo**
Análisis pormenorizado de las pólizas de Ciberriesgos

28 **In situ**
El negocio de No Vida crece 1% en 2020, a pesar del impacto de la Covid

34 **Claves de empresa**
Pruebas PCR antes de viajar al extranjero

Pablo Moreno, Travel General Manager de Europ Assistance

Asistencia en Viaje **DESPUNTARÁ** cuando se controle el Covid 19

Pablo Moreno, Travel General Manager de Europ Assistance, se muestra optimista y confía en que este año se producirá la recuperación del ramo de Asistencia en Viaje. "Este seguro es una herramienta imprescindible a la hora de planificar los viajes y el viajero ha tomado conciencia de la necesidad y las ventajas que aporta ir asegurado. Por lo tanto, se espera que el ratio de conversión será elevado". Sin embargo, es consciente de que "la coyuntura actual nos indica que esto no se va a producir tan rápido como deseamos".

El seguro de Asistencia en Viaje ha sido uno de los ramos más perjudicados en 2020. ¿Qué ha supuesto para este negocio?

Debido a la pandemia, los viajes se han reducido de manera significativa y, por lo tanto, nuestras primas han sufrido una disminución muy importante. Sin embargo, somos una compañía muy diversificada y con otros ingresos recurrentes procedentes de otras actividades, lo que nos ha hecho cerrar un año excepcional, teniendo en cuenta las actuales circunstancias.

¿Se han denegado muchas devoluciones de primas por la imposibilidad de viajar debido a la pandemia? ¿Cómo se ha gestionado?

A pesar de no haber tenido muchas solicitudes, cada caso -en el que se ha solicitado la devolución de prima-, ha sido estudiado por nuestro departamento técnico y comercial quienes ha tomado las decisiones más beneficiosas para el cliente.

¿Cómo se espera que vaya 2021 en el ramo en general y en Europ Assistance, en particular?

Nosotros somos optimistas y confiamos en que este año será el año de la recuperación. Pero la coyuntura actual nos indica que esto no se va a producir tan rápido como todos deseamos. Por eso, hemos puesto todas las expectativas a partir del verano y de un modo gradual, siempre muy condicionado a la evolución de la vacunación.

La realidad es que todos estamos deseando poder volver a viajar. ¿Estamos más concienciados de la necesidad de hacerlo asegurados? ¿Se espera que, tras la pandemia, crezca el ratio de viajeros que opten por este seguro?

La pandemia ha colocado la seguridad médica, a la hora de viajar, como una de las principales preocupaciones. El seguro de Viaje es una herramienta imprescindible a la hora de planificar los viajes y el viajero ha tomado conciencia de la necesidad y las ventajas que aporta ir asegurado. Eso indica que el ratio de conversión será elevado.

En 2020, la mayoría de las ventas de seguros de Asistencia en Viaje ha sido en territorio nacional. ¿Cree que será una moda pasajera y que cuando pase la crisis del Covid-19 desaparecerá?

Todo va a depender de la evolución de la pandemia y de la vacunación, lo cual llevará a que los viajeros traspasen nuestras fronteras, pero lo que está claro es que el viajero -sea cual sea su destino- busca protección aseguradora. De hecho, durante 2020 hemos detectado que en esos momentos en que la curva de contagios y las restric-

En 2020, cuando la curva de contagios y las restricciones se suavizaron, las ventas de seguro de Viaje crecieron centrándose en destinos fuera de nuestro país

ciones se han suavizado, las ventas de seguro de Viaje han crecido centrándose en destinos fuera de nuestro país.

¿Cómo se está reinventando el seguro de Asistencia en Viaje tras el Covid-19?

Si por regla general es un seguro en constante innovación, con la pandemia más que reinventarnos, lo que hemos hecho es adaptarnos a las necesidades concretas de cobertura en esta nueva situación. Hemos estudiado y analizado productos y segmentos en los cuales encontramos nichos de negocio y hemos mejorado las coberturas y límites, procesos de gestión de servicios y canales de comunicación.

A la vuelta del verano percibimos un crecimiento en los seguros *Corporate* pero la segunda ola los frenó y ahora son prácticamente nulos

¿Se puede decir que esta crisis ha ayudado a analizar más las necesidades de los clientes?

Por supuesto, estos meses que de forma drástica nos han generado un frenazo en ventas nos ha permitido revisar todos nuestros procesos organizativos, actualizar y mejorar nuestro catálogo de productos, analizar nuevas líneas de comercialización y segmentos y reestructurar y adaptar nuestras plataformas de servicio a la nueva situación. Siempre basados en la voz del cliente, tanto asegurado final como nuestros intermediarios, que son los que nos van marcando el camino.

¿A qué retos se enfrenta el ramo de Asistencia en Viaje?

A la velocidad de la recuperación y las ganas de viajar. Éste es el mayor reto.

¿Cómo cree que se verá afectada la modalidad de viajes profesionales con la proliferación de videoconferencias?

A pesar de que los viajes de trabajo forman parte, por lo general, de las excepciones a las restricciones y limitaciones de movilidad aplicadas a raíz de la pandemia, el impacto que la Covid-19 ha tenido en el tejido económico y empresarial ha ocasionado que la mayoría de las empresas hayan revisado sus políticas de movilidad, siendo más restrictivas y priorizando el teletrabajo, en función al país de destino, importancia del proyecto y puesto de trabajo.

Todo esto indica que los viajes de negocios tarden más en llegar a la normalidad. Es cierto que a la vuelta del verano percibimos un crecimiento en los seguros *Corporate* pero la segunda ola los frenó y ahora son prácticamente nulos.

Últimamente se habla mucho de la *silver economy*. ¿Se están adaptando los seguros de Asistencia en Viaje a las necesidades y gustos de los mayores de 50 años?

Sin duda alguna, una vez alcanzado cierta edad, las preocupaciones a la hora de viajar son diferentes, así como los riesgos por los que quieres estar cubierto. El segmento de población de +50 quiere disfrutar de unos viajes tranquilos y sin sobresaltos, por lo que no duda en tener un seguro que le cubra cualquier contingencia en el extranjero. Todos los productos de Europ Assistance están pensados para garantizar esta seguridad independientemente de la edad de nuestros asegurados.

El seguro de Asistencia en Viaje se está convirtiendo en un producto "gancho", que los hoteles ofrecen a sus clientes. ¿Qué opina al respecto?

Los hoteles han reforzado su propuesta de valor incluyendo dentro de sus servicios un seguro de Viaje gratuito para todos los huéspedes y durante la estancia en el hotel, enfocado en primera instancia a la cobertura Covid. Deben garantizarse la seguridad de sus clientes, y han visto que un seguro incluido en la reserva transmite una tranquilidad adicional muy valorada.

Hay Comunidades Autónomas como Canarias y Andalucía que han contratado una póliza de Asistencia en Viaje para cubrir, entre otras cosas, la necesidad de que los viajeros prolongasen estancias por cuarentenas. ¿Cree que es algo que se extenderá a otras comunidades?

Es lo mismo que en el caso de los hoteles, el turismo es relevante para nuestra economía y la mayor preocupación del viajero es la seguridad y protección. La necesidad ya se ha despertado y, poco a poco, iremos viendo variantes en más comunidades autónomas.

Parece que los virus y otros organismos bacteriológicos van a tener una fuerte incidencia en el futuro. ¿Cómo se prevé que responda el seguro? ¿Lo tendría que cubrir el Consorcio de Compensación de Seguros?

El Consorcio cubre circunstancias muy excepcionales y perfectamente descritas. Las epidemias mundiales no están recogidas dentro de estas causas, debido a que nunca se habían dado. Por lo menos en lo que podemos llamar el seguro moderno. Sin duda alguna, y viendo cómo evolucionan los riesgos globales, esas circunstancias deberían de ser revisadas y, al menos, considerar la inclusión de las pandemias y las epidemias como riesgo catastrófico. Lamentablemente, y sin querer parecer pesimista, parece que el riesgo biológico va a estar más presente en nuestras vidas de ahora en adelante.

Se debería considerar la inclusión de las pandemias y las epidemias como riesgo catastrófico

Hay aseguradoras que están introduciendo nuevas coberturas Covid-19 en sus seguros de Asistencia en Viaje ¿Cuál es la postura de Europ Assistance?

Creo que nosotros introdujimos la mejor y mayor cobertura desde el momento que consideramos Covid-19 como una enfermedad común más, algo que aplica a todo nuestro catálogo de productos y coberturas sin diferenciar

CRECERÁN LAS VENTAS DE SEGUROS DE ASISTENCIA EN VIAJE A TRAVÉS DE CORREDORES

Pablo Moreno, Travel General Manager de Europ Assistance, confía en que va a mejorar el ratio de distribución de este seguro por parte del corredor. Este debe entender que "el seguro de Viaje y la gran valoración del mismo por parte del cliente, complementa su portfolio. El mediador es el que mejor conoce al cliente, sabe sus necesidades y tiene su confianza para recomendarle la mejor protección en sus viajes. Sin duda alguna, los últimos acontecimientos ayudarán al mediador a asesorar a todos sus clientes que deseen hacer un viaje y a la necesidad de asesorar la conveniencia de su contratación".

En Europ Assistance, el 90% del negocio es nueva producción, ya que los seguros que más se comercializan son los temporales. Al cierre del 2019, el canal corredor representaba un 60% de la totalidad de la venta intermediada por esta aseguradora. Un porcentaje que espera incrementar. Para conseguirlo, ofrece "una atención personalizada, con un equipo humano exclusivo que les apoya y orienta en el día a día y escucha y atiende sus necesidades convirtiéndolas muchas veces en oportunidades de negocio de éxito", explica Moreno.

Todo esto soportado por una herramienta de gestión online 360, que les permite cotización, emisión, seguimiento de la producción e incluso la creación de e-shop a la medida. Y contando con un catálogo exclusivo de seguros que abarca todas las necesidades de sus viajeros.

A cambio, se pide "ilusión, entusiasmo y ser conscientes de la oportunidad de negocio que le da contar con los productos de Europ Assistance".

De hecho, el servicio que ofrece el ramo de Asistencia en Viaje está muy bien valorado por los corredores. Moreno señala que es una consecuencia del esfuerzo diario que hacemos "para mejorar, priorizando la voz del cliente, encuestas NPS, grupos de trabajo con distribuidores y definiendo planes de calidad y mejora constante. Todo eso, junto con la cercanía del equipo comercial, hace que se nos valore con una gran puntuación".

esta enfermedad de ninguna otra.

¿Cuál es el mayor valor añadido que aporta Europ Assistance al cliente?

Nuestra misión desde el mismo día de nuestra fundación ha sido cuidar al cliente en situaciones excepcionales. Este concepto del "*care*" es el ADN de nuestra empresa, y la calidad y vocación de servicio está presente en todo lo que hacemos. Desde el año pasado, además, nos hemos comprometido en mejorar la transparencia con nuestros clientes. Nuestro asegurado debe de tener siempre muy claro cuáles son los riesgos que tiene cubiertos y cuáles no. Por eso, el año pasado lanzamos unos nuevos Términos y Condiciones en lenguaje B1 lo cual quiere decir que son totalmente transparentes y entendibles para el 90% de la población.

Carmen Peña
Fotos: Irene Media

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

Rafael Díaz, responsable de particulares de Grupo PACC

Aumenta la percepción del seguro como **NECESARIO** para viajar tranquilo

El seguro de Asistencia en Viaje ha sufrido un descalabro en 2020, pero Rafael Díaz, responsable de particulares de Grupo PACC, está convencido de que "el ratio de clientes que opten por este seguro aumentará porque ya se estima como algo necesario para poder viajar tranquilos ante cualquier casuística". No obstante, se queja de que "las aseguradoras generalistas entran a ciegas en un ramo queriendo ser muy competitivas, pero posteriormente no son capaces de mantener el nivel de prestaciones que se les debería suponer. En estos casos, siempre vamos a recomendar una especialista. Por encima de un precio competitivo siempre estará la tranquilidad de nuestros clientes y, por ende, la nuestra".

El seguro de Asistencia en Viaje ha sido uno de los ramos más perjudicados en 2020. Su caída, con respecto a 2019, "ha sido en torno al 65% para el ramo", estima Rafael Díaz, responsable de Particulares de Grupo PACC.

Debido a las restricciones de movilidad que se implantaron con motivo del Covid-19, el pasado año se denegaron muchas devoluciones de primas por la imposibilidad de viajar por la pandemia. En esos casos, Díaz apunta que se abrían dos vertientes: el cliente que había contratado su póliza con gastos de cancelación y el que no lo había contra-

tado. "Para el primer caso, se estudiaba con la compañía el tiempo transcurrido desde la contratación para realizar la devolución de gastos al cliente en la medida de lo posible. Para el segundo caso, el más difícil, se iba estudiando caso a caso la devolución de primas".

Eso pasó y ahora, la correduría se centra en mejorar el ratio de caída que hubo en 2020 con respecto a 2019. "Estimamos no llegar a los números de 2019 pero sí mejorar la caída de 2020, dejándola en un ratio inferior al 30%". Todo eso ayudado por las ganas de viajar que tenemos todos y por el hecho de que "el cliente se ha interesado por el seguro de Asistencia en Viaje, sobre todo, con la pandemia. Se ha adquirido 'cultura aseguradora' sobre él. Ahora el cliente sabe que puede optar por una cobertura de Asistencia Sanitaria amplia, por dar cobertura a su equipaje, repatriación, etc. Estamos seguros de que el ratio de clientes que opten por este seguro aumentará porque ya se estima como algo necesario para poder viajar tranquilos ante cualquier casuística", firma Rafael Díaz.

VENTAS EN VIAJES NACIONALES

Otro de los efectos que ha tenido la pandemia es que se han generalizado la venta de seguros de Asistencia en Viaje en territorio nacional, que antes era escaso. Díaz cree que "la Asistencia en Viaje a nivel nacional ha llegado para quedarse. Se ha adquirido mucha conciencia durante la pandemia. El viajero quiere estar seguro ante cualquier imprevisto, ya sea sanitario o material".

La realidad, según el responsable de Particulares de Grupo PACC es que el seguro de Asistencia en Viaje se está reinventando, "adaptándose a las nuevas necesidades que presentan los viajeros. Ofreciendo de forma clara cobertura ante los gastos médicos por positivo en Covid-19, traslados y repatriación, prolongación de estancia por cuarentena, etc. Definitivamente demostrando la flexibilidad del sector asegurador para adaptarse rápidamente a las nuevas circunstancias que afectan, en este caso, a la nueva forma de viajar".

La Asistencia en Viaje a nivel nacional ha llegado para quedarse porque el viajero quiere estar seguro ante cualquier imprevisto, ya sea sanitario o material

Otra cosa distinta es lo que ocurrirá con los viajes profesionales con la proliferación de videoconferencias que hay. En opinión de Rafael Díaz, "afectará al profesional que se desplazaba por un periodo corto de tiempo para tratar algo puntual porque las videoconferencias los pueden sustituir perfectamente. Pero no va a cambiar nada para los profesionales que viajaban para un desarrollo profesional".

Como se ve, unos nichos bajan en la contratación, mientras otros aparecen. Últimamente se habla mucho de la *silver economy*. Algo que las compañías llevan trabajando tiempo, escuchan y enfocan sus productos para las necesidades que puedan afectar a los viajeros mayores de 50 años. Díaz está seguro que "será un nicho de mercado, más teniendo en cuenta el aumento de la esperanza de vida, junto a la inversión de la pirámide demográfica a nivel europeo. Los mayores de 50 serán un importante motor económico a nivel de ocio".

LA TRANQUILIDAD DE LOS CLIENTES

No obstante, Díaz se queja de que "las aseguradoras generalistas entran a ciegas en un ramo queriendo ser muy competitivas, pero posteriormente no son capaces de mantener el nivel de prestaciones que se les debería suponer. En estos casos, siempre vamos a recomendar una especialista. Por encima de un precio competitivo siempre estará la tranquilidad de nuestros clientes y, por ende, la nuestra. Se trata de un servicio que el cliente valora muchísimo y a nosotros nos hace estar tranquilos. Imaginad un imprevisto en otro país sin dominar el idioma y que con una sola llamada, la aseguradora se encargue de todo. Esto te aporta una confianza plena en el producto".

El responsable de Particulares de Grupo PACC explica que "cualquier tipo de seguro de Asistencia en Viaje es apropiado para ser comercializado por el corredor de seguros. Lo importante, en este caso, es la especialización. Es decir, se puede tener una oferta diversa 'para salir del paso' o tener un producto exclusivo destinado a un nicho concreto que nos aporte más fidelización con el tipo de cliente al que va dirigido. Sin duda, nos quedamos con la segunda opción".

El seguro se está reinventando, adaptándose a las nuevas necesidades que presentan los viajeros

Los mediadores solo distribuyen el 11% de los seguros de Viaje de particulares. Pero Rafael Díaz cree que van a aumentar ese ratio porque "el cliente que antes contrataba con una agencia de viajes y que viajaba tranquilo con el seguro básico que estas le ofrecían, ahora no quedará satisfecho con él, a nivel de prestaciones. Por lo tanto, intentará complementarlo con un seguro a su medida para viajar con mayor tranquilidad ante imprevistos".

El mayor reto al que se enfrentan es "la llamada 'nueva normalidad'. Tanto las aseguradoras, que ya han demostrado su capacidad de adaptación, como la sociedad, deben afrontar este nuevo reto donde se defina la nueva forma de viajar".

El negocio ha evolucionado muchísimo, explica Díaz, "sobre todo a nivel de coberturas. Ahora son dos veces, o tres, más potentes que cuando nos iniciamos en el ramo. Al final, como en los demás ramos, la evolución de un producto viene marcada por el desarrollo de la sociedad y la aparición de nuevas necesidades".

Carmen Peña

caser
seguros

En Caser, queremos comunicarnos contigo

Es el momento de emprender y somos tu mejor opción.

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

¿ACEPTAS?

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

901 410 707 | agentesycorredores.caser.es

La **DIGITALIZACIÓN** facilita las técnicas de venta, pero no sustituye al contacto humano

Las técnicas de ventas de seguros están sometidas desde hace años a una evolución constante, fruto del impacto de las nuevas tecnologías y su aplicación al sector. Aunque el contacto físico sigue siendo irremplazable para la contratación final de las pólizas, los profesionales coinciden en que la masiva digitalización supone un apoyo para la captación y fidelización del cliente, así como para el desempeño de tareas administrativas que permiten disponer de más tiempo para llegar a los usuarios. Unos procesos que, si bien no se han visto profundamente alterados con la irrupción de la pandemia, sí se han acelerado y potenciado, ante la imposibilidad de mantener contactos más estrechos.

Reconoce León Palazuelos, director de Red de Sucursales de **Preventiva Seguros**, que las técnicas de venta ya se han ido adecuando desde hace muchos años a una situación social que "evoluciona hacia una compra no necesariamente presencial", lo que ha potenciado el modelo de consumo digital. Además, considera que desde el propio sector se ha tendido hacia ese modelo, en el afán por optimizar resultados, ayudados por la tecnología y aprovechando el incremento de la cultura aseguradora del ciudadano. "Llevamos ya años metiendo el producto en casa del cliente, en su teléfono, en el móvil, en redes sociales. Le hemos conducido hacia un modelo de compra fácil y cómoda en lo que se refiere a adquisición del producto", sostiene. De ahí que, aunque la pandemia ha catalizado

un poco la situación, cree que este último año ha sido una continuidad de los anteriores.

"La pandemia está siendo un acelerador, pero estos cambios iban a pasar y nosotros en las compañías ya los estábamos viendo", sugiere Francisco Javier Santos, director comercial de **Pelayo**. "El planteamiento que está habiendo en el mercado es muy diferente al que estaba hace años y nosotros tenemos que ser capaces de integrarnos con las correduría, en los sistemas, en las estrategias, ahorrando mucho dinero en costes internos, porque la Covid y la digitalización está presionando mucho el margen", añade.

Coincide David Salinas, CEO de **EPG Salinas**, en que básicamente se ha acelerado un proceso que era imparable y que va de la mano no solo de la propia digitalización, sino de otros aspectos como el incremento de técnicas en torno al marketing y la experiencia del cliente o la mejora de procesos, que se soslayaban con la presencia física: "Se han reforzado de manera muy rápida todos esos elementos", concluye.

DIGITALIZACIÓN Y PRESENCIA FÍSICA, COMPATIBLES

Sin embargo, Begoña Larrea, directora general de **Summa**, difiere en que la venta final del seguro se haga digitalmente. Desde hace años sí aprecia que se ha perdido la necesidad de verse, pero el teléfono ha suplido esa relación, porque mantiene el contacto humano. A su entender, mucha gente busca productos por internet, pero finalmente concreta la contratación offline, "porque el seguro siempre necesita de las personas". Lo que sí piensa que ha cambiado es la captación de ese prospecto porque por redes sociales o por internet se puede comunicar más y se capta el lead: "La tecnología nos permite comunicar mucho más con ellos y eso nos puede derivar, si se sabe llevar bien, a un aumento de la fidelización con el cliente, porque podemos poner más en valor lo que hacemos o lo que hacen nuestros seguros", atestigua.

David Salinas también cree que son cuestiones compatibles entre sí y valora que ahora se usan muchas herramientas digitales para atraer y fidelizar al cliente, que han desplazado a la presencia física, aunque la venta en sí lo requiera: "La permanencia de la cartera hace más necesario ese marketing, esa experiencia de cliente, esa digitalización, pero queda mucho para que la venta en sí se pueda hacer online", opina.

León Palazuelos

Francisco Javier Santos

David Salinas

Begoña Larrea

El problema que aprecia Begoña Larrea es que la mayoría de los corredores son pequeños, con muy pocos empleados y sin departamentos específicos, por lo que es difícil que puedan incorporar ciertas herramientas tecnológicas, que requieren de una estructura específica y personas con muchos conocimientos en la materia: "Los programas no son caros, pero hay que saber utilizarlos, hace falta tener una persona que lo conozca para que dé el rendimiento que esperamos", matiza.

Efectivamente, Francisco Javier Santos considera que la incorporación masiva de *leads* a través de la tecnología exige a las compañías una gran capacidad previa sobre estos entornos y una cualificación muy alta a las correduría que puedan tener esos medios, "porque si no, al final estás trabajando con muchas cosas que tienen poca efectividad".

TECNOLOGÍA PARA FIDELIZAR

"La digitalización nos permite captar muchos más clientes y rete-

nerles", reitera Larrea, con tecnologías como la inteligencia artificial, que recopilando datos de los usuarios puede predecir perfectamente cuál es la tendencia de los clientes, puede segmentar, saber cuáles son susceptibles de comprar más y en qué momento... "En la fidelización el tema va a cambiar radicalmente, pero no el proceso en sí de la venta, del asesoramiento, donde los clientes necesitan ese contacto físico, aunque sea por teléfono, y hablar con un humano para cerrar el contrato", ratifica.

Aunque Palazuelos cree que se necesitan nuevas estrategias de captación y retención porque el mundo ha cambiado, entiende que esa transformación en el modelo de consumo obedece a una creciente infidelidad del cliente, debida, entre otras cosas, a disponer de un desproporcionado volumen de oferta sin salir de casa. "Además, se ha generado un incremento sustancial de la cultura aseguradora del ciudadano medio, que le genera la falsa sensación de que se encuentra perfectamente capacitado para tomar una decisión, prescindiendo de la capacidad de asesoramiento de un corredor profesional", añade, lo que provoca dificultades sobre todo en la captación y retención de productos masa, como Autos, Hogar o Salud.

"Tenemos que ser capaces de integrarnos con las corredurías, ahorrando dinero en costes internos, porque la Covid y la digitalización está presionando mucho el margen".
Francisco Javier Santos

Ahora el cliente aprieta un clic y cambia de una compañía a otra o de un corredor a otro, indica Santos, por lo que propone apelar al aspecto más emocional a la hora de vender seguros, "y ahí el corredor tiene muchísimas argumentaciones".

"Lo de introducir nuevas estrategias yo creo que es antes y ahora. La situación tan sobrevenida por la Covid-19, que afecta tan globalmente, es que nos obliga a más estrategias y a que sean muy cambiantes", precisa Salinas, quien aprecia que ahora hay que adaptarse de manera más rápida a las situaciones. "Cada uno tiene que situarse donde más pueda dar valor al cliente y donde el factor precio tenga el menor peso posible en la decisión del cliente para mantenerse contigo o irse", sostiene.

TIEMPO PARA EL CLIENTE

De hecho, para el CEO de EPG Salinas las estrategias para captar y retener al cliente en el sector seguros son las mismas que en cualquier otra actividad: "estar más con el cliente y escucharle, que es como se le conoce mejor y se le retiene". Eso se consigue delegando el proceso administrativo en dispositivos tecnológicos. "En los últimos años los corredores hemos crecido en volumen de negocio, pero no proporcionalmente en beneficios, porque nos hemos seguido llenando de gastos, y no tenemos más remedio que lograr más eficiencia, para estar más con el cliente que es donde está el negocio, no en administrar papeles", señala.

"Seguimos teniendo muchas estructuras muy ancladas al pasado y

debemos conseguir enamorar al cliente, más allá del producto, más allá del servicio", opina Palazuelos, para quien es fundamental generar confianza, transparencia. "A futuro el reto sería fabricar una póliza para cada persona, con coberturas específicas, pactadas en base a sus necesidades. Todo ello mejorará los resultados en la venta de seguros", propone que se necesitará toda la tecnología para llegar a esa experiencia de cliente. Con todo, advierte que a día de hoy tampoco todos los clientes tienen una experiencia digital que permita a las compañías llegar a ellos por esos canales. Por eso, cree que hay que mirar muy bien en qué invertir para que genere retorno, porque la tecnología es cara y lleva su tiempo.

"La inversión de tecnología merece la pena cuando se dedica a procesos internos para darnos más tiempo para relacionarnos con el cliente y ayudarnos en la captación", sostiene Begoña Larrea, que precisa que para obtener ventas lo fundamental es tener actividad: "Lo único que ha cambiado en el proceso de ventas en los últimos años es que en algún momento entra la tecnología, pero al final tienes que contactar con el cliente y preparar la entrevista que vayas a tener con él, igual que antes", sentencia.

Lo que pasa, según David Salinas, CEO de EPG Salinas, es que cada día la venta es más costosa "por la competencia y porque el consumidor, sea particular o empresa, está más informado y es más exigente", lo que demanda una mayor preparación por parte del profesional "y ahí la digitalización resuelve mucho trabajo", pues permite hacer un trabajo y dejar al corredor tiempo para dedicárselo al cliente: "Todo el proceso de la venta, excepto lo referido al contacto con el cliente, es automatizable", refiere.

"La inversión de tecnología merece la pena cuando se dedica a procesos internos para darnos más tiempo para relacionarnos con el cliente y ayudarnos en la captación". Begoña Larrea

"La experiencia de cliente es básica para que las aseguradoras reaccionemos en tiempo y forma hacia una oferta personalizada que responda a necesidades reales", interpela el director de Red de Sucursales de Preventiva Seguros. Ya no solo en seguros más novedosos, sino adecuando los tradicionales con nuevas propuestas como ofertas de pago por uso, incorporación de complementarios en forma de "servicios", etc. "Las necesidades de los clientes evolucionan más rápido que la capacidad de respuesta de las aseguradoras, con lo que la agilidad se ha convertido en una herramienta de negocio".

El director comercial de Pelayo, sin embargo, no cree que, dentro de los procesos comerciales, aparte de incorporar la tecnología, los hábitos vayan a cambiar sustancialmente. "Hay que tener sentido común, porque a veces las compañías y los propios mediadores nos empeñamos en comprar herramientas que son carísimas y que después no le sacas rendimiento. Ahora hay que afinar mucho, porque una mala inversión te puede llevar a un fracaso absoluto", aprecia. A su entender,

se debe apostar por la diferenciación, con mucha atención y mimo al cliente, algo que se ha notado mucho durante el confinamiento, cuando los profesionales llamaban a sus clientes para saber cómo estaban y recordarles que contaban con ellos para cualquier problema.

CARRERA DE OBSTÁCULOS

Para captar nuevos clientes, Larrea piensa que el obstáculo que hay que salvar es la búsqueda de nuevos canales, pasará por apostar por la digitalización y llegar a acuerdos con grandes corporaciones que tienen una base de clientes a las que explotar. No obstante, señala que los corredores están compitiendo no solo con la banca, sino también con Orange, Google, Amazon... "El principal hándicap es que todo el mundo tiene acceso a internet, que además no es del todo libre, sino que quienes primero aparecen son los que más pagan, por lo que tenemos que buscar otras fórmulas para conseguir captarlos", propone.

"La permanencia de la cartera hace más necesario el marketing, la experiencia de cliente, la digitalización, pero queda mucho para que la venta en sí se pueda hacer online".
David Salinas

León Palazuelos, director de Red de Sucursales de Preventiva Seguros, cree que un corredor debe distinguir entre productos masa y los más especializados, "que corren menos riesgos y es ahí donde un corredor tiene mucho que decir". "En productos más volátiles, el corredor debe luchar por recuperar su esencia como verdadero profesional en el que depositar la confianza a la hora de hacer un contrato", añade, ya que para este tipo de productos hay que salvar muchos obstáculos, como comparadores, agregadores, venta online, aumento de la cultura media del ciudadano...

"Creo que no es tanto conseguir nuevos clientes como aprovechar los que se tienen ahora mismo", refiere Francisco Javier Santos, director comercial de Pelayo, para quien hay carteras muy relevantes que tienen el seguro de Automóvil y a las que a día de hoy se les podría añadir seguros de Hogar, Pyme, Responsabilidad Civil, Decesos... Aunque la tecnología es una ventaja que hay que estructurar y con la que se puede generar una propuesta de valor mucho mayor y personalizada, hay que conocer en profundidad al cliente, su edad, aficiones, relaciones, y en este aspecto cree que el corredor es un auténtico especialista y "ahí tiene una ventaja para precisamente generar y adelantarse en muchos casos y salvando muchos obstáculos".

Y eso que, como destaca la directora general de Summa, "el cliente no tiene ni idea" de todo lo que el corredor hace por él, "y hacemos una barbaridad de cosas", algo que puede solucionarse dándole por escrito un informe de lo que se ha hecho, que gracias a la tecnología se puede hacer sin mucho esfuerzo.

Sin embargo, Palazuelos cree que el cliente de productos "masa", al final se ha convertido en un mero consumista y quiere su producto "lo que hemos hecho por él, le da un poco igual". Por eso piensa que, para

sorprenderlos, hay que intentar ofrecerles productos que obedezcan a demandas incipientes, aunque sin olvidar las necesidades tradicionales "que, a día de hoy, siguen siendo la fuente fundamental de negocio", dándoles "algún pequeño giro, introduciendo algún componente novedoso, algún servicio de usabilidad".

AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS

En este sentido, opina que herramientas tecnológicas que ahorren tiempo y dinero y generen cercanía con el cliente 24 horas diarias, como los chatbots, son un avance. Por el contrario, aprecia que hay mucha oferta de insurtech, por lo que "hay que andar con cuidado con ellas", viendo su rentabilidad y recepcionabilidad por parte de la cartera según el perfil de clientes que se tenga.

"En productos masa el corredor tiene que luchar por recuperar su esencia como un verdadero profesional en el que depositar la confianza a la hora de hacer un contrato". León Palazuelos

Coincide David Salinas en que hay que ir con tiento con las insurtech, especialmente aquellas hechas por personas del ámbito tecnológico que, sin conocer el sector asegurador, intentan distribuir su producto, distinguiendo aquellas herramientas que producen eficiencia y dejan tiempo para estar con el cliente. Por eso, cree que la utilidad de los chatbots dependerá de la estructura de la aseguradora y la correduría, el nicho de negocio, la distribución, el tamaño…

Begoña Larrea, la directora general de Summa, cree que las entidades están invirtiendo más en estas herramientas, muy necesarias para ellas porque tienen procesos muy complejos y necesitan mucha información y análisis de datos para hacer los productos y establecer las tarifas. "Las compañías también tienen que invertir si quieren distribuir a través de una red de mediadores profesionales, porque así lo demandamos y nos favorecería todos los procesos que tenemos que hacer con ellas", asegura. En el caso de los corredores, "la tecnología es fundamental para automatizar todos los procesos que no tienen que ver con la relación directa con el cliente que requiera el componente humano, ya sea chatbot, inteligencia artificial..., según los intereses de cada corredor". En el caso de las insurtech, cree que están enfocadas principalmente en las aseguradoras, que son las que tienen grandes presupuestos y pueden invertir en ellas.

Como corrobora Francisco Javier Santos, las herramientas como los chatbots tienen utilidad en procesos masivos y tareas repetitivas, informacionales: "Si esa carga de trabajo se direcciona a otros temas que tengan más valor, estoy de acuerdo", afirma. En el lado opuesto, aprecia que ninguna insurtech hasta el momento ha tenido un impacto realmente sustancial en la distribución de seguros.

Aitana Prieto / Carmen Peña

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

Análisis **PORMENORIZADO** de las pólizas de Ciberriesgos

Los seguros de Ciberriesgos cada vez se van asentando más en España, especialmente en el sector corporativo, dado el aumento de las amenazas. Con todo, existe mucha heterogeneidad de criterios a la hora de interpretar las coberturas y las exclusiones, lo que puede dificultar la contratación de pólizas y generar ambigüedad por no tener claro el objeto y la extensión. Para solventarlo, el 'Estudio de pólizas de Ciberriesgo del mercado español', elaborado por la Comisión de Cyber de Agers, en colaboración con Legal Risk Lab, tras un análisis pormenorizado de las pólizas, aboga por llegar a un consenso en sus elementos esenciales y que las compañías se centren en el valor añadido y los matices propios.

La industria aseguradora se enfrenta ante el reto de adaptar las pólizas y configurar nuevos productos conforme a las estrategias tecnológicas de los clientes, de manera que permitan atender los daños derivados del ecosistema digital.

Los fallos de seguridad puestos de relieve en los ciberataques, se traducen en pérdidas para quienes las sufren, pero también en daños y perjuicios a terceros que no tienen la obligación de soportar. Dichos riesgos son asegurables, pero la forma en que se lleve a cabo su transferencia aseguradora será determinante ante la ocurrencia de un siniestro, asume el informe.

En los últimos tiempos se han desarrollado diversas normativas de ámbito nacional y europeas (Reglamento General de Protección de Datos y Directiva NIS), con el objeto de garantizar unas medidas mínimas de ciberseguridad. Todas ellas, presentan el elemento de la responsabilidad de los proveedores y titulares de sistemas como una circunstancia esencial de la naturaleza de las TI.

En este contexto, el estudio ha analizado las principales pólizas para riesgos tecnológicos que podemos encontrar en el mercado español. El target hacia el que dirigen sus productos queda diferenciado entre grandes riesgos y pymes adecuando los servicios complementarios al riesgo y necesidades correspondientes.

En España, cada compañía establece una estructura distinta, con unos límites y exclusiones claramente diferenciados, cuyos términos y definiciones cambian en función de la póliza

PANEL DE SERVICIOS

Dentro del panel de servicios que ofrecen casi la totalidad de las aseguradoras, el de primera respuesta es el más relevante por su criticidad en cuanto a la detección y mitigación del incidente, pero también el más caro por su grado de especialización.

Tras los ataques de *ransomware* y el efecto en pérdida de beneficios que generan los mismos, están las circunstancias que acompañan al pago del rescate que los ciberdelincuentes exigen para "devolver" la información al afectado. Algunas compañías ofrecen cobertura completa de asesoramiento para la negociación del rescate, incluso el valor del mismo (práctica reciente en EE.UU.), si bien se está percibiendo una reacción a lo que este tipo de garantía aseguradora supone: en ocasiones el pago del rescate puede llegar a ser más interesante (o práctico) que lo que supondría asumir los costes de reposición de la información secuestrada, lo que podría generar en los delincuentes un incentivo en intensificar estas extorsiones. En Europa por el momento no se permiten los pagos de rescates, pero las compañías deberán actuar para ajustar estas garantías sin perder el objeto de la póliza Cíber o el cliente.

El riesgo de proveedores, fraude por ingeniería social, suplantación de identidad, accesos por troyanos bancarios o el incremento del BYOD a raíz del incremento del teletrabajo por el Covid- 19 son otras de las preocupaciones actuales de las aseguradoras.

COBERTURAS HABITUALES

Sobre los hechos que activan las pólizas que se comercializan en la actualidad en España, hay algunos sucesos que todas ellas incluyen, como la violación de datos personales, un riesgo muy común. Es el incidente que contempla el mayor número de coberturas y servicios: los relacionados para atender a las reclamaciones de los perjudicados, los necesarios para cumplir con los requisitos de la ley, para

reducir el daño reputacional y para conocer cómo se ha producido el siniestro. Además, este riesgo cubre, no solo si la incidencia se produce en el ámbito de los sistemas de información del asegurado, sino también fuera de este.

Se incluye también de forma generalizada la infracción de la normativa de protección de datos, contemplando coberturas como los gastos de defensa, de investigación interna y las multas o sanciones.

La violación de información la contemplan prácticamente todas las pólizas (aunque con la exclusión de secretos comerciales y propiedad intelectual) con un tratamiento similar a la violación de datos personales.

También es habitual dentro del ámbito de los sistemas de información del asegurado, las reclamaciones sobre seguridad en la red o los actos incorrectos en medios de comunicación.

Sobre las reclamaciones de terceros, destacan las realizadas por los proveedores de servicios de pago electrónicos por incumplimiento negligente de la normativa PCI, que contempla también la responsabilidad contractual, aunque en general no se incluyen los sistemas externalizados.

En lo que respecta a daños propios, casi todas las pólizas cubre el robo informático, pero en la mayoría de los casos es necesario que no se haya producido la colaboración del asegurado, aunque sea involuntaria.

Es generalizada también la cobertura de amenaza de ciberextorsión, que cubre el coste del rescate cuando sea legal y de asesores especializados en este tipo de extorsión. Los daños a datos y programas por ataques informáticos es un hecho cubierto por todas las pólizas para el sistema de información del asegurado.

Violación de datos personales y de información e infracción de la normativa de protección de datos son los sucesos que casi todas las aseguradoras cubren en sus pólizas

Igualmente lo es, aunque en muchos casos limitándolo al sistema de información controlado por el asegurado, el fallo e inutilización del sistema de información tanto como consecuencia de un ataque como por errores del asegurado. Es posible ampliar el alcance a los sistemas gestionados por terceros. El fallo e inutilización del sistema cubre la pérdida de beneficios que esto provoca (una vez superada la franquicia temporal).

Otros hechos ampliamente cubiertos son los daños a datos y programas por errores administra-

HECHOS QUE ACTIVAN LA PÓLIZA

General (no se limita a los sistemas de información)
Sistema de información del asegurado (sistemas gestionado por el asegurado + sistemas subcontratados)
Sistema de información gestionado por el asegurado (excluye los sistemas subcontratados)
No cubierto

Cod. clasif.	Hechos que activan la póliza	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	nro. aseg.	%aseg.
RC.1	Violación de datos personales															14	100,00%
RC.2	Violación de información															13	92,86%
RC.3	Reclamaciones sobre seguridad en la red															14	100,00%
RC.4	Actos incorrectos en medios de comunicación															14	100,00%
RC.5	Reclamaciones de proveedor servicios de pago electrónico															12	85,71%
RCP.1	Actos incorrectos en la prestación de servicios TI															1	7,14%
PP.1	Robo informático															11	78,57%
PP.2	Amenaza de ciberextorsión															14	100,00%
DP.1	Daños información por destrucción de hardware															5	35,71%
DP.2	Daños información por errores administrativos															10	71,43%
DP.3	Daños información por ataques informáticos															14	100,00%
DP.4	Infracción normativa protección de datos															13	92,86%
DP.5	Uso no autorizado red telecomunicaciones															3	21,43%
PB.1A	Fallo del sistema por errores del asegurado															13	92,86%
PB.1B	Fallo del sistema por fallo técnico															12	85,71%
PB.1C	Fallo del sistema por ciberataque															14	100,00%
PB.2	Modificación de precios por ciberataque															2	14,29%

tivos u operativos. Con algo menos de frecuencia encontramos los daños a datos y programas por destrucción del hardware o daños eléctricos y el fallo e inutilización del sistema por fallo técnico. Por el contrario, el uso no autorizado de la red de comunicaciones del asegurado, la responsabilidad civil profesional por actos incorrectos en la prestación de servicios para clientes en el curso del negocio de la tecnología de información y la pérdida de beneficios por la modificación de precios como consecuencia de un ciberataque apenas están contemplados en unas pocas pólizas.

También hay una serie de daños que no tienen cobertura en el mercado nacional, aunque tal vez sea posible la transferencia de este riesgo en una póliza a medida, o con unos límites de capital reducidos:

- Daños materiales y personales consecuencia de un incidente en los sistemas de información. La toma de control de un sistema puede provocar daños tanto a los equipos controlados por el sistema como a los daños personales.
- Robo fraudulento de fondos cuando se ha producido un engaño a un empleado del asegurado (como *phising*, fraude del CEO, etc.). Para asegurar estos riesgos habría que utilizar una póliza *crime*.

La heterogeneidad en Ciberriesgos se aprecia mucho en los parámetros utilizados de tarificación, que son variados y con ellos las compañías definen sus modelos de suscripción

- Otro tipo de fraude distinto al robo de fondos (por ejemplo, el envío de mercancía que no se paga modificando la información del sistema o la modificación del saldo con proveedores/clientes).
- Pérdida de beneficios que no sean consecuencia de la paralización del sistema.
- Pérdida de ventas por daño reputacional.
- Daños en los que se ha producido una actuación dolosa del asegurado.

UNIFICAR EXCLUSIONES

También hay una serie de exclusiones comunes a todas ellas: conducta intencionada deshonesta o impropia, daños personales, daños materiales, responsabilidad civil contractual, reclamaciones y circunstancias anteriores, secretos comerciales y propiedad intelectual y guerra. La mayoría también excluye terrorismo, autoridad gubernamental y contaminación. Por el contrario, son muy pocas las que dejan fuera de la protección los riesgos asumidos por el Consorcio de Compensación de Seguros, los servicios TIC subcontratados por un proveedor, la publicidad falsa o engañosa, el funcionamiento afectado por situación, los gastos de licencias y los requerimientos para retirada de productos.

El problema, según el estudio, es que en España hay un panorama heterogéneo en el que cada compañía establece una estructura distinta, introduce unos límites y exclusiones claramente diferenciados, cuyos términos y definiciones cambian en función de la póliza. Además, la interpretación que pueda ofrecer cada compañía a unos u otras coberturas también puede variar, ya que parten de términos muy diferentes.

EXCLUSIONES

EXCLUSIONES	Número	%
Conducta intencionada deshonesta o impropia	14	100,00%
Daños personales	14	100,00%
Daños materiales	14	100,00%
Responsabilidad Civil Contractual	14	100,00%
Reclamaciones y circunstancias anteriores	14	100,00%
Secretos Comerciales y Propiedad Intelectual	14	100,00%
Guerra	14	100,00%
Terrorismo	13	92,86%
Autoridad Gubernamental	12	85,71%
Contaminación	12	85,71%
Interrupción de la red externa	11	78,57%
Asegurado contra asegurado	11	78,57%
Descripción inexacta de productos o servicios	11	78,57%
Transacciones y operaciones de compraventa	10	71,43%
Radicaciones ionizantes, radiaciones	10	71,43%
Discriminación o prácticas laborales incorrectas	10	71,43%
Huelgas, motines, conmoción civil	9	64,29%
Riesgos de la Naturaleza	9	64,29%
Vulneración normativa de defensa de la competencia	9	64,29%

EXCLUSIONES	Número	%
Responsabilidad Civil Profesional	8	57,14%
Actos Gubernamentales	8	57,14%
Oferta de valores	8	57,14%
Uso de software ilegal o sin licencia	8	57,14%
Mantenimiento o interrupción programada	7	50,00%
Trading	7	50,00%
Desgaste u obsolescencia de equipos	7	50,00%
Fuerza mayor	7	50,00%
Fallo, defecto, error u omisión en el diseño, planificación, especificación del sistema	6	42,86%
Gastos de Licencias	5	35,71%
Requerimiento para retirada de productos	5	35,71%
Funcionamiento afectado por situación prevista	4	28,57%
Publicidad falsa o engañosa	4	28,57%
Servicios TIC subcontratados por un proveedor	3	21,43%
Riesgos asumidos por el consorcio	2	14,29%

De ahí que proponga unificar los extremos que de una forma u otra configuran las exclusiones analizadas, y tienen un carácter esencial dentro de las mismas:

- La exclusión relativa a los eventos conocidos debe contener parámetros claros sobre el conocimiento efectivo de las circunstancias que pudieran dar lugar a un daño, sin resultar especialmente gravosas para aquellas entidades que cumplen con especial diligencia la labor de monitorización y supervisión de sus sistemas.

Las compañías deberían realizar un estudio pormenorizado de la situación del asegurado y los sistemas que usa para poder plantear una adecuada delimitación objetiva del riesgo

- Definir con claridad los límites relativos a sistemas externalizados, y concretar los efectos que pueda tener en la cobertura la subcontratación de servicios.
- Los conceptos de "hacker", "pirata informático" o "activista informático" están sometidos a definiciones muy controvertidas que se encuentran en continua evolución; por ello, proponen centrarse en el sujeto que pueda generar el incidente y su relación con la empresa.
- Despejar las dudas sobre la cobertura de ciberterrorismo y centrarse en los elementos objetivos relativos al daño en el sistema y la causa cercana o directa del mismo con independencia de la causa remota del que deriven.
- Limitar con claridad las coberturas relativas a actos intencionales y fraudulentos dejando al margen los directamente derivados de la actuación intencional del asegurado, pero admitiendo aquellos daños que sean consecuencia de la acción de un tercero ajeno al asegurado.
- Aclarar las exclusiones relativas a lesiones físicas, dolencias, daños materiales y morales, estrés…, y concretar si se cubren daños sobre personas físicas o se excluyen los mismos.
- Separarse de conceptos tales como pérdida de "secretos comerciales" o "patentes", para establecer límites globales más claros desde el punto de vista subjetivo y objetivo que atiendan al perjuicio real con independencia de la calificación del bien.
- En caso de que conceptos como "datos personales", "secretos empresariales", etc., no correspondan a los regulados en las leyes especiales, incluirlos en la póliza en el apartado de definiciones.

SUGERENCIAS DE MEJORA DE LOS SEGUROS DE CIBERRIESGOS

Analizados los datos del informe, los responsables del mismo lanzan una serie de sugerencias a las aseguradoras para mejorar la presencia de este producto en el mercado español:

1. Mejorar la claridad de la póliza. En general, el esfuerzo necesario para comprenderla es complejo, por lo que la redacción de la póliza es un proceso susceptible de mejora.

2. Incluir cuadros de resumen del alcance de la póliza sería un instrumento que facilitaría conocer qué se puede esperar en caso de siniestro.

3. Normalización de términos. Un acuerdo entre aseguradores/ reaseguradores para definir determinados términos podría facilitar la comprensión de las pólizas, integrar los riesgos entre el asegurador y el reasegurador y evitar ambigüedades en las interpretaciones.

4. Mayores coberturas. Existen riesgos no cubiertos que deberían analizarse para ampliar el alcance de las coberturas ante este tipo de riesgos.

5. Ingeniería de prevención. Al igual que se hace en daños materiales, sería bien valorado dar un servicio de inspección de riesgos que facilite recomendaciones que permitan mejorar la prevención del riesgo.

6. Reducir la estandarización para analizar el riesgo. Considerar las características específicas del riesgo de las empresas aseguradas.

Además, el desarrollo digital y la hiperconectividad están favoreciendo la especialización y subcontratación de un gran número de servicios de carácter tecnológico, por lo que desde los propios servicios de comunicación hasta la infraestructura y sistemas de la empresa pueden recaer en entidades ajenas a la misma, por lo que no se deberían limitar las coberturas cuando el daño se derive o tenga relación con alguno de estos sistemas. "Podría establecerse una categoría de proveedores de confianza con los que el asegurado pueda contar sin ver limitadas las coberturas de las pólizas de carácter tecnológico y cibernético", cita el estudio.

Se considera esencial la determinación de los parámetros que puedan definir los "hechos conocidos" y los "sistemas ajenos al asegurado" para poder adaptar cada póliza al supuesto concreto. No obstante, la determinación del momento en que el tomador conoce aquellos eventos que pudieran dar lugar a una reclamación es especialmente preocupante, ya que los daños de carácter cibernético pueden tener un origen desconocido y permanecer latentes durante un largo periodo de tiempo hasta su propagación y conocimiento efectivo.

El informe propone, en definitiva, llevar a cabo un estudio pormenorizado de la situación del asegurado y los sistemas utilizados por el mismo, y así poder plantear una adecuada delimitación objetiva del riesgo teniendo en cuenta el continuo desarrollo y evolución de los sistemas.

Aitana Prieto

Para más información clique aquí

El sector asegurador ha soportado la mayor caída en lo que va de siglo. En 2020, se ha producido una reducción del 8,3% de sus ingresos, debido, principalmente, a la paralización económica generada por la irrupción de la Covid-19 y las medidas adoptadas para contenerla. A pesar de eso, Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa, afirma que el hecho de que No Vida haya crecido un 1%, con una reducción del 11% del PIB, merece una valoración positiva. Además, el sector preserva unos niveles de solvencia elevados, que superan con creces las exigencias que marca la regulación, y ha mantenido el servicio a sus clientes con normalidad a lo largo del ejercicio.

Pie

Jornadas 'Perspectivas del seguro y la economía para el año 2021'

El negocio de No Vida **CRECE** 1% en 2020, a pesar del impacto de la Covid

Aunque nos encontramos con medidas excepcionales, debido a la pandemia, ICEA no ha querido dejar de celebrar su encuentro anual de 'Perspectivas del seguro y la economía para el año 2021', que en esta ocasión fue seguida por internet.

José Boada, presidente de ICEA, durante la apertura del acto, señaló que 2020 ha dejado un panorama bastante desolador en España con una caída del 11% del PIB y un aumento considerable del paro. De hecho, 2 de cada 10 empresas pueden desaparecer. Sin embargo, resaltó la capacidad del sector asegurador de haber respondido a la ciudadanía como lo ha hecho, dando una atención de calidad. "Ha sido una respuesta admirable".

A continuación, tomó la palabra Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa, para valorar la evolución de los diferentes ramos en 2020, "uno de los ejercicios más difíciles, si no el que más, que ha experimentado el seguro en mucho tiempo". De la información de que disponemos en este momento cabe concluir que la facturación total del seguro se ha reducido un 8,3%, hasta los 58.850 millones de euros. Las líneas de negocio que más han acusado la caída de la economía española han sido los seguros de Vida ahorro, Automóviles y Diversos.

González de Frutos resaltó que "estas cifras, mejores que las de la economía, se han producido en un entorno en el que el seguro ha mantenido su solvencia y su rentabilidad y, además, ha actuado en ayuda de sus clientes menos favorecidos, otorgando coberturas inicialmente no cubiertas, dando facilidades de pago, creando el mayor seguro colectivo de la historia en favor del personal de centros sanitarios, e incrementando, más que manteniendo, su nivel de servicio".

En el futuro, o el intermediario aporta valor, o desaparece. Las redes de distribución se tendrán que centrar más en una gestión de relaciones

Emilio Ontiveros

Enrique de Porres

Lo poco que sabemos del año 2021, continúa la presidenta de Unespa, ya presenta perfiles de reto importantes para el sector asegurador. El paso de la borrasca Filomena ha generado un importante volumen de pérdidas inesperadas, que en algunos casos apuntan a un incremento del volumen de siniestros de hasta el 40%.

Los seguros de No Vida presentan un perfil plano, con una facturación estimada de 37.046 millones de euros que supone un pequeño incremento del 1%.

Por ramos, se ha producido una evolución muy dispar. El seguro del Automóvil, con una facturación 11.091 millones de euros, ha registrado un descenso muy cercano al 2%. Salud, con un crecimiento del 5%, se ha situado, en 9.383 millones de euros. Multirriesgos habría aumentado, según las estimaciones actuales, un 3% hasta los 7.753 millones de euros. La evolución en el resto de los seguros, normalmente encuadrados en el concepto de Diversos (donde se encuentra Decesos, Defensa Jurídica o Asistencia; junto con otros muchos de suscripción empresarial), ha facturado un total de 8.819 millones de euros, lo que supone un descenso del 0,7%.

EL SEGURO DE VIDA PAGA CARA LA CRISIS

El seguro de Vida es la vertiente del negocio que más cara ha pagado

la crisis pandémica. Las estimaciones nos dicen que la cifra de primas de Vida en 2020 se habrá situado en 21.804 millones de euros, con un descenso del 20,8% en la facturación. Esta evolución se debe adscribir, fundamentalmente, a los seguros de ahorro, cuyas primas han descendido un 25%, frente a menos 0,7% que es la evolución de las primas de los seguros con cobertura de fallecimiento e invalidez.

Pilar González de Frutos no perdió la ocasión de catalogar como "notable prueba de miopía" la decisión del Gobierno de recortar de forma significativa los límites de reducción del sistema de tributación diferida del ahorro-previsión; reducción que en el seguro afecta de lleno a los planes de previsión asegurados.

Sergio Álvarez

José Boada

En la rueda de prensa virtual celebrada antes de la jornada, González de Frutos se quejó de que no ha habido capacidad de diálogo con el Gobierno en las medidas aprobadas en la Ley de Presupuestos Generales del Estado porque "el incremento del impuesto de las primas de seguros (IPS) se conoció cuando se aprobaba el proyecto de ley y ya es difícil de influir en él".

RETOS POR DELANTE

Entre los retos que el sector asegurador tiene por delante, la presidenta de Unespa destacó cuatro: La Unión Europea ha desarrollado un producto paneuropeo de pensiones ante su preocupación por la baja suscripción de este tipo de soluciones en los diferentes países y España ha decidido penalizar dicha suscripción por la vía de endurecer sus condiciones fiscales. Sin embargo, anima a que "aunque el entorno de tipos no llame al optimismo y nuestras autoridades se han empeñado en hacer la cuesta más empinada, nosotros tenemos que explicar a nuestros posibles clientes las virtudes del ahorro, y su necesidad en el marco de proyectos vitales integrales".

Es una notable "prueba de miopía" la decisión del Gobierno de recortar los límites de reducción del sistema de tributación diferida del ahorro–previsión

En opinión de González de Frutos, "en 2021 se va a generar una mayor demanda de servicio por nuestra parte. Hemos elaborado una propuesta de colaboración publico privada que tiene su fundamento en el Consorcio de Compensación de Seguros para cubrir las pandemias. Sin embrago, la propuesta presentada lamentablemente, no está entre las prioridades del Gobierno".

RESILIENTE ANTE CIRCUNSTANCIAS ADVERSAS

José Antonio Sánchez, director general de ICEA, tomó el relevo para aportar la visión más técnica de los datos y las perspectivas para este año. Sánchez explicó que el ahorro gestionado, medido en termino de provisiones de Vida, ha caído un 0,45%. Algo reseñable, indica el director general de ICEA, "si tenemos en cuenta el escenario de bajos tipos de interés que padecemos desde hace años". Vida Ahorro representa el 78% de las primas del ramo, pero solo aporta el 26% de su resultado técnico.

En opinión del director general de ICEA, una de las consecuencias de la Covid es que "acelera ciertas tendencias, que ya se venían produciendo, y refuerza el rol y la oportunidad de negocio para nuestra industria. Hay nuevos riesgos pujantes para asegurar, cómo es el caso del cambio climático y de los ciberriesgos. Además, tenemos una ventana de oportunidad en todo lo que rodea al envejecimiento de la población".

Para 2021 se espera, siempre que se cumplan las previsiones de la eficacia de la vacuna y que en el verano el 70% de la población española esté inmunizada, un crecimiento de No Vida en torno al 3%. En el negocio de Vida no es optimista, sobre todo, por el bajo tipo de interés.

GRANDES OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

José Antonio Sánchez está convencido de que "vamos hacia un mundo en el que se abren grandes oportunidades de negocio. Con la conectividad, llegaremos al conjunto de los asegurados de forma personalizada". El problema, según él, es que "nos dirigimos a un mundo mucho más complejo y los cambios se suceden a una velocidad exponencial".

José Antonio Sánchez

José Manuel Inchausti

Hubo Serra

Además, es un sector que están muy intermediado: el 83% de las primas se distribuye a través de un mediador, ya sea agente, corredor o bancaseguros. "Si no evolucionamos, nos puede posicionar mal ante nuestros clientes". En el futuro, "o el intermediario aporta valor, o desaparece. Las redes de distribución se tendrán que centrar más en una gestión de relaciones", afirmó.

Como es habitual, Emilio Ontiveros, presidente de AFI, aportó la visión económica de la situación. Entre los puntos positivos resaltó que "España va a ser el país que más va a rentabilizar la pertenencia a la UE por las ayudas que va a recibir. Entre 2021 y 2023, obtendrá 72.000 millones de euros en transferencias del Plan de Recuperación de la UE".

LINKED, PALABRA DE MODA

Tras una pequeña pausa, comenzó el turno de los especialistas en Vida, Salud, Multirriesgos y Autos.

Rodrigo Galán, presidente de Ibercaja Vida, hizo referencia al efecto adverso que está teniendo los bajos tipos de interés en los seguros de ahorro, que están cayendo. "Sólo los linked presentan un avance, pese

al impacto de las rentabilidades negativas del cierre del tercer trimestre", indica Galán.

El presidente de Ibercaja Vida señala como obstáculos, además del bajo tipo de interés, "la sobrerregulación, que es una amenaza para el seguro de Vida porque consume recursos; las tablas de mortalidad, porque nos van a restringir los márgenes que teníamos hasta ahora; y las modificaciones fiscales establecidas por el Gobierno, que se convierten en un lastre".

En opinión de Galán, "la nueva palabra de moda será linked (PIAS linked, Sialp linked y ahorro linked) por su liquidez, transparencia y rentabilidad ajustada al riesgo. Además, permiten a las redes de las aseguradoras poner en valor su capacidad de aseguramiento y acceder a nuevos segmentos de clientes, más sofisticados desde el punto de vista financiero".

Asimismo, pronostica que la reducción del 40% en aportaciones anuales a corto plazo se puede desviar a PIAS, linked o Sialp. Lo que supondrá un mayor impulso para estos productos. Los unit linked puede crecer al 15% en el sector.

Augura que el seguro de Vida Riesgo crecerá entre 2,5% -3% en 2021 pero como él dice "es una apuesta para que eso ocurra, no una predicción". A lo que Jose Antonio Sánchez responde que "a nosotros nos sale un 4% de crecimiento".

SALUD SIGUE CRECIENDO

Enrique de Porres, CEO de Asisa, afirmó que el ramo de Salud ha mantenido un crecimiento sostenido. Sus primas alcanzaron los 8.923 millones en 2019 y han superado los 9.300 millones de euros en 2020 (un 5,01% más que lo recaudado el año anterior). Lo que representa un 25% del conjunto de No Vida. Las pólizas colectivas suponen ya más del 28% y el seguro dental crece un 3,5%. Los más de 11 millones de asegurados de Salud superan ya el 24% de la población española.

Rodrigo Galan

En 2020 se han aprobado las tablas biométricas actualizadas de población y próximamente se creará un mecanismo de monitorización del riesgo de longevidad

De Porres pronosticó que en 2021 habrá una ralentización del crecimiento de asegurados por la crisis económica. Se producirá un crecimiento moderado de las primas, que va a estar entre el 4 y 5% de incremento, como en otros años. El CEO de Asisa dijo que "se necesita ir hacia otro modelo de aseguramiento para cubrir adecuadamente a los mayores".

DAR EL SALTO A LA PREVENCIÓN Y EL SERVICIO INTEGRAL

Hugo Serra, director general adjunto a la presidencia de Catalana Occidente, analizó la situación del ramo de Multirriesgos, que representa un 20,9% del total de la facturación de No Vida. En 2020 creció un 3,1% su facturación, a pesar de la caída del 10% del PIB en España, de la situación de crisis y del impacto en el sector inmobiliario y de la construcción.

La modalidad de Hogar se lleva buena parte del crecimiento. En 2010 suponía el 55,8% del ramo y en septiembre de 2020 detentaba el 61,0%. Para este año, se prevé un crecimiento del 2%. Algo parecido a lo que ocurrirá en Comunidades.

En Comercio se prevé que habrá muchos cierres. Desde 2018 han desaparecido 73.870 empresas y el 21% están en ERTE actualmente. En 2021 se producirá una leve caída del precio y habrá una caída del 7% en la demanda.

En Industriales, el 17,8% de Multirriesgos, hay que tener en cuenta que existen 50.000 empresas menos. Por lo tanto, se prevé un mercado más duro con siniestros graves. Habrá que tener una especial atención a sectores como el de alimentación o el de plantas de reciclajes.

Pilar González de Frutos

El gran reto para este ramo de Multirriesgos será "dar el salto a la prevención y al servicio integral", comenta Serra.

AUTOS, EN MANOS DE LOS MEDIADORES

José Manuel Inchausti, CEO Territorial de Mapfre Iberia, dijo que "el seguro de Autos, sigue siendo muy dependiente de los mediadores. En 2010, los agentes distribuían el 38,8% y en 2019, el 39,1%; mientras que los corredores, en 2010, comercializaban el 26,9%, y en 2019, el 30,6%".

Durante su intervención, Inchausti hizo referencia al daño que producirá el aumento del Impuesto a las Primas de Seguros del 6 al 8%. "Es difícil encontrar un impuesto más regresivo al producirse sobre las capas medias bajas de la población, por tratarse de un seguro obligatorio".

El sector ha elaborado una propuesta de colaboración publico privada que tiene su fundamento en el Consorcio de Compensación de Seguros para cubrir las pandemias

Entre los desafíos enumeró: adaptarnos a las necesidades de los ciudadanos, asegurar a la persona y no a los vehículos que emplea; la conectividad (con el internet de las cosas, las apps de movilidad y las reparaciones en remoto); la sostenibilidad con la economía circular (cero desperdicio, transformación y reciclado de recursos), la movilidad eléctrica (cero emisiones) y la movilidad de proximidad; y la experiencia de cliente (oficina digital, transparencia, personalización, modelos predictivos con Big Data).

El CEO Territorial de Mapfre Iberia estableció en menos de un 1% de crecimiento en Autos en 2021.

QUEDA ACREDITADA LA SOLVENCIA DEL SECTOR

Sergio Álvarez, director general de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), fue el encargado de clausurar la jornada. Durante su intervención comentó que "en 2020 se han aprobado las tablas biométricas actualizadas de población y próximamente se creará un mecanismo de monitorización del riesgo de longevidad".

El director general de la DGSFP pidió al sector que "los diseñadores de los productos afinen sobre el valor añadido que aporta para que el cliente quiera estar asegurado". En los seguros de Vida "también hay que innovar porque no se ajustan a las necesidades de los asegurados actuales".

Para leer más sobre la jornada pulse aquí

PRUEBAS PCR antes de viajar al extranjero

Pedro Ortiz, director Médico de SOS Seguros y Reaseguros (**Grupo Santalucía**)

Viajar sigue siendo complicado en estos inicios de 2021, y las pruebas diagnósticas son un elemento clave para poder hacerlo a muchos destinos. Por eso, se han incluido recientemente en algunos seguros de Asistencia en Viaje, tanto para particulares como para empresas, un asesoramiento médico individualizado Covid-19 donde, además de dar información y resolver dudas, se asesora a los clientes si se requiere la realización de analíticas antes de realizar el viaje. Con estas nuevas coberturas, el mediador de seguros puede ofrecer valor a sus clientes en estos momentos complicados.

Actualmente, es imprescindible antes de viajar informarse muy bien de los requerimientos locales, nacionales e internacionales relacionados con la pandemia por Covid-19.

Por un lado, nuestra zona de residencia puede tener restringidos los movimientos (por ejemplo, cierres perimetrales) y se deben seguir las normativas y recomendaciones en vigor en cada momento.

Por otro, las autoridades del país que se quiere visitar pueden exigir pruebas diagnósticas de distinto tipo (PCR, moleculares, antígenos), que den fe de nuestra situación en cuanto a la contagiosidad por la enfermedad.

Además, los requisitos cambian con muchísima frecuencia, lo que obliga a mantenerse alerta y repetir las búsquedas de información.

Se debe prestar una atención muy especial tanto al tipo exacto de pruebas que aceptan las autoridades, como a los plazos en los que se ha de realizar la misma antes del viaje. En muchos casos, se exige que se realicen en las 72 horas previas, pero puede haber otros periodos.

Una vez conocidas las pruebas admitidas por las Autoridades y los plazos para su realización, hay que buscar un centro sanitario que las ofrezca. Habitualmente será un centro privado, pues el sistema público de salud no contempla específicamente esta prestación.

¿PCR INCLUIDA EN EL SEGURO?

De disponerse de seguro de Asistencia en Viaje o de seguro privado de Salud, es conveniente contactar con ellos pues algunos ofrecen información sobre centros para la realización de pruebas y acceso a las mismas a precios baremados.

Solo si los resultados son negativos, se puede viajar. De ser positivos, se cancelará el viaje y se deberá contactar con el centro de salud para valoración y manejo del caso.

Viajar sigue siendo complicado en estos inicios de 2021, y las pruebas diagnósticas son, en estos momentos, uno de los elementos clave para poder hacerlo a muchos destinos.

En SOS Seguros hemos incluido, recientemente, en nuestros seguros de Asistencia en Viaje tanto para particulares como para empresas, junto con otras coberturas específicas de Covid-19, un **asesoramiento médico individualizado Covid-19** donde, además de dar información y resolver dudas, se asesorará a los clientes si se requiere la realización de analíticas antes de realizar el viaje y en caso de ser necesario, realizarán una prescripción para que el asegurado disponga de **acceso a una red de laboratorios concertada,** con precios inferiores a los de mercado.

Se realiza prescripción para que el asegurado disponga de acceso a una red de laboratorios concertada, con precios inferiores a los de mercado

El servicio también incluye la **interpretación de los resultados** de las pruebas que se realicen y la **emisión de un informe en español e inglés**, que pueden ser de utilidad para las autoridades sanitarias y las empresas de transporte.

Con estas nuevas coberturas, SOS Seguros continúa su **estrecha colaboración con la mediación profesional** con el objetivo de ofrecer valor a sus clientes en estos complicados momentos.

Cancelación de viajes por Covid para programas de estudios y trabajo en el extranjero

La plataforma digital especializada Travelfine ha lanzado 'Cancelación Freedom', un seguro de cancelación que cubre los gastos no reembolsables por Covid–19 y sus consecuencias relacionadas con la anulación del viaje, así como de los programas de estudios y trabajo contratados.

'Cancelación Freedom' beneficiará a academias, escuelas y agencias especializadas en programas de idiomas, estudios, trabajo o prácticas en el extranjero, al garantizar la inversión de las familias en los programas educativos de carácter nacional e internacional.

El seguro cubre, entre otras cosas: la anulación del viaje ocasionada por diagnóstico confirmado de Covid-19; la imposibilidad de viajar por el cierre del espacio aéreo o de fronteras, así como de consulados o embajadas y por la suspensión de visados; la anulación de contratos de trabajo, provocada por la pandemia de Covid-19, por parte de la empresa en destino; el hecho de no poder viajar por el cambio en las fechas del curso académico, exámenes o prácticas curriculares.

Además, los gastos cubiertos recogen otros aspectos, como las tasas de inmigración, las del programa o las de la embajada, así como las pruebas médicas obligatorias o los costes de la tramitación del visado.

Evitar desplazamientos a segundas viviendas para solucionar incidencias

Caser Seguros incorpora una nueva solución a su gama de seguros con la creación de 'Caser Yavoiyó', el seguro de Hogar que se desplaza a la segunda vivienda para solucionar incidencias sin necesidad de que el propietario tenga que ir.

El cliente llama a Caser y se encarga de recoger en el lugar indicado las llaves de la segunda vivienda y resolver la incidencia. Tiene en cuenta también restricciones a la movilidad y resulta de utilidad ante situaciones de climatología adversa.

'Caser Yavoiyó' ofrece coberturas esenciales como la protección básica, asistencia jurídica y urgente en el hogar, responsabilidad civil, inhabitabilidad o cobertura de daños por agua. Se incluyen además otras prestaciones como trabajos de salvamento o demolición de una vivienda por siniestro.

‘Tú e-liges’ permite consulta presencial o por videoconferencia

Mapfre ha lanzado ‘Tú e-liges’, un seguro de Salud con el que sus asegurados podrán acceder a la asistencia de la sanidad privada de manera presencial en clínicas y hospitales, incluidos centros de elevado prestigio, o desde cualquier lugar con un dispositivo móvil a través de videoconsulta o chat médico. Además, el seguro podrá contratarse desde poco más de 14 euros al mes.

El nuevo seguro cubre asistencia presencial en atención primaria y especializada, con coberturas como consultas de medicina general, pediatría y puericultura, además de pruebas diagnósticas, enfermería y urgencias. Asimismo, ofrece atención ambulatoria de todas las especialidades médicas, incluso tratamientos de psicoterapia, podología, estudio de la marcha, osteopatía, rehabilitación del suelo pélvico, rehabilitación de daño cerebral adquirido y los más completos programas de medicina preventiva, entre otros.

Igualmente, proporciona asistencia especializada obstétrica, en la que se cubren servicios de diagnóstico avanzados, programas de preparación al parto e, incluso, uno específico de prevención de diabetes en el embarazo. Por otra parte, este producto garantiza el segundo diagnóstico internacional, un capital en caso de fallecimiento accidental o la asistencia urgente en el extranjero, además de poder elegir, de forma opcional, la más completa asistencia bucodental, con franquicias reducidas, y todos los actos dentales gratuitos para los menores de 15 años, excepto las ortodoncias.

PymeSeguros.com
A DIARIO
Todo lo que te interesa saber a un clik
PymeSeguros es una publicación pensada por y para la pequeña y mediana empresa y los autónomos

Accede a las noticias de seguros y economía que te interesan

Unit linked con gestión activa

Mapfre ha desarrollado 'Programa Horizonte Inversión', un unit linked con gestión automatizada y sin coste adicional de las primas del cliente, que realiza en todo momento una selección automática de los fondos de inversión que componen la cartera óptima, ajustando y evolucionando dicha selección en el tiempo. Para ello, el programa ajustará la exposición a renta variable, siempre teniendo en cuenta la situación de los mercados, y conforme a los intereses del cliente.

'Programa Horizonte Inversión', además de ser totalmente flexible en cuanto a la manera de realizar las aportaciones (primas únicas, periódicas o extraordinarias), permite recuperar el valor de la inversión de forma total o parcial en cualquier momento, lo que supone una tranquilidad para los clientes que pudieran necesitar disponer del capital en un caso de necesidad.

Otro de los atractivos de este producto es que, entre los fondos de inversión Mapfre que componen las carteras, cuenta con fondos que aplican criterios de Inversión Social Responsable (ESG), que aparte de buscar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, demuestran rentabilidades muy interesantes.

Seguro para vehículos de competición

La correduría **Riescontrol** ha lanzado al mercado un seguro para la cobertura específica de los riesgos en coches de rally. Este producto permite asegurar los vehículos de competición a un precio asequible, dando solución a las dificultades de los deportistas de esta modalidad a la hora de suscribir sus seguros obligatorios, ante los elevados precios de la escasa oferta disponible.

En este sentido, los nuevos seguros de Riescontrol cubren los riesgos de los vehículos de competición con todas las garantías. Desde 193 euros puede contratarse un seguro para un coche de hasta 130 cv de potencia, con un segundo tramo para los coches entre 130 y 250 cv con primas de 288 euros, y un precio de 350 euros para los que superen los 250 cv.

Dale un **impulso** a tus ideas

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:

Tlf: +34 669604132 (Jesús García Fernández)
+34 626388002 (Mayte Muñoz)
maytemunoz563@gmail.com

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

España será el país más beneficiado con las subvenciones del fondo de recuperación

España recibirá 69.528 millones de euros en transferencias a fondo perdido del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia de la Unión Europea (UE), un aumento de 10.360 millones de euros (un 17% más) con respecto a lo previsto inicialmente y que convierte al país en el primer beneficiario de estas subvenciones.

En concreto, a España le corresponderán 46.603 millones de euros entre 2021 y 2022 y 22.925 millones en 2023 a precios corrientes, de acuerdo con el reparto por países que figura en la regulación definitiva de este sistema de reparto, que fue acordado en diciembre por la Eurocámara y el Consejo (los Estados miembros) y aprobado a mediados de enero en comisión parlamentaria.

El aumento de la dotación para España con respecto a los 59.168 millones de euros previstos, se debe a que las cifras se han recalculado teniendo en cuenta las previsiones económicas emitidas en noviembre por la Comisión Europea, que empeoraron la estimación de PIB de 2020 para España, así como la inflación, puesto que el último reparto se expresa en precios corrientes y el previo en precios de 2018.

A los 69.528 millones de euros del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, el principal pilar del Fondo de Recuperación, hay que sumar 10.898 millones de euros del nuevo fondo de cohesión ReactEU y 452 millones de euros del Fondo de Transición Justa, las otras partidas del Fondo que se prevén por países.

De este modo, España recibirá 80.878 millones de euros en subvenciones del Fondo de Recuperación.

Un tercio de los bares y restaurantes han echado el cierre desde el inicio de la pandemia

Ante la falta de ayudas directas al sector y las nuevas restricciones, la patronal Hostelería de España calcula que, al cierre del primer trimestre del ejercicio, habrán cerrado un total de 100.000 bares, restaurantes y cafeterías.

Es un tercio del total de los que había en España hace un año, con un golpe especialmente fuerte entre los pequeños negocios familiares, los primeros en caer ante la falta de liquidez

Desde Hostelería de España recuerdan que en 2020 se perdió ya el 50% de la facturación del sector -alrededor de unos 65.000 millones de euros-. “Hay autonomías donde se vuelve a registrar una caída de ventas de hasta el 80% en algunos casos.”.

Se prorrogan los ERTE hasta el 31 de mayo

El 20 de enero se aprobó la prórroga de los ERTE hasta el 31 de mayo tras el acuerdo llegado por parte de CEOE, Cepyme, UGT y CC. OO. de dar el visto bueno a la oferta de los Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

A los representantes empresariales y sindicales les agrada la duración de esta prórroga, más allá del Estado de alarma, vigente hasta el 9 de mayo, y les gusta que se reduzcan los trámites para pasar de una modalidad de ERTE a otra, lo que, en definitiva, reduce gastos a las empresas.

El Gobierno facilitará el acceso al cese de actividad para autónomos y amplía el plazo de las ayudas

El Gobierno y las asociaciones de trabajadores autónomos avanzaron el 19 de enero en la negociación de la prórroga de ayudas para el colectivo. El paquete de ayudas irá hasta el 31 de mayo y el Ejecutivo se compromete a flexibilizar las condiciones de acceso al cese extraordinario de actividad. Las asociaciones han reclamado al ministro de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, José Luis Escrivá, reducir el umbral de pérdida de ingresos a justificar para acceder a esta prestación por cese del 75% al 50%.

El Gobierno estaría dispuesto, en esta nueva fase del paquete de ayudas para autónomos, a facilitar el acceso también para aquellos trabajadores por cuenta propia de temporada. Es decir, aquellos que cotizan al RETA durante un periodo concreto de cada ejercicio.

Al cese de actividad en condiciones extraordinarias están acogidos más de 350.000 trabajadores por cuenta propia y ha sido la principal ayuda para los trabajadores autónomos durante la crisis sanitaria y a la que se han acogido casi el 60% del total de los trabajadores por cuenta propia. En total, estos trabajadores han perdido de media más de 20.000 euros en 2020, lo que se traduce en más de 65.000 millones de euros, siendo los más afectados por la crisis sanitaria.

El Ejecutivo habría aceptado que se pueda acceder a la prestación extraordinaria sin haberla cobrado en el mes de marzo o que se mejore la situación de los autónomos de temporada.

En este sentido, el presidente de ATA, Lorenzo Amor, asegura que "el Gobierno está discriminando" a los autónomos y los está dejando "como ciudadanos de segunda", ya que "está primando a trabajadores y a empresas a las que sí se les permite tener exoneraciones de actividad" por cualquier situación, ya sea por limitaciones de aforo o de horario.

Cámara de España ayudará a las empresas en la gestión de los fondos de recuperación

La Cámara de Comercio de España refuerza los canales de información y asesoramiento a las empresas para facilitar su participación en la presentación de proyectos financiados con fondos europeos del Plan Nacional de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Por un lado, se pone en marcha la Unidad de Apoyo de la Cámara de España -formada por profesionales con acreditada experiencia en la gestión de fondos y expertos en los ámbitos jurídicos, empresarial y europeo- para informar, orientar y asesorar a las empresas y a las Cámaras de Comercio Territoriales sobre el marco regulatorio, las novedades legislativas y los procedimientos aplicables a los distintos programas de fondos. La Unidad de Apoyo desarrolla la función de información y asesoramiento y orientará a las Cámaras y las empresas en el ámbito de los proyectos de inversión, además de prestar asesoramiento gratuito a las pymes en las fases preliminares de los mismos. Desde enero se ha incorporado un canal de comunicación personalizado para dar respuesta a las consultas o dudas del tejido productivo y para asistir a la propia red territorial de cámaras. Las consultas pueden enviarse por correo electrónico al buzón objetivotransformacion@camara.es

Por otro lado, abre el portal web Objetivo Transformación con información útil para las empresas, que podrán acceder a las convocatorias oficiales que se vayan publicando, así como a información práctica para presentar sus proyectos. Además, el portal recopila la diferente normativa tanto nacional como europea ligada a la ejecución del Plan Nacional de Recuperación, Transformación y Resiliencia y al Fondo Next Generation EU, e incluye otros documentos de interés para las empresas.

La base de cotización de autónomos se mantendrá

La base de cotización de los trabajadores autónomos seguirá siendo la misma que en 2020. Así se refleja en la ley 11/2020, de 30 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2021.

La normativa pone de manifiesto que la base mínima de cotización para el colectivo será de 944,40 euros mensuales. La máxima, por el contrario, ascenderá a los 4.070,10 euros al mes.

El hecho de que las bases de cotización de los autónomos permanezcan estables este año no quiere decir que los autónomos no vayan a tener que pagar más en 2021. Sí habrá incremento de cuotas y tendrán que abonar entre 3 y 12 euros más en cada periodo.

El aumento se debe a que se produce un incremento del porcentaje sobre la base de cotización. De hecho, en 2021 se ha estipulado un aumento del 30,6%. Eso quiere decir que los autónomos abonarán un 0,3% más que el año anterior.

El 99% de las 68.000 empresas destruidas en España por la pandemia tiene menos de 50 trabajadores

Según los datos de empresas registradas en la Seguridad Social a final de 2020: las pequeñas compañías de nuestro país son las grandes pagadoras de la crisis económica. De hecho, un 99,7% de las casi 68.000 empresas que se han destruido durante este ejercicio cuenta con menos de 50 trabajadores en su plantilla.

A principios de año, el Sistema de la Seguridad Social tenía inscritas un total de 1.468.620 empresas, mientras que el registro de octubre recoge una pérdida de 68.228, situándose el volumen total en 1.400.332 compañías.

Llama la atención la disminución del impacto de la pandemia en las empresas a medida que se aumenta el tamaño de las mismas. De este modo, si en enero de este año había registradas un total de 543.907 empresas con un solo trabajador, a finales del mes de octubre se contabilizaron 496.119, es decir, casi 48.000 empresas de un solo trabajador, representadas por empleados por cuenta propia han desparecido durante los meses de la pandemia. Es decir, un 9,6% menos que a inicios de año.

La OIT denuncia que la mujer es la gran perjudicada en el teletrabajo

La Organización Internacional del Trabajo ha elaborado el informe 'El teletrabajo durante la pandemia de Covid-19 y después de ella' para conocer la situación de las empresas y la implicación del teletrabajo en los empleados. Entre las primeras conclusiones, destaca que las mujeres siguen teniendo dificultades para compaginar la vida laboral y familiar.

La OIT advierte de que el "mayor peso" del hogar y de los hijos sigue recayendo en ellas. Según indican, la pandemia ha dificultado el rendimiento de las mujeres, pues no han podido separar su ámbito laboral de otras actividades personales.

En ese sentido, se anima a las pymes a no penalizar dichos comportamientos, sino que se les pide ser más comprensivos. Del mismo modo, se les indica que pueden organizar talleres o actividades que inviten a los hombres a participar más en las tareas del hogar. El objetivo de esto, es facilitar más las tareas domésticas y el cuidado de los hijos a las mujeres.

DKV muestra su "estupefacción" por el expediente incoado por la CNMC por una posible conducta anticompetitiva

DKV ha expresado su "estupefacción y sorpresa" ante el expediente sancionador incoado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) por una posible conducta anticompetitiva al anular temporalmente la cobertura de incapacidad temporal por accidente laboral durante los meses que duró el estado de alarma ante la imposibilidad de ejercer su actividad laboral por parte de 2.900 de sus asegurados del producto 'DKV Renta', del total de 30.000 que tienen contratada la cobertura.

Los clientes no tuvieron que pagar la prima de esa cobertura temporalmente suspendida, por lo que la compañía reitera que fue una medida en beneficio de los clientes, "muy bien recibida, al igual que otras decenas de medidas que se adoptaron, como la inclusión de la cobertura por Covid, que ocasionaron reducción de negocio a la aseguradora".

El producto a que se hace referencia es un seguro personal en el que se ofrecen las siguientes coberturas: Incapacidad temporal, Hospitalización, Intervención quirúrgica, Invalidez absoluta y permanente y Asistencia médica por accidente.

Siendo el objeto principal de este seguro la incapacidad total y transitoria del asegurado, a consecuencia de enfermedad o accidente, para la profesión consignada en la póliza, es evidente que dicho objeto desaparece si cesa la actividad profesional por causa distinta de aquéllas (enfermedad o accidente).

Según la compañía, conscientes de la realidad a la que se podía ver abocada parte de sus clientes y de que la consecuencia cuando concurre ese cese de actividad (en situaciones no extraordinarias) es la extinción de la garantía de "incapacidad temporal" al haber desaparecido el riesgo al que pretende dar respuesta, "es evidente que no podía aplicarse esa medida a una situación extraordinariamente excepcional, proponiéndose la suspensión como medida razonable para tratar de resolver la problemática que podía surgir a nuestros clientes".

Atendiendo a los intereses de sus clientes y siendo sensible a la realidad que rodea especialmente al colectivo de autónomos de nuestro país, DKV Seguros asegura que planteó una solución temporal a los asegurados que puedan haberse visto afectados por el cese de su actividad para adecuar las coberturas de este tipo de pólizas al riesgo real: se propone mantener únicamente la garantía de hospitalización y la devolución de la parte proporcional de la prima que se hubiera abonado y no se hubiera consumido por la garantía de indemnización diaria por incapacidad temporal.

El tomador de la póliza tiene la posibilidad de volver a modificar el contrato, volviendo a contratar la garantía de indemnización diaria por incapacidad temporal, si lo solicita en un plazo de dos meses desde que cese la vigencia del estado de alarma, sin que le sean aplicados nuevos períodos de carencia, sin necesidad de realizar nueva declaración de salud y con el compromiso de cobertura de patologías que hayan podido surgir durante ese período.

De los 2.900 asegurados a los que se enviaron las comunicaciones, 908 decidieron libre y voluntariamente adherirse a la propuesta de modificación de contrato ofrecida por DKV Seguros; suponiendo lo anterior para la compañía una pérdida en primas de 500.000 euros.

Por tanto, desde la entidad entienden que la medida propuesta en la comunicación a que se hace referencia, responde a la preocupación de DKV por todos sus asegurados, consciente de las complicaciones por las que podían atravesar multitud de pequeños negocios de todo tipo incluidos en el RDL 463/2020, para los que se acordó la inmediata paralización de sus actividades y su cierre al público, y cuyos ingresos habrían pasado a cero de un día para otro.

La decisión tomada, "está amparada por la legalidad vigente, tanto desde el punto de vista de técnica del seguro, como desde el punto de vista de la protección de los consumidores ante la imprevista situación a la que se han podido ver abocados, como por supuesto, desde el punto de vista de la competencia", señalan desde la entidad.

En otro orden de cosas, DKV Seguros ha ampliado las coberturas de sus pólizas de Salud integral para pymes y grandes empresas, incorporando nuevos tratamientos y herramientas para fomentar la prevención en los empleados.

Entre las nuevas coberturas, destacan: nueva tecnología PET/RM de imagen no invasiva para el correcto diagnóstico de las lesiones oncológicas; ampliación de 10 a 20 sesiones de la terapia respiratoria domiciliaria en el síndrome de apnea- hipopnea obstructiva del sueño; rehabilitación respiratoria, también por secuelas de la infección por Covid-19; ampliación del Programa de prevención del cáncer de cérvix en mujeres entre 25 y 65 años, la inclusión del test VPH preventivo; nuevas funcionalidades de Salud Digital en la app 'Quiero Cuidarme Más', como receta electrónica, peticiones de pruebas analíticas y de imagen, acceso a resultados de informes médicos y más especialidades médicas por videoconsulta; y medidas de prevención activa personalizables en función de las dimensiones y necesidades de cada negocio (protocolos de actuación, consultoría de riesgos específicos, formación y motivación del personal en temas de salud).

Por otro lado, la aseguradora ha dado cobertura, desde el mes de marzo, a más de 1.650 siniestros por Covid-19 a sus asegurados de 'Renta', pese a estar dentro de las exclusiones del condicionado general al ser una pandemia.

Asimismo, se permite recibir la autorización para la realización de PCR solicitadas por los médicos de centros concertados a través de whatsapp. El asegurado o mutualista accederá a un formulario que le permitirá adjuntar una foto de la prescripción y comprobar sus datos de contacto. Una vez gestionada, recibirá su autorización mediante correo electrónico para poder acudir a los centros de análisis clínicos concertados.

Por último, señalar que 14 autoridades portuarias se han adherido al contrato de seguro Colectivo de Asistencia Sanitaria para Puestos del Estado y Autoridades Portuarias con DKV, y hay otras catorce que han expresado interés en hacerlo de forma sucesiva tras la finalización de sus contratos vigentes.

Durante este primer cuatrimestre de 2021, un total de 2.267 empleados de Puertos del Estado en suscripción obligatoria (la empresa paga este seguro como beneficio social a los empleados) y aproximadamente 1.875 familiares en suscripción voluntaria (familiares directos -cónyuge e hijos- pueden contratarlo si lo desean), serán asegurados por DKV con un contrato del Seguro Colectivo de Asistencia Sanitaria por un valor de 2.611.584 de euros.

Mapfre facilita a los corredores un nuevo tarificador-contratador de seguros para comercios

Mapfre pone a disposición de los corredores un nuevo tarificador-contratador dentro del Portal Digital de Corredores. Esta nueva herramienta, facilitará al mediador la presentación de propuestas interesantes para sus clientes, entre ellos, comercios, oficinas y farmacias.

El tarificador permite obtener el mejor precio para tres propuestas de producto (básica, media y alta), utilizando un reducido número de datos y adaptándose al perfil de riesgo de cada cliente. También puede ajustar garantías, coberturas y capitales según la necesidad del cliente y la opción de contratar en el momento o almacenar la operación para recuperarla con posterioridad.

Este nuevo producto está diseñado especialmente para micro y pequeñas empresas, con actividades de venta al por menor, como farmacias, oficinas y despachos profesionales, entre otras. Sin embargo, también ofrece coberturas para la mediana y gran empresa.

En otro orden de cosas, desde enero, Mapfre España cuenta con nuevos directores generales territoriales. Aristóbulo Bausela es el nuevo director general territorial de Mapfre en Madrid, en sustitución de Javier Oliveros, que ha sido designado director general adjunto comercial de Mapfre Iberia. Luis Gutiérrez asume la dirección general territorial Noroeste (Galicia, Asturias y Cantabria), cargo que ocupará tras la jubilación del anterior responsable, Luis Ángel Schweizer. Y José Carpio ha sido nombrado nuevo director general territorial Sur (Málaga, Córdoba, Jaén, Granada, Almería y Melilla), en sustitución de Julián Trinchet, que ha sido designado CEO de Mapfre en Perú.

Asimismo, el 1 de enero se produjeron tres incorporaciones como vocales del Consejo de Administración de Mapfre Asistencia: Marieta Jiménez, presidenta europea de Merck Biopharma; y Jesús Martínez y Javier Oliveros, ambos de la aseguradora.

Por otro lado, Mapfre ha realizado una actualización de su posición de Solvencia II a 30 de septiembre de 2020 siguiendo la solicitud de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, y en el marco de las recomendaciones de Eiopa. El ratio muestra una mejoría de tres puntos porcentuales respecto a marzo, momento de mayor castigo en los mercados como consecuencia de la crisis de la Covid y un descenso de tres puntos con respecto a junio, como consecuencia, principalmente, del efecto del dividendo a cuenta de resultados del ejercicio 2020 aprobado el pasado 30 de octubre por 154 millones de euros. Mapfre se mantiene en el umbral de tolerancia marcado por el Consejo, cuyo rango inferior es el 175% de margen de Solvencia, a pesar del impacto de la crisis.

Asimismo, la entidad ha comunicado que el área Técnica No Vida de España ha renovado el Certificado de Calidad conforme a la Norma UNE-EN ISO 9001:2015 que otorga Aenor para los procesos de suscripción de la nueva producción de Hogar y Autos particulares en servicios centrales y centros técnicos territoriales; y de Responsabilidad Civil y Daños en servicios centrales.

Por otra parte, Mapfre AM ha decidido unir dos fondos de renta fija global con la intención de abrir su comercialización a inversores particulares e institucionales. El 'Mapfre AM Global Bond Fund', un fondo de Renta Fija Global, y el 'Capital Investment Spain International Fund', gestionado por Amundi, se fusionan manteniendo la denominación del primero. El fondo pasa a tener un patrimonio de casi 180 millones de euros y se incorpora a la Sicav de Mapfre AM.

Por otro lado, Mapfre ha incorporado un nuevo servicio gratuito de asistencia sanitaria post-Covid en sus Centros Médicos para los clientes que tengan contratado un seguro de Salud en la compañía. Este servicio está disponible para personas que hayan sido diagnosticadas de coronavirus desde el 21 de diciembre. Incluye asesoramiento, seguimiento de la enfermedad y una valoración médica para conocer la evolución y posibles complicaciones de la misma.

Asimismo, Savia, la plataforma de servicios de salud digital de Mapfre, ha lanzado un Plan Premium Anual con acceso ilimitado a los servicios médicos por 59 euros. De esta forma, las personas que lo contraten podrán realizar chats con médicos de hasta 10 especialidades, acceder al evaluador de síntomas, tener videoconsultas inmediatas las 24 horas del día y obtener prescripción de medicamentos, en caso de que fuese necesario.

Savia, además, ha comenzado recientemente a ofrecer servicios médicos a domicilio para facilitar la asistencia sanitaria a los ciudadanos. Los pacientes pueden solicitar, entre otras, pruebas para detectar la covid-19, entre las que se incluyen PCR, test rápidos, test serológicos y test de antígenos rápidos a domicilio.

Mapfre ha presentado también un nuevo servicio para los más de 500.000 ciudadanos de habla inglesa que residen en España, con atención multicanal personalizada en su idioma y proveedores concertados, entre otros servicios.

Por último, señalar que la aseguradora se adhirió en diciembre al Pacto por una Economía Circular, una iniciativa que impulsa el Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico, y que aspira a implicar a los principales agentes económicos y sociales de España en la transición hacia un nuevo modelo económico, que huye del actual sistema de usar y tirar, y que, apuesta por la reutilización, la reparación, la reducción y el reciclaje.

Crédito y Caución lanza un servicio de firma digital

Crédito y Caución ha puesto en marcha un nuevo servicio de firma de documentos con certificado digital que permitirá a las empresas que le confían la gestión de sus riesgos evitar desplazamientos innecesarios.

Una de las aportaciones de valor de Crédito y Caución es la construcción de pólizas a medida para cada asegurado que se adaptan a las particularidades de su actividad a través de más de 500 soluciones que quedan incorporadas al condicionado de las pólizas. A través de este servicio, los asegurados podrán firmar de forma telemática, con plenas garantías jurídicas, cualquier modificación contractual que se produzca con la compañía.

Helvetia Seguros, premiada por incluir la firma biométrica en sus pólizas

Helvetia Seguros ha recibido el Premio Computing al mejor proyecto de Evidencia Digital en Blockchain por implantar la firma biométrica en sus pólizas y la certificación de sus notificaciones con esta herramienta.

A través de este premio, Computing reconoce la firme apuesta de la aseguradora por la digitalización y la innovación desde hace años.

"Empezamos con firma biométrica de documentos y seguimos con notificaciones digitales certificadas por email y sms. Ahora, gracias a la solución MEE The Cyber Notary, desarrollada por Wise Security Global, dejamos evidencia certificada de las firmas y notificaciones en la cadena de bloques", ha explicado Víctor Tomás Lizárraga director de Estrategia y Transformación Digital de la entidad.

Santalucía ha decidido reorganizar su estructura del negocio presencial con el objetivo de incorporar la estrategia de distribución de productos a través de todos los canales presenciales, en una sola visión global, enfoque territorial y bajo un mismo liderazgo que genere las mayores sinergias posibles.

Santalucía reorganiza su estructura del negocio presencial

La Dirección de Negocio Presencial, liderada por Fernando Calvín, asumirá la responsabilidad de la definición e implantación de la nueva estrategia de distribución de cada canal y el desarrollo comercial que garantice una oferta de valor individualizada, así como el desarrollo comercial en los ramos de Vida y No Vida. Se configurará mediante tres direcciones: la Dirección del Canal Agencial, la Dirección del Canal de Agentes Exclusivos y la Dirección del Canal Vida, Pensiones y Gestión de Activos que engloba los canales de corredores y agentes exclusivos de Vida y Pensiones.

Además, para incrementar la satisfacción con el servicio y la cercanía a clientes y mediadores, se crean 7 direcciones territoriales multicanal que cubren todo el mapa de nuestro país para mejorar la coordinación entre los distintos canales presenciales, potenciando su desarrollo y resultados.

Liberty crea un nuevo entorno virtual exclusivo para sus mediadores

Liberty Seguros ha celebrado su primera convención de mediadores de forma virtual, un evento que ha servido como inauguración de 'Liberty Meeting Point', un entorno virtual de acceso exclusivo para los mediadores de la compañía.

La nueva web funcionará como punto de encuentro y comunicación con los mediadores, que podrán acceder a información de la estrategia de la compañía y participar en eventos (ponencias, mesas redondas, reconocimientos, etc.) durante todo el año.

Por otro lado, la aseguradora está impulsando la formación de los corredores y dotándoles de las herramientas adecuadas para prestar el mejor servicio al cliente.

En ese sentido, ha llevado a cabo un proceso de disrupción tecnológica con el lanzamiento de su propio ecosistema digital. Este nuevo modelo de negocio, basado en la nube pública, pone a disposición de los brokers herramientas para gestionar las pólizas de una forma mucho más efectiva y casi instantánea.

Además, mediante la apuesta por productos modulares, los mediadores pueden ofrecer servicios y precios personalizados, de forma que paguen solo por lo que necesitan.

Asimismo, cuenta con la Liberty Academy, un conjunto de talleres y sesiones formativas que facilitan el desarrollo profesional continuo del mediador, poniendo el foco en el uso de herramientas digitales de captación, gestión y relación con clientes.

Durante 2020, la entidad ha desarrollado un programa específico para apoyar la digitalización de los brokers para desarrollar sus capacidades digitales y facilitar una nueva relación comercial con el cliente a través de nuevas herramientas y aptitudes digitales.

Además, para los años 2020 y 2021, Liberty ha lanzado su programa Generación Futura 3.0, en versión digital, actualizando esta iniciativa centrada en los hijos de los mediadores que están afrontando el relevo generacional. Dentro de esta estrategia, Liberty ha nombrado a Daniel Moreno nuevo director de Distribución del Canal Mediado de España para reforzar el equipo de apoyo a la mediación.

En otro orden de cosas, en 2020, la cuota de mercado de Liberty ha crecido un 2,4% en seguros de Auto, lo que supone un 4,4 % más de subida frente a la media del mercado. Así lo ponen de manifiesto los últimos datos facilitados por **ICEA**. Por lo tanto, esta aseguradora se convierte en la segunda compañía que más ha crecido entre las diez mayores entidades de Auto.

Por otro lado, **Ebroker** ha incorporado el seguro contra Accidentes de Liberty Seguros a la oferta de productos disponibles en su sistema de multitarificación.

Por último, señalar que José Luis García ha sido nombrado Product Leader para la operación West European Market, que incluye a España, Portugal, Irlanda e Irlanda del Norte. García, hasta ahora Strategy & Transformation Leader para las operaciones europeas de la compañía, sustituirá a Juan Miguel Estallo, que ocupaba el cargo antes de su reciente nombramiento como CEO de Liberty en Europa.

Asefa explica '20 años de LOE: presente, pasado y futuro'

Asefa Seguros ha colaborado con la **Asociación de los Promotores Constructores de España (APCE)** en la organización del webinar '20 años LOE: presente, pasado, futuro', dedicado al aniversario de la entrada en vigor de la Ley de la Ordenación de la Edificación.

El evento contó con la participación de Fernando Nasarre, exdirector general de Política de Suelo del Ministerio de Fomento; Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa; Fernando Moliner, presidente de la Comisión Técnica de Asprima; y Francisco Javier Muñoz, socio de Muñoz Arribas Abogados.

Yáñez comenzó hablando de cómo hace 20 años, la publicación de la LOE generó un sentimiento generalizado de satisfacción y esperanza. Nasarre ahondó en los orígenes de la LOE derivados de la necesidad y el deseo de poner en marcha una ley que resolviera, principalmente 3 problemas: la definición de responsabilidades de los intervinientes en el proceso constructivo, la calidad (en materia de habitabilidad, accesibilidad, seguridad, etc.) y la implantación por primera vez del seguro Decenal de daños.

González de Frutos recalcó la idoneidad de ampliar la obligatoriedad del seguro Decenal al resto de edificaciones como los locales comerciales o las oficinas. Además, considera necesario "desarrollar los esquemas trienales como una garantía obligatoria" ya que contribuirá a fomentar en el sector de la edificación la cultura de la calidad y facilitará el cumplimento de las políticas de eficiencia energética y ahorro.

Moliner, destacó como primera virtud de la LOE su brevedad y facilidad de comprensión y que en ella se remitan todos los aspectos técnicos al Código Técnico de la Edificación. Por su parte, Muñoz se centró en la parte práctica de la ley, haciendo hincapié en el recorrido que aún le queda a la jurisprudencia para realizar un análisis desde un punto de vista más técnico.

Amadeus y AXA Partners ofrecerán seguros y asistencia sanitaria a los viajeros de negocios

La empresa de tecnología de viajes **Amadeus** y **AXA Partners** se han unido para que las empresas y los viajeros corporativos que utilizan Amadeus cytric Travel & Expense se beneficien de las soluciones médicas y de asistencia de la aseguradora.

Gracias a esta asociación, AXA Partners ofrece a los clientes de Amadeus Cytric un modelo comercial de pago por uso basado en su actividad real de viajes.

La omnicanalidad y la digitalización, ejes de las líneas estratégicas de Pelayo

Pelayo ha celebrado sus convenciones anuales para agentes y corredores, a través de un acto retransmitido en streming, en donde se hizo un balance sobre los principales resultados del ejercicio 2020, así como las líneas esenciales del plan estratégico de la compañía. Este año estarán centradas en la omnicanalidad y la digitalización, apalancándose en la diversificación y fidelización, manteniendo el objetivo de ser líderes en calidad percibida. También se trasladó la clara apuesta de Pelayo por la mediación profesional como socios de referencia ante un cliente cada vez más exigente.

El negocio agrario, estuvo representado en las convenciones, subrayando la consecución de objetivos del negocio de Agropelayo y la previsión de consolidar acciones y desarrollos, mejorando las herramientas y potenciando la formación.

Asimismo, se profundizó en la estrategia de producto y marca para 2021, prestando su apoyo a la red comercial con el fin de impulsar, a través de todas sus palancas, marca, publicidad, patrocinio, clientes, producto y *pricing*, los retos del negocio.

Para finalizar, y antes de la entrega de premios a los agentes y corredores más destacados de 2020 de Grupo Pelayo, su presidente, José Boada, junto al director general de la compañía, Francisco Lara, compartieron una conversación sobre los resultados obtenidos y la evolución de Pelayo en 2020.

En otro orden de cosas, Pelayo ha creado 2122 Lab, un nuevo centro de exploración que busca promover la innovación radical.

Para ello cuenta con TheCube, ecosistema de emprendimiento, tecnología e innovación que acogerá el nuevo centro. Se busca así fomentar la renovación del mercado de los seguros y favorecer la creación de soluciones innovadoras que respondan a la demanda y necesidades de los consumidores.

El nuevo Centro de Exploración Pelayo se enmarca en el plan de transformación digital de la compañía, previendo una inversión total cercana a los 16 millones de euros, entre los proyectos futuros y los ya desarrollados.

En este plan de transformación digital en el que está inmerso Pelayo ha apostado por Fujitsu como partner estratégico, con el que está desarrollando una solución técnica preparada para el futuro, que mejore de forma sensible facetas, como el almacenamiento de información, la indexación de documentos o la explotación de información asociada a la documentación.

Con este desarrollo, la entidad pondrá a disposición de sus clientes la contratación de sus seguros a través de firma electrónica, pudiendo recibir, de igual modo, todos los documentos relativos a su contratación de manera digital.

Por último, señalar que la estrategia de transformación digital de Pelayo ha sido reconocida con el premio a la 'Mejor Estrategia de Innovación Digital del Mercado' por la revista Computing.

Sham crea soluciones de ciberriesgos exclusivas para centros sanitarios

Sham ha reforzado su enfoque global de la gestión de riesgos ciber en el sector sanitario, combinando una solución de prevención, en colaboración con su socio tecnológico, CyberMDX, con una nueva oferta de seguros.

Esta solución está orientada a la protección activa de la superficie de ataque, permite anticiparse a las situaciones de riesgo con el objetivo de optimizar la gestión, controlar el ataque y reducir el impacto de las amenazas. Mediante el aprendizaje del comportamiento de la red, aplicando Inteligencia Artificial, se detectan ataques y comportamientos anómalos.

La mutua ha lanzado la cobertura del riesgo residual con una oferta de cibergarantía específica para hospitales, centros sanitarios y socio-sanitarios. 'Sham Cyber Protection' es una solución completa de asistencia y de garantía de responsabilidades y de daños. Esta oferta a medida se compone de tres garantías fundamentales. Además, incluye garantías complementarias que responden a los retos de las instituciones específicas de los profesionales sanitarios.

En otro orden de cosas, Sham ha alcanzado un acuerdo con el Grupo Hospitalario HLA para asegurar su RC sanitaria. La póliza suscrita, mediada por Aon, ha entrado en vigor el pasado 1 de enero y cubrirá la RC derivada de la práctica sanitaria en todos los centros de HLA (16 hospitales, 36 centros de multiespecialidades y 40 centros de especialidades adicionales, que suman en total más de 1.300 camas).

José Ramón López, nombrado director general de Reale Vida y Pensiones

Jose Ramón López, hasta ahora CEO de Reale ITES, la compañía de prestación de servicios informáticos y relacionados a las Empresas del Grupo, se incorpora a **Reale Vida y Pensiones** como director general. Compatibilizará el cargo con la responsabilidad sobre la Oficina Estratégica y el área de innovación de Reale Group en España.

López ha desarrollado su carrera profesional en el ámbito de la consultoría y el sector asegurador. Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad Complutense de Madrid y PDG por IESE, en 2003 entró en Reale Seguros como director de Control de Gestión, tras estar 14 años vinculado al sector de la consultoría estratégica y sector asegurador.

En otro orden de cosas, **Fitch Ratings** ha comunicado la confirmación a Reale Mutua y su controlada española Reale Seguros Generales, el rating de solidez financiera (IFS), en "BBB+" con *outlook* "estable".

Estabilidad, digitalización y transparencia, prioridades de los asegurados en la pandemia

Unespa ha presentado su informe 'El Impacto de la Covid-19 en las conversaciones sobre el futuro del sector asegurador', elaborado por la consultora Salvetti Llombart, que pone de manifiesto que la Covid-19 ha intensificado los contactos entre las aseguradoras y sus clientes. A raíz de la pandemia, los consumidores demandan una mayor implicación de las entidades en la reconstrucción de la era post pandemia, así como más transparencia para generar confianza.

En el ámbito de los productos los consumidores destacan, por ejemplo, que en materia de movilidad su prioridad ahora es desplazarse con seguridad. Desean proteger su salud de manera accesible e integral. En cuestión de vivienda, más que proteger un hogar desean cubrir un espacio en función del uso que se le da. Por último, reconocen que el ahorro es un elemento más relevante tras la pandemia por las incertidumbres que existen en torno al futuro.

En el ámbito de las prestaciones, los entrevistados desean disponer de una protección integral. Es decir, que se cubra a toda la familia; que la vivienda disponga de prestaciones integrales; que se pueda modular lo que ofrece un seguro; que se pueda disponer del ahorro si la situación personal (ERTE, despido, etc.) lo requiere...

El desarrollo de la tecnología sitúa la información y los datos como elementos protagonistas. Las personas desean disponer de fuentes de confianza, que ofrezcan información veraz, actualizada e imparcial. Entre tanto, los usuarios se muestran cada vez más recelosos de ceder sus datos a terceros y desean tener la capacidad de limitar el uso que se hace de la información que ellos generan (geolocalización, asistentes virtuales, etc.).

Tras la Covid-19, los usuarios asumen que la relación con su aseguradora se basará en una comunicación híbrida (con elementos digitales y personales) para conjugar las virtudes de lo digital (sencillez, rapidez, adaptabilidad…) con las ventajas del cara a cara (cercanía, personalización…). Los encuestados consideran que, el seguro debe pasar de ser una industria reactiva (que resuelve problemas), a convertirse en un sector guiado por la iniciativa propia (que contribuye a prevenir sucesos adversos).

La experiencia de cliente se verá marcada por la interactuación con varios canales de contacto (plataformas digitales y comunicación interpersonal). En materia de distribución, el informe indica que el seguro debe conocer las necesidades reales de sus clientes y desarrollar una interacción dinámica con ellos. La labor de asesoramiento ganará importancia, el producto se sofisticará y el proceso de contratación será más personal.

La pandemia ha invitado, por último, a reflexionar sobre los nuevos riesgos que sobrevuelan las sociedades modernas. Se buscan protecciones holísticas. Soluciones aseguradoras que abarquen las distintas facetas de su vida. De cara a la reconstrucción social y económica, se percibe al seguro como una industria que puede favorecer los vínculos interpersonales y reforzar el tejido social.

Un nuevo libro analiza las consecuencias de la Covid-19 en el sector

La editorial Thomson Reuters Aranzadi ha editado la obra 'Las responsabilidades derivadas de la Covid-19', dirigida por José Antonio Badillo, profesor de Derecho Mercantil de la Universidad de Alcalá.

La crisis que estamos sufriendo como consecuencia de la pandemia está provocando importantes daños personales y económicos. Todo apunta a que en los próximos meses se van a interponer numerosas demandas judiciales por parte de los damnificados de esta crisis.

Existen muchas preguntas al respecto: ¿deben soportar los daños las víctimas por tratarse de un supuesto de fuerza mayor?, ¿deben hacerse cargo los empresarios de los daños ocasionados a sus trabajadores o a los terceros?, ¿debe ser la Administración del Estado la que deba indemnizar a los perjudicados por no haber sido precavida y no haber tomado medidas cuando lo debió hacer?...

El objeto de este libro es responder a todas estas preguntas e intentar dar soluciones en el marco de nuestro ordenamiento jurídico. "Pensamos que el momento en el que se producen los daños, la circunstancias que concurren en cada uno de los casos, las medidas adoptadas o no, las personas que intervienen, entre otras cuestiones, será lo que habrá que analizar de forma individualizada para determinar si existe o no responsabilidad civil y a quién se le puede atribuir", explica Badillo.

Campus Asegurador forma sobre competencias digitales para la transformación del seguro

Campus Asegurador amplía su oferta formativa con un programa sobre competencias digitales para la transformación en el sector asegurador. Es 100% online y cuenta con el respaldo, diseño, organización e impartición de Community of Insurance y Unikemia.

Se trata de un programa para el desarrollo de conocimientos clave que permite entender cómo la tecnología transforma y acelera la digitalización en el sector asegurador y su puesta en práctica. Tiene una duración de 30 horas y cuenta con certificación con firma digital verificable a través de Ceres (Certificación Española, FNMT-RCM).

Por otro lado, Campus Asegurador ha alcanzado un acuerdo con la herramienta tecnológica Gestionrisk para que los alumnos del máster en Seguros y Gerencia de Riesgos tengan licencias educativas de la misma de forma gratuita.

La herramienta facilita la implantación de los servicios, procesos y herramientas de gestión de riesgos.

AXA quiere ser la compañía preferida de la mediación

AXA España, en su primera convención del año, ha profundizado, una vez más, en su estrategia de estabilidad, competitividad y servicio. Para 2021, su principal objetivo es aportar tranquilidad a las empresas y a las personas, siendo la compañía preferida de la mediación profesional

Olga Sánchez, consejera delegada de AXA España, destacó que la compañía tiene todos los ingredientes para posicionarse más cerca de los clientes y distribuidores gracias a ser una compañía "omnicanal, multirramo y multiacceso" lo que permite tener una solución aseguradora para cada cliente y situación.

Luis Sáez de Jáuregui, director de Distribución, Ventas y Organización Territorial de AXA España, reconoció el "talento, perseverancia, esfuerzo y pasión de todos los equipos en un complicadísimo 2020". Respecto a 2021 recalcó que "la tranquilidad de las empresas y las personas es nuestro principal objetivo, siendo nuestra ambición ser la compañía preferida de la mediación profesional".

La compañía anunció, entre otras medidas, que mantiene la ampliación de coberturas, por ejemplo, de las terrazas de los bares o restaurantes. Además, desde el mes de febrero, se ha puesto en marcha campañas con regalos de cheques gasolina por la contratación de seguros o la donación de 5 euros por cliente a los Bancos de Alimentos.

Por otro lado, la aseguradora ha lanzado 'Save Autónomos by AXA', agencia de seguros digital que facilita la contratación de productos que complementan las prestaciones de la Seguridad Social en caso de Accidente, Enfermedad, Incapacidad o seguros de Vida.

En otro orden de cosas, AXA Seguros ha alcanzado un acuerdo para comprar el 98% de Igualatorio Médico-Quirúrgico Colegial, S.A. de Seguros (Igualatorio Cantabria). "El acuerdo supone un fuerte impulso a nuestra apuesta por el negocio de Salud con la suma de un gran grupo humano de alta calidad y contrastada trayectoria", afirmaba Olga Sánchez, consejera delegada de aseguradora en España.

El coste de la adquisición ascenderá a 48,3 millones de euros, que serán abonados íntegramente al contado por AXA Seguros al cierre de la operación. Se espera que la finalización de la operación, sujeta a las autorizaciones habituales necesarias para el cierre, tenga lugar en la primera mitad de 2021.

Por último, señalar que el mayor tiempo de estancia en los hogares derivado del confinamiento, las restricciones de movilidad exigidas para controlar la pandemia de Covid-19 y el teletrabajo ha incrementado la siniestralidad de la cartera de Hogar de AXA por eventos no relacionados con el clima hasta más de un 8% respecto al mismo periodo del año pasado.

QBE ha anunciado los nuevos nombramientos de su equipo de Siniestros. Ana Irigoyen como European Service Excellence Claims Manager; Beatriz Rodríguez, como directora de Siniestros, sucediendo a Irigoyen y pasando a formar parte del Comité de Dirección de QBE en España; y Andrés Pastor, como tramitador de sieniestros.

QBE refuerza su equipo de Siniestros

Rodríguez es licenciada en Derecho por la Universidad de Navarra y doctora en Derecho por las Universidades de Navarra y Colonia. Entre sus áreas de especialización destacan RC, PI, y Líneas Financieras y Litigación.

Pastor comenzó su trayectoria profesional en el departamento de Siniestros de AON y, posteriormente, se incorporó a Crawford para desarrollar su experiencia como TPA en la tramitación de siniestros.

Por otro lado, Mikel Bermejo se ha incorporado como Property Portfolio Manager, en la sucursal española de la aseguradora, desde el 1 de enero. Se incorporó a QBE en abril de 2017 como suscriptor de Daños Materiales. Licenciado en ADE por la Universidad Carlos III de Madrid.

Asimismo, la aseguradora ha anunciado que Carmen Bravo es, desde el 1 de enero, la nueva directora de Recursos Humanos. Se incorporó a la aseguradora en diciembre de 2011 como responsable de Administración de Negocio, asumiendo posteriormente el puesto de directora de Operaciones. Diplomada en Graduado Social por la Universidad de Sevilla, cuenta con un postgrado en Gestión Integral de Empresas y otro en Business and Professional English.

Fiatc incorpora ventajas adicionales en su nueva campaña de Salud

Fiatc Seguros ha ampliado las ventajas a los nuevos clientes que contraten hasta el 14 de febrero. Hasta el momento, la entidad ofrecía dos meses gratis a las nuevas contrataciones de 'Medifiatc', ventaja que ha ampliado con la posibilidad de escoger entre esta opción o el test genético 'Reactívate' de la empresa Made of Genes.

El test genético 'Reactívate' de Made of Genes combina el análisis genético, metabólico y de anticuerpos específicos de Covid-19 para la adopción de medidas de cautela en la prevención y tratamiento en caso de infección.

Además, todas las nuevas contrataciones de 'Medifiatc' obtendrán una suscripción gratuita durante un año a la app con servicios de nutrición Nootric.

Por otro lado, la aseguradora ha introducido mejoras en su app como la huella digital y el reconocimiento facial, y la próxima inclusión del servicio de videoconferencias médicas para asegurados de Salud, que antes se ofrecía en una aplicación independiente.

Los corredores confían en una evolución positiva de su negocio

Community of Insurance, con la colaboración de Global Actuarial, a mediados de enero presentó su Informe '2021, Tendencias del Sector Asegurador: Covid&Seguro', en el que han participado más de 60 directivos sobre la recuperación y cambios estructurales en la industria aseguradora. La percepción de los corredores sobre el negocio no es negativa. Algunos están padeciendo caídas del 5%, pero otros están facturando más.

El informe consta de dos partes: La primera, son los resultados de una encuesta de 52 cuestiones repartidas en 6 bloques, visión y tendencias, datos de negocio, personas y capacidades, digitalización, distribución y experiencia de cliente.

La segunda, está compuesta por 12 tribunas de opinión en las que se repasan los temas y retos del sector, resaltando la importancia de poner en el centro a las personas y la necesidad de acelerar la transformación digital de los modelos de negocio.

En cuanto a los corredores se dice que tienen un comportamiento diferenciado. Por ejemplo, mientras que el teletrabajo en compañías ha supuesto el 75%, en los corredores se ha optado más por lo presencial y solo un 10-20% ha teletrabajado. Sobre la calidad del servicio ofrecida por las compañías, los corredores dicen que ha bajado durante la pandemia. Algo muy importante en el seguro de Hogar, porque el informe refleja que la gente no cambia de póliza de Hogar por precio, sino por mal servicio en los siniestros. Precisamente en Hogar, que está siendo un salvavidas para el negocio de los corredores.

Además, estos mediadores se quejan del endurecimiento de las primas. Están viendo cómo las primas están subiendo entre un 15 y un 25% en pymes, que no han declarado ningún siniestro.

La percepción de los corredores sobre el negocio no es negativa. Algunos están padeciendo caídas del 5%, pero otros están facturando más. El seguro se basa en la confianza y es una cualidad que aporta la persona. Pero es necesario que avancen más deprisa en su desarrollo tecnológico.

El informe recoge las previsiones de los diferentes comportamientos de los ramos aseguradores durante este año, según la visión de los directivos consultados y de los expertos de Community of Insurance. En cuanto al comportamiento de los ramos en 2021, se cree que Autos crecerá un 3,2%. Mientras que Hogar subirá un 4%. Por el contrario, en Comercio se producirá una caída importante, que puede llegar al –7%; mientras que se espera que la reducción en Industrial sea ligera porque está aguantando mejor la crisis que Comercio. Lo mismo que ocurre en Asistencia en Viaje, que se vaticina una debacle similar a la de 2020, porque los viajes no remontarán.

Por su parte, Salud tendrá un buen crecimiento, como el de 2020, por la hipersensibilidad que ha despertado la pandemia; al igual que Decesos, que podría crecer un 6%.

En el caso de Vida Riesgo se prevé un crecimiento de primas, impulsado por la aplicación de las nuevas tablas biométricas, que podrían aumentar las tarifas de estos seguros.

En general, las carteras están aguantando bien, manteniendo un ritmo sosegado que se está comportando mucho mejor que en la crisis del 2008, que fue más grave para las cuentas de resultados de las aseguradoras.

Casi el 30% de los nuevos contratos de alquiler contarán con un seguro de Impago

La contratación de seguros de Impago del Alquiler se ha duplicado en la segunda parte de 2020. El crecimiento continuará en 2021 llegando a proteger cerca del 30% de los nuevos contratos de arrendamiento que se firmen, según el análisis de evolución del sector y presentación de nuevas tendencias para 2021 del Observatorio Español del Seguro de Alquiler (OESA). Se augura que será el año del boom de estos seguros para locales comerciales.

La previsión es que hasta el 30% de los nuevos contratos incluyan el Seguro de Impago en 2021. Estos porcentajes alcanzarán picos superiores de hasta el 40% en Madrid y Barcelona. Zonas con una morosidad por encima de la media y donde la duración media de los contratos de alquiler es más reducida. Pero se prevé que habrá una deslocalización de la comercialización generalizada de seguros de Impago hacia el resto de España.

Asimismo, la figura del corredor de seguros, como mediador y comercializador profesional, se convierte en imprescindible. Los propietarios que alquilan directamente, seguirán concienciándose de la necesidad de acudir a los corredores para contratar sus seguros por tres razones: son el mejor filtro de selección de inquilinos; la única garantía legal del cobro de las rentas en caso de impago; y la mejor solución para evitar la contratación de falsos seguros o productos denominados de "protección del alquiler" que, sin embargo, tienen un alto riesgo.

Por otra parte, los beneficios del seguro de Impago del Alquiler están empezando a calar en el sector de locales comerciales.

No en vano, la pandemia ha incrementado la siniestralidad del pago de las rentas, hasta el 15% y alcanzando, incluso, picos del 20%.

Los mediadores distribuyen el 61,5% de las pólizas de Multirriesgos

El 68,9% de las primas y el 61,5% de las pólizas de Multirriesgos a septiembre de 2020 se distribuyeron a través de agentes y corredores, tal y como comunica ICEA.

Dentro de los seguros No Vida, Multirriesgo ocupa una vez más el tercer lugar, en esta ocasión con una cuota del 20,8%, siendo agentes y corredores el principal canal de distribución,.

Hiscox hará webinars para formar a colaboradores y clientes

Hiscox ha puesto en marcha un extenso programa de webinars, que se desarrollará a lo largo de 2021, para seguir formando a sus colaboradores y a los clientes de estos para afrontar, entender y proteger sus riesgos. Las formaciones en abierto, que tendrán siempre lugar los jueves (de ahí el concepto #juebinar), serán impartidas tanto por suscriptores como por diferentes miembros del equipo de siniestros de la aseguradora, así como colaboradores externos expertos en diferentes materias que abarcan desde legal, recursos humanos, marketing o ciberseguridad.

De esta forma, Hiscox continúa su apuesta por el área de formación online para sus corredores y espera superar los buenos resultados del curso 2020, donde más de 3.000 profesionales asistieron a los webinars organizados por la compañía.

"Hemos decidido aumentar nuestro programa de formación, para facilitar a nuestros colaboradores información sobre nuestros productos y los riesgos a los que se enfrentan sus clientes, y poder así ayudarles a impulsar su plan comercial de un 2021", ha comentado Miguel Ángel Aguilar, director de Desarrollo de Nuevo Negocio y Suscripción de Hiscox.

El primer juebinars se celebró el 21 de enero. En él, Fernando Conde, experto en ciberseguridad, habló de 'Tendencias Ciber 2021 y sectores con más riesgo o más vulnerables'. El 4 de febrero, Álvaro Briceño, del área de producto de Fractalia, empresa de tecnología global especializada en gestión IT y comunicaciones, presentó los beneficios y el funcionamiento de diferentes herramientas de prevención de ciberseguridad.

El 18 de febrero, Fernando Conde, junto a un miembro del equipo de Siniestros de Hiscox, analizará la actualidad en la gestión y resolución de los incidentes de esta naturaleza, a través de ejemplos reales que ayudarán a los corredores a entender estos riesgos y poder trasladar este conocimiento a sus clientes, poniendo especial atención al área de seguridad de bases de datos.

Ya en el mes de marzo la ciberseguridad cederá el protagonismo a uno de los lanzamientos del año, y es que la aseguradora ha confirmado que a partir de este mes celebrará una serie de juebinars especiales sobre su renovado seguro de RC para Administradores y Directivos.

En otro orden de cosas, la entidad, especializada en seguros de arte, colecciones y viviendas de alto patrimonio, ha recopilado por segundo año consecutivo las 12 historias sobre obras de arte y patrimonio artístico más destacadas del año, por haber sido robadas o sufrido vandalismo o incendio, o por haber sido recuperadas a lo largo de 2020.

Andalucía cubre la repatriación y gastos de turistas por Covid-19

La consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de Andalucía ha adjudicado mediante concurso público la contratación de un seguro de Asistencia en Viaje complementario para turistas extranjeros (no residentes) que durante 2021 viajen a esta Comunidad Autónoma. El servicio es de **Europ Assistance** y cuenta con el asesoramiento de **Mercer Marsh Benefits**.

Serán beneficiarios todos los viajeros internacionales extranjeros, sin límite de edad, no residentes que viajen a la Comunidad Autónoma de Andalucía en calidad de turista y que se alojen en un establecimiento reglado con reserva fehaciente durante su estancia en el periodo de cobertura del seguro.

Andalucía se convierte en uno de los pocos destinos donde los turistas tendrán cobertura de asistencia en viaje con garantías de gastos médicos, repatriación sanitaria y prolongación de estancia por cuarentena relacionada con la Covid-19 para cumplir con un obligado confinamiento.

Estas coberturas se ofrecen siempre que el viajero no supiera con anterioridad al inicio del viaje, que había contraído el virus. La protección es efectiva desde el 1 de enero y tendrá vigencia a lo largo de 2021, bajo las condiciones fijadas por la póliza y el concurso.

Asimismo, **Seg&Travel** ha decidido comercializar los seguros 'Viajero Plus', 'Grupos Jóvenes Estudiantes' y 'Grupos Excursiones' de Europ Assistance. Incluyen garantías propias de asistencia en viaje como, gastos médicos tanto en España como en el extranjero, traslados, anulación de viaje, seguro de equipaje, así como cobertura en caso de que el asegurado practique deporte amateur.

Aserta España cerrará 2020 con una cifra de negocio de directo de 24 millones de euros y garantías en vigor por 2.600 millones de euros, habiendo otorgado líneas por importe acumulado de 5.100 millones de euros. La cifra representa un crecimiento de un 20%.

Aserta crece un 20% y alcanza los 24 millones en primas

Cierra 2020 con más de 280 líneas activas y 50 mediadores relevantes en España, permitiéndole cubrir emisiones por un volumen de hasta 350 millones de euros por empresa y/o grupo de empresas.

Grupo Financiero Aserta puso en marcha durante 2019 un proceso de transformación digital que culminará en 2021 con el lanzamiento de nuevos productos de Caución destinados al segmento B2B y B2C. A lo largo del primer semestre lanzará en España una plataforma basada en Inteligencia Artificial (AI) para el segmento de alquiler. Así, inicia un proceso de diversificación para limitar la tradicional exposición del seguro de Caución a la licitación pública y aprovechar nuevos segmentos poco desarrollados en el mercado español.

AIG presenta su seguro para gestionar el riesgo de crédito de las pymes

AIG ha explicado a los mediadores las características de su solución aseguradora para gestionar el riesgo de crédito de empresas pequeñas y medianas, 'Trade+' es un producto de plena actualidad debido a la situación económica de incertidumbre.

El evento se dividió en tres partes. Una primera en la que Rafael García, director de la línea de Seguro de Crédito AIG España, dibujó la situación actual de este ramo y las tendencias que se vislumbran para 2021; otra en la que Natalia Escribano, responsable del producto 'Trade+', explicó sus características y su valor diferencial, y una tercera en la que José Martínez, director de Gesico, una empresa especializada en gestión de cobros, se centró en las regulaciones normativas y sus efectos de cara al próximo año.

Se destacó la especial importancia que ha adquirido el seguro de Crédito para acompañar a las empresas en su actividad comercial, además de proteger su cuenta de pérdidas y ganancias. Además, dijo García, la importancia de los mediadores –"adquieren más peso que nunca"- para guiar al cliente y que este tenga un conocimiento detallado "de lo que dice el condicionado de su póliza, los plazos y las obligaciones".

Respecto a 'Trade+', se subrayó que se trata de un producto adaptado a las pymes, con ausencia de franquicias. La idea es dar mayor autonomía al asegurado a la hora de decidir parte de sus riesgos. El producto está enfocado a las empresas que tengan una facturación de entre 5 y 70 millones de euros, que vendan a crédito.

Como soluciones para que los acreedores puedan protegerse ante los impagos, se aconsejó definir procesos de recobro internos con tiempos cortos, pues la rapidez en el inicio de las reclamaciones es clave; en el caso de las empresas desaparecidas, demandar a los administradores, y utilizar métodos de recobro judicial, eficaces, ágiles e innovadores. Pero, sobre todo, tener una cobertura de seguro de Crédito estable.

En otro orden de cosas, AIG ha puesto a disposición de las pymes sus servicios de prevención de ciberriesgos. Se trata de una serie de herramientas y servicios complementarios valorados en hasta 7.000 euros que proporcionan al asegurado información, formación, seguridad y asesoría para, de forma proactiva, contribuir a prevenir ciberincidentes.

Por último, señalar que la aseguradora ha nombrado a Jorge Conde, Partnership Lead de A&H (Accidentes y Salud) para Iberia y Europa Continental. Desarrollará, impulsará y ejecutará planes de crecimiento de alianzas en Iberia y apoyará al director de DDM (Marketing Directo y Digital) & Partnership de A&H para Europa Continental.

Aldro y Caser se unen para ofrecer ventajas exclusivas a sus clientes

Aldro Energía y Caser se han aliado para construir una oferta integrada de productos multiservicio que engloba energía y seguros de Vida.

Aldro y Caser se han comprometido a continuar ampliando su propuesta multiservicio y seguir aportando mayor valor diferencial a sus clientes. Juan José Cotorruelo, director de Vida y Pensiones de la aseguradora, ha comentado que "ser socios de Aldro nos permite profundizar, por una parte, en nuestra propuesta diversificada e innovadora de productos de protección y Vida riesgo, y, por otra, en la personalización y comercialización de soluciones aseguradoras adaptadas al socio, con un nuevo enfoque".

Por otro lado, Caser Seguros ha lanzado una campaña en el Metro de Madrid. 'Trayecto Seguros' ha instalado un total de 50 dispensadores de gel hidroalcohólico en 34 estaciones de la red de Metro de Madrid. De esta forma se presenta un nuevo formato publicitario que facilita además puntos de higiene para las manos en los trayectos de los usuarios de transporte público en la capital.

Zurich pone a Álvaro Iglesias al frente de su Territorial en Madrid

Zurich Seguros ha nombrado a Álvaro Iglesias como nuevo responsable de la Dirección Territorial de Zurich en Madrid, una de las seis divisiones comerciales de la compañía en España. Sustituye en el cargo a Mariano Martínez.

Iglesias es licenciado en Gestión y Administración de Empresas por IEDE Business School y tiene una larga trayectoria en el sector asegurador con más de 30 años de experiencia en los que ha ocupado puestos de responsabilidad, destacando por su gestión de equipos a través de diferentes canales y como experto en desarrollo de negocio.

Por otra parte, la aseguradora ha hecho balance de las medidas extraordinarias de apoyo a los clientes que puso en marcha desde el inicio de la pandemia. La iniciativa estrella ha sido el 'Bono Zurich', una medida a la que han destinado 30 millones de euros. Entre los meses de abril y diciembre, casi 500.000 clientes se han beneficiado de esta ayuda, que consiste en un apoyo económico que el cliente ha estado recibiendo al renovar sus pólizas, para aquellos que no notificaron ningún siniestro durante el estado de alarma. Está destinado a los clientes particulares con seguros de Auto, así como a los clientes de comercios, pymes y autónomos.

Además, entre otras cosas, los clientes han disfrutado de otras facilidades de pago durante estos meses: ampliación del plazo de pago a 90 días y fraccionamiento hasta en 12 meses sin recargo.

En 2021 la interlocución sobre distribución de seguros podría pasar del Gobierno central a las Comunidades Autónomas

En la presentación del estudio 'Radiografía de los corredores de seguros con domicilio social en Galicia', que anualmente elabora Fundación Inade en colaboración con la consultora Inade, se habló de la posibilidad de que la totalidad de los corredores de seguros pasen a estar registrados en las comunidades autónomas.

Desde el pasado 6 de febrero, fecha en la que el Gobierno traspuso al ordenamiento jurídico español la Directiva de Distribución de Seguros (IDD), estas 386 empresas están clasificadas como distribuidores de seguros en la categoría de mediadores de seguros en Galicia. Según su personalidad podemos dividirlas en personas físicas (114) y sociedades mercantiles (272). A su vez, las sociedades mercantiles, que representan el 70,45% del total, pueden separarse en sociedad de responsabilidad limitada, categoría elegida por una gran mayoría (264) y sociedad anónima (8).

El capital social medio de las 272 sociedades de correduría de seguros gallegas se sitúa en 23.721,08 euros. Del análisis del capital social se extrae que 106 son empresas familiares y 67 son sociedades unipersonales.

El prototipo de sociedad de correduría de seguros gallega es "una empresa familiar que inicia su actividad en el presente siglo, convertida en sociedad limitada, con un capital social de 23.700 euros. Está gobernada por un administrador único, varón de 53 años, con experiencia en el sector, que a su vez es el socio mayoritario y responsable de la actividad de distribución de seguros. Opera en todo el territorio nacional, pero que no acompaña a su cliente en su expansión internacional".

De cara al ejercicio 2021, Fundación Inade compartió dos reflexiones. La primera tiene que ver con las enmiendas que pueden ser aprobadas en la tramitación del proyecto de ley que, en materia de distribución de seguros, está llevando a cabo el Congreso de los Diputados. De aprobarse las enmiendas presentadas por Esquerra Republicana, el Grupo Vasco y el Grupo Plural, el Registro Administrativo de los Distribuidores de Seguros y Reaseguros que lleva la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, quedaría muy mermado, ya que casi la totalidad de los corredores de seguros (personas físicas y jurídicas) pasarían a estar registrados en las comunidades autónomas. Según el director de la Fundación, Adolfo Campos, "esto supondría un cambio en la interlocución, pasando a tener un mayor protagonismo los representantes autonómicos".

La segunda reflexión está centrada en el relevo generacional: "Es posible que en el horizonte de los próximos 9 años una gran parte de los titulares de los corredores de seguros y sociedades de correduría de seguros hayan superado la edad de jubilación, y ello producirá cambios significativos en estas empresas", afirmó Campos.

Generali crea un fondo de 20 millones para ayudar a los autónomos

Generali ha creado el fondo 'Contigo Autónomo' con una dotación de dos millones de euros para ayudar a sus clientes autónomos con mayor vinculación, que podrán recibir una cantidad equivalente a tres meses de sus seguros en 2021, hasta 1.200 euros. El proyecto contempla más ayudas para este colectivo durante los próximos meses.

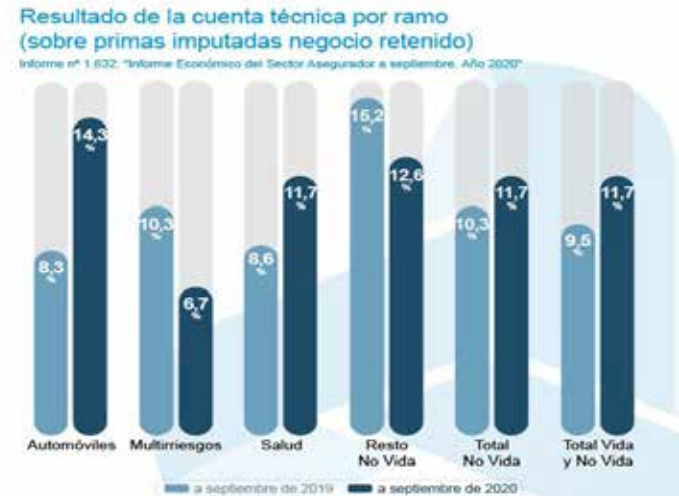
Para beneficiarse de estas ayudas, los autónomos deberán ser clientes desde hace más de 2 años y tener contratado, entre otros seguros, el de Invalidez Temporal.

Por otro lado, la aseguradora y el **Consejo General de Mediadores de Seguros** han mantenido una reunión en la que se analizó la situación actual del sector. En ella se incidió en la necesidad de fortalecer los vínculos para reforzar su formación, profesionalización y mejorar la propuesta de valor para los clientes.

En otro orden de cosas, el Grupo Generali y **Accenture** han creado una joint venture -Group Operations Service Platform (GOSP)- que aprovechará las tecnologías en la nube y las plataformas tecnológicas compartidas para acelerar la innovación y la estrategia digital de la aseguradora con un modelo centrado en la nube.

Por otra parte, **AM Best** ha confirmado la Calificación de Fortaleza Financiera (FSR) de Generali de "A" (Excelente) y la Calificación de Crédito de Emisor a Largo Plazo (ICR a largo plazo) de "a+". Al mismo tiempo, AM Best confirmó sus calificaciones crediticias a largo plazo para los instrumentos de deuda emitidos o garantizados por la aseguradora (ICR a largo plazo). Las perspectivas son estables.

Por último, comentar que Javier Marqués, CDO de Generali España, ha sido reconocido como el mejor Chief Data Officer en la segunda edición de los premios del **Club CDO Spain & Latam**, que distinguen aquellos proyectos y estrategias más sobresalientes relacionadas con el uso y la gestión empresarial de los datos.



El resultado de la cuenta técnica alcanzó el 11,7% en el tercer trimestre

El resultado de la cuenta técnica del Seguro, expresada en base a las primas imputadas retenidas, fue del 11,7%, dos puntos y dos décimas superior al índice del año anterior, según **ICEA**.

La tasa de siniestralidad del negocio directo, incluyendo el reaseguro aceptado, fue del 80,3% de las primas imputadas, con un incremento de seis puntos sobre la obtenida a septiembre de 2019.

Por su parte, el resultado de la cuenta técnica del ramo de Vida, para los negocios directo y aceptado, obtuvo un índice del 0,98% sobre las provisiones de Vida.

Cesce colaborará con el ICO para fomentar la internacionalización de las empresas

Cesce y el ICO han firmado un acuerdo para colaborar en el asesoramiento y apoyo al tejido empresarial español, fomentando la exportación y la expansión internacional de las empresas.

El acuerdo contempla la participación conjunta en jornadas y encuentros empresariales para dar a conocer los distintos instrumentos que gestionan ambas entidades, así como la celebración de sesiones de formación, orientación y asesoramiento a autónomos y empresas, especialmente, a pymes.

Por otra parte, Cesce ha facilitado a sus clientes el anticipo de facturas por valor de más de 5.300 millones de euros, desde el año 2013. Este apoyo a las empresas se ha traducido en la financiación, hasta la fecha, de 125.000 facturas de 4.000 deudores en 21 países, lo que ha permitido facilitar el acceso a la financiación bancaria y no bancaria de clientes de la aseguradora de 4 países.

A raíz de la crisis derivada de la pandemia de Covid-19, la aseguradora se ha convertido en compañía-refugio para muchas empresas, especialmente, para las pequeñas y medianas, que representan más del 80% de la cartera de Cesce.

La entidad ha estrenado su nueva página web con un práctico comparador/buscador de productos y servicios para que cada cliente encuentre la solución más adecuada a sus necesidades.

La nueva web también permite el acceso a los análisis e informes que elabora el departamento de Riesgo País de la aseguradora, una información crucial para conocer las tendencias y riesgos presentes y futuros de los mercados.

Por otro lado, el Grupo Cesce, integrado por 27 compañías que siguen normativas de aseguradoras o planes de contabilidad según su actividad, ha elegido tecnología SAP BPC para integrar todos los datos financieros de las diferentes sociedades y automatizar, así, la extracción de información y las tareas de consolidación para facilitar el *reporting* corporativo.

Asimismo, la aseguradora ha incrementado su seguridad y agilidad en la gestión y análisis de riesgos gracias a la instalación de un nuevo software, que procesa más de 20.000 solicitudes diarias relacionadas con la gestión de riesgos de empresas que la compañía ofrece por cuenta propia y por cuenta del Estado.

Por último, señalar que la agencia de calificación S&P Global Ratings mantiene el rating de Cesce en `A-´ con perspectiva estable y estima que la aseguradora conservará su excelente nivel de capital, a pesar de la pandemia y de la actual recesión global.

Agroseguro indemniza con 14,3 millones los siniestros en cultivos de caqui

Agroseguro ha abonado 14,3 millones de euros a los productores asegurados de caqui en Valencia. En total, la superficie afectada ha superado las 5.000 hectáreas.

Agroseguro cumple así con el compromiso de acelerar el ingreso de las indemnizaciones a los agricultores asegurados (que, en el caso del caqui en la Comunidad Valenciana, cuenta con una implantación del Seguro Agrario cercana al 90%). Ya se ha abonado el 95% del total de las indemnizaciones, que se estiman en15,7 millones de euros.

También se ha procedido al pago de 2,2 millones de euros a agricultores de uva de mesa en Alicante y Murcia. Este ingreso, junto a los 1,4 millones ya realizados con anterioridad, supone el abono de más del 90% del total, estimado en 4,1 millones de euros.

Por otro lado, cerró el mes de noviembre con 483,5 millones de euros en indemnizaciones abonadas a los agricultores y ganaderos asegurados. Una cifra que supone el 87,1% de los daños registrados en 2020, que se sitúan, hasta el momento, en 554,8 millones. Como media, los pagos se abonan 30 días después de la tasación por parte del perito, lo que en muchas ocasiones supone incluso anticiparse al momento en el que se habría cobrado la cosecha de no haber sufrido siniestro.

En otro orden de cosas, Agroseguro ha superado con éxito la auditoría para la renovación del certificado que evidencia la conformidad de su Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI) con los requisitos establecidos en la norma UNE-ISO/IEC 27001:2014.

Sanitas abre una nueva clínica dental en Alcalá de Henares

La apertura de la clínica dental número 200 de **Sanitas**, en la localidad madrileña de Alcalá de Henares, refuerza el compromiso de la compañía con el cuidado de la salud bucodental de la sociedad.

Sanitas Dental pone el foco en la consolidación de la Odontología digital, un concepto que busca la mejora de la experiencia de cliente. "La crisis generada por la Covid-19 ha acelerado todos los procesos de digitalización, en el caso de Sanitas Dental nos ha permitido poner en valor la videoconsulta dental", ha señalado Jesús Bonilla, director general de Sanitas Dental.

Allianz hace balance de 2020 ante sus corredores

Allianz ha reunido a 200 corredores de seguros en su XIV Jornada de Corredores, donde el Comité de Dirección de Allianz Seguros, liderados por el consejero delegado, José Luis Ferré hicieron balance de 2020, especialmente atípico, y marcaron las líneas de acción para 2021.

Ferré, enfatizó la profesionalidad y capacidad de adaptación de la mediación y su rol esencial para afrontar las consecuencias de la Covid-19. Además, apuntó a 2021 como el año de la recuperación, "como profesionales debemos aprovechar las ventajas que nos proporciona nuestra avanzada digitalización y nuestra excelencia en el servicio para consolidar nuestra línea de crecimiento sólido y rentable".

Francisco García Vegas, director general y responsable del área Comercial y de Market Management de la aseguradora, ahondó en el empeño de la compañía por contar con la red de mediación más cercana y capilar "nuestra red de mediadores ha de ser, además, la que disponga de mayor y mejor formación para asesorar al cliente. Nos serviremos de las herramientas existentes para abrir todas las puertas digitales y conseguir que el cliente tenga siempre la mejor sesoría de un mediador".

Por su parte, Susana Mendia, subdirectora general y responsable de Vida, Salud y Gestión de Activos de la entidad, destacó la relevancia que, en el contexto económico actual, adquieren los servicios financieros y un buen asesoramiento al cliente. "Estamos completando la gama de productos necesarios para ser un referente en la gestión del patrimonio del cliente en todo el ciclo vital", apuntó. Recientemente la compañía ha lanzado su nuevo producto de Decesos y ha entrado en el mercado de Planes de Pensiones; y prevé ofrecer nuevos productos en 2021.

En otro orden de cosas, Allianz Seguros ha incorporado a su Comité de Dirección, a Claudius Leibfritz como subdirector general de la compañía y responsable de un área de nueva creación, Canales Alternativos & Business Analytics.

Leibfritz se unió al Grupo Allianz en 2011 y, hasta este nombramiento, era CEO de Automotive en Allianz Partners, y miembro de su Comité de Dirección.

Asimismo, el 1 de enero, la aseguradora ha realizado varios cambios organizativos en su Comité de Dirección: Jaime de Argüelles, hasta ahora subdirector general de Empresas y Reaseguro, ha sido nombrado subdirector general de Automóviles, Particulares y Dirección Técnica P&C. Sustituye en el puesto a Beatriz Corti, recientemente nombrada BMP Global Business Coordinator en el Grupo Allianz.

Para sustituir a De Argüelles en sus funciones, Agustín de la Cuerda es nombrado subdirector general de Empresas y Reaseguro. Hasta el momento, era el máximo responsable de Operaciones.

Por su lado, Eva Orell será la nueva subdirectora general de Operaciones y Transformación, reemplazando a De la Cuerda. Era, hasta este nombramiento, directora de Organización Ibérica en la compañía. Con esta nueva posición entra a formar parte del Comité de Dirección de la compañía. Tendrá responsabilidad en España y Portugal.

MGS ofrece a sus mediadores formación sobre comunicación digital con el cliente

La Fundación MGS ha organizado la jornada 'Conecta con tu cliente', última sesión en 2020 del ciclo de jornadas formativas que impulsa la fundación para empleados y mediadores.

El acto, retransmitido en directo y en formato 100% online, contó con Laura Rosillo, formadora y consultora; Germán Martínez, responsable de Comunicación e Imagen Corporativa de MGS Seguros, y Javier Peláez, agente exclusivo de la aseguradora.

Rosillo introdujo los cambios en los procesos venta y la atención al cliente derivados de la eclosión de las comunicaciones digitales y también se refirió a la situación creada por la Covid-19 y su impacto en las relaciones con el cliente. Por su parte, Martínez profundizó sobre los retos que afronta la aseguradora en los entornos digitales y aportó consejos para los mediadores en ese ámbito. Por último, Peláez dio pautas para la creación de una marca personal para los mediadores.

Por otro lado, MGS Seguros celebró del 13 al 15 de enero, el Encuentro MGS 2021 bajo el lema 'Superando límites'. El encuentro sirvió para hacer balance de los resultados del ejercicio recién concluido y presentar las principales novedades e iniciativas de las áreas de negocio de la compañía.

International SOS ha incorporado nuevas garantías y servicios ligados a la Covid-19 en su seguro de Viaje. La aseguradora introduce en sus pólizas un nuevo asesoramiento médico individualizado que, además de dar información y resolver dudas, asesorará a los clientes si se requiere la realización de analíticas antes de realizar el viaje y en caso de ser necesario, harán una prescripción para que el asegurado disponga de acceso a una red de laboratorios concertada con precios inferiores a los de mercado.

International SOS incluye nuevas coberturas por Covid-19 en sus seguros de Asistencia en Viaje

El servicio también incluye la interpretación de los resultados de las pruebas que se realicen y la emisión de un informe en español e inglés.

Por otro lado, SOS Seguros da, dentro de sus coberturas en sus seguros de Viaje, una indemnización por la diferencia del coste por el cambio de billetes para el traslado del asegurado hasta su domicilio en caso de regreso anticipado por declaración de Estado de Alarma o aviso de cierre de fronteras. Además, estas coberturas permiten que la aseguradora se haga cargo de los gastos de alojamiento por prolongación de estancia en hotel en caso de cuarentena médica, declaración de Estado de Alarma o aviso de cierre de fronteras.

Las aseguradoras aprecian un cambio en el perfil de cliente de Decesos

La relevancia del seguro de Decesos como estrategia de crecimiento y fidelización, el poder insustituible del agente de asistencia, la diferenciación y segmentación de los seguros por tipología de cliente, el incremento de los productos de Decesos con algún componente digital y las cremaciones respetuosas con el medio ambiente, son algunas de las tendencias que pone de manifiesto el II Informe de Tendencias en Decesos, titulado 'El seguro de Decesos: situación y tendencias de futuro', elaborado por ICEA con el patrocinio de Iris Assistance.

El 68% de las entidades consideran que el perfil del cliente de este tipo de seguros está cambiando, en concreto, y por orden de importancia, hacia un público casado sin hijos, casado con hijos, soltero y jóvenes. La mayoría de las entidades están apostando por la diferenciación del producto y la segmentación por tipo de cliente para poder hacer una oferta adaptada a las necesidades de cada segmento.

El agente de asistencia se considera el elemento fundamental en la prestación del servicio, lo indican así el 88% de las entidades. Su presencia es insustituible como nexo con los afectados de una prestación.

Los principales elementos susceptibles de innovaciones importantes en los próximos años van a ser los servicios digitales, así como la personalización del servicio. Otros elementos mencionados son los relacionados con el desarrollo de nuevos canales de comunicación.

Asimismo, un 88% de las compañías de la muestra tiene productos de Decesos con algún componente digital. Los más extendidos son el borrado de la huella digital y el testamento online / testamento vital, presentes, ambos, en el 95,5% de las entidades que contienen dichas coberturas.

En cuanto a las garantías medioambientales, más de la mitad de las entidades realiza cremaciones respetuosas con el medio ambiente. La realización de funerales ecológicos o la reducción del impacto medioambiental en los actos del sepelio se están incorporando también al seguro.

Cecas lanza un curso para mejorar la tramitación de siniestros climáticos

Cecas ha incorporado el curso online 'Riesgos extraordinarios', destinado a mejorar la tramitación de siniestros climáticos de mediadores. Aporta los conocimientos y las herramientas necesarias para dar mejor respuesta a los asegurados en caso de pérdidas o daños derivados de catástrofes naturales.

El curso tiene una duración de 10 horas y está dividido en tres unidades didácticas en las que se imparte: historia relativa a los riesgos extraordinarios; ramos de cobertura y tipos de riesgos; causas naturales y humanas que los provocan; alcance de las indemnizaciones y daños excluidos en la tramitación de siniestros. La formación se imparte por e-learning.

Por otro lado, desde Cecas se indica que la rebaja sustancial de la formación inicial para el corredor de 500 a 300 horas lectivas que contempla el reglamento de la IDD supondrá un "menoscabo en el nivel formativo de los profesionales de la mediación", afirma su presidente, Javier Barberá.

Desde la Escuela de Negocios de Seguros señalan además otros aspectos nocivos de la Ley como la desaparición de las pruebas de aptitud.

La IDD, cuyo reglamento está pendiente de tramitación, deja que cada centro establezca el nivel de exigencia, calidad y preparación del profesorado que considere, no fijando unos criterios mínimos. Según Cescas, esta circunstancia no ayuda a aumentar el nivel formativo general de las titulaciones habilitantes para ejercer la profesión.

Por otro lado, señalar que Cescas está participando en la actualización de las cualificaciones profesionales de seguros de 'Gestión comercial y técnica de seguros y reaseguros privados' y 'Mediación de seguros y reaseguros privados y actividades auxiliares' que está realizando el **Instituto Nacional de Cualificaciones (Incual)** del **Ministerio de Educación**. El grupo de trabajo también cuenta con la participación de varias compañías de seguros y mediación, la Administración Pública, organismos reguladores, agentes sociales y otros sistemas de formación.

Chubb ha comunicado el nombramiento de Isabel Ribas como nueva Middle Market Branch Manager de Barcelona. Será responsable de la gestión de la oficina de Barcelona, trabajando junto con corredores y clientes locales.

Isabel Ribas, nueva Middle Market Branch Manager de Barcelona de Chubb

Ribas se unió a Chubb en 1997 y ha desempeñado diversas responsabilidades en el ramo de Líneas Financieras, donde ha trabajado como Suscriptora Senior de Cyber y Líneas Financieras para Iberia.

El Grupo Catalana Occidente impulsa soluciones destinadas a la población sénior

El Grupo Catalana Occidente ha firmado dos acuerdos de colaboración para impulsar el desarrollo de soluciones aseguradoras para las personas mayores de 65 años. Las alianzas con Secot, organización sin ánimo de lucro que aglutina a profesionales que tras su jubilación ofrecen su experiencia y conocimientos en gestión empresarial, y con Phyltime, aplicación que promueve la actividad de los mayores y reivindica su participación en la sociedad, tienen como objetivo conocer y analizar las necesidades de este segmento de la sociedad.

El Grupo Catalana Occidente está trabajando en el análisis de las tendencias que marcarán el futuro del sector asegurador con el objetivo de generar soluciones aseguradoras ante los retos que plantea la longevidad y el envejecimiento de la población; la adopción del IoT (Internet de las cosas); la preocupación por la ciberseguridad; los nuevos modelos de consumo, así como los cambios que se producirán en materia de la movilidad, entre otras.

Por otro lado, el Grupo ha lanzado Cosalud asistencia sanitaria advance, una nueva modalidad de copago progresivo en los seguros de Salud que comercializan las compañías Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros y Seguros Bilbao y que ofrece a cada asegurado los primeros 15 actos médicos sin copago al año. El producto cuenta con las mismas coberturas que el resto de modalidades de seguros de asistencia sanitaria de las marcas del Grupo.

Asimismo, los clientes que tienen contratado un seguro de Automóviles con las compañías del Grupo podrán beneficiarse de un descuento de 50 euros cuando realicen algún servicio para sus vehículos en la red de más de 280 talleres Autopresto.

Por último, señalar que la agencia de rating A.M. Best ha confirmado la calificación de "A" (excelente) con perspectiva estable a las principales entidades operativas del negocio tradicional y de seguro de Crédito del Grupo Catalana Occidente.

Assistència Sanitària aplaza el pago de recibos para afectados con caídas de ingresos por la pandemia

Assistència Sanitària ha lanzado el segundo plan de aplazamiento del pago de recibos por el coronavirus. Dando continuidad al plan de la primavera pasada, las personas afectadas por expedientes de regulación de empleo (ERTE) o en paro y los trabajadores autónomos que hayan registrado caídas de ingresos como consecuencia de los efectos económicos de la Covid-19 pueden solicitar el aplazamiento, sin coste, de los recibos de los meses de febrero, marzo, abril y mayo de su seguro de Salud.

Para acogerse al nuevo plan de flexibilización, que mantiene íntegramente las coberturas y condiciones de la póliza, los interesados deben acceder al área privada de la web y rellenar una solicitud de aplazamiento de recibos con la correspondiente documentación acreditativa.

Por otro lado, la entidad puso en marcha en noviembre la realización de test rápidos de antígenos a través del Servicio de Urgencias Domiciliarias (SUD). Eso permite atender y aislar de forma rápida y segura en su casa a las personas que se diagnostican con Covid-19.

Ebroker crea la figura del CTO en su estructura organizativa

Ebroker ha dado un nuevo paso en la evolución de su estructura organizativa con la creación de la figura de CTO y el nombramiento de Saúl González para la nueva responsabilidad.

González es ingeniero informático por la Universidad de Oviedo con una dilatada trayectoria y experiencia profesional en el mundo de la tecnología al frente de equipos en ámbitos como el análisis, desarrollo y arquitectura de software, metodologías y liderazgo de proyectos estratégicos focalizados en la digitalización. Hasta la fecha de su incorporación a ebroker, Saúl González desempeñaba el cargo CTO en Phone House España.

"Nos estamos preparando para el gran salto de ebroker hacia la versión 10.0 consecuencia de una transición tecnológica necesaria para acompañar a nuestros corredores de seguros ante los nuevos retos del futuro de la mediación", ha destacado Higinio Iglesias, CEO de la tecnológica.

AXA Opensurance analiza las tendencias innovadoras en la distribución de seguros

AXA Opensurance, el programa de colaboración abierta con startups de la aseguradora, ha celebrado su VII encuentro sobre insurtech, de forma online. En la jornada se debatió sobre el concepto #SmartDistribution, analizando las últimas tendencias en la distribución de seguros.

¿Qué características definen a los dispositivos y sistemas '*Smart*'? ¿Se pueden aplicar estas características '*Smart*' a la distribución de soluciones aseguradoras? En el primer bloque del encuentro Gema Rabaneda, responsable de Relaciones con los Medios y Reputación, y Arrate Sáez, responsable de Innovación y Transformación Tecnológica, ambas de AXA España, reflexionaron sobre los numerosos dispositivos y sistemas *'Smart'* que nos rodean, y cómo el propósito humano es lo que los hace inteligentes.

A continuación, Thibaut Loilier, director de Desarrollo de AXA Next Americas (San Francisco), compartió una visión de las diferentes tendencias que en el terreno de la distribución de seguros está llevando a cabo diferentes insurtechs a nivel internacional, y cómo, en poco más de 6 años, se han convertido en un actor global importante en el sector.

En esta séptima edición del #Insurtechtalks hubo también dos paneles de debate con diferentes expertos del sector asegurador y emprendedores de startups insurtech y fintech. En el primer panel titulado 'Hacia la especialización en la distribución a través de las insurtechs', se puso el foco en que la clave consiste en escuchar al cliente e incluso en poder llegar a monitorizar su comportamiento para construir la mejor oferta para cada nichos y ofreciendo siempre una experiencia de usuario sencilla, y más en este momento en el que la Ley Sandbox, entrada en vigor recientemente, permite acelerar la innovación e incentiva a desarrollar proyectos que mejoren las condiciones de acceso y disponibilidad a servicios financieros por parte de los usuarios.

El segundo panel titulado 'Cómo colaborar con startups desde las redes de distribución física para incrementar la oferta de valor', se llegó a la conclusión de que la sinergia entre el canal digital y el canal físico en seguros aporta diferenciación, agilidad y permite tener una mejor oferta de valor al cliente.

Aura Seguros avanza en la integración de EIAC

Aura Seguros se ha incorporado al software de gestión para corredurías, mediadores y agentes de seguros de **TE-SIS Soluciones**, que cuenta con EIAC.

De esta forma, se incluye los seguros de Decesos y todos los medios necesarios para facilitar al mediador un crecimiento sostenido y con el máximo beneficio.

El sector asegurador amplía hasta el 31 de marzo la protección al personal sanitario

El sector asegurador reitera su compromiso en la lucha contra la Covid-19. Las aseguradoras participantes en el fondo para proteger frente al coronavirus al personal de centros sanitarios y de residencias en España han acordado extender la vigencia del seguro gratuito de Vida y subsidio por hospitalización hasta el próximo 31 de marzo de 2021.

El pasado abril, 109 entidades aportaron 38 millones de euros que se están empleando en proteger a todo el personal de hospitales, tanto públicos como privados; centros públicos de atención primaria y servicios de emergencias; así como a quienes trabajan en residencias, tanto públicas o privadas, de mayores, de personas con discapacidad (intelectual o física), parálisis cerebral, autismo y salud mental. En total, la industria del seguro da cobertura gratuita a más de 1 millón de personas que presta sus servicios en estos centros en todo el país.

Estará operativo hasta el próximo 31 de marzo de 2021. Para entonces, el seguro habrá dado protección durante un año completo a este colectivo profesional. La protección que el seguro presta se mantiene igual. El capital asegurado en caso de fallecimiento por causa directa de la Covid-19 asciende a 30.000 euros por persona. El subsidio de hospitalización conllevará el pago de 100 euros al día al profesional ingresado siempre que su estancia hospitalaria supere los tres días y hasta un máximo de dos semanas. Es decir, los pagos oscilarán entre los 400 y los 1.400 euros.

El listado de los perfiles profesionales incluidos, la documentación a aportar, así como las vías de contacto para remitirla se encuentran en la web **www.unespa.es/que-hacemos/coronavirus/.**

Avanza Previsión nombra a Raúl Casado director general

Avanza Previsión, aseguradora de Vida de **Grupo Mutualidad Abogacía**, ha reforzado su estructura de gobierno con la incorporación de Raúl Casado como director general de la compañía.

Casado ha sido hasta diciembre de 2020 y desde 2013, subdirector general de Autorizaciones, Conductas de Mercado y Distribución de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), entidad en la que ha desarrollado su actividad profesional desde 2004. Casado es licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid e Inspector de Seguros del Estado. Además, es máster en Tributación y Asesoría Fiscal y ha sido consejero del Consorcio de Compensación de Seguros, de Agroseguro y de la Sociedad Mercantil Estatal de Gestión Inmobiliaria de Patrimonio (Segipsa).

El Plan de Seguros Agrarios Combinados para 2021, contará con un incremento del 19%

El Consejo de Ministros ha aprobado el Plan de Seguros Agrarios Combinados para 2021, que cuenta en los Presupuestos Generales del Estado con 256,47 millones de euros, de los que 251,27 subvencionarán las primas de seguro de agricultores y ganaderos. Eso supone un incremento de 40 millones (19%) con respecto a la cantidad presupuestada en los cinco planes anteriores.

Entre ellas destaca la subvención de los recargos del seguro aplicados por una elevada siniestralidad individual, lo que permitirá prestar un mayor apoyo a aquellos productores cuyas explotaciones se ubican en zonas de mayor riesgo; hasta ahora los recargos, que en 2019 afectaron a 20.000 asegurados, no eran subvencionables. Por su parte, los agricultores jóvenes verán prácticamente duplicada su subvención, ya que esta, que se movía entre el 9 y el 11%, se incrementa en 10 puntos.

Además, el plan incluye dos nuevas subvenciones adicionales en el seguro de compensación por pérdida de pastos (para explotaciones ecológicas que estén en una agrupación de defensa sanitaria ganadera), así como una subvención en las líneas acuícolas por el fraccionamiento del pago de las pólizas. También se incrementa la subvención base al seguro agrario en Canarias.

La frecuencia siniestral de Defensa Jurídica ha crecido un 8% desde marzo de 2020, según Arag. Su comportamiento ha venido condicionado por la pandemia y las diferentes fases por las que ha pasado: los primeros meses del año los siniestros disminuyeron, pero una vez finalizado el primer estado de alarma y el confinamiento, aumentaron su frecuencia un 35%.

Los siniestros de Defensa Jurídica aumentan un 8% en la pandemia

El tipo de siniestros también han variado. En primer lugar, aparecen los de impagos, causados por la inestabilidad económica provocada por la Covid-19 y las medidas para detener su avance. En segundo lugar, se encuentran las humedades en el hogar, vinculadas al uso intensivo de la residencia principal durante el confinamiento. Asimismo, han crecido los siniestros relacionados con el consumo de servicios a causa de la paralización de prestaciones de servicio.

No todos los tipos de siniestros han aumentado con respecto al 2019. Las lesiones han disminuido un 21% porque están ligadas a la circulación de vehículos. Lo mismo ha ocurrido con las pólizas que cubren a empresas, que han provocado un 25% menos de siniestros, llegando a descender su frecuencia un 55% durante los meses de confinamiento como consecuencia del cierre temporal de muchas de ellas.

Campus del Seguro explica la actual normativa de formación

Campus del Seguro ha elaborado dos vídeos informativos en los que, en dos minutos, explica la normativa en vigor en formación.

"Existe un desconocimiento de las obligaciones exactas que, en este momento, se deben cumplir en materia de formación. Eso está provocando, en algunos casos, un cumplimiento inadecuado en esta materia", señalan desde Campus del Seguro.

Se aclara que los mediadores de seguros deben seguir sujetos al RD 764/2010 y la Resolución de Formación de 18 de febrero de 2011 que emanan de la anterior Ley de Mediación ya derogada que estableció los Grupos A, B y C que aún están en vigor, tanto para la formación inicial como para la continua, y que seguirán así hasta que no se apruebe la futura Resolución de Formación.

Respecto a las aseguradoras, en materia de formación, deben sujetarse a lo recogido en el Anexo XII del nuevo RDL 3/2020, pero teniendo en cuenta que actualmente solo están obligadas a la formación inicial de su personal relevante y empleados, pero no así respecto a la formación continua en tanto no se apruebe la nueva resolución de formación.

Jorge Campos, director de Campus del Seguro, explica la situación formativa actual para los mediadores en un vídeo.

En otro orden de cosas, la correduría **Broker Directo**, ha puesto en marcha 'Campus Broker Directo', un espacio de formación online para todos sus miembros, sus empleados y colaboradores externos.

Asimismo, **Aura Seguros** se ha integrado a Campus del seguro y **Markel** y **Reale** han creado nuevos cursos en su plataforma.

El seguro de Decesos continúa la digitalización de sus coberturas

Coberturas como el borrado de la huella digital o la disponibilidad de la formalización de un testamento online son algunas de las que se pueden encontrar en los seguros de Decesos, como ratifica el estudio 'El seguro de Decesos: situación y tendencias de futuro. Evolución 2020', realizado por **ICEA** con la participación de un conjunto de aseguradoras que agrupan algo más del 89% de las primas del ramo.

Esto se corresponde a la búsqueda de clientes más jóvenes cuyos requerimientos en la contratación de productos aseguradores van en la línea de la digitalización, tanto en coberturas como en formas de contratación.

Avant2 cierra el año con más de 550.000 pólizas emitidas

Avant2 ha cerrado el año 2020 con cifras máximas de producción y un crecimiento muy apreciable respecto a 2019. En total, el multitarificador de Codeoscopic emitió más de 550.000 pólizas, con más de 2 millones de presupuestos abiertos y una cifra de negocio superior a los 150 millones de euros intermediados.

Pese al parón de actividad que supusieron los meses de confinamiento, "las cifras muestran la capacidad de adaptación y recuperación del canal corredores y la importancia que la tecnología ha tenido en el nuevo escenario", ha subrayado su director general, Ángel Blesa.

Así, Avant2 integró a lo largo de ese año más de una veintena de nuevos seguros de hasta 16 compañías distintas. El portfolio global del multitarificador se eleva ahora hasta los 110 productos aseguradores y medio centenar de compañías.

Todos ellos están ya disponibles en el nuevo Avant2 Sales Manager, la plataforma que con el inicio de 2021 toma el relevo definitivo, aunando multitarificación y gestión integral de clientes a través de CRM.

Por otro lado, Codeoscopic ha rediseñado su web para presentar un nuevo site que refleja el crecimiento del grupo con la incorporación de Te-Sis Soluciones y SACS, y refuerza su mirada hacia el mercado internacional con una visión multi idioma. Esta renovación supone el primer paso en el proceso de rebranding que la compañía va a acometer a lo largo de 2021, con el que subrayará la perspectiva de suite de soluciones tecnológicas para el canal mediado y el sector asegurador.

El Grupo Mutua finaliza 2020 liderando No Vida con un crecimiento del 2,85%

El Grupo Mutua Madrileña cerró 2020 como la compañía de seguros generales líder por tercer año consecutivo. Concluyó el ejercicio con un volumen de primas en No Vida de 5.418 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 2,85% respecto al año anterior. El grupo cuenta con una cuota de mercado en No Vida del 14,63%.

En Salud, donde opera a través de Segurcaixa Adeslas, Grupo Mutua cerró el pasado ejercicio como líder, con unos ingresos por primas de 2.855 millones de euros, un 6,23% que en 2019.

En Autos, el grupo concluyó con un volumen de primas de 1.577 millones de euros, un 0,90% más que el año anterior, el mayor crecimiento en primas de los cinco primeros grupos del ranking.

Berkley España lanza un nuevo programa de fidelización de corredores

Berkley España tiene un nuevo programa que ofrece más ventajas a los corredores, con servicios exclusivos de formación, herramientas comerciales, servicios, etc. Su adhesión a él es el reconocimiento de una evolución y partnership de los corredores más activos en la compañía.

Tras la anexión a 'Berkley Exclusive' se entrega un distintivo por parte del equipo de Desarrollo de Negocio, donde se explican todas las ventajas que se ponen a disposición del corredor dependiendo de su categoría: Plata, Oro o Exclusive.

"Llevamos tiempo analizando con los mediadores las ventajas que más les pueden encajar para mejorar su labor del día a día", ha declarado Ángel Macho, director de Negocio de la aseguradora.

Por otro lado, Berkley España ha incorporado al departamento de Desarrollo de negocio a Eva Fernández, para reforzar la zona de Cataluña, Baleares y Aragón; y a Arancha Mena para la zona Centro. "Estas incorporaciones son una apuesta para dar mejor servicio y poder llegar a todos los corredores", señala Macho.

Plus Ultra Seguros lanza una plataforma digital para facilitar las gestiones online

Plus Ultra Seguros ha implantado la nueva área personal e-cliente, una plataforma que permite a los asegurados realizar cómodamente gestiones online. Pueden consultar el estado de los productos contratados y sus coberturas; descargar duplicados de las pólizas; consultar recibos o acceder al cuadro médico, entre otros servicios.

Esta plataforma ofrece valor añadido al cliente, ya que puede obtener información relativa a sus pólizas de manera fácil, cómoda y centralizada. En este sentido, incorpora un nuevo módulo de salud que incluye las funcionalidades que el cliente necesita, como acceso a su cuadro médico, la solicitud de autorizaciones y reembolsos, entre otras. Además, e-cliente incluye un módulo de ahorro que dispone de dos herramientas para realizar cálculos de previsión gracias a un simulador de ahorro fiscal y otro de cálculo de pensión.

La nueva plataforma ha incorporado un chat para contactar con atención al cliente, que facilita la resolución de dudas de manera rápida y directa. En esta línea, el asegurado puede consultar fácilmente la ficha de su mediador, en la que se incluyen sus datos de contacto y otros teléfonos de interés.

ACS-CV celebra un curso práctico sobre la suscripción de pólizas

La Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV) ha celebrado de forma telemática un curso-taller práctico e interactivo sobre la documentación que se debe entregar a los asegurados en cumplimiento de lo dispuesto en la nueva Ley de Distribución de Seguros.

Con el título 'Actuación del corredor en la suscripción de las pólizas de seguros', el profesor de la Universidad de Valencia y asesor de ACS-CV, Juan Bataller, estructuró los tres pasos de la suscripción: toma de datos/información, elaboración de la propuesta y firma contractual.

En la segunda parte del curso, celebrada online el 28 de enero, se habló de las estrategias para prevenir la responsabilidad civil del corredor. Los profesionales tuvieron la oportunidad de participar planteando preguntas y casos prácticos al ponente.

Sánchez-Albornoz inicia su cuarta legislatura al frente del Colegio de La Coruña

La nueva Junta de Gobierno del Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña ha tomado posesión de sus cargos para los próximos cuatro años. Juan Manuel Sánchez-Albornoz presidirá de nuevo la institución colegial, acompañado de Marcos Carreira como vicepresidente; José Ramón Cobián, como tesorero; y Carmen Aradas, como secretaria.

También formarán parte de esta nueva Junta de Gobierno Dimas Suarez, Germán Ortega, Javier Bermejo, y Óscar Golán, en calidad de vocales.

El pasado día 20 de noviembre finalizó el plazo para la presentación de candidaturas, siendo la liderada por Sánchez-Albornoz la única presentada, por lo que la Mesa Electoral la proclamó como electa para los próximos cuatro años.

El Consejo General denuncia las nuevas políticas de vinculación de la banca

El Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros denuncia la presión que las entidades bancarias ejercen sobre los usuarios y consumidores para la contratación de productos a través del aumento de las comisiones. Esta nueva práctica, se suma a la mala praxis ya generalizada de imponer la contratación de seguros vinculados a préstamos e hipotecas, como reveló el estudio a este respecto llevado a cabo en colaboración con Cecas y la empresa de investigación de mercados GAD3, el pasado año.

Ahora, después de analizar los cambios que han aplicado las principales entidades financieras de España, el Consejo General ha detectado que han empezado a cobrar comisiones. En algunos casos pueden llegar hasta los 240 euros anuales, si no cumplen las injustas condiciones para reducirlas. Estas condiciones suelen vincularse a la realización de un cierto número de operaciones con una tarjeta de débito o crédito, o la contratación de productos propios como fondos de pensiones o seguros.

Desde el Consejo General se alerta de que estas nuevas políticas persiguen mayor vinculación con la entidad bancaria, que va en detrimento de sus derechos como consumidores.

Uno de los requisitos de las entidades bancarias para obtener una rebaja de las comisiones es la contratación de un seguro con su propio grupo asegurador. La presión para su adquisición, unido al conjunto de descuentos que conlleva hace que, en muchos casos, los clientes obtengan productos por duplicado, que no necesitan o, incluso, en muchas ocasiones, se los coloquen a un precio superior al que lo hubieran contratado con un mediador.

El rol que ha adoptado la banca con estas prácticas puede incumplir hasta tres leyes: La Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios, la Ley de Mediación de Seguros y Reaseguros y la Ley de Defensa de la Competencia.

La banca tiene la obligación de informar al cliente de manera personalizada e individualizada sobre los cambios que se hagan en sus cuentas, sobre todo cuando se trate de cambios que no sean favorables, como es en este caso el incremento de las comisiones. Además, deben informar con dos meses de antelación de estos cambios, de lo contrario se estarían alejando del código de buenas prácticas bancarias y no cumplirían tampoco con las obligaciones estipuladas en la Ley de Servicios de Pago que les regula.

Sin olvidar que, hay ciertos tipos de comisiones y gastos que los bancos no deberían cobrar como son las comisiones por tener una cuenta obligatoria por una hipoteca o depósito, los gastos por reclamación de posiciones deudoras o descubiertos, la comisión por devolución de cheques, la comisión de mantenimiento de tarjetas, las comisiones aplicadas sin cumplir el plazo de aviso o los gastos de formalización de la hipoteca.

Desde el Consejo General se recuerda que, ante un cobro

indebido, el primer paso es solicitar al banco la retirada del gasto o comisión indebida, presentando la documentación pertinente. Si la entidad bancaria no ha retirado el cobro, se puede presentar una reclamación al departamento de Atención al Cliente. Si en los dos meses siguientes este no ha dado una respuesta o sigue manteniendo el cobro, se deberá presentar la reclamación ante el Servicio de Reclamaciones del Banco de España. La resolución a la que llegue este organismo no es vinculante, pero supondrá un hecho favorable si hay que acudir a la vía judicial, esta sería la última vía.

Tanto el Consejo General como los Colegios de mediadores provinciales han intensificado sus tareas de vigilancia a la banca, con el objetivo de evitar este tipo de prácticas que afectan al conjunto de la sociedad. Asimismo, reclaman a la administración que no ceda ante las presiones y que vele por el cumplimiento de las leyes y los intereses del consumidor.

En otro orden de cosas, el Consejo General advierte, a través de las conclusiones extraídas del estudio 'Población en riesgo de Inundación en España en la franja de los primeros 10 Kilómetros de costa', elaborado por **Cecas** y **el Observatorio de la Sostenibilidad,** que las DANAS (Depresiones Aisladas en Niveles Altos) e inundaciones graves serán cada vez más frecuentes en la península y, en consecuencia, afectarán a más gente.

Cada año somos testigos de diferentes temporales que, con el cambio climático, se agravan año tras año. La destrucción de la capa de ozono y las altas temperaturas provocan cambios en los patrones de las precipitaciones y del clima, la subida del nivel del mar y, en consecuencia, lluvias torrenciales más frecuentes e inundaciones graves.

Un ejemplo de ello es la borrasca Filomena padecida a primeros de enero. El Consejo General recomiendan que todos aquellos que hayan sufrido algún daño material y/o personal a consecuencia de ella, acudan a sus mediadores cuanto antes para solventar estos siniestros de manera rápida y organizada. Se recomienda realizar fotografías en el mismo momento en el que se conoce el accidente o daño y conservar los restos de los bienes dañados. Si se debe afrontar alguna reparación de urgencia hay que guardar las facturas para luego reclamar el importe. Solo se puede reclamar si se tiene un seguro con una póliza de protección frente al daño y se está al día en el pago de las cuotas.

Martaga Correduría amplía su presencia en la Comunidad Andaluza

Martaga Correduría sigue en expansión y crecimiento con la integración de la correduría de Segur.Román en Jerez de la Frontera. El 1 de enero de 2021 se formalizó la operación, haciéndose cargo la primera, de las obligaciones y garantías de la segunda.

Los intervinientes de la operación corporativa consideran que con el acuerdo alcanzado los clientes de Segur.Román verán aumentado su asesoramiento, atención y protección, pasando a formar parte de una gran correduría con una amplia experiencia.

Esta operación la acerca a su objetivo estratégico de alcanzar los 50 millones de euros de primas intermediadas.

Linklawyers prestará asesoramiento jurídico a los asociados de Cojebro

Los despachos Ibidem Abogados y Goldaracena Abogados, asociados de Linklawyers, han firmado un acuerdo de colaboración con Cojebro por el que la alianza prestará asesoramiento jurídico especializado en la tramitación de siniestros e interpretación de las cláusulas contractuales aseguradoras.

Cojebro refuerza así su apuesta por servicios de valor para sus asociados, apostando por los despachos de Linklawyers, que ayudarán a los corredores de la asociación en su carrera por la especialización y diferenciación.

Por otra parte, Biatrans y Blai Gabinet de Serveis (del Grupo Blai, socio de Cojebro) han obtenido, por tercer año consecutivo, la certificación a la Excelencia en Gestión Empresarial (IeE). Se trata de un reconocimiento respaldado por El Economista e Informa D&B, cuyo objetivo, es que las empresas tengan la oportunidad de acreditar su solvencia y buena gestión ante clientes, proveedores, empleados o entidades financieras.

En esta ocasión, los principales parámetros que se evaluaron para obtener este certificado fueron: la solvencia, la rentabilidad, el crecimiento, el empleo, la internacionalización, la responsabilidad social corporativa, la satisfacción de clientes, la innovación, la gestión del riesgo comercial y digitalización.

Con esta certificación, Biatrans y Blai Gabinet de Serveis obtendrán una serie de beneficios como los de potenciar la empresa, destacar frente a la competencia; conseguir reconocimiento para su marca; mejorar la percepción de sus trabajadores; consolidar la confianza de sus clientes y proveedores y aumentar el valor de la compañía, entre otros.

Rosillo Hermanos cierra el año con un crecimiento del 17%

La correduría Rosillo Hermanos ha terminado 2020 con un crecimiento del 17%, un buen dato que se une a los 36 millones de euros en primas netas y cinco millones de euros en ingresos conseguidos en los últimos tres años.

De cara al año que viene, la empresa liderada por Carlos y Miguel Rosillo, establecerán un nuevo plan estratégico, que incluye, entre otros, la integración de nuevas correduría.

Adecose premia a las compañías mejor valoradas

Adecose ha concedido los Premios Estrella a las 16 compañías mejor valoradas en su Barómetro 2019 en cuanto a satisfacción global y calidad del servicio. La entrega de premios, en esta ocasión, se realizó mediante un vídeo que recoge la visión de las aseguradoras sobre la importancia del Barómetro y la actuación del sector asegurador en este año excepcional.

Por categorías, el Premio Estrella Oro ha sido concedido a Reale Seguros, Liberty Seguros, Zurich, Plus Ultra Seguros, Fiatc Seguros, Seguros Bilbao y Arag. Por su parte, Surne, Hiscox, Berkley, Ergo Seguros de Viaje y Markel han recibido el Premio Estrella Plata.

Por ramos, Adecose ha entregado el Premio Estrella Bronce a Reale Seguros en Autos, Flotas, Daños / Patrimoniales, Pérdidas pecuniarias; a Plus Ultra en Transportes; a Berkley en Responsabilidad civil; a Asefa en ramos técnicos; a Arag, en Defensa jurídica; a Ergo Seguros de Viaje, en Asistencia en viaje; a DKV, en Salud individual; a Cigna, en Salud colectivo; a Surne, en Accidentes, Vida riesgo individual, Vida riesgo colectivo y Vida ahorro/Pensiones; a Fiatc Seguros, en Decesos; y a Coface, en seguro de Crédito / Caución / Político.

Según explica Martín Navaz, presidente de Adecose, la Estrella de Oro reconoce a las empresas que obtienen más de un 7 en Servicio Global en el Barómetro Adecose y que participan en iniciativas clave de la asociación; la Estrella de Plata se concede a las aseguradoras que alcanzan una valoración superior a 7 en Servicio Global; y la Estrella de Bronce se otorga a las compañías que consiguen la mejor valoración en cada uno de los ramos de actividad.

Las compañías se preparan ya para los resultados del Barómetro Adecose 2020 que se presentarán al sector el 17 de febrero, por primera vez de forma online. En él, los profesionales de las corredurías asociadas de Adecose han valorado la calidad del servicio prestado por las compañías durante este año de crisis sanitaria y económica derivada de la pandemia.

En esta duodécima edición, el Barómetro ha contado con una participación récord del 91% de los socios y ha recogido 1.391 encuestas.

Por último, señalar que la Junta Directiva de Adecose ha aprobado la entrada de la correduría **SPB Seguros** como socio. De esta forma, se alcanzan 154 corredurías de seguros y reaseguros asociadas.

En materia europea, Juan Ramón Plá, tesorero de Adecose y presidente de Bipar, ha informado sobre el tratamiento que la Federación está dando a la propuesta de Directiva de Resiliencia Operativa Digital (DORA), una medida planteada por la Comisión Europea para paliar ciberataques y otros riesgos dentro del sistema financiero.

Howden Iberia adquiere la cartera de la correduría Arroyal Cantera

Howden Iberia ha anunciado la compra de la cartera de la correduría andaluza **Arroyal Cantera**, pasando así a intermediar más de 200 millones de primas. Con esta operación refuerza la estrategia de expansión geográfica para tener más cercanía con los clientes con 17 oficinas, tres de ellas en Andalucía (Sevilla, Jerez y Algeciras).

La especialización de Arroyal Cantera en el negocio de Salud, empresas y administraciones públicas, facilitará su integración en Howden, que continúa con la estrategia comercial de especialización y que tiene por objetivo alcanzar los 100 millones de euros en ingresos y 1.000 empleados en los próximos 5 años.

Francisco Arroyal, CEO de Arroyal, ha comentado que "estamos convencidos de que con el *expertise*, la especialización de Howden y el respaldo de Londres, podremos acceder a empresas y clientes de la zona de Cádiz que hasta ahora no podíamos dar servicio".

Por otro lado, Howden Iberia ha reforzado su área de Colegios Profesionales con dos nuevas incorporaciones: Rebeca Alonso y Jaime Renobales, ambos licenciados en Derecho, por la Universidad Complutense y de Deusto respectivamente, y han desarrollado la mayor parte de su trayectoria profesional en corredurías de seguros.

Asimismo, se ha contratado a Ágata Sancho como subdirectora general de Human Capital & Benefits. Sancho es experta en el diseño y la gestión de planes de beneficios sociales incluyendo programas de salud, vida y pensiones.

Iati Seguros estrena un podcast de viajes

Iati Seguros ha inaugurado un podcast viajero, 'La aventura de viajar', con contenido nuevo cada 15 días, con una duración de 30 minutos.

En él se habla sobre los destinos turísticos, consejos prácticos para viajar o diferentes experiencias de expertos viajeros, siempre desde una perspectiva del viajero responsable.

La idea de crear este podcast es responder con contenido de calidad a las necesidades de un nuevo público que cada vez consume más este tipo de formatos.

Grupo Barymont crece un 22% en Vida Riesgo y un 50% en las primas de Ahorro

El Grupo Barymont arranca el nuevo año enfocado en convertirse en el líder en bienestar económico del país. Así lo anunció su director general, Javier Montaraz, durante el último evento de 2020 celebrado de manera virtual por la empresa especializada en educación, planificación y gestión financiera.

Montaraz celebró que, a pesar de las circunstancias, el volumen total de negocio ha sido el mejor de toda la historia de Barymont que se ha visto, incluso, incrementado en un 20% con respecto a su mayor año de facturación. Ha crecido un 22% en Vida Riesgo y un 50% las primas en productos de Ahorro.

Para 2021, se plantean como objetivo consolidar el canal partners, el canal Pepe Promedio y el Programa Academy Pro, "un ambicioso proyecto que ya ha comenzado a desarrollarse a través del Programa de Bienestar Económico para Empresas y que se quiere hacer extensible a las universidades y a los centros educativos del país".

Emilio Montaraz, presidente del Grupo, recordó que Barymont comenzó como agente exclusivo y hoy, después de haber pasado por diferentes etapas, no es solo una correduría, sino un grupo de empresas que aglutinan "todo lo que los clientes puedan necesitar para alcanzar su bienestar económico".

Por otro lado, el Grupo ha participado en el Congreso Internacional de Ventas para Emprendedores y Microempresas organizado de manera virtual por la Asociación Española Multisectorial de Microempresas (Aemme). En ella, Montaraz habló de la importancia de la fuerza de voluntad más que de la motivación para "empujarnos desde dentro a afrontar nuevos retos" y espantar los miedos que nos puedan acechar porque "son los ladrones de los sueños".

Tras definirse como emprendedor, más que como empresario, dio una serie de pautas imprescindibles para construir un negocio de éxito y que pasan por "ver oportunidades donde otros solo ven problemas, cambiar actitudes, tomar decisiones constantemente, salir de nuestra zona de confort y tener la mente, los sentidos y el corazón siempre alineados en la misma dirección para encontrar el éxito sin obstáculos que nos desarmonicen".

Innovar "no es solo necesario para avanzar sino para sobrevivir". No hay tiempo para adaptarse al cambio de modo que, si antes "el pez grande era el que se comía al pequeño, ahora es el pez rápido el que se come al lento" y ésta es una ventaja que deben aprovechar las microempresas puesto que, por sus estructuras y carácter, pueden ser más rápidas que las grandes.

Por último, señalar que el Grupo Barymont colaborará con el Estudio de Estrategia y Finanzas (EEF) para acercar el bienestar económico a los clientes de la consultoría.

Las organizaciones de corredores consensuan un escrito para informar del incremento del IPS

Adecose, **Aunna**, **Cojebro**, **Consejo General**, **Espabrok** y **Fecor** han consensuado un escrito que han remitido a los mediadores de seguros de sus organizaciones sobre el impacto del incremento del impuesto sobre primas de seguros (IPS) del 6% al 8, establecida en los Presupuestos Generales del Estado.

De esta forma, las organizaciones trasladan un criterio único y riguroso sobre los efectos de esta subida impositiva y que contiene la postura ampliamente aceptada por el sector.

De esta forma, las corredurías de seguros y entidades podrán transmitir al conjunto de los clientes un criterio coincidente y preciso que despeje las dudas creadas.

Una de las cuestiones que han querido aclarar, es el devengo del IPS, cuya normativa establece que se devengará en el momento en que se satisfagan las primas relativas a las operaciones gravadas. Sin embargo, las asociaciones han tomado como referencia las consultas emitidas por la Agencia Tributaria, basadas en un régimen transitorio similar al que se estableció cuando se aprobó el impuesto en 1997. Por tanto, el tipo actual del 6% sería de aplicación a aquellas pólizas de seguro que sean formalizadas y que tengan fechas de efectos anteriores a la fecha en que entra en vigor la Ley. En cambio, el tipo impositivo del 8% resultaría de aplicación a las pólizas de seguro cuyos efectos se produzcan a partir de la fecha en que entra en vigor la Ley.

Como una excepción a este criterio, se encontrarían los pagos fraccionados de prima. En dichos supuestos, aplicaría el tipo im-

Travelfine se alía con Travelingua para asegurar programas educativos internacionales

Travelfine, plataforma digital de seguros de viaje a medida, y **Travelingua**, especialista en programas de estudios y trabajo en el extranjero, se han unido para el lanzamiento de 'Cancelación Freedom' (**ver Productos**).

Travelingua lleva más de 15 años gestionando programas internacionales en Estados Unidos y Canadá, proporcionando una inmersión cultural a los jóvenes para desarrollarse profesionalmente y mejorar su inglés. Durante la crisis del coronavirus muchos de estos programas han sido cancelados debido a las

La nueva Junta de Gobierno del **Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid** ha tomado posesión de sus cargos para estar al frente de la institución colegial los próximos cuatro años. Elena Jiménez de Andrade, presidirá esta institución y le acompañarán en la Junta Directiva Ángel del Amo, como vicepresidente; José Luis Solans, como Tesorero; y Dolores Cárdenas, como secretaria.

El Colegio de Madrid constituye su nueva Junta de Gobierno, con Elena Jiménez Andrade al frente

Con la constitución de la nueva Junta de Gobierno, se cierra el proceso electoral de la institución colegial. El pasado 20 de noviembre finalizó el plazo para la presentación de candidaturas a las que concurrieron dos. Una liderada por Elena Jiménez de Andrade y la otra encabezada por Trinidad Herrera. Reunida la Mesa electoral para su análisis, estimó inválida la candidatura presentada por Trinidad Herrera al no cumplir ésta con los requisitos establecidos en el Reglamento electoral y las normas estatutarias del Colegio. El 25 de noviembre la Mesa Electoral proclamó electa la única candidatura legalmente constituida, liderada por Elena Jiménez de Andrade.

En otro orden de cosas, **Zurich Seguros** ha recibido el premio Azucarillos.

RibéSalat se incorpora al clúster de la industria deportiva Indescat

RibéSalat se ha incorporado a **Indescat**, el clúster catalán de la industria del deporte para generar sinergias e identificar nuevas oportunidades de negocio entre sus más de 80. El broker se convierte en la única compañía del sector asegurador que forma parte del clúster.

La adhesión de RibéSalat es fruto de su clara vocación de digitalización del mercado en el ámbito deportivo, persiguiendo la adaptación de los seguros a los nuevos tiempos de practicar deporte; además de dar continuidad a su labor de apoyo a este sector, especialmente en un momento tan complicado como el actual.

Por otro lado, la correduría y la **Federación Catalana de Deportes de Invierno (FCEH)** han renovado un año más su convenio de colaboración para seguir protegiendo a los 10.000 federados de la institución deportiva con dos tipos de soluciones: el seguro 'Multirisc' y el seguro 'Targeneu', además del federativo para competir.

Los mediadores de Zaragoza y Teruel analizan el futuro de los viajes de trabajo y ocio

El Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza y Teruel e International SOS celebraron un encuentro virtual para los mediadores bajo el título 'Perspectiva para los próximos viajes de trabajo y ocio'.

En el acto, Carlos Nadal, director Comercial y de Negocio de International SOS, explicó cómo la compañía ha adaptado las garantías de sus seguros y ha creado productos específicos que dan cobertura a las nuevas necesidades generadas por la Covid-19. La perspectiva sanitaria de la jornada la completó Pedro Ortiz, director médico de International SOS, que facilitó una visión global médica de la pandemia.

Por su parte, Alicia Estrada, directora de Marketing y Comunicación de Gebta, patronal de agencias de viajes corporativos, ofreció a los asistentes una visión global sobre las inquietudes a la hora de viajar de las empresas y empleados en esta situación de incertidumbre.

En otro orden de cosas, el Colegio ha celebrado la presentación del libro conmemorativo del 55º aniversario de la institución 'Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza. Más de 50 años de historia' en la sede colegial, que fue seguido por videoconferencia. Se trata de una retrospectiva de lo mucho que ha evolucionado la profesión y la institución. De entre los 16 hitos de estos 55 años de historia (se fundó en 1965), se recalcó la creación del Plan Estratégico de la Mediación de 2013. Algo que "cambió la historia de la mediación en España consiguiendo que hoy la cuota de penetración de la mediación se sitúe en el 46%, cuatro puntos por encima de la bancaseguros".

Ruiz Re aseguró la ilusión por la Navidad

La campaña de Navidad de Ruiz Re se centró en la ilusión como el elemento más valioso e importante de la Navidad. Por eso, la correduría creó el seguro de Ilusión por la Navidad, que contó con ocho coberturas que aseguran desde los adornos navideños hasta los villancicos y la llegada puntual de los Reyes Magos de Oriente.

El seguro cubría desde el día 22 de diciembre hasta el 7 de enero y se pudo descargar en la web de Ruiz Re.

"Hay algo que ni una pandemia mundial puede quitarnos, y es ver la ilusión en los ojos de los más pequeños, aunque tengamos que verla por videollamada", señalan desde la correduría. "Con esta póliza podemos decir que esta Navidad, con Ruiz Re, la ilusión está asegurada", dijo Juan David Ruiz, CEO de Ruiz Re.

S4 señala el valor de los seguros de Crédito y Caución para enfrentarse a la crisis

S4 Correduría de Seguros y Gerencia de Riesgos impartió el webinar 'Los Seguros de Crédito y Caución como soluciones estratégicas frente a la crisis de la Covid–19' junto a la Asociación de Empresarios de Mos (Aemos). En el encuentro se explicó las bondades y ventajas, tanto del seguro de Crédito como herramienta de garantía de cobro, como del seguro de Caución como alternativa al aval bancario.

Socorro Sotelo, responsable de la Oficina de S4 en Vigo, presentó el seguro de Crédito como solución para protegerse frente a las insolvencias y destacó las ventajas del seguro de Caución para las empresas.

Eduardo Casal del departamento de Crédito y Caución de la correduría, dijo que "contar con una póliza de estas características nos permite monitorizar el riesgo y reducir la incertidumbre sobre los pagos".

Estefani Rodríguez, del departamento de Crédito y Caución de S4, explicó que el seguro de Caución "es una gran alternativa al aval bancario porque no ocupa Cirbe, mejorando la liquidez las empresas al permitirles disponer de más activos financieros".

Para ambos, la clave del éxito está en disponer de soluciones a medida en función de las necesidades de cada empresa.

Antonio Fabregat preside el Consejo de Colegios de la Comunidad Valenciana

Antonio Fabregat ha sido designado como nuevo presidente del **Consejo de Colegios Profesionales de Mediadores de Seguros de la Comunidad Valenciana** en la junta celebrada a primeros de enero. Fabregat, que continúa como presidente del Colegio de Castellón, sustituye al frente del órgano autonómico a Mónica Herrera, que a finales de 2020 terminó su mandato en el Colegio de Valencia.

Junto a Fabregat formarán la junta directiva del Consejo Florentino Pastor (presidente del Colegio de Alicante) como vicepresidente primero; Jorge Benítez (presidente del Colegio de Valencia) como vicepresidente segundo; Eva Bayarri (del Colegio de Valencia) como secretaria, y José Vicente Grau (del Colegio de Valencia) como tesorero.

Las vocalías están ocupadas por Araceli Calvo (Colegio de Alicante), Luis Mena (Colegio de Alicante), Fernando Solsona (Colegio de Castellón) y Ángel Gómez (Colegio de Valencia).

Artai analiza la ciberseguridad en el IV Foro APD-AGEF del Consejero

Artai ha participado en la IV edición del Foro del Consejero, celebrada en formato online, organizado por la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) y la Asociación Gallega de la Empresa Familiar (AGEF) en colaboración con KPMG. Entre otras cosas, se analizó la necesidad de invertir en ciberseguridad.

Este foro sirvió de punto de encuentro para directivos y empresarios gallegos, con el objetivo de abordar la nueva agenda, los nuevos retos y las nuevas oportunidades ante el panorama actual y sus consecuencias. Algunos de los temas que han vertebrado el encuentro han sido el cambio al que se han tenido que someter las empresas y en cómo traducir cada incertidumbre en una oportunidad.

Rubén Martínez, consejero delegado de Artai, tomó parte en el panel 'Viviendo en la era de la incertidumbre: Adaptación al cambio y nuevas oportunidades'. Destacó que desde los Consejos es importante "interiorizar el valor de la inversión en la ciberseguridad porque estamos en un nuevo ecosistema". Ha señalado que "la transformación digital debe llevar de la mano mecanismos de ciberseguridad", entendiéndola "como una inversión y no como un gasto".

BMS Iberia adquiere la correduría Montymarq

La correduría **BMS Iberia** ha adquirido el 100% **Montymarq**, con sede en Málaga, y especializada en riesgos industriales, profesionales y colectivos de afinidad en España. Los empleados de Montymarq se integrarán en las operaciones de BMS Iberia, que tendrá a Juan de Montes como presidente no ejecutivo.

Montymarq es la segunda compañía adquirida por BMS en España este año. A principios de marzo, BMS Iberia adquirió Jurado Mata, de Granada.

"BMS Iberia está creciendo estratégicamente: hemos identificado oportunidades significativas en varias áreas de especialización clave y estamos bien posicionados para ser uno de los principales brokers especializados en España. La experiencia y el talento líder del mercado de Montymarq en el ámbito de los riesgos profesionales, personales y empresariales complementan nuestras crecientes áreas de especialización", ha comentado Fernando Claro, CEO de BMS Iberia.

E2K prepara un plan de formación de alto rendimiento para este año

E2K va a desarrollar este 2021 un plan de formación de alto rendimiento destinado a más de 1.000 profesionales que componen los equipos de todas las áreas de las corredurías #E2KBrokernet, mediante una plataforma formativa denominada 'E2K Alta Escuela para Corredores'.

Comenzarán con 5 bloques del curso avanzado 'Fundamentos técnicos y jurídicos del seguro en la actualidad', que, además tendrán su correspondiente certificación, válida ante los organismos públicos y privados.

Este curso se imparte en cinco módulos (14 y 28 de enero; 11 y 25 de febrero y 11 de marzo) y tratará aspectos relativos al concepto del riesgo, la nueva legislación, el contrato de seguro y su vigencia, el capital asegurado, la prima y el siniestro.

El Colegio de Córdoba, Huelva y Sevilla celebra una jornada sobre ciberseguros

El Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla ha celebrado una jornada formativa online sobre ciberseguridad con Allianz, Berkley y Reale Seguros, para motivar a los mediadores a su comercialización.

La jornada se inició con una visión rápida sobre la ciberseguridad y los ciberseguros, ofrecida por Alfonso Linares, gerente del Colegio de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla, quien trató aspectos como la situación actual en el sector, consejos para su comercialización y el futuro del ciberseguro.

Posteriormente, Alicia Fernández, Cyber Underwriter de Berkley, reivindicó que los mediadores son "capaces y necesarios en el asesoramiento de este tipo de seguros". En palabras de Javier Casells, Cyber Underwriter de Allianz, "los que se están especializando serán una referencia para el resto". Miguel Ángel Murillo, director del departamento Técnico Territorial de Reale, indicó que "el verdadero problema de la comercialización de ciber es que no hay volumen, no llegan cotizaciones".

En otro orden de cosas, Juan Antonio Márquez, presidente de los mediadores colegiados almerienses, ha recibido la insignia colegial, que reconoce su trayectoria.

El Colegio de Barcelona organiza una jornada técnica sobre la nueva Ley de Distribución

La Fundación Auditorium, del **Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona**, en colaboración con el Centro de Referencia Nacional en Administración, Seguros y Fianzas de la Comunidad de Madrid, organizó una jornada técnica sobre la nueva Ley de Distribución de Seguros.

Una sesión digital en la que se analizaron los cambios y necesidades formativas que se derivan de la nueva legislación: las necesidades para la adaptación de la formación en seguros al próximo desarrollo normativo de la nueva ley de Distribución de Seguros; necesidades formativas y de contratación en las empresas del sector; identificar los perfiles profesionales emergentes en el sector para ajustar la formación al mercado laboral; compartir experiencias y establecer redes de contacto que fomenten la empleabilidad; y establecer vías de comunicación con las principales empresas del sector y agentes involucrados en la Formación Profesional.

Eduardo Trillo Ruiz, inspector de Finanzas del Estado en Excedencia, impartió la conferencia 'Origen, objetivos y situación de la Directiva de Distribución de Seguros y de la Ley de Distribución de Seguros y Reaseguros Privados'.

A continuación, se celebraron tres mesas redondas en donde se analizaron los principales retos de la distribución ante la nueva ley; los aspectos más significativos del nuevo marco normativo; y las vías de colaboración entre CRN y las empresas del sector seguros.

La consultoría **Solvento Consulting** ha creado un Canal de Denuncias a disposición de los corredores de seguros, al que podrán acceder los socios del **Club Catalán de Corredores de Seguros (CCC)**.

Los socios del CCC podrán acceder al Canal de Denuncias de Solvento Consulting

El Canal cumple con los requisitos establecidos en el artículo 199 del Real Decreto-ley 3/2020, de 4 de febrero, para que los empleados de los mediadores puedan notificar infracciones sobre la normativa de distribución de seguros que se cometan en su organización.

El acceso al Canal de Denuncias es a través de la página web: **www.canaldenunciasmediadores.com**, donde se detalla su finalidad y características, así como el procedimiento para presentar una denuncia a través de la sección habilitada. El procedimiento garantiza la confidencialidad tanto de la persona que informa de las infracciones como de las personas físicas presuntamente responsables de la infracción.

Espabrok e ICEA elaboran un programa de Dirección Estratégica para sus asociados

Espabrok e ICEA han elaborado un programa destinado a completar las necesidades formativas en los campos del conocimiento del negocio y el entorno, habilidades comerciales, así como conocimiento del cliente.

Con una duración de 6 meses, el programa modular contempla 5 grandes áreas: estrategia de negocio; análisis financiero, gestión de riesgos y de sostenibilidad; cultura de empresa; área de cliente; y modelo digitalización y oportunidades de la tecnología

En otro orden de cosas, la asociación ha superado a finales de 2020 las cien correduría, en 41 provincias, con presencia en las 17 comunidades autónomas.

Por último, señalar que Francisco García Vegas, director general comercial y Market Management de Allianz, ha mantenido un encuentro digital con todo el Consejo de Administración de Espabrok, en las que ha realizado un análisis de la situación del mercado actual, las previsiones de evolución del negocio para el 2021 con detalle de las oportunidades y las medidas que la aseguradora ya ha puesto en marcha.

La digitalización, personalización de la oferta, eficiencia operativa, segmento empresas, defensa cartera y trabajo conjunto guían la hoja de ruta de ambas organizaciones como palancas de negocio.

Alfredo Fajardo, nuevo responsable de Flotas de Marsh

Marsh ha incorporado a Alfredo Fajardo como responsable de Flotas, negocio integrado en el área de Consumer & Commercial Business de Marsh España.

Fajardo cuenta con una dilatada experiencia en el sector seguros. Es licenciado en Económicas y cursó un Máster en Gerencia de Seguros y Riesgos, y un Programa de Desarrollo Directivo (PDD) en IESE Business School.

Insure Brokers incorpora nuevas funcionalidades a su asistente virtual

'Micro', el asistente virtual de la correduría Insure Brokers, ha incorporado nuevas funcionalidades para valorar y complementar las prestaciones de la Seguridad Social para autónomos.

Con estas nuevas funcionalidades se calcula la descobertura de los autónomos, que en más del 80% cotizan por la base mínima al RETA. 'Micro', en una conversación, va desvelando las diferentes prestaciones que tendría por viudedad, orfandad, el importe de la incapacidad de la baja por accidente, por enfermedad y lo que percibiría el autónomo en caso de incapacidad absoluta o total.

Al finalizar el proceso, 'Micro' envía por correo electrónico un informe donde se resumen las cantidades en función de los parámetros que introduce el usuario. Además, al final del proceso, presenta unas soluciones genéricas de baja laboral y seguro de Accidentes. En las próximas semanas, se incorporarán soluciones en materia de Dependencia, Vida y de cálculo de la pensión.

Por otro lado, la web de la correduría ha cerrado 2020 con casi 38.000 visitas anuales y más de 17.000 usuarios.

Por su parte, el asistente virtual 'Micro', en poco más de 8 meses de creación, suma más de 3.000 visitas. Este año, 'Micro' tendrá presencia en una versión beta para robots dentro de Google My Business, que se sumará a las plataformas actuales donde está operando.

En otro orden de cosas, Insure Brokers ha participado en el homenaje que la Asociación Amigos del Deporte, que organiza los Premios Delfos de Valores en el Deporte.

Las corredurías Andalbrok y Mediación de Seguros Colectivos se fusionan

Las corredurías de seguros Andalbrok y Mediación de Seguros Colectivos (MSC) han realizado su fusión por absorción, pasando a gestionar una cartera de más de 22.000 clientes y superando los 33 millones de euros en primas intermediadas, todo ello con una plantilla que alcanzar los 29 puestos de trabajo.

"Esta fusión es un paso más en la búsqueda de nuevos parámetros de eficiencia y punto de inflexión en la creación de un modelo único, que va más allá de la simple tramitación de de pólizas y siniestros, y que pivota en el análisis de la necesidades, de atención al cliente y el diseño de productos con alto valor", han añadido.

Centerbrok constituye un departamento de Seguros Agrarios de la mano de Anagan

Alberto Sainz, presidente de la correduría **Anagan**, y Fernando Castellanos, consejero delegado de **Centerbrok**, han sellado un acuerdo para crear el departamento de Seguros Agrarios de Centerbrok bajo la supervisión y estructura de Anagan. Su función será atender a toda la red de asociados a la hora de intermediar en la contratación de seguro Agrario Combinado.

A su vez, Anagan se incorpora dentro de la Red Centerbrok para impulsar su desarrollo en seguros generales. "Este acuerdo que afrontamos con gran motivación, supone un refuerzo a nuestra estructura y nos permitirá ampliar nuestra capacidad de venta en seguros Agrarios con la ayuda de los asociados de Centerbrok, a la vez que nos hará consolidar otras soluciones novedosas en seguros generales donde Centerbrok está muy bien posicionada", ha señalado Sainz.

Albroksa alcanza los 30 millones en primas emitidas

La correduría **Albroksa** ha alcanzado los 30 millones de euros de primas emitidas, con un crecimiento del 20% respecto al final del ejercicio anterior, gracias a la aportación de 10 millones de euros de nueva producción. El número de pólizas intermediadas alcanza las 65.000, con un aumento del 23%.

Albroksa ha puesto a disposición de su red franquiciada, 58 acuerdos de colaboración con aseguradoras, agencias de suscripción o acuerdos específicos con otras corredurías.

"Este crecimiento intenso y planificado denota la fuerte pujanza de nuestras ya 100 delegaciones franquiciadas. La apuesta por el crecimiento persigue la mejora continua de nuestros procesos operativos y una atractiva capacidad de negociación puesta a disposición de nuestra red comercial", según su director general, Francisco Alcántara.

Juan Carlos Tárraga, máximo responsable para Viajes y Turismo de Willis Towers Watson

Willis Towers Watson ha designado a Juan Carlos Tárraga como máximo responsable del negocio de Viajes y Turismo de la compañía en Iberia, cargo que compaginará con su actual responsabilidad como director de la región de Baleares y la subdirección general de la compañía en Iberia.

Este nombramiento refuerza la posición de liderazgo de Willis Towers Watson en el sector turístico y se produce cuando la industria afronta una situación inédita de gran complejidad, que requiere planteamientos y soluciones específicas distintas y adaptadas al contexto actual.

Tárraga estudió Turismo en la Universidad de las Islas Baleares y tiene un AMP por el Instituto de Empresa. Cuenta con más de 30 años de experiencia en el sector asegurador.

Por otro lado, el broker ha anunciado dos nombramientos en su cúpula directiva: Adolfo Careaga asume la dirección de la zona Norte de la compañía (que incluye las oficinas de San Sebastián, Vitoria, Bilbao y Pamplona) y Juan Ignacio Nicolau pasa a liderar la operación de la consultora en Cataluña.

Asimismo, en Willis Towers Watson Networks se ha reforzado su presencia en Madrid con la incorporación de **García Alamán Correduría de Seguros**. Sumando así cuatro asociados en la capital. La red ha culminado 2020 con siete nuevas incorporaciones, alcanzando las 53 corredurías asociadas a la Alianza en España.

Ubicada en el centro de Madrid con una fuerte especialización en empresas, García Alamán es una correduría con un perfil altamente técnico y marcada orientación al servicio y consultoría de riesgos.

Coseba crea una app para facilitar los trámites a su red de distribución

La correduría **Coseba** ha lanzado para su red de distribución una app, pensada para facilitar los trámites entre colaborador–correduría y colaborador–cliente, pudiendo realizar cualquier tipo de gestión de forma rápida y sencilla.

Además, la aplicación permite al colaborador consultar la evolución de su negocio en tiempo real desde su dispositivo móvil.

"Somos conscientes de que no seremos nunca 100% digitales ya que no nacimos como una startup, y porque además seguimos creyendo y defendiendo el trato directo personalizado con nuestro cliente, pero sí estamos seguros que la transformación digital, basada en la aplicación de nuevas herramientas, nos va a proporcionar agilidad y rapidez de respuesta, y a su vez podemos ofrecer alternativas para que nuestros clientes obtengan la información que necesitan en cualquier lugar y en cualquier momento", han manifestado desde la correduría.

Uniteco estima que la subida del IPS supondrá un aumento del 33% para el tomador

Uniteco Profesional ha informado que con la entrada en vigor de los Presupuestos Generales del Estado, el tomador del seguro pasará a pagar un 33% más debido a la subida del 6% al 8%. Es decir que una póliza con una prima neta de 100 euros, que actualmente pagaría un IPS de 6 euros, pasará a pagar, a partir del 2021, 8 euros.

El Gobierno justifica esta subida con dos argumentos: este tipo impositivo no ha variado desde 1998 y el gravamen sigue siendo un tipo inferior al existente en otros países europeos. En Alemania esta tasa se ubica en el 19%, en el Reino Unido en el 12,5% o en Italia que se establece entre el 12,5% y el 21,5%.

No obstante, desde la correduría se informa que algunos tipos de seguro están exentos del Impuesto de Primas de Seguro (IPS): Seguros sociales obligatorios y colectivos que instrumenten sistemas alternativos a los planes y fondos de pensiones; seguros de Vida, aunque, sí se aplicaría a las garantías complementarias si existiesen; seguros de Crédito y Caución, y seguros Agrarios combinados. Asimismo, están exentas de esta tasa las operaciones de seguro relacionadas con planes de pensiones, operaciones de reaseguros y operaciones de seguro de Transporte internacional de mercancías y viajeros. El Gobierno estima en unos 455 millones de euros el impacto que esta medida tendrá en 2021 (52 millones en 2022). Supone, según Unespa, un incremento de casi el 25% en la recaudación de este tributo.

La correduría Senassur renueva su compromiso con la mediación valenciana

Senassur ha renovado el protocolo de colaboración que unirá un año más a su entidad con el **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia.**

Cedric Parnaudeau, director general de la correduría del grupo francés Filhet-Allard, dijo que "si tenemos que destacar algo de la relación mantenida hasta ahora, lo más positivo es el apoyo que siempre recibimos por parte del Colegio". También avanzó que en los próximos meses celebrarán un webinar en el que tratarán las novedades de Senassur.

Nuevo Comité Ejecutivo de Espanor, presidido por Joaquín Tabernero

El nuevo consejero delegado de Espanor, Joaquín Tabernero, ha hecho público los nombres de los integrantes del Comité Ejecutivo de la asociación que le acompañarán durante su mandato de 4 años y que contará con cinco áreas de trabajo: Económica; Servicios; Nuevas Tecnologías y Productos; Formación; y Transparencia, Comunicación y Cumplimiento.

El área Económica estará liderada por Enrique Schoch, director general de Filhet Allard MDS Correduría de Seguros; el área de Servicios la encabezará José Alés, director general de Metasa 2 Correduría de Seguros; el área de Nuevas Tecnologías y Productos la comandará Juan Picazo, director comercial de Picazo de Nova Correduría de Seguros; Manuel Fernández, director general de Eurocenter Correduría de Seguros, dirige el área de Formación; mientras que José Luis García-Ochoa, director general de Correduría de Seguros García-Ochoa, hará lo propio con el área de Transparencia, Comunicación y Cumplimiento. Por su parte, Guillermo Arenas, seguirá siendo el director gerente de Espanor.

Tabernero en la actualidad, desempeña su actividad profesional como administrador único, director general y director técnico de Finsa. Es mediador titulado y diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Salamanca, también ha cursado estudios de Derecho. Entre los años 1987 y 2005 trabajó en Aegon Seguros, ocupando puestos como directivo.

El Colegio de Valencia realiza un webinar sobre la actividad profesional de la mediación

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia ha realizado un webinar informativo sobre la actividad profesional de mediación en seguros.

Esta actividad telemática estuvo especialmente dirigida al alumnado de la promoción 2020 del Curso Superior de Seguros (CSS), con el fin de dotarlos de claves para escoger la opción profesional más adecuada a sus intereses dentro del sector asegurador y la actividad mediadora.

La correduría Attis L'Hotellerie se une a Summa

La correduría Attis L'Hotellerie se ha incorporado a Summa como nueva oficina en Barcelona, con lo que sigue su proceso de expansión en Cataluña, donde dispone ya de cinco locales.

"La tecnología va a ser el gran motor del cambio de la distribución de seguros y solo junto a un grupo con potencial para invertir en tecnología y talento se puede estar al nivel de lo que exige el mercado y el cliente", ha aclarado Elisabeth Rodríguez, fundadora y directora de Attis.

Corredores y correduría suman 162 nuevas altas en 2020

El portal especializado en gestión y tramitación de altas de corredores y correduría quierosercorredordeseguros.es, dirigido por Jorge Campos, que se integra dentro del Grupo W2B, ha publicado las conclusiones de su tradicional informe anual de nuevas altas de corredores y correduría inscritos en la Dirección General de Seguros con clave nacional según el cual, 2020 ha cerrado con un total de 162 nuevas altas.

Esta cifra de 2020 es casi similar a la obtenida en 2019 que cerró con 168 nuevos corredores y correduría lo que viene a confirmar que, pese al Covid y al parón general que se llevó acabo con ocasión del Estado de Alarma entre los meses de marzo a junio – incluida la paralización de los trámites con la administración-, sigue siendo alto el interés por la puesta en marcha de nuevos proyectos y negocios de corredores y correduría de seguros en nuestro país.

Desde el portal se señala que, en comparación con otros años, 2020 ha destacado por un mayor número de altas de segundas correduría puestas en marcha por corredores y socios de correduría ya en activo para desarrollar nuevos proyectos, unos individuales y otros puestos en marcha en común con otros corredores. Asimismo, el portal señala que en 2020 se han producido varias transformaciones de agencias vinculadas en correduría de seguros, lo que pronostican que seguirá la misma tendencia en 2021.

Por otro lado, de las 162 nuevas altas de 2020 en la DGSFP con clave nacional, el 57% (92) han sido nuevas correduría frente al 43% (70) que han sido nuevos corredores individuales. Desde el portal señalan que esta proporción, que suele ser "de 1 corredor por cada 3 correduría" normalmente, en 2020 se ha reducido debido a un claro aumento del número de nuevas altas de corredores individuales.

Los mediadores eligen las entidades sociales de recogida de alimentos a las que DKV donará 2.000 euros

DKV contribuye con una donación de 2.000 euros a dos entidades sociales (1.000 euros a cada una) elegidas por sus corredores y agentes. Estos tuvieron que enviar sus propuestas a **medialia@dkvseguros.com** antes del 4 de diciembre presentando una entidad social centrada en la recogida de alimentos.

Una vez recibidas todas las propuestas, los corredores y agentes obtuvieron un enlace con los participantes para que sus clientes, empleados y contactos pudieran votarles. El corredor y agente más votados recibieron los 1.000 euros cada uno para destinar a la entidad que hubieran elegido.

Se trata de una iniciativa para que los mediadores impliquen a sus grupos de interés en iniciativas sociales, que fortalezcan su relación profesional.

DKV fue más allá y, con motivo del #GivingTuesday, celebrado el 1 de diciembre, que fomenta la solidaridad y multiplica las buenas acciones de las personas, donó 50 euros al programa de alimentación para familias desfavorecidas de Cruz Roja por cada e-mail recibido con propuestas de entidades (o preguntas para presentar la propuesta).

Con el Programa Movimiento Medialia, DKV Seguros quiere compartir con la mediación su compromiso con las personas y orientación al desarrollo sostenible, es por esto que durante los últimos 10 años este programa ha ayudado, a través de acciones sencillas de Responsabilidad Empresarial, a sus más de 1.500 mediadores suscritos, a alcanzar grandes logros: 80 niños apadrinados en Camboya, más de 40 recogidas de juguetes y alimentos en España y más de 37.000 euros a ONG escogidas por mediadores.

El **Consejo General de Mediadores de Seguros** ha lanzado una campaña solidaria en colaboración con la **Federación Española del Banco de Alimentos (Fesbal)** para recaudar fondos por la crisis sanitaria bajo el lema #lasolidaridaddelagente.

El Consejo General lanza una campaña solidaria para recaudar fondos para la compra de alimentos

A causa de la crisis sanitaria los usuarios de los bancos de alimentos han aumentado un 64%, pasando de 1.100.000 a 1.800.000 personas. Por este motivo, el Consejo General ha impulsado una campaña para concienciar de que el Covid-19 sigue afectando a mucha gente y, sobre todo, a aquellos que tienen menos recursos y están en situaciones de vulnerabilidad.

Estas donaciones permiten comprar los alimentos para poder atender a las entidades beneficiarias con las que colaboran, que son las que distribuyen los alimentos entre las personas más desfavorecidas y necesitadas.

Adecose concede el Premio Solidario 2020 a Fesbal

Adecose ha otorgado el Premio Solidario 2020 a la **Federación Española de Bancos de Alimentos (Fesbal)**. Con este galardón, la asociación reconoce la labor fundamental de ayuda social que esta entidad ha llevado a cabo durante la pandemia, a través de sus 54 bancos de alimentos que operan con 7.000 entidades benéficas y llegan a más de un millón de beneficiarios.

La Junta Directiva de Adecose ha premiado por segunda vez a Fesbal (ya recibió este galardón en 2014). Su director general, Miguel Fernández, destaca la labor que están realizando los voluntarios ya que "la pandemia ha disparado la demanda alimentaria".

Asimismo, dadas las circunstancias excepcionales vividas, Adecose entregó un Premio Solidario Extraordinario 2020 con 6.000 euros a la **Fundación Madrina** reconociendo así a otra organización más cuya labor ha sido especialmente destacada durante la pandemia.

El 'Programa Madre' de Fundación Madrina está dirigido a asistir las necesidades básicas de la infancia, de madres y familias, apoyándolos en sus necesidades básicas de alimentación, salud, higiene, acogida, formación y orientación laboral.

Su presidente, Conrado Giménez-Agrela, ha recordado que desde el inicio de la pandemia la organización ha atendido a más de un millón de niños, entregando cestas de alimentos a familias de las zonas más afectadas de Madrid. Además de bienes básicos de alimentación, Fundación Madrina también entrega diariamente productos de higiene a cerca de 3.500 familias en situación de vulnerabilidad social.

La Fundación Madrina recalca que desde el Estado de Alarma han aumentado notablemente las cifras de atenciones de emergencia, llegando a cubrir el 90% de las necesidades sociosanitarias y de alimentación de estas familias. Por ello, animan a participar, a través de su página web, en la campaña navideña "Banco del Bebé" para adquirir productos alimenticios e higiénicos para niños y recién nacidos.

El Colegio de Córdoba, Huelva y Sevilla dona 1.500 euros al Banco de Alimentos

El Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla ha realizado una donación de 1.500 euros al **Banco de Alimentos de Huelva**.

José María Moreno, presidente del Colegio de Córdoba, Huelva y Sevilla, destacó que "si este año 2020 ha tenido algo positivo, ha sido enseñarnos y recordarnos que el ser humano y las administraciones deben estar a la altura de las circunstancias".

Casi 400 niños reciben regalos gracias a la acción "Queridos Reyes Magos" de Fecor

Fecor, en colaboración con **Mensajeros de la Paz**, ha organizado un año más la campaña Queridos Reyes Magos. Casi 400 niños y niñas han recibido su regalo gracias a esta acción solidaria en la que ha participado el sector asegurador de forma desinteresada.

"Estamos muy satisfechos porque a pesar de la crisis económica que estamos viviendo se ha conseguido dar respuesta a las cartas de los niños y niñas de los centros de Mensajeros de la Paz de Ribera de Curtidores (Madrid), El Pozo (Madrid) y León", han afirmado desde Fecor

Una vez cubiertas las cartas de los más pequeños, los Reyes Magos decidieron hacer llegar a los jóvenes entre 12 y 16 años material tecnológico como auriculares con micrófono, pen drive, ratones, teclados, tablets… que les serán de gran utilidad en sus clases virtuales.

Fecor quiere agradecer a los pajes reales de 2020 Allianz, Asefa, AXA, Berkley, Caser, Catalana Occidente, DKV, Markel, Pelayo y Plus Ultra, el papel fundamental que han desempeñado en esta acción. Además, la federación quiere transmitir un mensaje de cariño y agradecimiento a todas las personas que han dedicado su tiempo y esfuerzo para que esta iniciativa haya sido un éxito y emplaza a todos a participar en la campaña del año que viene.

La octava edición del Brindis Solidario organizado por el **Colegio de Mediadores de Seguros del Principado de Asturias**, en esta ocasión de forma virtual, consiguió recaudar cerca de 4.000 euros, casi el doble de la cifra alcanzada en 2019.

El Colegio de Asturias recauda 3.845 euros en su Brindis Solidario virtual

El VIII Brindis Solidario y primero virtual se celebró el pasado 18 de diciembre. Casi medio centenar de colegiados, representantes de distintas aseguradoras, proveedores y empresas que colaboran con el Colegio, asistieron a la cita que en esta edición se celebró a favor de la Fundación Banco de Alimentos de Asturias.

Los 3.845 euros recaudados contribuirán a que no cese el flujo habitual de alimentos de primera necesidad en las extraordinarias circunstancias que estamos viviendo.

El presidente de la Fundación Banco de Alimentos de Asturias, Bernardo Sopeña, dijo que la cantidad recaudada se invertirá totalmente en la compra de alimentos. "De marzo a junio de 2020 repartimos el doble de alimentos que en el mismo periodo de 2019. Tras la última entrega en Navidad, las estanterías están en precario", afirmó. Se estima que, en 2020, se está atendiendo a unas 20.000 personas en Asturias en exclusión social o riesgo de exclusión social.

El presidente de la organización colegial, Reinerio A. Sarasúa hizo un reconocimiento especial para Asefa, como patrocinador económico, y a Sidra Trabanco y Malena Catering por, como en ediciones anteriores, su colaboración desinteresada.

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

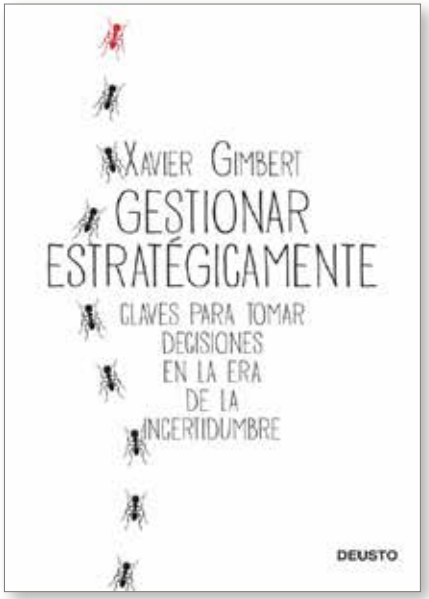
Buscamos la participación

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

SUSCRIPCIÓN GRATUITA

A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA WEB

WWW.PYMESEGUROS.COM



Gestionar estratégicamente

Claves para tomar decisiones en la era de la incertidumbre

Xavier Gimbert

Editorial: Deusto
Precio: 18,95 € libro impreso
9,49 € libro electrónico

Si el futuro es tan incierto que no podemos mirar mucho más allá de la hora actual, se debe tener una estrategia preparada para la adaptación constante y la detección precoz de los cambios.

El libro trata los muchos aspectos que inciden sobre el proceso de análisis y decisión estratégica; como todos los conceptos, análisis y decisiones que componen dicho proceso. Lo hace apoyándose en dos modelos estratégicos del autor en lo que se refiere al fondo, el contenido, de la estrategia.

El objetivo es ser útil a empresarios, directivos y profesionales. Quiere ayudarles a gestionar y decidir. Está redactado con un lenguaje sencillo y con una serie de preguntas para la reflexión al final de cada capítulo.

Método Dante para ventas

Cómo los secretos de la magia pueden aumentar tus ventas

Xavi Cabezas

Editorial: Alienta
Precio: 15,15 € libro impreso
7,59 € libro electrónico

Cada persona recibe de media unos tres mil mensajes publicitarios al día, por lo que es muy fácil que el nuestro se pierda entre la multitud. ¿Qué podemos hacer para generar un impacto memorable en nuestro consumidor? La respuesta es más sencilla de lo que crees: con magia. Grandes compañías como Huawei o Mercedes han confiado en el novedoso método del Tecnomago y en su asesoramiento en marketing.

El Método Dante es una metodología expansiva que usa herramientas de la magia para formar a profesionales que se diferencien del resto. Con este libro, aprenderás los trucos que te permitirán mejorar tus capacidades de persuasión, dejando huella en la memoria de tus consumidores para diferenciarte siempre de la competencia.

REVITALIZA TU NEGOCIO
A TRAVÉS DEL MARKETING EMAIL

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

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

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

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

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

fundación
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

¡Tú también puedes colaborar!