

Premio San Francisco Javier  
de Anacose en 2012

# PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

NÚMERO 134 ABRIL 2024

[www.pymeseguros.com](http://www.pymeseguros.com)

## Visión de experto

Jorge de la Fuente, director de Servimediación.  
"La insuficiencia de prima en Salud preocupa a los corredores"

## Punto de encuentro

La integración de procesos,  
reto de la IA

## Más a fondo

Cómo ser una pyme sostenible

## In situ

El Chat GPT aumenta un 40%  
la calidad del trabajo y reduce un  
20% el tiempo invertido

Pedro Zabaleta, director de Canal Mediadores de Aegon

El trato cercano y de calidad  
es clave en el ramo de **SALUD**



**XL Insurance**

# **Your global partner for progress**

No somos solo una aseguradora, somos tu aliado. Como expertos, podrás confiar en nuestra gestión de riesgos globales y complejos, y estaremos contigo para respaldarte en tu negocio, así como para gestionar los riesgos del cambio climático, cuando y donde nos necesites.

**Know You Can**

**[axaxl.com/es](https://axaxl.com/es)**

AXA XL es una división del grupo AXA, que ofrece productos y servicios a través de tres unidades de negocio: AXA XL Insurance, AXA XL Reinsurance y AXA XL Risk Consulting. AXA, los logotipos de AXA y XL son marcas registradas de AXA SA o de sus filiales. © 2024



## Ventajas de la IA para los corredores de seguros

La inteligencia artificial (IA) está empezando a aplicarse en distintos ámbitos de la sociedad, y las corredurías también se están beneficiando de sus ventajas. Aunque su penetración en la actualidad es relativamente modesta, los expertos consideran que su potencial es enorme y que facilitará procesos y mejorará la rentabilidad de las empresas. Ahora bien, en la actualidad, la dispersión de las herramientas supone un obstáculo para los negocios, por lo que los corredores reclaman una mayor integración (ver [Punto de encuentro](#)).

Es importante saber cómo utilizar la Inteligencia Artificial en los procesos de la correduría. La utilización del Chat GPT como herramienta

de trabajo hace que la calidad aumente un 40% y el tiempo invertido se reduzca un 20%. Entre los beneficios de su utilización figura: el aumento de la eficiencia operativa, la reducción de costes y el aumento de la rentabilidad, la mejora de la experiencia de clientes, la optimización de oportunidades de venta y un mejor posicionamiento competitivo (ver [In situ](#)).

También será importante la utilización de la Inteligencia Artificial para el ramo Salud, sobre todo para las aseguradoras especializadas. Sin olvidar el trato humano con el cliente. De hecho, Aegon se ha propuesto ganar presencia, teniéndole en el centro sobre el que gira su estrategia, en todos los niveles, posiciones y proyectos empresariales. La propuesta de valor que la diferencia es ofrecer un trato cercano, empático y de excelencia a unos precios competitivos. Además, el canal de corredores de seguros es especialmente clave para Aegon en los próximos años (ver [Hablando claro](#)).

Como el ramo de Salud tiene un lenguaje especial, se anima a los corredores que quieran empezar con este seguro que alcancen colaboraciones con otras corredurías que estén especializadas para poder hacer llegar a sus carteras de clientes este tipo de seguro que tanto fideliza (ver [Visión de experto](#)).



**Carmen Peña**  
Directora de Pymeseguros  
[carmen@pymeseguros.com](mailto:carmen@pymeseguros.com)



## Staff

### Directora

CARMEN PEÑA  
carmen@pymeseguros.com

### Periodista

AITANA PRIETO  
aitana@pymeseguros.com

### Área Comercial

CARMEN PARAMIO  
616 468 849  
carmen2@pymeseguros.com

### Diseño y maquetación

ESTUDIO 9C

### Fotógrafa

IRENE MEDINA

### Banco De Imágenes

FOTOLIA

**PymeSeguros**  
Revista online para corredores y corredoras

Número 134 { **Abril 2024** }  
[www.pymeseguros.com](http://www.pymeseguros.com)  
ISSN 2173-9978  
Difusión gratuita

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



## 6 Hablando claro

Pedro Zabaleta, director de Canal Mediadores de Aegon. **El trato cercano y de calidad es clave en el ramo de Salud**



## 12 Visión de experto

Jorge de la Fuente, director de Servimediación Correduría de Seguros. **La insuficiencia de prima en Salud preocupa a los corredores**

**03 Editorial**  
Ventajas de la IA para los corredores de seguros

**34 Productos**  
Los últimos seguros del mercado

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

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

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

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

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



**16 Punto de encuentro**  
La integración de procesos, reto de la IA



**22 Más a fondo**  
Cómo ser una pyme sostenible



**28 In situ**  
El Chat GPT aumenta un 40% la calidad del trabajo y reduce un 20% el tiempo invertido



**32 Empresa segura**  
Salud mental y mediación



**Pedro Zabaleta**, director de Canal Mediadores de [Aegon](#)

# El trato cercano y de **CALIDAD** es clave en el ramo de Salud

Salud siempre ha sido un ramo muy concentrado en pocas aseguradoras. De hecho, los 5 primeros grupos tienen casi un 75% del mercado. Pero eso no quita para que Aegon se haya propuesto ganar presencia, teniendo al cliente en el centro sobre el que gira su estrategia, en todos los niveles, posiciones y proyectos empresariales. Su director de Canal Mediadores, Pedro Zabaleta, afirma que "la propuesta de valor que nos diferencia es ofrecer un trato cercano, empático y de excelencia a unos precios competitivos. Tenemos como máxima brindar a nuestros clientes y a la red mediada un servicio de calidad. El canal de corredores de seguros es especialmente clave para nosotros en los próximos años".

**En los últimos 10 años, según se dijo en las jornadas de Perspectivas de Icea, se produjo un incremento en el ramo de alrededor del 40% con respecto a 2012 y un 80% en primas. ¿A qué cree que es debido?**

El ramo de Salud registra una tendencia alcista como resultado de la confluencia de varios factores. En primer lugar, cada vez son más las personas que adquieren una concienciación real sobre la relevancia de este tipo de seguros. A esto se une el envejecimiento de nuestra población. Como es natural, conforme vamos cre-



ciendo, tenemos que hacer frente a un mayor número de enfermedades y buscamos un servicio rápido, eficiente y accesible.

**Sin embargo, en 2023, según datos de Icea, el seguro de Salud creció un 6,6% en primas. Algo menos que en 2022 que subió un 7,3%. ¿Por qué?**

La crisis del Covid 19 supuso un punto de inflexión para nuestra sociedad y, sobre todo, para nuestro sistema sanitario. Como consecuencia de la proliferación de nuevas necesidades por parte de la sociedad, se incrementó de manera notoria la demanda de este tipo de seguros y estas cifras se han mantenido en línea en los últimos años.

2023 fue un año de cambio en este sentido. Conviene resaltar cómo el poder adquisitivo de muchos hogares se ha visto afectado por factores macroeconómicos como la subida descontrolada de los precios.

**¿Hasta qué punto está influyendo la crisis económica en el ramo de Salud?**

Hemos sido testigos estos años de una inflación muy alta, la subida de los precios de las materias primas, las políticas monetarias instauradas desde las instituciones centrales... Todos estos factores influyen en la industria, sin olvidar, por supuesto, la propia evolución del funcionamiento del servicio de salud público que podría impactar en la siniestralidad del sector.

En esta línea, según nuestro estudio de mediación, el mayor escollo a la contratación de pólizas de cobertura médica es la situación económica y la pérdida de poder adquisitivo, según el 36,5% de los

clientes encuestados. Por otro lado, cuando se analiza la percepción de la red mediada, ésta señala que la saturación de la sanidad privada sería el principal riesgo al que tendría que hacer frente el ramo en los próximos años.

**Los ramos individuales han crecido un 2,5% pero, sobre todo, destaca el crecimiento del 4,6% de los asegurados colectivos. ¿Cree que la modalidad de colectivos terminará superando a la individual?**

A priori diría que es complicado realizar tal afirmación. Me explico. Al fin y al cabo, estamos tratando de comparar dos modalidades de servicios diferentes cuya elección, por parte del futuro cliente, vendrá determinada en función de sus necesidades particulares.

No cabe duda de que la modalidad de colectivos resulta muy interesante. Al brindar una cobertura a un conjunto de personas, permite ahorrar ciertos costes que, por otro lado, pueden verse incrementados al tratarse de ramos individuales. No obstante, la personalización de las coberturas y servicios que se contrata es menor. Es decir, en los seguros individuales se adquiere un nivel de detalle mucho más elevado. En consecuencia, la elección de un tipo u otro vendrá dada principalmente en función de las prioridades del asegurado, qué tipo de coberturas buscan y su presupuesto.

**Los datos de Icea indican que en el cuarto trimestre de 2023 la modalidad de Reembolso de Gastos creció un 9,4% sobre el año anterior. ¿Por qué este desarrollo?**

La modalidad de Reembolso de Gastos es el producto de gama más alta que permite acceder, ade-

**En los seguros individuales se adquiere un nivel de detalle mucho más elevado que en los colectivos**



más de los profesionales del cuadro médico, a cualquier prestador de servicios médicos. Existe un nicho de clientes que, de manera creciente, están optando por esa cobertura premium.

**En 2022, según se dijo en la Jornada de Perspectivas de Icea, en España el 27% de la población tenía cobertura sanitaria privada, con mayor penetración en Madrid (37%), seguido de Cataluña y Las Palmas...**

Deberíamos analizar o tener en consideración los factores que caracterizan tanto a Madrid como a Cataluña. Ambas comunidades coinciden en tener una elevada densidad de población que, a veces viene acompañada por una mayor concienciación de la relevancia de la prevención y la importancia de estos seguros.

Es cierto que otros factores, como el nivel socioeconómico también pueden influir en estas regiones; pero, sin lugar a duda, un aspecto clave para ambas regiones es su amplia oferta.

Respecto al caso de Las Palmas, es una situación singular. Independientemente de los factores socioeconómicos, que también inciden en esta región, se añade la dificultad de acceso a ciertos servicios y, por lo tanto, sus habitantes buscan alternativas más sencillas, rápidas y eficaces para estar cubiertos.

**El tiempo de espera en la sanidad privada se está incrementando, sobre todo en algunas especialidades. ¿Qué se está haciendo para acortarlo?**

Como en muchos otros aspectos, la tecnología es decisiva y por ello, en el caso de Aegon, estamos inmer-



sos en un proceso de transformación digital desde hace varios años. Es una realidad que la digitalización de los procesos, agiliza y mejoran las gestiones del día a día. En nuestro caso, por ejemplo, hemos actualizado nuestros aplicativos digitales, como el área privada y la app para clientes, además de incluir mejoras como la citación médica o teleconsulta. Esto reduce los tiempos de gestión de los clientes para acceder a su cuadro médico.

**¿El ramo de Salud necesita incrementar precios para mantener la calidad? ¿Todas las aseguradoras están dispuestas a hacerlo?**

La inflación es un gran reto. Pero respondiendo a tu pregunta, no, no necesariamente, porque la tecnología permite facilitar las gestiones, así como ahorrar costes.

En Aegon, tratamos de que los eventuales imprevistos a nivel macro o incluso coyunturales del propio sector no generen cambios significativos en las tarifas habituales de nuestros clientes.

En nuestro caso, nuestra propuesta de valor que nos diferencia respecto al resto de competidores del mercado, es ofrecer un trato cercano, empático y de excelencia a unos precios competitivos. Somos personas que cuidamos de personas y tenemos como máxima brindar a nuestros clientes y red mediada un servicio de calidad.

**¿Cómo se está enfrentando o se va a enfrentar el ramo de Salud al incremento de la longevidad de los ciudadanos?**

En 2022, España fue el país de la Unión Europea con la mayor esperanza de vida, una posición que ya

**El mayor escollo a la contratación de pólizas de cobertura médica es la situación económica y la pérdida de poder adquisitivo**





ocupaba antes de la pandemia, según datos de la OCDE. Algo que repercute de manera directa en el ramo de Salud ya que supone un aumento en el número de cuidados y tratamientos que requiere la población.

Tenemos una sociedad envejecida y con tendencia a serlo más. Según los datos del estudio de mediación, la red mediada y más concretamente el 19,5% de los corredores, consideran que este fenómeno demográfico podría suponer una amenaza al crecimiento del ramo de Salud en los próximos años.

En definitiva, nos encontramos ante un gran desafío para el sector asegurador español, que se verá acrecentado en los próximos años. Pero, de cualquier modo, en Aegon vamos ampliando cada año nuestras coberturas en materia de prevención de salud repercutiendo en la mejora del producto y contribuyendo a que este proceso de envejecimiento sea más saludable.

**Se está hablando mucho de la plataforma única de datos sanitarios del paciente, independientemente del origen de las pruebas diagnósticas (públicas o privadas). ¿En qué momento se encuentra y cómo va a influir en el ramo de Salud?**

Podríamos decir que se encuentra aún en una fase incipiente, en vías de desarrollarse en el corto y medio plazo. Tendrá un efecto positivo ya que repercutirá de manera directa en la calidad de la atención médica y su eficiencia. Disponer de un espacio común que ofrezca de manera sencilla la información de los clientes, permitirá a los profesionales del sector obtener una visión global de su his-

**Existe un nicho de clientes que de manera creciente están optando por esa cobertura premium que supone la modalidad de Reembolso de gastos**



torial clínico reduciendo posibles errores en los diagnósticos y tomar decisiones completamente informada.

**¿Es verdad que existen pocas opciones en el mercado para los expatriados en el seguro de Salud y con primas muy elevadas?**

Es cierto que las opciones que existen para los expatriados suelen ser más limitadas cuando hablamos del ramo de Salud. El motivo radica, principalmente, en la dificultad que suele existir para gestionar dos sistemas pertenecientes a diferentes países. La burocracia de por sí, suele ser algo tediosa, por eso desde Aegon invertimos nuestros esfuerzos en facilitar el acceso y la gestión de nuestros trámites.

**¿El ramo de Salud se está adaptando a las demandas de las nuevas generaciones de consumidores ('millennials', generación Z...)?**

Comprender cómo funcionan y piensan ambas generaciones es imprescindible para conocer sus necesidades y ajustarnos a ellas. Podríamos decir incluso que ya están moldeando el presente del mercado.

La generación Z y los millenials tienen un denominador común: buscan rapidez e inmediatez en sus gestiones. Son personas con unos niveles de exigencia muy elevados que quieren sentirse identificados con los valores de la marca. Por ello, se vuelve imprescindible innovar en nuestros productos y servicios, ofrecerles las tecnologías más punteras y conseguir que nuestros valores permeen hasta que, en cierta medida, simpaticen con la aseguradora y nuestra forma de entender los seguros.

En esta línea, para reforzar nuestro porfolio de pro-

## SERVICIO DE EXCELENCIA Y CERCAÑO

Como responsable del Canal Mediadores, Pedro Zabaleta se muestra orgulloso de la apuesta que ha realizado Aegon por este canal, “un pilar estratégico al que queremos seguir cuidando y desarrollando. La cifra de negocios en el canal y el mayor número de corredores interesados en colaborar con nosotros ilustran los mensajes clave que trasladamos a nuestros socios de distribución: propuesta diferencial, servicio de excelencia cercano y empático y competitividad de nuestra oferta”. Para Zabaleta, “es esencial que sean comprendidos y que desde las aseguradoras

seamos capaces de ayudarles a ser más eficientes. Por eso, en Aegon, hemos realizado entrevistas, encuestas y sesiones de grupo para entender en profundidad su ‘customer journey’ y destilar los puntos clave en los que necesitamos poner el foco para mejorar y satisfacer esas necesidades”. “Además, -continúa- desde Aegon damos un servicio 100% personalizado a nuestros mediadores, donde elaboramos para cada mediador un plan de negocio individual, diseñamos un plan de acción y damos seguimiento conjunto al mismo. Por último, quería destacar que los

seguros personales son muy rentables para el mediador, con una dedicación mínima en la posventa y con una duración media importante”. En este momento, el canal de mediadores supone más del 63% de la cartera de Salud comercializada por los canales propios de Aegon, así como de nueva producción. Es por ello que los corredores son un negocio estratégico para la aseguradora. Este crecimiento “es fruto de una relación de confianza, generando valor para los corredores y para la aseguradora durante más de 40 años”, sentencia su responsable del Canal Mediadores.

ductos, podemos destacar la app Aegon Telemedicina, un servicio que permite a sus usuarios acceder de manera inmediata y gratuita a una consulta médica 24 horas a través de chat o videollamada. A esto se suma la app de gestión, ‘Mi Aegon’, y su área cliente, que tienen el objetivo de ofrecer un espacio virtual que permita realizar las operaciones más frecuentes de forma digital, así como consultar toda la información de manera autónoma o solicitar citas médicas.

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

Muchos de los retos a los que debemos hacer frente vienen motivados por cuestiones demográficas de nuestro país, como el envejecimiento de la población; así como el propio contexto socioeconómico en el que nos encontramos.

Los posibles desafíos más que como inconvenientes, se presentan como grandes oportunidades en las que incorporar nuevos y muy valiosos aprendizajes.

Deberíamos tener en cuenta que, si el sector privado no crece como todo el mundo espera, es posible que el servicio de sanidad pública sufra. Al fin y al cabo, este último no sería capaz de absorber de forma sencilla el elevado volumen de prestaciones que soporta lo privado.

**Salud siempre ha sido un ramo muy concentrado en pocas aseguradoras. Los 5 primeros grupos tienen casi un 75% del mercado ¿Cuál está siendo la estrategia de Aegon para ganar cuota de mercado?**

Sin lugar a duda, la cercanía es un rasgo distintivo de Aegon y de nuestra forma de entender los seguros.



Para nosotros, el cliente se convierte en el centro sobre el que gira nuestra estrategia, en todos los niveles, posiciones y proyectos empresariales. En consecuencia y como un fiel reflejo de nuestro compromiso y ambición, hemos obtenido el reconocimiento al Servicio de Atención al Cliente del Año en la categoría de seguro de Salud y Vida hasta en ocho ocasiones.

El canal de corredores de seguros es especialmente clave para nosotros en los próximos años. La red mediada es una figura decisiva para el sector y, desde hace años, tratamos de mostrarles cómo el seguro de Salud puede operar de forma diferente, ayudando a conseguir un negocio sostenible y rentable para las dos partes y sin olvidar un alto nivel de satisfacción por parte de los asegurados.

### **¿Por qué Aegon decidió apostar por el ramo de Salud?**

Después de más de 40 años trabajando en España en Aegon queremos seguir siendo un actor relevante en los seguros de Salud. Creemos que es una rama con alto potencial de crecimiento, que ofrece grandes oportunidades para mejorar la protección de la sociedad; y donde nuestra propuesta de valor es diferencial.

Tenemos la pretensión de continuar elevando el nivel en el mercado de seguros de Salud, ofreciendo una atención médica de calidad superior y una amplia gama de opciones personalizadas. Disponemos de un

cuadro médico en crecimiento constante y un compromiso inquebrantable con la satisfacción del cliente.

### **Los corredores solo distribuyen el 18% de las primas de Salud (en el último decenio han incrementado su negocio solo 3 puntos porcentuales). ¿Qué se puede hacer para ayudar a los corredores a que distribuyan este seguro?**

Atendiendo a los datos publicados del informe de mediación de Aegon, la red mediada reconoce que el ramo Salud será el que experimente un mayor crecimiento. Es cierto que hay corredores que no aprecian el recorrido que puede aportar a sus carteras el hecho de contar con un ramo como es Salud. Por ello, en Aegon contamos con un equipo de gerentes que acompañan y asesoran a las corredurías en este producto. Además, lanzamos campañas comerciales conjuntas y coordinamos un seguimiento exhaustivo. Generar valor para el cliente es la mejor manera de ganarnos su confianza.

### **Alguna correduría ha diseñado un producto de Salud para séniores. ¿Puede ser un nuevo negocio para las aseguradoras de Salud?**

España hace frente a un desafío demográfico que tiende al envejecimiento. Por ese motivo, conviene estar actualizado sobre las necesidades cambiantes de este tramo avanzado de edad y continuar incorporando las últimas innovaciones en sus coberturas.

*CARMEN PEÑA*

**La saturación de la sanidad privada sería el principal riesgo al que tendría que hacer frente el ramo en los próximos años**



**Jorge de la Fuente**, director de [Servimediación Correduría de Seguros](#)

# La insuficiencia de prima en Salud **PREOCUPA** a los corredores

El ramo de Salud tiene un lenguaje especial. Por eso, Jorge de la Fuente, director de Servimediación, anima a “todos aquellos que tienen miedo a este ramo, que alcancen colaboraciones con otras corredurías que sí están especializadas para poder hacer llegar a sus carteras de clientes este tipo de seguro que tanto fideliza”. En el futuro, este seguro va a tener muchos frentes abiertos y muchos problemas con los que lidiar porque “los médicos están en pie de guerra con los baremos que reciben de las compañías y amenazan con un copago que cobrarán al paciente. Además, están los sobrecostes de las compañías y el hecho de que las primas están cayendo de manera preocupante. No es sostenible ni para el corredor ni para los proveedores médicos ni para la cuenta de resultados de las compañías”.





En 2023, según datos de Icea, el seguro de Salud creció un 6,6% en primas, algo menos que en 2022 (7,3%). En opinión de Jorge de la Fuente, director de Servimediación, “tomar la prima como el indicador de crecimiento no es lo más acertado. Los seguros de Salud están condicionados a los baremos de los proveedores médicos, que son los que hacen que suban las primas. Necesitamos saber si ha crecido el número de pólizas o de beneficiarios. Es innegable que el IPC sanitario ha subido y los costes de las compañías cada vez son mayores y eso se ha repercutido en las primas. El crecimiento de 2023 y de 2022 no tiene por qué ser una buena o mala noticia, habría que indagar más en los resultados. Lo que hemos notado es una mayor implantación del seguro de Salud colectivo para los trabajadores tanto como colectivo cerrado o como retribución flexible y este tipo de opciones hacen que la prima sea menor”.

En este sentido, los ramos individuales han crecido un 2,5% pero, sobre todo, se destaca el crecimiento del 4,6% de los asegurados colectivos. De la Fuente comenta que “los trabajadores valoran cada día más que las empresas tengan un seguro de Salud para sus empleados por lo que, cada vez, son más las empresas que contactan con los corredores para preguntar y contratar, pero creo que el seguro particular no debe ni será superado por el seguro colectivo por el bien del ramo”. Además, llama la atención sobre lo que ocurrió hace unos años, cuando se implantó el colectivo abierto, “fue un auténtico desastre para el sector porque hizo que las primas bajasen y los costes siguiesen en aumento por lo que la rentabilidad para las compañías disminuyó, afortunadamente los colectivos abiertos, salvo algunos casos, no están a la orden del día”.

Por otro lado, los datos de Icea indican que en el cuarto trimestre de 2023 la modalidad de Reembolso de Gastos creció un 9,4% sobre el año anterior. Según Jorge de la Fuente, la razón está en que “hay proveedores médicos que no quieren seguir trabajando con compañías de seguros y la



**En Servimediación siempre estamos intentando diseñar nuevos productos y tenemos varias ideas para poder llevarlas a cabo**

opción de reembolso es la única posibilidad a día de hoy, además disminuye los tiempos de espera, eso es mucho más interesante para el corredor porque la prima es superior”.

### ÉPOCA CONVULSA

En la actualidad, vivimos una época muy convulsa en el seguro de Salud, afirma el director de Servimediación “la alta concentración hospitalaria, los problemas con los proveedores médicos y las altas listas de espera en algunos grupos hospitalarios, unidos a unas primas cada vez más bajas hacen que este seguro no sea tan atractivo para un nuevo corredor que quiere iniciarse en este ramo. La crisis económica que atravesamos hará que algunas personas no puedan afrontar el pago o quieran quitar el gasto de este seguro, pero lo normal es que será uno de los últimos gastos prescindibles para una familia o una empresa”.

Es un ramo especial con un lenguaje especial y contar con un corredor especialista es muy importante. Por eso, desde Servimediación ponen a disposición de sus colaboradores, muchos de

ellos corredurías, un software donde poder tarificar y recomendar las mejores opciones y dando un servicio personalizado al cliente. Jorge de la Fuente señala que “aunque estamos preocupados por la deriva que está tomando el seguro de Salud somos unos enamorados del ramo, nos gusta y nos implicamos más de lo normal incluso en las autorizaciones (que lo normal es que los asegurados las hagan directamente con la compañía) nosotros, en algunos casos y sobre todo en personas de más edad, nos encargamos de gestionar las autorizaciones. Además, nos encanta ver cómo nuestra red de colaboradores pierde el miedo al seguro de Salud y van creciendo más y más. A pesar de que en nuestros contratos firmamos que se puede traspasar la cartera, siguen quedándose con nuestra gestión por lo que supone una satisfacción el trabajo bien hecho”. En estos momentos, este ramo es un 60% del total de su cartera. Sin embargo, en nueva producción es un 30%, porque están en un proceso de expansión de otros ramos.

### **SATURACIÓN DE LA SEGURIDAD SOCIAL**

En 2022, según se dijo en la Jornada de Perspectivas de Icea, en España



**El colectivo abierto fue un auténtico desastre para el sector porque hizo que las primas bajasen y los costes siguiesen en aumento**

el 27% de la población tenía cobertura sanitaria privada, con mayor penetración en Madrid (37%), seguido de Cataluña y Las Palmas. “Estas zonas son donde más se ha invertido en centros médicos privados y dónde hay más profesionales médicos, por lo que si hay más oferta habrá más seguros de salud”, razona Jorge de la Fuente. Además, Madrid y Barcelona son las más pobladas, por lo que la saturación de la seguridad social en algunos casos es mayor. “La seguridad social en España es la mejor del mundo, pero tiene sus carencias y ahí es donde el seguro médico privado tiene que complementar y ofrecer un buen servicio a los asegurados y cuidar a los proveedores médicos”.

Salud siempre ha sido un ramo muy concentrado en pocas aseguradoras. Adeslas, Sanitas y Asisa acaparan el mercado porque, al ser especialistas, centran sus esfuerzos en el ramo.

Pero el director de Servimediación dice que “cada día salen más compañías que quieren introducirse en el mercado del seguro de Salud. A los corredores nos beneficia cuantas más opciones tengamos en el mercado porque hay muchos clientes y muchas situaciones. Asegurar a menores de edad, a mayores, extranjeros, estudiantes, con alguna patología, etc. En la correduría siempre estamos intentando diseñar nuevos productos y tenemos varias ideas para poder llevarlas a cabo”.

Un nicho que tiene pocas opciones en el mercado es el de los expatriados. “En otros países los costes médicos son muy superiores a los que tenemos en España. Los expatriados que pasan más de 90 días fuera de España y quieren tener una asistencia sanitaria precisan de un seguro muy superior a los que tenemos en España, tanto en prima como en coberturas. Y no hay muchas compañías que lo ofrezcan dentro de su portfolio de productos”, se queja Jorge de la Fuente.

A parte de este, el seguro de Salud va a tener muchos frentes abiertos y muchos problemas con los que lidiar: “los médicos están en pie de guerra



con los baremos que reciben de las compañías y amenazan con un copago que cobrarán al paciente. Otro problema son los sobrecostes de las compañías”.

Por otro lado, “las primas de Salud están cayendo de manera muy preocupante, no es sostenible ni para el corredor ni para los proveedores médicos ni para la cuenta de resultados de las compañías. Los corredores cobramos comisiones que son porcentajes sobre las primas netas, en el ramo de Salud esos porcentajes no son como en otros ramos por lo que si la prima baja y baja deja de ser interesante para el corredor”.

### **SOLO EL 18% DEL RAMO EN MANOS DE CORREDORES**

Según se dijo en la jornada de Perspectivas de Icea, los corredores solo distribuyen el 18% de las primas de Salud (en el último decenio han incrementado su negocio solo 3 puntos porcentuales). El director de Servimediación está convencido de que es “por una falta de especialización en los corredores y cierto miedo al ramo en sí, al lenguaje médico que se utiliza, a las coberturas a los condicionados tan específicos. Yo animo a todos aque-



**Servimediación ponen a disposición de sus colaboradores, muchos de ellos corredurías, un software donde poder tarifificar y recomendar las mejores opciones, dando un servicio personalizado al cliente**

llos que tienen miedo a este ramo que lleguen a colaboraciones con otras corredurías que sí están especializadas para poder hacer llegar a sus carteras de clientes este tipo de seguro que tanto fideliza al cliente”.

Desde la DGSFP se ha dicho que “hay un desconocimiento de los ciudadanos sobre la cobertura de su propia póliza. Y el corredor es fundamental para informar qué está cubierto o no”. Al respecto, Jorge de la Fuente comenta que “el desconocimiento de las coberturas de los ciudadanos/asegurados de las pólizas que tienen contratadas, sean del ramo que sea, es un mal actual y los nuevos ‘mediadores’ que hay no contribuyen a la transparencia, cosa que hace que el seguro tenga la fama que tiene. La figura del corredor de seguros es totalmente esencial para la sociedad que tenemos actualmente

en la que nos ponen etiquetas en todo lo que comemos, pero no tenemos consciencia de lo que contratamos, el slogan de ‘te mejoramos tu seguro sea el que sea’ hace mucho daño porque nadie da duros a pesetas. El corredor es la única figura que es totalmente independiente y da la mejor opción al cliente dependiendo de las necesidades, no es lo mismo una familia de

cuatro miembros que una pareja joven, que un single de 50 años, el corredor va a facilitar las mejores opciones calidad/precio. Además, hay que explicar bien el concepto de preexistencias y el de carencias a los nuevos clientes. Si se rellena un cuestionario de salud o se hace una tele suscripción, la compañía va a valorar esa solicitud y en caso de una preexistencia o pondrá una carencia o una restricción o no dará de alta la póliza, esta decisión siempre se comunica al cliente que es el que tiene la última palabra para la contratación. Otra cosa distinta son las carencias, si se viene de otra compañía no aplican las carencias, son conceptos distintos que el cliente tiene que tener muy claro y debemos de explicar muy, muy bien”.

*CARMEN PEÑA*

# La INTEGRACIÓN de procesos, reto de la IA

La inteligencia artificial (IA) está empezando a aplicarse en distintos ámbitos de la sociedad, y las corredurías también se están beneficiando de sus ventajas. Aunque su penetración en la actualidad es relativamente modesta, los expertos consideran que su potencial es enorme y que facilitará procesos y mejorará la rentabilidad de las empresas. Ahora bien, en la actualidad la dispersión de las herramientas supone un obstáculo para los negocios, por lo que los corredores reclaman una mayor integración.

La implementación de la IA tiene dos grandes ámbitos de desarrollo, según Claudio Aros responsable de Proyectos del [Grupo Codeoscopic](#). Uno sería más bien estratégico, orientado principalmente a los directores y gerentes, que consistiría en adelantarse, conocer la cartera en global y hacer una analítica más profunda. Y una segunda que consistiría más en elementos prácticos, casos de uso, que ya no solamente sería detectar patrones, sino también que hiciese tareas diversas.

“La IA puede ayudar de muchas formas; es una tecnología que permite realizar multitud de tareas, de proyectos, de poner en marcha ideas”, asegura Román Mestre, CEO de [Melmacia](#). Así, enumera algunas ventajas para los corredores, como la analítica de cartera, que supone un ahorro de tiempo muy importante para tareas administrativas; la reducción de la fuga de clientes, que impacta directamente en la cuenta de resultados; o el impulso de la venta cruzada, que refuerza el papel de cualquier correduría.

Los corredores también lo tienen claro: “La IA ha venido para quedarse”, no solo en el análisis de cartera, sino que es una herramienta necesaria también para el análisis de la viabilidad, de objetivos, la planificación, el seguimiento de comportamiento, las renovaciones, a la hora de hacer comparativas, de automatizar tareas, de realizar consultas jurídicas o de redactar documentos, menciona Jose Antonio







Buzón, director general de **Cohebu Correduría de Seguros**.

“Las oportunidades que tiene son muchas, en las corredurías entendemos que hay que tener una estrategia muy definida para su implementación: qué queremos hacer con la inteligencia artificial, cómo lo queremos hacer y qué pasos tenemos que seguir”, precisa Carmelo Vega, socio de **Ponce y Mugar Correduría de Seguros**.

### **MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD**

Además, todos los expertos coinciden en que las herramientas de inteligencia artificial mejorarán la productividad de las corredurías, así como “la eficiencia, la repetición de tareas que hacemos todos los días los corredores”. “Yo estoy convencido de que nos puede ayudar muchísimo y dedicarnos a lo que más nos gusta que es vender”, reconoce Carmelo Vega.

Además, como afirma Román Mestre, “en algunos casos el rendimiento puede ser el máximo”, toda vez que se podrá reducir una tarea que hacía alguien a cero, de forma que esa persona ya no la tenga que hacer. Sin embargo, va más allá, ya que estima que el valor de la IA no es que se puedan automatizar tareas (algo que con la digitalización ya se puede hacer), sino que va a aportar los motivos para automatizar muchas labores, como renovaciones o tarificaciones, que gracias a esa capacidad de cálculo que tiene, permite enfocar mucho más el problema, ayudando a segmentar.

Claudio Aros asegura que con la IA se va a producir una segunda revolución, tras la que tuvo lugar hace unos años con la digitalización. Cree que con la inteligencia artificial se multiplicarán las soluciones, aunque cada

correduría tendrá su estrategia, ya que de continuo aparecen herramientas nuevas, por lo que aboga por dejarse guiar por los profesionales en la materia. “Habrá otra vez un empuje exponencial de iniciativas de IA hasta que al final aterricen las más operativas y las que funcionen mejor”, augura.

Con todo, José Antonio Buzón recuerda que todas estas aplicaciones son muy recientes, por lo que es necesario ir afinando, sobre todo con los procesos de conectividad y comunicación. Ahora bien, lamenta que “la complejidad para el corredor es por la disparidad, pues tenemos ERP por un lado, IA por otro sitio, centralita por otro, comparador, tarificador...”.

“Salen muchas iniciativas y hay que ver cuál sobrevive, cuál aporta más valor”, valora Aros, aunque piensa que la predisposición es positiva, ya que hay toda una rama de aplicación que lo que busca es crear ecosistemas muy ricos. “La tendencia será que todos se puedan integrar fácilmente, por lo que saldrá muy beneficiado el corredor”, comenta ya que, si no se fomenta esa conexión de diferentes aplicaciones, la implementación será mucho más lenta.

### **EL VALOR DEL DATO**

Asimismo, podría darse el caso de que la IA que usan las aseguradoras por un lado y las corredurías por otro no fueran compatibles. Para Buzón se trata de un trabajo que compete más a tecnológicas y compañías, que deben de hacer un esfuerzo para que toda la tecnología esté alineada.

No obstante, dado que los datos pertenecen a los corredores, “probablemente sea más sencillo la integración con las aseguradoras” que, con las tecnológicas, como señala Vega, pues lo que se pretende es que el producto que me pongan sobre la mesa trabaje con los datos de los clientes de las corredurías, que es lo que se necesita.

En este sentido, Mestre recuerda que los modelos de inteligencia artificial pivotan sobre 3 ejes: la tecnología, que está al alcance de todo el mundo que tenga un mínimo de conocimiento; la capacidad de cálculo, “que cualquiera lo puede hacer a través de las herramientas que hay hoy en día”; y, el dato, que es en el que las compañías se centran para elaborar el producto. En este último aspecto, es el corredor el que, al estar cerca del cliente, tiene la información: “En todo aquello que tenga que ver con el comportamiento del cliente, los modelos predictivos entrenados con los datos de corredurías serán los más precisos”, atestigua.

“La trazabilidad que puede tener un corredor es mucho mayor porque el cliente es suyo”, redunda el responsable de proyectos del Grupo Codeoscopic, y puede modelizar mejor, pues la compañía tiene una visión parcial. “El dato sigue siendo la clave, de modo que si es un poco incorrecto, por muy buena tecnología que tengas, los modelos no pueden ser tan eficientes”, expone.

### CIMA Y EIAC

“El mediador conoce el cliente, sabe cómo llevar a cabo determinadas acciones para fidelizar, para atenderle... Esa labor, por mucho que tengamos la ayuda de la inteligencia artificial, necesita un mediador”, insiste el director general de Cohebu, quien ve difícil que aseguradoras, mediadores y tecnológicas a la hora de hacer un diagnóstico de negocio o una previsión de cartera se puedan poner de acuerdo en el desarrollo de un único proceso de intelligen-



**“La IA, hoy por hoy, da una ayuda excelente en el proceso de asesoramiento, pero con herramientas muy dispersas que no están al alcance de todos”.**

**José Antonio Buzón**

cia artificial, “porque cada mediador necesita unas características para su cartera de cliente”, apunta, haciendo referencia al modelo de conectividad tecnológica que plantea CIMA.

No obstante, como precisa el socio de Ponce y Mugar, EIAC es una estandarización de información, que previamente los corredores han trasladado a las aseguradoras, por lo que da igual de dónde se obtenga la información, porque el dato va a ser el mismo. “EIAC nos está ayudando mucho, pero todavía tenemos que seguir avanzando en la información que las aseguradoras nos puedan aportar. Hasta ahora, la información descargada prácticamente coincide con la que disponemos en nuestras corredurías”, valora.

“Esa normalización es en cuanto al formato en que se comparte, pero la información que tenía cada correduría es la que es, no aporta nada nuevo”, incide el CEO de MelmacIA, quien añade que en todas las bases de datos hay cierta información que hay que pulir y en cualquier proyecto hay un proceso de limpieza de esa información para que entre el modelo y se aprenda. De ahí que ni aunque toda la información de CIMA fuera pública, valdría como tal, “porque cada corredor tiene una forma de tratar esa información, por mucho que tenga el mismo formato y el código de la póliza tenga la misma estructura”.

### RETORNO DE INVERSIÓN

Lo que sí resulta una baza más a favor de la IA es que “es relativamente asequible”, como menciona Carmelo Vega, socio de Ponce y Mugar, por lo que hay que invitar a



todos los corredores a que inicien ese camino cuanto antes. Puede ser que algunos proyectos y aplicaciones puedan requerir una inversión significativa, por lo que hay que evaluar los costos y beneficios antes de embarcarnos en un proyecto en solitario y ahí las asociaciones tienen fuerza para dar soluciones comunes.

Claudio Aros, responsable de proyectos del Grupo Codeoscopic, también aprecia que va a empezar una carrera por ver quién implementa la inteligencia artificial más rápido en cualquiera de sus herramientas, “porque hay un interés muy fuerte, hay un mercado, hay una competencia, hay unas iniciativas que pueden ser colaborativas o no... de forma que impactará a corto plazo dentro de los corredores”, apunta.

Pero, como afirma, Jose Antonio Buzón, director general de Cohebu, el tema de la IA no solo hay que sopesarlo por el desembolso económico, sino que supone para el corredor un tiempo y una dedicación para valorar y coordinar las distintas opciones que se le presentan. Insiste en que el paso difícil para que un mediador use la IA es la accesibilidad en cuanto al proceso de tener una llave en mano, es decir, un ERP puede dar conexión con compañías o multitarificador, pero el resto de procesos (comparación, automatización, comunicación, analítica de datos, etc.) no los aporta, por lo que hay que acudir a distintas tecnológicas, porque cada una está especializada en cosas muy concretas.

Efectivamente, Román Mestre, CEO de MelmacIA, estima que poner en marcha una herramienta basada en IA implica una serie de compromisos por parte de la corredu-



**“Las oportunidades que nos brinda la IA son muchas, una amplia gama en diversos campos como automatizar procesos rutinarios, personalizar productos y servicios para nuestros clientes, etc.”.**

**Carmelo Vega**

ría, que ha de buscar ese retorno: “Más allá de que sea barato o caro hay esa parte de llevarlo a cabo, de usarlo y de buscar el retorno de esa inversión”, alude. Por eso explica que cuando trabajan con un corredor en un proyecto ponen el foco en dos aspectos: por un lado, el entrenamiento de los datos, para personalizarlos; y por otro, entrar en el modelo para que entienda cómo funciona la correduería en cuestión y cómo se comportan los datos y qué necesidad tiene esa empresa. “No se puede estandarizar un único caso de uso, una única práctica comercial o una única respuesta a un peligro detectado, porque cada correduería tiene su forma de entender el negocio”, atestigua.

### **PARTNER TECNOLÓGICO**

Respecto a si es más conveniente externalizar o internalizar los procesos de IA, Carmelo Vega lo tiene claro: “En Ponce y Mugar queremos, por la complejidad de los procesos, aprender de expertos, que han hecho los desarrollos y que se van a alinear con nosotros para darnos soluciones que vamos a necesitar”.

Para Claudio Aros en la implementación de la IA existe un proceso más sofisticado, que requiere mucha programación, por lo que las correduerías, por muy grandes que sean, necesitan un partner tecnológico, pero también se puede hacer de una manera más simple, con herramientas gratuitas, como ChatGPT o Copilot.

Sin embargo, en este último caso, Vega cree que las correduerías pueden entrar en “un terreno peligroso”, sal-

vo que uno mismo entrene a su chat y le diga la información, porque al final ha estado alimentándose de otros datos, por lo que se puede incurrir en algunos problemas con la información que le traslada al cliente: “Estas herramientas abiertas se están alimentando de la información que está en la red. Y a nivel de correeduría te puede comprometer muchas cosas, salvo que tú evidentemente tengas a alguien que proporcione la información que tú quieras, pero eso te lleva mucho tiempo”, admite.

“Hay que avanzar mucho”, reconoce José Antonio Buzón, pues se usan muchas herramientas, “pero todas muy dispersas y no al alcance de todos”, además de no estar accesibles en una forma fácil y ágil para poder trabajar y agruparlas: “La inteligencia artificial, hoy por hoy, nos da una ayuda excelente en ese proceso del asesoramiento, pero es una herramienta más, una pieza más independiente que no está al alcance de muchos y es una pena que no se utilice porque no está todavía lo desarrollada o integrada que debería de estar dentro de las propias tecnológicas”, señala.

Para mejorar esa integración, Román Mestre detalla que en su caso cualquier proceso de puesta en marcha, de lectura, de información lo hacen bajo el paraguas del propio ERP. De todos modos, cree que se trata de un proceso complicado para que aborde una correeduría a nivel individual, “porque tener un ingeniero de datos que empiece a trabajar desde cero y solo enfocado en los propios datos va a derivar en un modelo parcial o sesgado o con demasiada poca información como para poder generar esos modelos a día de hoy”.



**“Habrá un empuje exponencial de iniciativas de IA hasta que al final aterricen las más operativas y las que funcionen mejor”.**

**Claudio Aros**

## REGULACIÓN EN PROCESO

Durante la mesa redonda organizada por PymeSeguros también se abordó el hecho de que España haya sido el primer país de la Unión Europea en crear una agencia de supervisión de la IA (Aesia). Mestre cree que aún es pronto para valorarla, ya que no será hasta la entrada en vigor, en 2026, de la ley recientemente refrendada por la Eurocámara de regulación de la IA cuando pueda verse su operatividad, “y el escenario que se tendrá entonces puede ser muy distinto del actual”.

El socio de Ponce y Mugar coincide en que todavía es muy prematuro, acaba de aprobarse la ley europea, seguro que llegarán muchos cambios y adaptaciones, habrá que publicar un Reglamento y hacer la transposición a nuestra legislación, por lo que aún queda mucho recorrido.

“La IA es muy nueva, reciente y su regulación vendrá dirigida por un reglamento que ponga Europa y habrá un supervisor que será europeo”, especifica Buzón, pues al estar dentro del Espacio Económico Europeo, no tiene sentido que cada país aplique una legislación distinta, ya que provocaría que las empresas contratasen los servicios donde más facilidades les pusieran. “Tiene que haber un regulador observando y vigilando el uso de los datos, pero creo que debería ser Europa más que un país”, concluye.

Carmelo Vega, socio de Ponce y Mugar, reflexiona que, en cualquier caso, que todos los actores del mercado serán “suficientemente prudentes” para saber hasta ahora dónde se puede llegar en el desarrollo de esta herramienta, toda vez que las correedurías tienen su super-



visión, al igual que las tecnológicas, y saben lo que pueden hacer con la información de los clientes.

## DESARROLLO FUTURO

En esta línea, el CEO de MelmacIA señala que ya están trabajando en toda la parte de explicabilidad, que consiste en dar a conocer por qué se ha tomado esa decisión o por qué hay esa recomendación, “de forma que quede explicado y que se entienda el razonamiento lógico que hay detrás de todo ese proceso que precisamente es una de las exigencias de la nueva ley”.

Para Aros se trata, en definitiva, de acabar de configurar todo el ecosistema, ya que es un mercado nuevo con distintos players más o menos especializados y con corredores cuyas necesidades van cambiando: “Pensamos que el cliente es un poco estático, pero cambiará igual que el modelo de correduría, como cambió con la digitalización”, augura.

Efectivamente, el director general de Cohebu considera que hay mucho que hacer a la hora del desarrollo de esta tecnología, por lo que es necesario que haya especialistas para cubrir necesidades que están surgiendo, a la vez que valora que surja una normativa que lo regule.

“Se prevé que el desarrollo de la inteligencia artificial puede ser muy importante, que puede generar, si no se controla, ciertas interferencias relevantes”, incide Román Mestre, CEO de MelmacIA, quien es partidario de regular su aplicación. No se puede permitir que todo el mundo haga



**“En todo lo que tenga que ver con el comportamiento del cliente, los modelos predictivos entrenados con los datos de corredurías serán los más precisos”. Román Mestre**

lo que quiera y hay que proteger al consumidor. Pero al mismo tiempo cree que hay que ser lo suficientemente abiertos como para no quedarse atrás, ya que cada vez se usará más y habrá más soluciones.

Sin embargo, Jose Antonio Buzón, director general de Cohebu, llama la atención de que ya hay normativas en cuanto a protección del dato, que funciona tanto en España como en Europa, por lo que considera que la complejidad puede venir de que la inteligencia artificial pueda hacer cosas que van más allá del dato, como la voz, la imagen o la suplantación de la identidad de una persona.

“Es un cambio; va a impactar mucho”, augura Román Mestre, quien, eso sí, aprecia que a diferencia de otras evoluciones tecnológicas es la primera vez que los corredores tienen

la sartén por el mango, porque disponen del elemento fundamental que es el dato, que es a través del cual el modelo se entrena y a través del que la inteligencia artificial aprende. “Es una oportunidad que no se puede escapar, porque tienen ante sí la posibilidad de dar un salto cualitativo, de automatizar esas cargas administrativas que les han ido lastrando la rentabilidad, permitiendo la asunción de esas cargas por parte de agentes digitales e inteligentes para dedicarse a lo que realmente aportan al cliente”, define.

*AITANA PRIETO / CARMEN PEÑA*

Para leer más sobre la mesa redonda [pulse aquí](#)



# Cómo ser una pyme **SOSTENIBLE**

La **Cámara de Comercio de España**, junto con **Fundación ICO** y **KPMG** acaba de publicar 'La sostenibilidad, ¿qué es y cómo afecta a mi empresa?', una guía para que

las pymes conozcan los nuevos requerimientos normativos en esta materia, así como las diferentes acciones que se pueden llevar a cabo para

convertirse en una empresa sostenible en su operativa diaria. Asimismo, se informa de las ayudas, medidas de apoyo, herramientas y subvenciones que existen para poder llevar a término la transformación sostenible de una pyme.



La sostenibilidad, como defiende el informe, no es un aspecto que afecte exclusivamente a las grandes corporaciones, sino que "se ha convertido en un imperativo global y regulatorio para toda la sociedad, incluidas las pymes". Además, es una poderosa herramienta para estas, ya que, entre otras ventajas, puede favorecer su acceso a la financiación, o contribuir a su diferenciación con respecto al resto de los competidores.

Tanto es así que según el Eurobarómetro sobre pequeñas y medianas empresas realizado en 2021 por la Comisión Europea, el 89% de las pymes comunitarias ya está tomando acciones para ser más sostenibles, por ejemplo, utilizando energía renovable o reciclando. Es más, el 24% de ellas tiene un plan para reducir la huella de carbono de su negocio y casi un tercio (32%) ya ofrece productos ecológicos.

Para que una empresa sea sostenible tiene que cumplir con tres factores: ambiental, minimizando los impactos negativos sobre el medio ambiente, a través de prácticas como la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero;

el uso eficiente de energía y materias primas, y la promoción de la economía circular para disminuir la generación de residuos y el consumo de recursos; social, respetando los derechos humanos y laborales, con acciones como asegurar condiciones de trabajo dignas, promover la diversidad e inclusión, y contribuir al desarrollo comunitario a través de iniciativas que mejoren la educación, la salud y el bienestar económico; y, gobierno corporativo, implementando buenas prácticas y estructuras organizativas adecuadas para asegurar la transparencia, la responsabilidad y





la equidad, para lo que hay que luchar contra la corrupción y el soborno, garantizar el cumplimiento de leyes y regulaciones, y tomar decisiones que consideren los impactos a largo plazo en la sostenibilidad de la empresa y su entorno.

### VENTAJAS DE SER SOSTENIBLE

Pero ser sostenible, además de reportar grandes beneficios al planeta, también supone muchas ventajas a las compañías:

- **Frente a financiadores:** mejora el acceso al crédito, ya que se considera que, al ser más viables a medio y largo plazo, tienen un riesgo de impago menor; y a productos financieros “verdes”, que suelen ofrecer condiciones ventajosas frente a los tradicionales.
- **Frente a clientes:** atracción de nuevos clientes, pues estos valoran cada vez más las características sostenibles de un producto antes de adquirirlo; y, aumento de los ingresos, ya que, por lo general, los clientes suelen estar dispuestos a pagar más por productos sostenibles o responsables.
- **Frente al mercado:** diferenciación de la competencia, al disponer de un producto sostenible que te distingue del resto de tus competidores; acceder a mercados emergentes, pues adoptar prácticas sostenibles te puede abrir sus puertas; colaboración con grandes corporaciones, ya que estas evalúan a sus proveedores bajo criterios sociales; y optimización del modelo de negocio, puesto que se pueden tomar medidas para maximizar la eficiencia energética del negocio o minimizar el uso de recursos, con lo que se reducirían los costes.

**Ser sostenible reporta ventajas a las pymes frente a financiadores, clientes, mercado, administraciones públicas y sociedad en general**



- **Frente al Estado y el regulador:** prevención de multas y sanciones por incumplir con la normativa en materia de sostenibilidad; contratación con el sector público, porque se tienen en cuenta ciertos criterios medioambientales y sociales; anticipación frente a futuras normativas, dado que si ya se opera bajo unos estándares de sostenibilidad elevados, se estará mejor preparado para adaptarte, minimizando riesgos y capitalizando oportunidades de mercado.
- **Frente a la sociedad:** contribuir a la Agenda 2030, redundará positivamente en la reputación de la empresa; y, conseguir un crecimiento sostenible a largo plazo.

### NORMATIVAS MEDIOAMBIENTALES

Tal y como refuerza la guía, una pyme que quiera ser sostenible tienen que empezar por cumplir con la regulación en materia medioambiental, que en nuestro país se circunscribe a tres normativas:

La Ley 7/2021, de 20 de mayo, que busca la descarbonización de la economía y su transición a un modelo circular. Para cumplirla, algunas empresas están obligadas a calcular su huella de carbono y realizar planes de reducción de gases de efecto invernadero. En principio, las pymes estarían excluidas de esta obligación, pero la modificación del Real Decreto todavía está en fase de borrador.

La Ley 7/2022, de 8 de abril, tiene por objeto la prevención y la reducción de la generación de residuos, favoreciendo el reciclaje y la reutilización, promoviendo un uso eficiente de los recursos. Para ello las pymes deben llevar a cabo acciones como no introducir en el mercado o comercializar elementos de plástico de

un solo uso, disponer de una zona habilitada para el almacenamiento de los residuos que genere o posea o separar los residuos según categorías.

Y el Real Decreto 1055/2022, de 27 de diciembre, cuyo objetivo principal consiste en prevenir y reducir el impacto que los residuos de los envases tienen en el medio natural, colaborando en la recogida separada de determinados residuos de envases o participando en los sistemas de depósito, devolución y retorno que se establezcan.

### **NORMATIVAS SOCIALES**

También existen una serie de normativas en el ámbito social que hay que seguir para ser una pyme sostenible. Una de ellas es el Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, que busca garantizar el derecho a la igualdad de oportunidades y de trato de las personas con discapacidad. Su obligatoriedad es para las empresas con 50 o más trabajadores, que tienen que tener al menos un 2% de empleados con un porcentaje de discapacidad igual o superior al 33%.

El Real Decreto 901/2020, de 13 de octubre, pretende desarrollar el reglamento de los planes de igualdad, así como su diagnóstico y registro. Si se tienen 50 o más trabajadores hay que contar con un plan de igualdad registrado, pero todas las empresas, con independencia del tipo y número de trabajadores, deben respetar la igualdad y evitar cualquier tipo de discriminación.

En una línea similar se encuentra el Real Decreto 902/2020, de 13 de octubre, que establece medidas para hacer efectivo la igualdad de trato entre mujeres y hombres en materia retributiva. En las empresas más grandes, exige un plan de igualdad, mientras que, para las más pequeñas,



**El 89% de las pymes comunitarias ya está tomando acciones para ser más sostenibles**

si en su registro salarial se muestra una diferencia del 25% o más, deberá justificar que esa diferencia responde a motivos diferentes al sexo de los trabajadores.

La Ley 15/2022, de 12 de julio, también busca garantizar y promover el derecho a la igualdad de trato y a la no discriminación, no permitiendo que se produzcan situaciones de esta índole y, en caso de que ocurran, contar con instrumentados de detección, prevención y eliminación de estas situaciones, para no enfrentarse a responsabilidades administrativas, civiles o incluso penales.

Más reciente es la Ley 4/2023, de 28 de febrero, que desarrolla y garantiza la igualdad y los derechos de las personas pertenecientes al colectivo LGTBI. Además de evitar cualquier tipo de discriminación hacia ese colectivo en empresas de todos los tamaños, las que tengan 50 trabajadores o más deben contar con una serie de medidas y recursos que les permitan alcanzar la igualdad real y efectiva de estos trabajadores en la empresa, incluyendo un protocolo de actuación para la atención del acoso o la violencia contra las personas LGTBI.

También cercana en el tiempo es la Directiva (UE) 2023/970, que se refuerza la aplicación del principio de igualdad de retribución entre hombres y mujeres, que deberá ser transpuesta a la normativa nacional antes de junio de 2026, para asegurar que hombres y mujeres tengan la misma compensación por realizar un empleo de igual valor.

### **NORMATIVAS DE GOBIERNO CORPORATIVO**

En el ámbito del gobierno corporativo también hay unas normas que habría que seguir. La Ley 9/2017, de 8 de





noviembre, regula los contratos que celebren las entidades del sector público. El empresario debe ser consciente de que algunos elementos ambientales y sociales pueden ser positivamente valorados en los procesos de contratación pública y que no cumplir con algunos criterios sociales puede implicar que la Administración tenga prohibido contratarle.

La Ley 2/2023, que tiene por objetivo proteger frente a posibles represalias a las personas que denuncian infracciones dentro de su ámbito laboral. Para ello, a las empresas con 50 o más empleados se les exige tener un sistema interno de información sobre las informaciones recibidas, y sobre las acciones e investigaciones que se hayan llevado a cabo.

La guía también hace mención al reporte, que no es como tal una dimensión de la sostenibilidad, sino una herramienta que se puede usar para dar a conocer el rendimiento de la compañía y sus acciones en materia ambiental, social y de gobierno corporativo, por lo que una empresa que quiera ser sostenible sí ha de tener en cuenta esos indicadores.

La Ley 11/2018 regula qué empresas deben reportar información no financiera, así como el tiempo y forma en que esta debe presentarse. Aunque esta norma indica que todas las pequeñas y medianas empresas están exentas de reportar información no financiera, a excepción, únicamente, de la obligación de proporcionar información sobre las medidas que se hubiesen adoptado en materia de género, se puede reportar esta información de forma voluntaria.

Asimismo, está vigente la Directiva (UE) 2022/2464, que regula la presentación de información relativa a la sostenibilidad de las empresas. Las pymes cotizadas, habrán de cumplir con los requisitos de reporte de la Directiva sobre Información Corporativa en Materia de Sostenibilidad a partir de 2026, aunque



**Existen ayudas, medidas de apoyo, herramientas y subvenciones para poder llevar a término la transformación sostenible de una pyme**



se puede renunciar voluntariamente a su aplicación hasta 2028, cuando será plenamente obligatoria. Las no cotizadas pueden hacerlo de manera voluntaria.

## MODELO DE EMPRESA SOSTENIBLE

Tal y como se explica en el texto, implementar toda esta normativa puede resultar un proceso “costoso y complejo”, por lo que existen ayudas, medidas de apoyo, herramientas y subvenciones para poder llevar a término la transformación sostenible de una pyme:

- **Herramientas.** La Cámara de Comercio pone a disposición varias herramientas para que las pymes puedan incorporar la sostenibilidad a su gestión como un elemento estratégico; Red Española del Pacto Mundial a través de su plataforma da acceso a herramientas, programas e información en materia de sostenibilidad; el Ministerio de Industria cuenta con una herramienta de autodiagnóstico de economía circular; la Fundación ICO y la Universidad Nacional de Educación a Distancia (Uned) ponen a disposición un curso libre, online y gratuito para ayudar a las pymes en su transición hacia la economía circular; y el Instituto de las Mujeres tiene un servicio de asesoramiento para planes y medidas de igualdad en el ámbito laboral.
- **Subvenciones y ayudas.** La Dirección General de Estrategia Industrial y de la Pequeña y Mediana Empresa ofrece una Guía de Ayudas del PRTR, que recoge las ayudas convocadas dentro de este plan, tanto por la UE como por el Estado, las Comunidades Autónomas y las Administraciones Locales.
- **Financiación.** El ICO pone a disposición de autónomos, pymes y empresas financiación para impulsar proyectos innovadores y sosteni-



## INFORME DE SOSTENIBILIDAD

Una de las funciones más importantes del reporte es dar a conocer las características sostenibles del negocio o las acciones que lleva a cabo una empresa para contribuir a la Agenda 2030. Es la forma en que clientes, proveedores, inversores y el conjunto de la sociedad y del mercado sabe de los esfuerzos y progresos de cada compañía y los puede valorar. El informe de sostenibilidad es la herramienta ideal para conseguir este propósito, que no es obligatorio en las pymes, pero pueden hacerlo de

forma voluntaria. Lo más importante, en cualquier caso, es tener en cuenta que un informe de sostenibilidad debe aportar información pertinente, fiel, comprensible y verificable. En él se deben incorporar información general del tipo de pyme que es (actividad, inversores, clientes...); la identificación de los asuntos ambientales y sociales que tengan más relevancia para su actividad; la estructura de la plantilla que se tiene (género, edad,

remuneración...); las acciones medioambientales empleadas, como el consumo energético y de agua, la gestión de recursos y residuos, etc.; si la política de contratación de proveedores integra criterios sostenibles; la información a consumidores para garantizar que estos toman decisiones informadas y adquieren productos seguros; y las medidas contra la corrupción y el soborno, y para asegurar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

bles; el Gobierno tiene activo el portal del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, que contiene información sobre la estrategia española para canalizar los fondos destinados por Europa para reparar los daños provocados por la crisis de la covid y para realizar reformas e inversiones con el fin de construir un futuro más sostenible; la Agencia Ejecutiva Europea de Clima, Infraestructuras y Medio Ambiente (Cinea) tiene activo el Programa Life, que financia proyectos que ponen en marcha soluciones innovadoras y demostrativas que ofrecen claros beneficios medioambientales; el Idae financia proyectos y desarrolla y gestiona programas de ayudas públicas que afectan a los principales sectores consumidores de energía.

- **Guías.** La Comisión Nacional del Mercado de Valores tiene publicada 'El código de buen gobierno de las sociedades cotizadas', que contiene una serie de recomendaciones de carácter voluntario para conseguir un gobierno corporativo sólido.
- **Certificaciones.** La Etiqueta Ecológica de la UE es un sistema de etiquetado voluntario que permite identificar productos ecológicos, o que pueden reducir los efectos medioambientales adversos en relación con otros de su misma categoría. Dependiendo del modelo de negocio o sector, es posible que existan etiquetas específicas que tengan mayor relevancia.
- **Redes de apoyo.** Hay grupos empresariales específicos en cada sector o asociaciones de pymes que están trabajando en materia de sostenibilidad y facilitan el acceso a recursos, conocimientos e información compartida de gran utilidad.

AITANA PRIETO

SALUD | HOGAR | COCHE | AHORRO

# TÚ PUEDES

A tu lado para que puedas vivirlo todo.



**FIATC**  
SEGUROS

5 LETRAS QUE DAN TRANQUILIDAD



[www.fiatc.es](http://www.fiatc.es)



El XXII Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías de Seguros, celebrado en la Semana del Seguro, organizada por **Inese**, abordó, entre otras cosas, cómo utilizar la Inteligencia Artificial en los procesos de la correduría o cómo preparar y consolidar un correcto plan de sucesión del negocio del corredor. La utilización del Chat GPT como herramienta de trabajo hace que la calidad aumente un 40% y el tiempo invertido se reduzca un 20%. Entre los beneficios de su utilización figura: el aumento de la eficiencia operativa, la reducción de costes y el aumento de la rentabilidad, la mejora de la experiencia de clientes, la optimización de oportunidades de venta y un mejor posicionamiento competitivo.



Ami Bondía.

## XXII Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías de Seguros

# El CHAT GPT aumenta un 40% la calidad del trabajo y reduce un 20% el tiempo invertido



Jorge García.



**Más del 70% de las personas mayores de 55 años no tienen seguro de Salud o de Vida**

Con el lema ‘Eficiencia, talento y estrategia empresarial’ y bajo la dirección de Ami Bondía, comunicadora 360° y doctora en Periodismo, el XXII Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías de Seguros comenzó con Jorge García, consultor verificado del Método Fase, que explicó ‘Cómo mejorar tu efectividad y gestión’. Porque, en su opinión, si se mejora “la efectividad personal”, trabajamos “mejor y no de más”.

García compartió tres reflexiones:

1. Cuando se hacen dos cosas a la vez, la curva de atención baja dos puntos (lo comparó a fumar marihuana). Por eso, el control del entorno es lo más importante para tener atención plena (el móvil fuera).
2. El mundo está cambiando. Por eso, animó a que todos evolucionemos y hagamos cosas distintas.
3. Existen 5 trampas o dificultades para ser productivos, cada uno tiene que decidir cuál es la suya: falta de energía y bienestar personal; Falta tiempo y muchas distracciones; No están claras las prioridades y no hay alineamiento con el manager; No coinciden las agendas con las prioridades reales (suele ser un problema cuando la agenda te la ponen los demás); y no hay una sistemática para medir los progresos con el manager, porque nadie saca su mejor versión él solo.

### SEIS HÁBITOS PARA SER EFECTIVOS

Jorge García afirma que “el método de organización fase tiene en cuenta el bienestar y, además, es un método muy sencillo, es sostenible”. Presenta seis hábitos fáciles

para ser efectivos, lo que significa “conseguir que lo importante se haga primero”.

1. Ser consciente qué mejora la energía (física, emocional, cognitiva —con el estudio— y colectiva).
2. Ganar tiempo. Conseguir 90 minutos diarios (por ejemplo, delegando cosas).
3. Una vez al mes marcar los objetivos por escrito. También los personales.
4. Una vez a la semana, poner los objetivos en la agenda (proyecto, familia, equipo, amigos...).
5. Trabajar cada día en los objetivos y en qué modo de trabajo: todo terreno / multitarea; trabajo efectivo, momento de alta concentración (tarea de alto rendimiento) y modo recarga (no se es efectivo todo el día).
6. Una vez al mes sentarse con alguien (con el manager, con la pareja...) para compartir las prioridades, cómo se ha avanzado y qué se va a hacer a partir de ahí. García señala que “cuando lo cuentas, tiene un efecto de programación importante”.

Posteriormente, Emmanuel Djengue, CEO de Kaatch, habló de que ‘Como actuamos, puede cambiar el futuro de la colectividad’. Explicó lo que para él es “la ecuación de la libertad”, entendida como libertad de elegir, de hacer las cosas que queremos. La primera parte de la ecuación estaría en el nivel de educación que se alcance, cuando más alto sea más libertad tendremos; la segunda, el estatus laboral; y la tercera, el nivel salarial. Djengue dijo que el nivel de libertad de elección, es “nuestro lápiz secreto para diseñar el mundo que realmente queremos”.

Emmanuel Djengue.





Asimismo, habló del potencial del sector que se sitúa en 90.000 millones y ahora estamos en 60.000 millones. Animó a que se piense en nuevos productos para ofrecerlos. En este sentido, dijo que más del 70% de las personas mayores de 55 años no tienen seguro de Salud o de Vida. Lo que marca la diferencia entre los corredores es cómo transmitimos la información. Es importante que la conversación sea agradable a la hora de vender un seguro.

### CHAT GPT: CIEN MILLONES DE USUARIOS EN DOS MESES

Maribel de la Vega, Insurance Executive & Advisor, se centró en la 'IA en la distribución de seguros: explorando oportunidades y desafíos'. En su opinión, "la inteligencia artificial (IA) no es una moda. Es la transformación del mercado más rápida de la historia". En dos meses, se han conseguido cien millones de usuarios de Chat GPT.

Entre las bondades de la IA Generativa está el hecho de que se trata de una tecnología con una interfaz "sumamente sencilla, que permite el acceso a personas que no sean tecnológicas y te permite soluciones en un lenguaje humano". Eso hace que se democratice el uso de las tecnologías. La IA generativa es un subconjunto de la IA general que genera contenidos nuevos de forma dinámica y no se puede distinguir si los ha generado una máquina o un humano. Se puede generar textos, resúmenes de contenido, imágenes, pasar de texto a vídeo y de imagen a texto.

La utilización del Chat GPT como herramienta de trabajo hace que la calidad aumente un 40% y el tiempo invertido se reduzca un 20%. La utilidad de la IA en segu-



Maribel de la Vega.



**La IA no es una moda. Es la transformación del mercado más rápida de la historia**

ros viene ligada al mundo de la experiencia de cliente. Muy pocos lo utilizan de manera automática sin intervención humana. Si no se quiere perder la experiencia de cliente, es necesario que un humano interactúe en los momentos difíciles, "sería un copiloto", afirma De la Vega.

Asimismo, señaló las áreas donde se puede aplicar la Inteligencia Artificial Generativa:

- **Atención al cliente:** con asesores financieros virtuales, bot de clientes para sugerir o recomendar productos, gestionar operativa, análisis de interacciones con clientes.
- **Gestión de riesgos, siniestros y fraude:** automatización de los procesos de siniestros, valoración automática a través de fotos y vídeos, simplificar la lectura de documentos legales y complejos, detección de anomalías, predicción de frecuencia y gravedad de siniestros futuros, next best action.
- **Marketing y distribución:** personalización de campañas y comunicaciones con clientes, investigación de mercado (análisis de competencia y de necesidades de clientes), gemelos digitales -Bots para los agentes-, entrenamiento virtual: capacitación y desarrollo; automatización de cálculo y pago de comisiones.
- **Productos y suscripción:** Asistentes de suscripción; análisis de productos de la competencia; optimización de selección de riesgos y precios; automatización del proceso de suscripción; creación de datos sintéticos para optimizar el proceso de suscripción y riesgos; optimización del reaseguro.
- **Backoffice:** IT (generador de código, revisión de documentación); asistentes virtuales (traductores, realiza-



ción de resúmenes, crear textos para mails o cartas, crear presentaciones, imágenes, vídeos, buscar información); cumplimiento normativo.

Entre los beneficios figura: el aumento de la eficiencia operativa, la reducción de costes y el aumento de la rentabilidad, la mejora de la experiencia de clientes, la optimización de oportunidades de venta y un mejor posicionamiento competitivo.

Las aseguradoras adoptan diferentes estrategias frente a la implantación de GenIA. Los riesgos regulatorios, de posibles errores en los outputs por alucinaciones, la posible pérdida de confianza, la falta de transparencia de las soluciones, la pérdida de control, junto con las limitaciones técnicas, de integración, de cultura interna, de falta de talento, e incluso de calidad de los datos son algunos de los desafíos a los que se enfrentan las compañías y que frenan, de momento, la adopción completa de esta tecnología. Por todo esto, las aseguradoras siguen siendo algo cautelosas sobre la adopción de la IA para actividades orientadas al cliente. Algo que no sorprende dada la falta de claridad regulatoria.

### **CÓMO PASAR CON ÉXITO LA EMPRESA A SU SUCESOR**

Antonio Núñez, Senior Partner de Parangon Partners, habló de 'Cómo abordar con éxito un plan de sucesión en las corredurías'. Comentó que una de las funciones principales de un Consejo de Administración es garantizar que la empresa cuenta con un CEO y un equipo directivo adecuado.

Es importante que el CEO sepa cómo pasar con éxito la empresa a su sucesor. El 50% de las empresas



**Antonio Núñez.**

**Un 40% de las empresas no tienen plan de sucesión**

han cambiado de dirigente y un 40% de las empresas no tienen plan de sucesión.

Los principales objetivos que se buscan con la sustitución de un CEO son: renovación estratégica ya que el nuevo CEO se espera que traiga nuevas ideas para abordar los desafíos y oportunidades; mejora de la cultura de la empresa; Impulso a la innovación con la adopción de nuevas tecnologías; la asunción de nuevos riesgos; y la entrada de nuevos mercados.

En opinión de Núñez hay que planificar la transición en detalle, para lograr que el consejo de administración tenga una comprensión clara de lo que la empresa necesita antes de discutir sobre los candidatos; Comenzar el proceso de sucesión centrándose en lo que se necesita, en lugar de en quién ocupará el cargo; Comunicar de manera transparente el proceso de sucesión a los empleados y demás partes interesadas; Identificar y evaluar a los posibles candidatos internos y externos; y establecer planes de desarrollo para ellos.

Hay un debate sobre si los candidatos deben saber o no que forman parte del plan de sucesión. La respuesta está en pensar las ventajas e inconvenientes en cada caso. En las empresas familiares es posible que el que se va actúe queriendo mantener el control.

Ante la pregunta de ¿con cuánto tiempo se tiene que comunicar ese cambio? Antonio Nuñez contestó que "lo antes posible hay que hacer el plan de sustitución. Se tiene que comunicar a las personas que está dentro de un plan de sucesión. Y establecer las áreas de desarrollo para adquirir las competencias necesarias para estar dentro de ese plan de sucesión".



# Salud mental y MEDIACIÓN

Mar Romero, directora de  
Distribución, Ventas y  
Organización Territorial de  
AXA España

La salud mental no está en la agenda política y, lo que es peor, no está en los presupuestos de las Administraciones Públicas. Este es uno de los mayores desafíos que tenemos por delante en el futuro más inmediato para el sector asegurador. El seguro de Salud como retribución flexible es una vía de negocio poco explotada por la mediación profesional dentro de lo que se denominan *Employee Benefits*, y que puede poner en valor su capacidad de asesoramiento a empresas.

Andrea Levy, Ricky Rubio, Ángel Martín, Mercedes Milá, Jorge Javier Vázquez, Pastora Soler o Dani Martín son solo algunas de las caras más conocidas del periodismo, la música, el deporte o la política que han dado un paso a delante. Pero detrás de ellos y de ellas hay una legión de gente anónima que está haciendo un esfuerzo ímprobo por salir del armario de la salud mental, romper el estigma que supone reconocer que se padece algún problema emocional. La ejemplaridad de los primeros es determinante para normalizar y hacer entender a toda la sociedad que el concepto de Salud tiene dos variantes que deben ser atendidas y cuidadas: la física y la psicológica. Y hace mucho tiempo que la primera devoró a la segunda.

La salud mental no está en la agenda política y, lo que es peor, no está en los presupuestos de las Administraciones Públicas. El sector asegurador, como gran proveedor de Salud (más de 10 millones de asegurados) no está exento de responsabilidad; y este es uno de los mayores desafíos que tenemos por delante en el futuro más inmediato.

Acaba de ver la luz la última edición del Estudio Internacional del Grupo AXA sobre Salud y Bienestar Mental, que lleva años recogiendo datos de 16 países del mundo. De él se desprende que el 34% de los encuestados en España reconoce que, actualmente, tiene algún problema de salud mental. Aunque estamos mejor que los norteamericanos (con el 40%), nos encontramos peor que suizos o franceses (solo el 26% reconoce padecer alguna dolencia de este tipo). Pero lo que es más sintomático es que, en 2023, el porcentaje de españoles que reconocía no estar bien emocionalmente era el 26%. Por otro parte, a tenor de los datos del estudio, un 65% de los encuestados dice haber visitado a un especialista por algún problema de bienestar mental en el último año. De ambos datos, se desprende que hay un elevado porcentaje de la población que, pese a no considerar que tenga un problema de salud mental, ha acudido a algún especialista en busca de consejo, opinión o apoyo. Lo que pone en valor la importancia, cada vez mayor para los españoles, del bienestar emocional.



## MAYOR APRECIACIÓN POR LA SALUD MENTAL

No existen estudios que hayan abordado la cuestión, pero mi intuición y mi experiencia me dicen que esta mayor apreciación por la salud mental de las personas es una de las variables que están detrás del aumento del número de asegurados en la sanidad privada en España en los últimos años.

Y aquí, la mediación independiente tiene un 'océano azul'. Por un lado, la sanidad privada tiene la capacidad adecuada para dar respuesta a la demanda latente de salud mental que existe en la sociedad española. Y por otro, las empresas disponen del mejor marco regulatorio para acompañar a sus empleados en la mejora de su salud mental a través de la retribución flexible.

La retribución flexible es una vía de negocio poco explotada por la mediación profesional dentro de lo que se



**El 34% de los encuestados en España reconoce que, actualmente, tiene algún problema de salud mental**

denominan *Employee Benefits*, y que puede poner en valor su capacidad de asesoramiento a empresas. Porque dentro del porfolio de los beneficios para empleados está la suscripción de seguros colectivos de Salud. En los casos de contratación a través de la retribución flexible, el trabajador puede llegar a ahorrarse un porcentaje de la aportación que será igual al tipo marginal en el que se encuentre. En ocasiones, cercano al 50%. Y a su vez, para las empresas, que son quienes aportan las primas del seguro de sus trabajadores, no supone ningún contratiempo porque estos gastos son deducibles en su impuesto de Sociedades sin imputarlo como ingreso del trabajador. Cuidar de la salud mental cuesta menos de lo que parece.



¿Qué significa  
la salud para ti?

DESCUBRE MÁS



## Seguro de rentas vitalicias para personas de entre 60 y 85 años

**Santalucía** acaba de lanzar una nueva emisión de su seguro de rentas vitalicias 'MaxiPlan Inversión Rentas Decreciente', dirigido a clientes de entre 60 y 85 años. Es a prima única donde se pueden aportar entre 30.000 euros y 500.000 euros, que ofrece la posibilidad de realizar rescate total, si fuera necesario.

En él se garantiza, mientras viva el asegurado, el cobro de una renta vitalicia, constante, mensual e inmediata calculada con un tipo de interés técnico garantizado del 3,15%.

En el momento de su fallecimiento, el beneficiario o los beneficiarios

designados recibirán un capital que coincidirá con la prima única aportada si se produjera en los primeros 12 meses y va decreciendo un 5% cada año a partir de ese momento, garantizando siempre un mínimo del 50%. Este diseño del producto permite que la renta mensual sea más elevada aportando un mayor complemento a los ingresos del cliente. El cliente solo tributa (y se le practica retención) por un porcentaje de la renta que dependerá de la edad que tenía cuando la constituyó. Por ejemplo, si lo contrata con 75 años y una prima única de 200.000 euros, cobrará una renta mensual de 821 euros, solo tributará en el IRPF por el 8% de la misma y se le retendrán 12,48 euros al mes, lo que implica que su renta mensual disponible sea mayor que la que recibiría invirtiendo en otro tipo de activos financieros (depósitos, deuda pública, etc.).



**Iris Global** ha lanzado un seguro de 'Anulación de Viaje', diseñado específicamente para abordar las molestias relacionadas con la

posible anulación o interrupción del mismo. Este seguro proporciona a los viajeros una solución completa para proteger su dinero y brindar tranquilidad en caso de imprevistos que puedan surgir antes o durante sus vacaciones.

## Anulación de Viaje completa

Entre otras cosas, incluyen: Gastos de anulación (si un cliente se ve obligado a cancelar su viaje antes de la partida debido a enfermedad, emergencias familiares, causas legales u otras circunstancias imprevistas, el seguro cubrirá los gastos de anulación que no puedan ser recuperados); Reembolso de vacaciones (en el caso de que un viaje deba ser interrumpido debido a emergencias durante el mismo, el seguro indemnizará al viajero por los servicios no utilizados y no reembolsados, hasta el límite seleccionado). Este producto se comercializa solo a través de corredores.





## Nuevos fondos a vencimiento

**Generali** ha ampliado su oferta de inversión con la incorporación de dos nuevos fondos a vencimiento ('Target Maturity Fund') -en colaboración con las Gestoras de fondos, Sycomore AM (gestora del Grupo Generali)- y 'M&G Investments'.

Las características de 'Sycoyield 2030' son: es un fondo de Renta Fija lanzado en 2024, dentro de la categoría Target Maturity Fund; su estrategia es a seis años, con vencimiento en 31 de diciembre de 2030; invierte, principalmente, en Bonos Corporativos de alto rendimiento emitidos en euros, proporcionando una rentabilidad bruta estimada del 5% anual; a la hora de seleccionar los activos que se incorporan, se tiene en cuenta criterios ESG, art.8.

Por su parte, 'M&G (Lux) Fixed Maturity Bond Fund 1' se caracteriza por: ser un fondo de Renta Fija lanzado en 2024,

dentro de la categoría Target Maturity Fund; tiene estrategia a dos años, con vencimiento el 16 de abril de 2026; la inversión está en una cartera diversificada compuesta predominantemente de Bonos de alta calidad crediticia y en Títulos de alto rendimiento, proporcionando una rentabilidad bruta estimada del 4,5% anual; y a la hora de seleccionar los activos que se incorporan, se tiene en cuenta criterios ESG, art.8.



## Póliza especializada para chalets

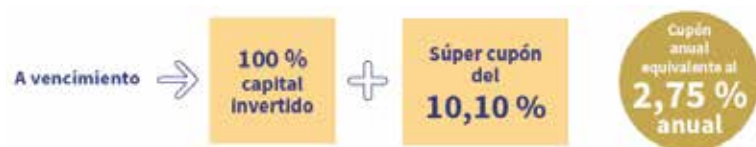
**Caser Seguros** ha presentado el seguro 'Chaletísimo', diseñado específicamente para cubrir las necesidades

de los propietarios de adosados, pareados y viviendas independientes. En él se ofrece asistencia profesional para cualquier tipo de instalación o reparación, tanto en la casa como en el jardín.

'Caser Chaletísimo' proporciona una cobertura completa para los chalets, y tiene en cuentas aspectos como la reparación de puertas de garaje, de la canalización exterior del agua, la protección de los sistemas de placas solares y de los cargadores eléctricos, así como tratamiento anual de control de plagas.

Igualmente, ofrece la cobertura de seguro de Hogar de Caser que engloba inundación, incendio, daños atmosféricos, robo, responsabilidad civil, reparación de electrodomésticos o atención de urgencias en tres horas, entre otros.

El seguro también incluye la modalidad BricoChalet, que da hasta nueve horas al año de asistencia especializada de profesionales de distintos gremios, de forma que un experto se traslada a la vivienda para realizar diversos trabajos, incluso en el jardín. Entre ellos se incluyen la instalación de programadores de riego, el montaje de pérgolas y casetas en el jardín o la instalación de nuevos puntos de luz.



## Cupón del 10,10% a vencimiento

AXA ha lanzado 'Horizonte Avanza', un fondo disponible dentro de Asigna, el Unit Linked de AXA, a tres años y ocho meses; y un super cupón del 10,10% de rentabilidad a vencimiento.

Se trata de una inversión con una protección total a vencimiento de todo el capital invertido y los rendimientos generados solo tributarán en el momento que el cliente decida disponer del dinero. A vencimiento de la opción de inversión, AXA destinará la inversión del cliente y el cupón asignado a un fondo monetario, momento en el que el cliente podrá decidir invertir entre las distintas opciones disponibles dentro de Asigna, realizando una gestión activa de su patrimonio o disponer de él.

La aportación mínima es de 2.000 euros y el cupón del 10,10% es ya neto de recargos. No se permiten aportaciones extraordinarias ni rescates parciales, aunque si se necesitara el dinero antes del vencimiento se puede contar con él y se valoraría a valor de mercado. Es una modalidad pensada para todo tipo de perfiles de inversión.

## Cobertura de la pérdida de negocio para el taxi tras un accidente



La correduría **Riescontrol** está comercializando un producto dirigido al taxi que permite asegurarle frente al riesgo de pérdida de ingresos motivado por la paralización del vehículo en caso de un accidente que requiera la reparación del coche. Este seguro entra en el programa 'Mundo Taxi' de Riescontrol, una oferta especializada 360 grados que da respuesta para la cobertura global de todos los riesgos del taxi.

El nuevo seguro que ofrece Riescontrol y que viene avalado por Arag, en el supuesto de que el vehículo asegurado resultara averiado por un accidente de circulación ocurrido en España y la duración de la reparación fuera superior a 2 horas de mano de obra según informe pericial, el asegurador garantiza un subsidio de 80 euros por día hasta que el vehículo esté reparado, con un máximo de 10 días. Además, el seguro garantiza la cobertura de los gastos de defensa jurídica ante posible responsabilidad criminal por accidente de circulación, incluyendo honorarios de abogado y procurador, costas judiciales y pago de fianzas. También extiende la cobertura de la defensa criminal a otros supuestos, como los derivados de un delito de omisión de socorro o de delitos contra la seguridad del tráfico, como conducción temeraria o conducción bajo los efectos de bebidas alcohólicas o drogas, entre otros.

La garantía de defensa jurídica contempla además los gastos derivados de la gestión de la reclamación del importe de los daños producidos en el vehículo asegurado como consecuencia de hechos ajenos a la circulación, tales como derrumbamientos de obras, explosiones, inundaciones e incendios.

Asimismo, prevé la cobertura de la tramitación amistosa del siniestro y paga todos los gastos originados por la defensa de los intereses del asegurado en vía judicial frente a otras aseguradoras y el Consorcio de Compensación de Seguros.



**Santalucía** cuenta con una nueva emisión de su Unit Linked 'MaxiPlan Inversión Premium' que ofrece un cupón del 10,40% a vencimiento (2% TAE), y, adicionalmente: El 100% de la revalorización del índice Solactive durante el período de la estructura. Un 1% de interés anual equivalente entre la fecha de aportación y el 06/06/2024, fecha de inicio de la estructura.

## Unit Linked con un cupón del 10,40%

Se trata de un seguro estructurado a prima única que vincula la inversión a la Deuda Pública Italiana y a la evolución del índice Solactive BOIS ESG Global Leaders RC 6%, un índice de renta variable global compuesto por compañías seleccionadas en base a su desempeño general de acuerdo con los criterios ESG.

El producto se puede contratar desde el 1 de marzo hasta el 27 de mayo con una prima única mínima de 20.000 euros. La estructura, cuyo emisor es BBVA, se iniciará el 06/06/2024 con una duración de 5 años, hasta el 06/06/2029, aunque cuenta con ventanas de liquidez mensuales en las que el cliente podrá realizar el rescate total de su inversión a valor de mercado.

Al tratarse de un seguro de ahorro, también ofrece cobertura en caso de fallecimiento.



## Vida adaptada al asegurado

**Avanza Previsión** ha lanzado 'Avanza Vida', que ofrece "la máxima protección al asegurado y/o beneficiarios adaptándose a las necesidades del cliente, al tener éste la posibilidad de contratar solamente la garantía principal de fallecimiento o ampliar la cobertura para los casos de incapacidad (permanente absoluta o permanente total)", explican desde la entidad.

Este seguro tiene una duración anual, se prorroga de forma automática y puede ser contratado por cualquier cliente entre 18 y 65 años, siendo 75 años la edad límite de permanencia en póliza. Además, es compatible con cualquier otro seguro contratado en la aseguradora y ofrece al tomador la posibilidad de fraccionar el pago de la prima de manera semestral, trimestral o mensual.

'Avanza Vida', que se distribuirá fundamentalmente a través de la red de corredores, permitirá a la entidad ampliar su propuesta de valor y consolidar su crecimiento en el segmento de Vida riesgo.





El Consejo de Ministros aprobó el 26 de marzo un Real Decreto que, entre otras medidas, incorpora el desarrollo reglamentario necesario para aplicar, desde 2025, la cotización de solidaridad que estableció la última reforma de pensiones para los salarios más altos que excedan de la base máxima, según ha informado el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. Una medida que se desplegará gradualmente.

## Los trabajadores con los sueldos más altos se someterán a la **cotización solidaria a partir de 2025**

La cotización será de alrededor del 1% en 2025 e irá aumentando a un ritmo de 0,25 puntos por año hasta llegar a cerca del 6% en 2045 (5% a cargo de la empresa y 1% a cargo del trabajador).

Al final de este periodo, el tipo de cotización será del 5,5% para los que tengan un salario comprendido entre la base máxima y un 10% más; del 6% para los salarios que superen la base máxima entre un 10% y un 50%; y del 7% cuando el salario sobrepase la base máxima en un 50%. Esta cuota solidaria no se aplicará a trabajadores autónomos.



## La inseguridad jurídica es la principal amenaza para la economía, según la mitad de los empresarios

Hace un año, los empresarios señalaban a la inflación como la gran amenaza para sus negocios. Pero hoy, uno de cada dos, apunta a la inseguridad jurídica como la principal amenaza para la economía española en los próximos 12 meses. Por detrás, se sitúa la incertidumbre política. Así se desprende del último informe 'Perspectivas España 2024' que elabora **KPMG**, en colaboración con la patronal **CEOE**.

La inseguridad jurídica (señalada por un 48%), la incertidumbre política (por un 46%) y los cambios regulatorios (por el 30%) son las grandes amenazas para los empresarios. Juanjo Cano, presidente de KPMG en España, apunta que "los líderes empresariales demandan estabilidad, especialmente en el ámbito normativo".

Sin embargo, confían en crecer en 2024 en términos de facturación, inversión y también, aunque de forma más cometida, en

creación de empleo. En concreto, el 71% de los encuestados prevé aumentar su volumen de ventas. Por otro lado, mejora el número de empresarios que asegura que aumentará sus inversiones este año (un 53% frente al 50% del año anterior).

En esta edición han participado 1.367 empresarios y directivos de 23 sectores diferentes y de todas las comunidades autónomas.



## Aprobado el Proyecto de Ley de creación de la Autoridad de Defensa del Cliente Financiero

El Consejo de Ministros aprobó a finales de marzo el Proyecto de Ley de creación de la Autoridad de Defensa del Cliente Financiero y se remitió a las Cortes para su tramitación parlamentaria. Este proyecto completa el sistema de protección e inclusión de los clientes financieros, tras la adopción de los protocolos de inclusión financiera para mayores y en el ámbito rural y la aprobación de los Códigos de Buenas Prácticas, que ampliaron el marco preventivo de apoyo a las familias.

La creación de esta Autoridad complementa el sistema institucional de resolución de reclamaciones en el ámbito financiero, que está articulado en tres niveles: los servicios de atención al cliente de las entidades financieras; los servicios de resolución extrajudicial de reclamaciones de los organismos supervisores; y, por último, los órganos judiciales.

El texto, que ya fue aprobado por el Congreso de los Diputados en la pasada legislatura y decayó antes de su adopción final por la convocatoria de elecciones, comienza de nuevo su tramitación parlamentaria, incluyendo los cambios introducidos en el Congreso de los Diputados.

El texto aprobado incluye las modificaciones en la tramitación parlamentaria y que contaron con el respaldo de la mayoría de los diputados, como es la financiación

de la nueva Autoridad por parte de las entidades financieras y la posibilidad de recurrir las resoluciones vinculantes que dicte ante la jurisdicción civil, garantizando la protección de los clientes financieros.

A través de la Autoridad los clientes podrán presentar sus reclamaciones de forma gratuita en el ámbito bancario, de seguros y de inversión financiera ante un único organismo, lo que redundará en un mejor análisis de los conflictos y rapidez en el servicio. Para ello centralizará los actuales servicios de reclamaciones del Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

Las resoluciones se dictarán de forma ágil, atendiendo a criterios uniformes, en un plazo no superior a 90 días naturales y tendrán carácter vinculante para las enti-



dades financieras cuando las reclamaciones estén relacionadas con la normativa de conducta y protección a la clientela, o con cláusulas abusivas declaradas como tales y de una cuantía inferior a 20.000 euros. Cuando las resoluciones no sean vinculantes, tendrán valor de informe pericial si se deciden aportar en un procedimiento judicial en defensa de sus intereses.

El incumplimiento de las resoluciones vinculantes de la autoridad, así como el cumplimiento tardío o defectuoso, podrá ser objeto de sanción por parte de la autoridad.

La nueva Autoridad se financiará con el pago de una tasa que abonarán las entidades financieras y que será variable en función del número de reclamaciones de cada entidad y de las resueltas a favor de los clientes.



## Cepyme impulsará el uso de la inteligencia artificial en las pymes

Cepyme y la asociación industrial para el impulso de la economía del dato y la inteligencia artificial, **IndesIA**, han firmado un acuerdo de

para promover el uso de la Inteligencia Artificial en las pymes.

Desde Cepyme e IndesIA se cree que una forma de mejorar la situación de las pequeñas y medianas empresas españolas es usando tecnologías como la Inteligencia Artificial, dando los instrumentos necesarios para que las personas que forman proyectos tengan conocimientos amplios sobre el tema. Y no solo eso, que sepan específicamente qué ámbito de la Inteligencia Artificial puede ser útil para su proyecto en concreto.

Tras conocer la aplicación real de la Inteligencia Artificial, actualmente, en las pymes españolas, lo siguiente será un análisis profundo sobre cuáles deben ser los primeros pasos a seguir dependiendo de las necesidades específicas que tengan las pymes, dependiendo del sector al que pertenezcan, o la actividad que suelen tener y de cuánto tiempo lleven en funcionamiento.



## La justicia catalana anula un aval ICO de la covid por falta de información al cliente

Sentencia clave para pymes y autónomos por la mala comercialización de los créditos avalados por el ICO durante la pandemia. El Juzgado número 29 de Primera Instancia de Barcelona ha limitado la responsabilidad del cliente sobre estos préstamos al 20% del total del capital concedido y no al 100% porque entendió mal lo que estaba firmando. Esto supone que si la empresa no es capaz de asumir el pago de la totalidad de la deuda (en este caso era de 258.000 euros), solo tendrá que avalarla por el 20% y no por el 100%.

Abogados consultados explican que cuando se comenzaron a dar estos préstamos, los bancos informaron que el Estado se haría cargo del 80% del aval del préstamo si el deudor no podía hacer frente y el cliente, del restante 20%. Sin embargo, muchos autónomos y compañías no han podido asumir el pago y la entidad les ejecutó el 100% del aval. El ICO solo responde cuando el aval al deudor es insuficiente para cubrir el impago.

El fallo, del pasado 2 de octubre, señala que la clienta “albergaba la certeza de que, al ser un contrato especial por el Covid, solo garantizaba el 20% del préstamo”, puesto que de lo contrario no lo hubiera firmado. Además, apunta que no negoció directamente con el banco el préstamo, tampoco la entidad le entregó la documentación antes de la firma del contrato y el notario que sí lo recibió, presuntamente no lo leyó porque no estaba en su lengua materna. La magistrada considera que hubo vicio del consentimiento porque se produjo una creencia errónea sobre aquello que se estaba contratando. Por tanto, las obligaciones asumidas “quedan reducidas a un 20% del importe total del capital concedido”.





## Dos programas de ICEX fomentarán la participación de la mujer en la internacionalización de la economía

El ministro de Economía, Comercio y Empresa, Carlos Cuerpo, ha presentado dos nuevos programas para fomentar el liderazgo femenino en la internacionalización de la economía española durante la jornada organizada por su Ministerio, con motivo de la conmemoración del Día de la Mujer en la semana del 8M.

**ICEX**, entidad dependiente del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, trabaja para: por una parte, ampliar y diversificar la base exportadora, y, por otra, atraer talento femenino al comercio internacional. Para complementar estas dos líneas, el ministro ha anunciado la puesta del nuevo Programa 'Internacionalizarse en Femenino'.

El objetivo es proporcionar información detallada sobre nor-

mas, usos y costumbres, por mercados y países, en el ámbito de los negocios y la internacionalización, incorporando una perspectiva de género, con el fin de facilitar la presencia de mujeres en nuevos mercados.

Esta información se difundirá a través de la plataforma 'Mujer e Internacionalización' del portal ICEX y por las redes sociales. Los contenidos se difundirán mediante vídeos, podcast y fichas.

## Solo el 11% de las pymes cuenta con un plan de sucesión

Según el Instituto de la Empresa Familiar, el 89% de las pymes españolas son propiedad, total o parcialmente, de un grupo familiar, por lo que la sucesión o el relevo generacional resulta uno de los principales desafíos para la gran mayoría de organizaciones de nuestro país. Sin embargo, tan solo el 11% del total de pymes y autónomos tiene establecido un plan de sucesión, según se desprende de los datos de 2023 del 'Informe de Pymes y Autónomos' de **Hiscox**.

Si se tiene en cuenta únicamente el segmento de pymes (10-249 empleados), el porcentaje asciende al 37,5%. Si, por el contrario, nos centramos en el total de micro-pymes (0-9 empleados), el porcentaje con plan de sucesión es del 12,4%.

Por nivel de facturación, el 29,3% de las pymes con más de 2 millones de euros de facturación dispone de un plan de sucesión (5,8 puntos porcentuales menos que en 2022). Para las que facturaron menos de 2 millones de euros, el porcentaje es del 13%.

En cuanto a sectores, el 19,3% de las pymes dedicadas a la industria afirmaron disponer de este tipo de planes. En contraste, las pymes del sector del comercio sufrieron un descenso de 1,5 puntos, del 11,4% de 2022 al 9,9% de 2023.





## La empresa debe pagar la baja de sus empleados, aunque no estén dados de alta

El Tribunal Supremo ha establecido que debe ser la empresa –y no la Seguridad Social– la que debe hacerse cargo de la baja médica de una empleada que sufrió un accidente no laboral y a la que la compañía no tenía dada de alta en el sistema.

El caso se remonta a septiembre de 2014, cuando una trabajadora, que desempeñaba labores de comercial desde junio de ese año, sufrió fuera de su horario laboral una fractura por la que causó baja hasta mayo de 2015. El Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) denegó en aquel momento la prestación porque la trabajadora no estaba de alta cuando sucedieron los hechos. Además, la empresa infractora es insolvente, indica el Tribunal Supremo, y no existe una mutua colaboradora que pudiera hacerlo.

En este escenario, la trabajadora solicitó que la responsabilidad de abonar la prestación económica de su incapacidad temporal, derivada de un accidente no laboral, recayese sobre el empresario, asumiendo el INSS la de carácter subsidiario. Tras analizar la legislación vigente, el Supremo considera que, si el trabajador no está en alta, “la responsabilidad del pago del subsidio recae directa y exclusivamente sobre la empresa”. No existe obligación alguna de anticipo para la Seguridad Social ni para la mutua, si es esta la que cubre en la empresa tales contingencias, puesto que en tal caso no rige el principio de automaticidad de las prestaciones, aclara la sentencia. Tampoco surge ninguna responsabilidad subsidiaria para el INSS, o la mutua en su caso, por la insolvencia.

El Gobierno de coalición ha dado inicio, a finales de febrero, a la segunda fase del Plan de Recuperación, que canaliza los fondos europeos. En concreto, el Consejo de Ministros ha aprobado junto al ICO la activación de los primeros 40.000 millones de préstamos, los cuales forman parte de los 93.000 millones adicionales que se suman a los 70.000 millones en transferencias que España tiene comprometidos con la Comisión Europea.

## El Gobierno activa, de la mano del ICO, 40.000 millones de fondos europeos

Es decir, de estos 93.000 millones de euros extra, 83.000 millones llegan en forma de préstamos. Y de ellos, 40.000 millones se canalizarán a través del Instituto de Crédito Oficial (ICO) mediante cinco instrumentos o “facilidades”.

La dotada con 22.000 millones, se centrará en la transición verde. La siguiente línea, de 8.150 millones, estará vinculada a empresas y emprendedores, con un compartimento específico para el sector turístico de 1.000 millones de euros.

A partir de aquí, 4.000 millones irán a la promoción de viviendas sociales en alquiler; otros 4.000 millones para proyectos digitales; y 1.712 millones al fondo Spain Audiovisual Hub.



# Su chófer privado



- 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**



## La XVII edición de Forinvest logra atraer al público joven

La decimoséptima edición de **Forinvest** se presentó, sin dejar de focalizar sus contenidos en el ámbito financiero y económico, con una clara apuesta por abrir su mirada hacia otros ámbitos como el audiovisual y el de la innovación. El objetivo era captar un público nuevo, más joven, 100% digital, en proceso continuo de formación y que conviviera en sinergia con el tradicional público asistente del mundo financiero, empresarial y del sector del seguro.

Un ejemplo de esta apuesta disruptiva fue el cierre de la feria a cargo del oscarizado director y ganador de 11 Goyas, Alejandro Amenábar, que ha mostrado, en un diálogo con el periodista Pau Gómez, su mirada más creativa como ejemplo para que las empresas puedan implantar estrategias innovadoras. Amenábar reconoció que, para su nuevo proyecto –‘El Cautivo’, que recrea la juventud de Cervantes- “no hay mejor sitio ni mejor ubicación que la Comunitat Valenciana” y se mostró sorprendido del trazado “al estilo árabe” de muchos pueblos de la Comunitat. Se mostró también “expectante” a lo que puede mostrar la inteligencia artificial (IA) en el mundo del cine.

Otro ejemplo de esta visión muy enfocada hacia propuestas disruptivas fue la ponencia de la ‘hacker’ finlandesa Laura Kankala, especialista en ciberseguridad en la empresa F-Secure y que demostró cómo, por ejemplo, a través de la IA se puede ‘hackear’ no solo cuentas bancarias sino la propia voz o imagen. Además, no es casualidad, que un gigante como Google, a través de su plataforma Google Cloud, haya escogido Forinvest y su nuevo Foro Incom para presentar su tecnología Google Cloud y sus últimos avances en el universo de la Inteligencia Artificial Generativa (IAG), especialmente en todo lo que concierne al área audiovisual y su nueva platafor-

ma Gemini. Pero no solo Google, sino la propia Telefónica también ha escogido el foro de Feria Valencia para presentar sus nuevos servicios de personalización de servicios audiovisuales.

Dentro de la orientación de Forinvest hacia nuevas miradas innovadoras, sigue siendo referencia en la prospectiva económica. El foro anual de El Confidencial es un buen ejemplo de ello y, de la mano de los analistas de Mapfre, Caixabank, Banco Santander y Banco Mediolanum, se dibujó un 2024 moderadamente optimista. En este sentido, los especialistas destacaron que en 2023 España creció por encima de la media de la UE debido al consumo -sobre todo de las administraciones públicas- y variables como el turismo. En 2024 se prevé que se incremente el consumo de los hogares debido a la moderación de la inflación y actuar como motor económico y de nuevo el turismo crecerá por encima del Producto Interior Bruto (PIB).

Forinvest también contó con la presidenta de Fujitsu España y Portugal, Ángeles Delgado, que presentó algunas de las estrategias de innovación de su compañía y reclamó la necesidad de que España disponga de empresas tecnológicas propias.

El interés en torno a la IAG motivó que el presidente de Microsoft España, Alberto Granados, que ya protagonizó la ponencia



estrella de La Noche de las Finanzas, repitiera al día siguiente para ahondar en la importancia que ya está teniendo esta nueva herramienta tecnológica en la productividad de las empresas. En este sentido, Granados, ha destacado que la inteligencia artificial supondrá un incremento neto de unos 25 billones de dólares al PIB a nivel mundial. En este sentido, “en un país como España, donde tenemos unos retos de productividad muy grandes, la oportunidad puede ser enorme” y suponer que, en entornos comerciales, de marketing y de desarrollo, se consiga ser “un 40 o un 50% más productivos”. Insistió en que la IA no sustituye a las personas, sino que actúa como “copiloto” para simplificar sus tareas. “Las empresas que están aplicando la IA y la IAG están contratando más gente, porque ven más posibilidades de crecimiento y más posibilidades de negocio”. Aventuró que “en muy poco tiempo el 90% de los borradores de documentos que se generan estarán hechos por Inteligencia Artificial Generativa (IAG)”, y citó que “el reto ahora no es buscar soluciones como tradicionalmente había hecho la informática, sino buscar un problema para la IAG”.

Forinvest, por otra parte, no sería lo que actualmente es sin el sector del seguro, con un programa de ponencias del Foro Internacional del Seguro, algunas tan completas como la que ha

analizado el uso de la inteligencia artificial en el entorno de la mediación. Además, también acogió la mesa de perspectivas económicas con los máximos representantes de compañías como CA Life Insurance, Allianz, Avanza Previsión y Zurich.

La Gala de la Noche de las Finanzas también acogió la entrega de los XVII Premios Forinvest, que han reconocido la trayectoria empresarial, la sostenibilidad y la innovación en el ámbito empresarial. En este sentido, Alberto Granados recogió el Premio Forinvest otorgado a Microsoft España. A continuación, Enrique Gimeno, acompañado por la consejera delegada del grupo, Miriam Gimeno, recogió el premio a la Trayectoria Empresarial otorgado al grupo de origen castellonense Grupo Gimeno. El premio Sostenibilidad a la empresa Jeanología lo recibió Teresa Silla, del equipo directivo de esta firma. El premio a la Trayectoria del Sector Asegurador recayó a título póstumo en la figura de Enrique Rico, un referente en el mundo del seguro. Y el premio Forinvest a la Innovación fue para la productora norteamericana Universal Pictures.

Por otra parte, la directora general de **Inese**, Susana Pérez, recibió en el IV Encuentro Mujeres Aseguradoras que organizó el **Colegio de Mediadores de Seguros de Alicante** y la Fundación Mediaseguros, el reconocimiento Liderazgo Empresarial 2024 por su trayectoria profesional, su defensa y puesta en valor de la mediación profesional y por su aportación fundamental al desarrollo y consolidación del sector asegurador en España. Asimismo, la ejecutiva comercial de Plus Ultra, Susana del Pozo, recibió el Reconocimiento Empresarial 2024, por su trayectoria profesional como ejecutiva comercial en Plus Ultra. Completó el podio Nieves Gómis, que recibió el reconocimiento empresarial 2024 por su trabajo como mediadora de seguros profesional. Gómis dirige una correduría de seguros en Alicante, Nierto, Correduría de Seguros SL y ha logrado consolidarla en todos estos años.

## ¿Qué ocurrirá con la IA Generativa si deja de ser gratis?

**Mapfre** ha presentado un informe sobre 'Explorando el mañana. El rol de las aseguradoras en una sociedad marcada por la IA Generativa' en el que ha profundizado en el uso que la sociedad hace de la IA Generativa (GenAI). En él se plantean cuatro escenarios diferentes para 2029 en función del desarrollo al que se pueda llegar. Bárbara Fernández, directora adjunta de Innovación Disruptiva de la aseguradora, planteó la duda de qué ocurrirá con la GenAI si deja de ser gratis.

Mapfre ha presentado la posibilidad de que se desarrollen cuatro posibles escenarios para 2029.

**Escenario 1:** 'Camino al homo sapians'. Aquí, la GenAI es una tecnología transformacional y totalmente accesible, con una regulación muy permisiva. Su adopción es masiva, con múltiples casos de uso y una interacción sin fricciones con el usuario gracias a la naturalidad y cercanía de los asistentes. Además, hay una escasa conciencia

del alto impacto psicológico de su utilización omnipresente, y se está generando una homogeneización de pensamiento y polarización, una elevada dependencia e incluso adicción a nivel particular.

**Escenario 2:** '¿Te acuerdas del hype de la GenAI?' Aquí, es una tecnología madura, sin altos flujos de financiación y con elevados costes de uso (similar a lo que ocurre en la actualidad). Su adopción está orientada, principalmente, a la productividad, con una interacción limitada que supone una barrera para su uso. También hay una alta concienciación sobre sus funcionalidades. Las empresas han desincentivado su uso y no es una tecnología que genere expectación en sí misma, pero sí una habilitadora relevante en el desarrollo de otras tecnologías disruptivas.

**Escenario 3:** 'Se busca antídoto al caos'. La regulación, bastante restrictiva, limita el potencial del desarrollo tecnológico de la GenAI, eleva los costes de uso, restringe los casos de uso viables, dificulta su adopción por parte de empresas y desincentiva el uso doméstico. También se produce una gran concienciación sobre los



efectos psicológicos y prevalece cierta preferencia por la interacción humana frente a las máquinas, especialmente en atención al cliente.

**Escenario 4:** 'Titanes tecnológicos'. Hay un alto ritmo de desarrollo controlado por una pequeña selección de BigTech que moderan la cadencia de lanzamientos en función de sus necesidades. En este contexto, se produce una alta adopción por parte de empresas y particulares, con una también alta compatibilidad con otras tecnologías del ecosistema de esas BigTech. Destaca una transición efectiva a nivel laboral e irritación por la acumulación de poder de dicha selección de compañías.

En estos cuatro escenarios emergen nuevos riesgos, y algunos preexistentes se agudizan debido a la proliferación de IA GenAI. En respuesta, la industria aseguradora debe abordar dos aspectos clave. Por



### ▪ **Uso responsable de la IA/ GenIA.**

La adopción de la Inteligencia Artificial Generativa conlleva riesgos que abarcan desde el rendimiento de los sistemas hasta el cumplimiento normativo o la posibilidad de sesgos discriminatorios. Habrá demanda de protección a través de seguros y servicios que faciliten el uso responsable y fiable de herramientas basadas en IA Generativa.

un lado, protegerse y proteger a sus clientes ante estos riesgos; por otro, adaptarse para satisfacer las nuevas necesidades de protección que surgen.

En este sentido, Mapfre plantea una serie de líneas de acción para que el sector tenga una base sobre la que reflexionar y formular iniciativas destinadas a generar un impacto positivo en la sociedad:

▪ **Ciberprotección.** La expansión de la IA Generativa plantea un desafío sin igual en la seguridad de datos y sistemas dado el incremento en la sofisticación de ciberataques (*malware* indetectable, *phishing* con lenguaje natural, suplantación de identidad, etc.) contra empresas y personas. Frente a este panorama, habrá una mayor demanda de protección mediante seguros con coberturas adecuadas y servicios destinados a prevenir, detectar, responder y recuperar sistemas tras ataques cibernéticos.

▪ **Salud y salud mental.** La IA Generativa ofrece un gran potencial de mejora de los procesos de atención médica y de la experiencia del paciente, así como puede liberar al personal sanitario de tareas administrativas. La otra cara de la moneda es que podría agravar problemas de salud física y mental que ya se observan como tendencia por el uso de tecnologías digitales en general. La industria aseguradora debe reforzar su apuesta por servicios y productos que permitan prevenir y tratar enfermedades, así como contribuir al aprovechamiento de estas tecnologías para mejorar la experiencia de los pacientes y la eficacia de los tratamientos.

▪ **Nuevas formas de relación con clientes y productos más adaptados.** La IA Generativa potenciará la interacción con los clientes, generando más datos e impulsando un nuevo modelo de relación respal-

dato por asistentes que ofrecerán mayor accesibilidad y transparencia en el mundo del seguro. Este enfoque conversacional no solo facilita el intercambio de información, sino que también enriquece la calidad de los datos recopilados. Así, surge una oportunidad de capitalizar esta información para desarrollar productos y servicios cada vez más adaptados a las necesidades del cliente, (por ejemplo: microsegmentación para seguros dinámicos, seguros on/off, ofertas hiperpersonalizadas, etc.).

▪ **Fraude.** La democratización de herramientas que permiten falsificar imágenes, audios y vídeos desencadenará un aumento exponencial en los intentos de fraude en siniestros para las aseguradoras. Por consiguiente, estas instituciones deben implementar los mecanismos y herramientas que permitan detectar evidencias falsas.

▪ **Capacitación de los equipos.** Por un lado, hay una necesidad palpable de nuevos expertos en el área de GenAI, pero también en áreas asociadas (negocio, data, seguridad, ética, etc.); por otro, se requieren perfiles procedentes de las ciencias sociales (antropólogos, sociólogos, etc.) y de humanidades (lingüistas, historiadores, filólogos, etc.) para garantizar un desarrollo y uso responsable y confiable de la IA Generativa.

## Hiscox vuelve de gira para acercar la compañía a los corredores

Un año más, **Hiscox** vuelve a invitar a los mediadores de seguros de toda España a 'subirse al movimiento' de la iniciativa 'Hiscox on Tour'. Se celebrarán varios eventos para descubrir a la mediación el 'Mundo Hiscox' y acercarlos todo lo que la compañía puede ofrecerles para desarrollar sus negocios y ayudarles en su día a día.

En este sentido, Hiscox quiere redoblar su apuesta por ser una aseguradora accesible y cercana que ofrece un servicio ejemplar, en la que tanto clientes como colaboradores puedan confiar en todo momento. "Si el año pasado pudimos tenderles todas nuestras capacidades tecnológicas para acompañarlos en sus procesos de digitalización, este año queremos demostrarles que somos un verdadero compañero de viaje y *partner* de negocio", asegura David Heras, director general de Hiscox Iberia.

La gira arrancará el próximo 25 de abril en Madrid, para continuar en Valencia (8 de mayo); Málaga (23 de mayo); Zaragoza (12 de junio); Santander (26 de junio); Valladolid (2 de octubre); Barcelona (17 de octubre) y Santiago de Compostela (23 de octubre).

En otro orden de cosas, desde la aseguradora se señala que el cambiante entorno socioeconómico actual hace que las responsabilidades de los directivos se encuentren en constante evolución, lo que va de la mano con la importancia de actualizarse y

adaptarse a estos nuevos escenarios. Sin embargo, muchos de ellos no son del todo conscientes todavía de los verdaderos riesgos que suponen los errores y negligencias en el ejercicio de su actividad, que puedan suponer multas, reclamaciones o problemas legales. De hecho, el 22,5% de los directivos de las pymes españolas no son conocedoras de la posibilidad de verse involucrados en alguna de estas situaciones, lo que se desprende del Whitepaper 'El coste real de montar tu propia empresa' de Hiscox.

En 2024, los directivos de las empresas, deberán prestar atención, entre otras cosas, a: la responsabilidades en materia de ciberseguridad y transformación digital; las responsabilidades en materia laboral (subida del 5% del salario mínimo interprofesional o reducción de la jornada laboral); las responsabilidades en materia de sostenibilidad (prohibición del *greenwashing* o publicidad engañosa 'eco'); las responsabilidades en materia de igualdad, diversidad y discriminación laboral. Sin embargo, el 61,1% de las pymes españolas no tienen contratado un seguro de Administradores y Directivos (D&O), según el Whitepaper.

Por otro lado, en los últimos años, los ciberataques han crecido no solo en número, sino también en técnica y sofisticación a medida que avanza la tecnología. Hoy en día, el error humano continúa estando detrás de la mayoría de los ciberataques, tal y como se desprende del 'Informe de Ciberpreparación de Hiscox 2023' porque tienen que ver con descuidos de los empleados.

En este sentido, según el informe, el email corporativo fue señalado por el 28% de las empresas como principal punto de entrada de sus ciberataques en 2022. Además, el 26% indicó que no hubo un acceso no autorizado de los delincuentes a las cuentas de email, sino que los propios empleados facilitaron la entrada







de los atacantes, siendo víctimas de técnicas como el *'phishing'* o el *'spoofing'* (ataques perpetrados a través de la suplantación de la identidad de otra persona). Finalmente, un 23% señaló a los dispositivos móviles personales de los empleados y otro 20% a los dispositivos móviles corporativos como vía de entrada de los ciberataques.

Por último, señalara que según el 'I Informe del Mercado de

Vivienda de Lujo en España' de Hiscox, la vivienda de lujo supone alrededor del 5% del total del mercado residencial español. Sin embargo, se trata de un mercado que goza de muy buena salud ya que, a pesar de que desde 2019 los precios se han incrementado entre un 10% y un 20% dependiendo de cada submercado, el número de transacciones se incrementó un 55% en 2022, duplicándose respecto a 2019.

## Alejandro Golán, nombrado **director comercial de la Zona Noroeste de Allianz Seguros**

Alejandro Golán ha sido nombrado director comercial de la Zona Noroeste de **Allianz Seguros**, que incluye Galicia, Asturias, Cantabria, León, Valladolid y Zamora, tomando el relevo a Francisco Javier Fernández-Agustí, actual director de la Red Comercial de la compañía.

Golán es licenciado en Derecho por la Universidad de A Coruña. Se incorporó a Allianz en mayo de 2006, en la sucursal de Santiago de Compostela y desde entonces ha desempeñado diferentes puestos en la red comercial de Allianz (asesor comercial, especialista Vida y director de sucursal). En 2022, fue nombrado jefe de Oficina de Desarrollo Comercial de la zona noroeste.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha cambiado las condiciones de su producto 'Allianz Ca-

pital', un seguro de ahorro de prima única que permite el cobro de disposiciones periódicas hasta agotar el capital. Es un seguro para clientes que buscan una buena planificación financiera de sus ahorros. Con una aportación de prima única (desde 15.000 euros) garantiza, de manera extraordinaria hasta finales del mes de abril, una rentabilidad del 2,5% neto el primer año. Finalizado el segundo año, si el cliente decide rescatar su inversión, tendrá garantiza-



do el saldo existente y los intereses acumulados. Para los periodos sucesivos un tipo de interés anual informado de forma anticipada. Con 'Allianz Capital' el cliente puede decidir el porcentaje de inversión inicial que desea recibir periódicamente, la periodicidad de las disposiciones y elegir el diferimiento o desestimarlos en el cobro de la primera disposición.

Por último, señalar que **FundsPeople**, la comunidad de referencia de los profesionales de la inversión colectiva y gestión de activos en el sur de Europa, ha reconocido tres fondos de inversión de Allianz Seguros por su destacada consistencia. Los tres fondos han sido clasificados con el 'Rating FundsPeople 2024', una distinción que ha sido otorgada a sólo 90 fondos en toda España.

Los tres fondos que han sido destacados son 'Allianz Cartera Moderada', 'Allianz Cartera Decidida' y 'Allianz Cartera Dinámica'.



## AXA España reestructura su Comité de Dirección



**AXA España** ha anunciado la remodelación de su comité de dirección, efectiva a partir del 1 de abril tras las aprobaciones regulatorias y corporativas pertinentes, que implica cambios en la dirección de cuatro áreas de la compañía: Personas, Organización y Secretaría General; Riesgos y Cumplimiento; Cliente y Datos; y Operaciones.

Para Olga Sánchez, consejera delegada de AXA España, “los cambios que realizamos nos permiten adecuar nuestra estructura y órgano de dirección ante el nuevo plan estratégico que abordamos reforzando el posicionamiento del cliente, la distribución y el crecimiento rentable de la compañía”.

Rodrigo Fuentes, hasta ahora director de Secretaría General, coge el testigo de Carmen Polo y se convierte en director de Personas, Organización y Secretaría General. Fuentes es licenciado en Derecho y Master en Asesoría Jurídica IE Business School y ha desarrollado diferentes puestos de dirección dentro del Grupo AXA donde acumula una trayectoria de más de 10 años.

El área de Operaciones pasa a ser dirigida por Jorge Alba, hasta la fecha director de Clientes y Transformación. Alba,

que se incorporó al Grupo AXA en 2001, es ingeniero informático y Master en Dirección de Tecnologías de la Información por el Instituto Directivos de Empresa, y asume la función de reforzar la atención a clientes y distribuidores a través de la excelencia operacional e impulsados por la tecnología, el uso de los datos y la inteligencia artificial.

En un entorno cada vez más complejo y marcado por la nueva regulación, la compañía ha decidido crear la dirección de Riesgos & Cumplimiento bajo la dirección de Kristof Vanooteghem, hasta ahora director de Operaciones. Es licenciado en Derecho por las Universidades de Lovaina, Namur y Granada, tiene más de 30 años de experiencia en el sector asegurador, 27 de los cuales los ha desarrollado en el Grupo AXA, y será el responsable de reforzar la

excelencia técnica y el control, potenciando funciones clave como *Risk Management*, Control Interno, *Compliance*, Privacidad de Datos y Seguridad.

Por último, entra en el comité de dirección María Díaz como directora de Clientes y Datos. Es ingeniera de Puertos, Canales y Caminos y Master de Harvard Business School, era hasta ahora directora de Omnicanalidad y Digitalización y pasará a dirigir el área centrada en potenciar la experiencia de los clientes y distribuidores con las herramientas digitales y el dato como grandes activos estratégicos para la compañía.

El nuevo comité de dirección ha quedado así: Olga Sánchez, consejera delegada; Mar Romero, directora de Distribución, Ventas y Organización Territorial; Luis Sáez de Jáuregui, director de Oferta y Líneas de Negocio; Carolina de Oro, directora de Tecnología; Rodrigo Fuentes, director de Personas, Organización y Secretaría General; Jorge Alba, director de Operaciones; María Díaz, directora de Clientes y Datos; Henri de la Serve, director de Finanzas; Kristof Vanooteghem, director de Riesgos y Cumplimiento; y Josep



Alfonso, director de Comunicación, Marca y Sostenibilidad.

En otro orden de cosas AXA ha abierto un nuevo centro médico en Barcelona tras la adquisición de una nueva instalación en el barrio de Les Corts con el que amplía hasta seis el número de centros en la capital catalana reforzando la oferta asistencial de la aseguradora.

Por último, señalar que la entidad ha dado a conocer que el número de pólizas de Vida en manos de las mujeres prácticamente se ha mantenido estable en los últimos seis años, pasando del 37% en 2018 al 38,6% en 2023; frente al 61,4% que concentraron los hombres el año pasado. En términos de capitales medios asegurados la brecha es aún más acusada, no sólo porque en 2023 el de ellos fuera mayor (una diferencia de 14.000 euros) que el de las mujeres, sino porque en los últimos seis años, mientras que el de los hombres se incrementó un 12%, el capital medio asegurado de ellas lo hizo un 9%.

Consecuentemente, y dado que el capital asegurado es una de las principales variables (aunque no la única) que determina la prima, los hombres representan un mayor porcentaje que las mujeres en términos de negocio. Ellos abonaron en 2023 el 71% de las primas de Vida en AXA, frente a ellas, que representaron el 29% restante.

## Comienza el periodo de suscripción del seguro de cítricos para la campaña 2024

El 1 de marzo se inició el periodo de suscripción del seguro de cítricos (naranja, mandarina, limón, lima y pomelo).

Con el objeto de facilitar el ajuste de las pólizas, el seguro de cítricos ha flexibilizado las modificaciones de póliza que se pueden realizar durante la campaña. Así, se ha adelantado el inicio de suscripción y garantías de los seguros complementarios al 15 de mayo (permiten aumentar la expectativa de producción) para que los productores tengan dos meses y medio más de cobertura y, además, contempla la posibilidad de realizar altas de parcelas hasta el 15 de septiembre. En cambio, si la campaña no resultase tan positiva como lo asegurado inicialmente, el seguro de cítricos facilita la posibilidad de realizar reducciones del capital asegurado en diversos tramos temporales, permitiendo la devolución de hasta el 100% de la prima para todos los riesgos.

Todas estas novedades incorporadas al seguro establecen una base sólida de respaldo para el sector ante la actual realidad climática, ya que ofrecen cobertura durante un periodo mayor frente a los numerosos riesgos a los que se enfrenta: tormentas de pedrisco, viento, lluvia e inundaciones, daños por pixat, y, en los meses finales de la campaña, las heladas.



## Cómo adaptarse a la **evolución de la experiencia del cliente**

En el Octavo Congreso Insurance Customer Experience, tuvo lugar un evento organizado por **Icea** y patrocinado por **Iris Global**, donde se exploraron los desafíos y oportunidades en la mejora de la experiencia del cliente. Desde la evolución de las estrategias centradas en el cliente hasta la integración de la inteligencia artificial y la automatización, cada sesión proporcionó una visión integral de cómo las compañías pueden adaptarse y prosperar en un entorno empresarial en constante cambio.

Elvira de la Cruz, directora de Estudios de Mercado y Comunicación de Icea, actuó como jefa de ceremonias y enfatizó la importancia de comprender las emociones del cliente en cada etapa del *Customer Journey*. “Es importante estudiar lo que siente el cliente en cada momento, analizar sus emociones y tras ello poder aportar productos que les den dos emociones cruciales para el cliente de seguros, tranquilidad y satisfacción”.

Jimena Tokado, gerente de Estrategia de Clientes en Mutua Madrileña, analizó cómo la facilidad en la interacción del cliente con la empresa puede transformar la experiencia del cliente. Expresó que “la nueva revolución está en el dato, toda empresa tiene que tener el objetivo de integrar todos los datos en una plataforma que genere *inputs* valiosos que nos sirvan para tomar decisiones de negocio”.

Vicenç Álvaro, director de Marketing y Estrategia de Candidato en ManpowerGroup, hizo hincapié en la importancia de simplificar las interacciones con el cliente para mejorar la experiencia.



Natalia Beloso, responsable de Clientes en Iris Global, y Claudia del Grosso, directora de Medios en Iris Global, explicaron la teoría del valle inquietante que explica cómo unas pocas características humanoides en un robot o IA atraen la atención del ser humano, pero muchas características humanas que rocen la perfección generan una sensación de inquietud incluso de aversión. A partir de esa explicación, exploraron cómo la automatización puede mejorar la experiencia del cliente en el sector

asegurador sin caer en el ‘valle inquietante’.

“Desde Iris Global se están gestionando proyectos de RPA e IA para aprovechar todas las oportunidades de la automatización” comentó Beloso. Por su parte, Del Grosso explicó varios proyectos como la implantación de RPA en la gestión documental *post mortem*, el asistente virtual implementado que consigue redireccionar el 90% de las llamadas de forma correcta o la investigación que están realizando para, en un futuro, incluir IA generativa en el canal WhatsApp.



Juan Andrés Parada, Senior Manager Financiación Service Seguros en KPMG, y Mikel Campo, socio Financiación Service Seguros en KPMG, dieron el punto de vista de la consultoría en lo relativo a experiencia de cliente. Campo dijo que el 77% de los CEOs no creen que estén preparados para realizar un análisis real de la experiencia de cliente o que el 90% de los clientes declara que las decisiones de compra están influenciadas por las reseñas. Por su parte, Parada destacó como para KPMG “mejorar la satisfacción de los clientes de seguros pasa por una reflexión basada en la optimización del modelo de relación, el hiperconocimiento del cliente, la integración de productos y servicios de seguros en plataformas o aplicaciones, la búsqueda de nuevas propuestas de valor y la potenciación de nuevos negocios”.

María Beatriz Rodríguez, directora del Área de Prestaciones en Mutua Tinerfeña, exploró la importancia de la relación perso-

nalizada con el cliente. Comentó que los clientes suelen ser mayores y que lo que más valoran es poder hablar con su gestor y no con un asistente virtual.

El congreso terminó con una mesa redonda moderada por Macarena Martínez, gerente de Experiencia de Cliente en Iris Global, con la participación de Andrés Carrillo, CEO de Kuiko, una plataforma para profesionales de reformas y mantenimiento; Ronald Hemmings, CMO de Durcal, compañía desarrolladora de tecnología para el cuidado de las personas mayores; y Guilherme Barreto, VP Business Development en Automaise, organización enfocada en la venta B2B de soluciones de IA para atención al cliente y operaciones administrativas. Los participantes exploraron cómo las *start-ups* están innovando en la experiencia del cliente y cómo podrían utilizarse estos enfoques en el sector asegurador.

Los ingresos por primas del **Grupo Mutua** alcanzaron, en 2023, los 8.057 millones de euros, un 10,2% más que el año anterior. Solo en España, la cifra de ingresos por primas se elevó hasta los 7.158 millones de euros, un 10,5% más que en 2022.

El beneficio después de impuestos ascendió a 431 millones, lo que representó un aumento del 6,3%.

## El Grupo Mutua **crece un 6,3%**

En el conjunto del negocio de No Vida del Grupo Mutua en España, alcanzó los 6.726 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 10,3%, respecto al año anterior.

El número de asegurados totales al finalizar 2023 superó los 16,9 millones en España, con un crecimiento del 9,7% respecto al año anterior.

Por ramos aseguradores, el de Autos alcanzó unos ingresos por primas en España de 2.018 millones de euros, con un avance del 11,7%, con un ratio combinado del 96,9%.

En seguros de Salud, a través de Adeslas, alcanzó 3.552 millones de euros en primas, un

12,1% más que el año anterior.

En Multirriesgo-Hogar el comportamiento también fue positivo, ya que los ingresos ascendieron en España hasta los 794 millones de euros, un 6,3% más que en 2022.

Mutuactivos cerró 2023 con 1.435 millones de euros en captaciones netas de terceros (en fondos de inversión, planes de pensiones y seguros de Vida). Por su parte, los ingresos del ramo de Vida del Grupo Mutua se situaron en 432 millones, un 13,9% más que el año anterior.





Adolfo Campos, presentador de la sesión, e Iván González, comenzaron la sesión hablando sobre la solicitud, primer paso en la contratación del seguro y que, en ningún caso, vincula al solicitante, y como la propuesta, efectuada por el asegurador, sí tiene carácter vinculante durante quince días.

El tomador debe firmar el cuestionario antes de ser enviado a la aseguradora. “Si bien es cierto que el tomador no tiene por qué responder a lo que no se le pregunta, existen algunas circunstancias en las que ocultar información a la aseguradora, aunque no te la solicite, puede dejar sin validez el contrato. Como, por ejemplo, si un enfermo terminal conocedor de su situación contrata un seguro de Vida y oculta esta circunstancia a la compañía, ya que podría incurrir en dolo”, aclaró Iván González Barrios.

## Si las cláusulas limitativas no están firmadas, pueden no tener efecto ante un tribunal

**Fundación Inade** ha celebrado la segunda sesión de su nueva tribuna virtual ‘Charlas Legales: derecho y seguros’, en la que Iván González Barrios, fundador y abogado de González Barrios Abogados, habló del nacimiento del contrato de seguro. Asimismo, se explicó que las cláusulas limitativas tienen que estar siempre firmadas, porque si no es así, pueden no tener efecto ante un tribunal.

También advirtió de otra situación que puede dejar al asegurado sin protección, y es, ese periodo de tiempo que transcurre hasta que se firma el contrato y se paga la prima: “Si un asegurado acepta el contrato un viernes, pero no lo firma ni paga la prima hasta el lunes, y tiene un siniestro el domingo, la compañía podría echarse atrás. Para evitar esta situación se debe solicitar la carta de garantías y pagar la prima de la misma”.

Centrándose ya en el contrato de seguro, pasaron a reflexionar sobre la firma del mismo, especialmente en lo referente a las cláusulas limitativas. Aunque el contrato no esté firmado por el tomador, es efectivo desde el momento en el que se paga la prima. Sin embargo, en el caso de las cláusulas limitativas, que no estén firmadas puede jugar a favor del tomador del seguro.

“Recordemos que las cláusulas limitativas deben estar destacadas y expresamente firmadas por el tomador del seguro. Ante un tribunal, que no estén firmadas puede suponer que no tengan efecto, y que la compañía de seguros tenga que hacerse cargo”, comentó Iván González.

También recordaron que la póliza no puede contener cláusulas abusivas, es decir, que generen un desequilibrio de intereses entre el asegurador y el tomador, ni lesivas, es decir, altamente perjudiciales para alguna de las partes.

Finalizaron la sesión con una reflexión sobre las comunicaciones del corredor de seguros al asegurador, recordando que tienen el mismo efecto que si las realizase el propio tomador, salvo indicación en contrario. Eso sí, “tanto para suscribir un nuevo contrato, como para modificarlo o res-



cindirlo, se requiere consentimiento expreso del tomador del seguro”.

En otro orden de cosas, Fundación Inade ha dado a conocer la VIII edición del estudio ‘Radiografía de los corredores de seguros con domicilio social en Galicia’, correspondiente al ejercicio 2023. En él se dice que Galicia, al cierre del ejercicio 2023, contaba con un total de 365 corredores de seguros, lo que representa el 6,44% del total de los que existen en España. De estos corredores, 82 tienen limitadas sus operaciones al ámbito de la comunidad autónoma y 283 pueden prestar sus servicios en toda España.

“Desde la entrada en vigor de la IDD en el año 2020, Galicia ha perdido un total de 21 autorizaciones administrativas. Se observa que las bajas que se han producido han estado motivadas por los nuevos requisitos exigidos por la normativa europea, en especial, el que obliga a superar los 100.000 euros de primas intermediadas anuales, y también por otras obligaciones de cumplimiento normativo”, explicó Adolfo Campos, director de Fundación Inade. De los 365 corredores de seguros, tan solo 20 pueden ofrecer sus servicios en otro país miembro del Espacio Económico Europeo y solamente uno está autorizado para operar en todo el Espacio Económico Europeo.

## Campus Asegurador crea un curso de ciberseguridad en el puesto de trabajo

‘Ciberseguridad en el puesto de trabajo’ es el nuevo curso de formación 100% online, de la [Escuela de Seguros Campus Asegurador](#).

Con 30 horas de duración, aborda la importancia de la seguridad de la información, lo que debe incluir una buena política de seguridad informática, el conocimiento sobre el impacto de un ciberataque, las estrategias de ciberseguridad a adoptar en la empresa, el papel de los empleados en la ciberprotección y las claves para proteger el puesto de trabajo de amenazas cibernéticas.

Este curso también se incluye en la plataforma de formación continua con tarifa plana ‘Seguros School’ dentro de su suscripción anual, sin coste adicional para los alumnos.



Por otro lado, Campus Asegurador ha ampliado su oferta formativa de cursos de formación continua con tres nuevos itinerarios formativos especialmente diseñados para los distribuidores de seguros.

Sigue manteniendo unas reducidas tarifas facilitando el acceso a la formación a todos los distribuidores de seguros: los cursos correspondientes a los niveles 1 y 2 tienen una matrícula de 25 euros / alumno y el curso de nivel 3 tiene una matrícula de 15 euros / alumno.



## Lisa Seguros da a conocer sus productos de Garantía Mecánica para Vehículos de Ocasión

Lisa Seguros ha participado en la última edición de **Faconauto** donde dio a conocer los nuevos productos que ha desarrollado de Garantía Mecánica para Vehículos de Ocasión (VO).

Su equipo estuvo disponible para responder las preguntas y para explicar cómo pueden colaborar para aprovechar al máximo estas nuevas oportunidades en el sector de seguros de garantía mecánica.

## IES lanza un curso para aprender a motivar a los trabajadores

El Instituto e-Learning del Seguro (IES) ha lanzado el curso 'Motivación', 100% online, que tiene un cómputo de 4 horas a efectos de formación continua y que se integra en el 'Canal Gestión Empresarial y Habilidades Directivas'.

Con este nuevo curso, se podrá conocer en detalle las características y particularidades, herramientas, factores, acciones para motivar a los trabajadores y teorías que influyen en el desarrollo de la motivación. Además, pueden visualizar dinámicas para trabajar los distintos aspectos motivacionales vistos a lo largo de la formación.

En otro orden de cosas, más de medio centenar de personas de las distintas co-

redurías de **Espabrok** han participado en el taller financiero 'la Bolsa y el Fútbol' impartido por Jorge Campos, director del IES, en donde se dio a conocer cuáles son los principales errores que cometen los inversores principiantes en bolsa y, al mismo tiempo, descubrir los aspectos que pueden influir al alza o a la baja en la cotización de los valores.

Por último, señalar que **Avanza Previsión** ha creado, junto con IES, un canal

de formación llamado 'Canal de Finanzas para no Financieros, by Avanza Previsión'. Arranca con tres contenidos formativos: '¿Por qué la Renta Fija no es Fija?', 'IPC e Inflación' y '¿Cómo afecta a mi Economía cuando el BCE sube los Tipos de Interés?'.

También se ha lanzado el curso 'RC Medioambiental del Sector Agropecuario', dentro del 'Canal Agro by **Mapfre**' (de 3 horas), que aborda aspectos como: características, legislación, gerencia de riesgos en la empresa agropecuaria, coberturas, etc; y el curso, 'El seguro de transporte de mercancías' (4 horas), dentro del Canal Miscellaneous, un canal exclusivo donde se van incorporando contenidos formativos sobre diversos productos de **Fiatc**, en el que se conoce los detalles de ellos.







## Mapfre prevé **crecer un 6% de promedio hasta 2026**

La Junta General de Accionistas de **Mapfre** aprobó, entre otros acuerdos, las cuentas del ejercicio 2023, bajo las nuevas normas contables internacionales NIIF 17&9. Su beneficio neto el año pasado ascendió a 677 millones de euros (692 millones de euros bajo contabilidad local). Entre otras cosas, se plantea crecer, al menos, un 6% promedio en ingresos durante los próximos tres años.

El presidente de Mapfre, Antonio Huertas, presentó el nuevo Plan Estratégico del Grupo para el trienio 2024-2026, con el lema 'Somos y Hacemos'. Se plantea: crecer, al menos, un 6% promedio en ingresos durante los próximos tres años, superando los 32.000 millones de euros en primas al final del trienio; alcanzar un ROE promedio, bajo los nuevos criterios contables NIIF, entre el 10 y el 11%, siendo el 11% la meta aspiracional para el año 2026; situar el ratio combinado en un promedio de entre el 95 y el 96% con el objetivo aspiracional de llegar al 95% a cierre de 2026; elevar a 15 el número de países con huella de carbono neutralizada; contar con, al menos, el 95% de la cartera total de inversiones valorada con criterios ESG; y elevar, al menos, al 34% el porcentaje de mujeres directivas en 2024, con el objetivo de incrementarlo un punto porcentual cada año.

Mapfre es la 12ª marca más valiosa de España, y la primera aseguradora de la clasificación elaborada por la consultora **Interbrand**.

Por otro lado, la entidad fue la aseguradora oficial en **Forinvest**, reforzando así su compromiso con la comunidad financiera, empresarial y con la sociedad valenciana. Los profesionales de Mapfre participaron en Gestión Patrimonial (MGP), desde donde se ofreció un asesoramiento financiero profesional a los clientes, como de Mapfre AM, la gestora de activos del Grupo, dando las

pistas sobre cómo construir una cartera robusta; en el 'TV Encuentro de la mujer aseguradora' en el que se debatió sobre igualdad en el entorno laboral; en el panel 'Open Innovation y los modelos de Innovación de 2024', sobre el ecosistema de innovación en España y las distintas soluciones en el ámbito empresarial; cómo anticiparse de contar con asesoramiento profesional para tener mejor calidad de vida en la etapa de la jubilación; se presentó 'Vida y Pensión. Guía para monetizar la vivienda y mejorar tu pensión', para ofrecer a los mayores una herramienta sencilla para que conozcan las distintas opciones que existen a la hora de rentabilizar y dar liquidez a sus inmuebles.

En otro orden de cosas, Mapfre y el Círculo Internacional de Directivos y Directivas de Hotelería (**CIDH**) han firmado un acuerdo exclusivo que busca proporcionar un asesoramiento integral y de alta calidad a los miembros del CIDH, con un enfoque especializado en sus necesidades y desafíos específicos. Los socios del CIDH se beneficiarán de un acceso privilegiado a servicios y soluciones diseñadas para abordar sus demandas particulares y profesionales.

Por último, señalar que la aseguradora ha renovado su apoyo a **ATA** y a la Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (**Ceaje**). De esta forma, se compromete a asesorar en las mejores soluciones de previsión social a los autónomos y apoyar las vías de acción en favor del emprendimiento en España.

**Avanza Previsión** ha presentado su Plan Estratégico 24-27, apoyándose en cuatro pilares: crecimiento sostenido y sostenible, excelencia operativa, captación de talento acompañado de la aplicación de un modelo efectivo de liderazgo y, finalmente, potenciar el papel institucional.



## Avanza Previsión aprueba su Plan Estratégico hasta 2027

La aseguradora continuará apostando por la experiencia de cliente, la digitalización, la omnicanalidad, y una personalización y segmentación adecuadas para trasladar al cliente las ofertas que mejor encajen en su perfil.

La entidad señala entre sus principales fortalezas su pertenencia al Grupo Mutualidad, la sencillez y transparencia de su oferta aseguradora, la cercanía y atención personalizada a sus clientes, la rentabilidad de sus productos y la flexibilidad para adaptarse a las necesidades del mercado.

## MGC Mutua ofrece chequeo médico mediante un selfie

La nueva funcionalidad de la app **MGC Salud**

procesa la imagen capturada por la cámara del móvil y extrae información de la luz reflejada en los vasos sanguíneos de la cara para saber el estado de salud de una persona, con un *selfie*.



La última incorporación en la app 'MGC Mutua Salud' ha sido la funcionalidad 'Vital Cam', que es una solución de software basada en vídeo e inteligencia artificial, que permite en tiempo real extraer una amplia gama de parámetros de salud, en un formato digital, consistentes en: presión sanguínea, frecuencia cardíaca, saturación de oxígeno, frecuencia respiratoria y cociente pulso-respiración, con lo que el médico tiene información y los datos suficientes para valorar el estado de salud del paciente.

En otro orden de cosas, Ramon Puig ha sido nombrado nuevo Jefe Corporativo de la mutua para Tarragona, Lleida y Penedés. Desde su nuevo cargo representará institucionalmente a la aseguradora de Salud.

Puig tiene más de 20 años de experiencia en el sector financiero y asegurador, asumiendo funciones de máxima responsabilidad en las Áreas de Marketing y Comercial. Es licenciado en Ciencias de la Información (UAB) y en Administración y Dirección Empresas (UOC), diplomado en PDD (IESE), Executive MBA (ESIC) y Máster en Dirección de Comunicación Empresarial (UAB). También posee el título de corredor de seguros y está certificado en Experiencia de Cliente Asociación DEC (EOI).



## Marc Monfort, nuevo Head of CI Distribución Brokers Nacionales de Zurich

Zurich Seguros ha anunciado dos nombramientos que fortalecen sus equipos de Brokers y Empresas. Marc Montfort asume el cargo de Head of CI Distribución Brokers Nacionales, mientras que Savina Macià se convierte en la directora de Empresas para Cataluña.

Montfort ha dedicado más de 30 años de su carrera al sector asegurador y se ha especializado en seguros industriales, en especial en el área de Commercial Insurance. Es Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, además de tener un Master en Dirección Técnica de Seguros. A lo largo de su trayectoria, ha trabajado en firmas como Catalana Occidente, DB Seguros, Zurich Vida, Tokio Marine, Nationale Suisse, DB Broker, Assiteca (actualmente Howden) y RSA.

Por su parte Macià cuenta con una larga trayectoria en la compañía. Tras una breve etapa en Aide Asistencia, se incorporó a Zurich en 2002, mientras culminaba su posgrado en la Universidad Autónoma de Barcelona. En 2004 se integró en el

equipo de Siniestros de Administraciones Públicas del área de Global Corporate Spain. Tras seis años en el puesto, pasó al equipo de Suscripción de Industrias de Global Corporate (después Commercial Insu-

rance), como suscriptora multiline de los ramos de Daños Materiales, Responsabilidad Civil, Responsabilidad Medioambiental, Seguridad y Retirada de Producto. En 2019, fue nombrada Head of Environmental para Zurich España, puesto desde el que ha contribuido al crecimiento del ramo de Medioambiente y ha liderado un equipo especializado en la suscripción de riesgos ambientales.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha lanzado la campaña internacional 'Preparados para afrontar el futuro', dirigida a concienciar a las empresas sobre la importancia de protegerse y prepararse para la creciente variedad de riesgos que afrontan en la actualidad.

Por último, señalar que Zurich se ha reunido con el [Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza](#) para explicar a sus colegiados cómo evaluar los riesgos en una empresa. Conocer las condiciones del puesto de trabajo y plantear acciones que consiguen un lugar seguro, disminuyendo los posibles riesgos laborales. Asimismo, se presentó la herramienta ZRA para llevar a cabo una autoevaluación.



## Mutuacat se alía con MPM para crear un ramo de deporte y ocio en su plataforma

Mutuacat y MPM Software han colaborado para crear el nuevo ramo de deporte y ocio en su plataforma. De esta forma se puede ofrecer a las corredurías una solución integral para la gestión de este tipo de seguros.

Entre los beneficios que aportan para las corredurías están: Gestión intuitiva y fácil porque se pueden realizar proyectos de seguros de deporte y ocio de forma rápida y eficiente; Emisión de pólizas online de manera rápida y eficiente, agilizando el proceso para sus clientes; Amplia gama de modalidades deportivas y de ocio, con un total de 462 opciones disponibles para cubrir las

necesidades de todo tipo de clientes; Las corredurías podrán cotizar con TarifAI los seguros de convenio colectivo de Mutuacat, que ofrecen precios muy competitivos, ya que no se exige prima mínima.

En otro orden de cosas, Pablo Collado, CEO y Co-fundador de **IMEureka**, y David Millet, CEO de MPM, fueron los ganadores del Seal Award, 'Best Partnership' de Insu-



rance World Challenges en 2023, tras haber incorporado el Marketplace de seguros de IMEureka en el ecosistema segElevia.

Por último, señalar que la sucursal de **Assicuratrice Milanese Spa** en España ha implementado varias soluciones tecnológicas de MPM (segNeurona, segCotizador y eClient), para potenciar la eficiencia en la gestión y optimizar la atención al cliente.

## Santalucía es reconocida por su experiencia de cliente en Hogar

Santalucía ha sido reconocida como la aseguradora con mejor experiencia de cliente en los seguros de Hogar por segundo año consecutivo, según el informe anual de Benchmarking de Satisfacción del Sector Seguros 2023, realizado por la consultora **StigaCX**.

En seguros de Hogar, Santalucía lidera el ranking al obtener los mayores niveles de recomendación de los asegurados. La compañía ha registrado un NPS (*Net Promote Score*) de 36.5, muy por encima de la media del sector, que se sitúa en 16.6, y mejorando la puntuación obtenida el año pasado.

Además de ser la compañía líder en recomendación de clientes, Santalucía obtiene también la primera posición en satisfacción con la prestación de Hogar en 2023, valoración realizada por consumidores que han tenido un siniestro reciente.





## El fraude al seguro por fenómenos climáticos pasa del 2% al 9% en diez años

Los casos de fraude al seguro detectados con motivo de fenómenos meteorológicos han pasado de representar apenas el 2% en 2013, al 9% en 2023; con picos en 2020 y 2021 que superaron el 11%, algunos de ellos consecuencia de Filomena. Esta es una de las principales conclusiones del 'XI Mapa AXA del Fraude en España'.

Atendiendo a la naturaleza climática, los casos de fraude que utilizan como excusa los daños por lluvia se han multiplicado por ocho en la última década; aquellos que aducían daños por viento, por más de cinco; y los casos de fraude a causa del pedrisco o la nieve, aunque también han aumentado en los últimos años, lo han hecho de una forma más moderada. El año pasado, más de la mitad del fraude detectado por estos fenómenos aducían daños a consecuencia de las lluvias; casi el 38% al viento, y el 11% restante a la nieve o al pedrisco.

Prácticamente, en todas las provincias costeras se ha producido un aumento de los intentos de fraude al seguro por estos motivos que van del 200%, al 800% en zonas como Murcia o Tarragona.

Para Arturo López-Linares, director de Siniestros de AXA, “podría rondar el 10% de las indemnizaciones que se pagan y que no se descubren. Todavía nos queda mucho por detectar en cuanto al fraude”.

La tasa de fraude al seguro en España –entendida como el cociente de siniestros fraudulentos entre el total de siniestros declarados– ha ido aumentando de manera paulatina en los últimos diez años. Con el fin de poder extrapolar este índice

al conjunto del sector asegurador nacional, AXA ha ponderado sus datos por su cuota de mercado geográfica, y de ese análisis se puede inferir que la tasa de fraude al seguro en España permanece estable desde la pandemia, en torno al 1,9%.

En 2023, la aseguradora evitó pagos indemnizatorios fraudulentos en todos sus ramos –Vida y No Vida, Particulares y Empresas– por un importe total de casi 84 millones de euros, frente a los 78,6 millones que se evitaron el año anterior. A principios de la década pasada, este importe apenas superaba los 60 millones.

A pesar de que Auto, la movilidad, continúa siendo el área de negocio que concentra el mayor porcentaje de fraude al seguro, ésta ha sufrido un gran descenso en los últimos once años. En 2012, siete de cada diez casos de fraude al seguro se producían en el ramo del Auto. En la actualidad son cinco de cada diez.

Las aseguradoras se enfrentan a tres grandes tipos de fraudes. Y la forma en la que se distribuye apenas ha variado en los últimos años. Por un lado, está el fraude ocasional u oportunista (más del 57% corresponde a estos casos); el 39,4% de todo el fraude corresponde a casos en los que existe una premeditación, una planificación para tratar de delinquir y obtener un beneficio económico, ya sea a través de un daño real o ficticio; y el peso de las tramas organizados en el total de los casos es menor, apenas el 3%. Sin embargo, los importes defraudados por cada una de ellas son mayores, y la forma de combatirlo, más compleja.

Desde AXA nos recuerdan que intentar estafar más de 400 euros es delito y se pueden abrir acciones legales sobre el defraudador, pudiendo entrar hasta en la cárcel.

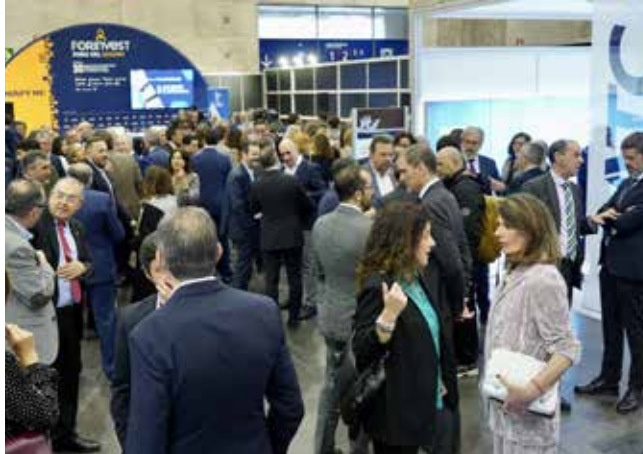


## Asase da a conocer la figura de las agencias de suscripción

El Foro Internacional del Seguro en Forinvest contó con la presencia de 4 agencias de suscripción de **Asase**: **Alea Cover**, **Exsel**, **Iberian** y **MDC Cover**, junto con Carlos Lluch y Ángel Somalo, ambos corredores de seguros, que dieron su punto de vista y experiencia de trabajar con agencias de suscripción.

El debate se centró en las ventajas, de cara al corredor de seguros, de trabajar con agencias de suscripción. Así, Dario Spata, como presidente de Asase, explicó qué es una agencia de suscripción y resaltó las ventajas frente a las aseguradoras. Además, explicó qué es un contrato de apoderamiento, o binder, y habló de la asociación que preside desde abril del año pasado. Resaltó que ya son 21 miembros, con 7 partners: Mayrit, Mac Re, Wii Re, como corredores de reaseguro, y Hogan Lovells, Bird & Bird, Ges40 y Muñoz Arribas, como despachos de abogados.

Por parte de Exsel, estuvo presente Ivonne García, directora general de la agencia de suscripción, que explicó todos los productos que Exsel suscribe, su sistema informático de cotización y emisión online, y nuevos ramos que en breve, estarán a disposición de su red de brókeres. Adicionalmente destacó la importancia que tienen los corredores en la suscripción de riesgos para cualquier agencia de suscripción, haciendo hincapié en la selección que hacen de los corredores con los que trabaja, los requisitos, tanto técnicos como de negocio.



La mesa fue moderada por Jose Luis Latorre, responsable de Alea Cover, que explicó lo exigente que son los procesos que las agencias tiene que pasar para poder trabajar con Lloyd's, siendo esto, un valor añadido para el asegurado y corredores, por el alto nivel de *Compliance*.

MDC Cover, estuvo representada por Luis Ramón Rodríguez, quien explicó los productos que la agencia de suscripción suscribe en España, e hizo una comparativa en cuanto a la legislación de otros países con respecto a España.

Tanto Carlos Lluch, como Ángel Somalo, dieron su punto de vista con respecto a capacidades de aseguradoras que algunas agencias de suscripción, tienen de países con una legislación menos estricta que la española. Ambos, están de acuerdo en que es importante de cara al corredor y cliente final, que la aseguradora sea conocida, de confianza y con una alto nivel de solvencia, además de tener un panel de reaseguradores que genere confianza. Sin embargo, Spata, en nombre de Asase, dio un punto de vista algo diferente, ya que, aunque a veces la capacidad no es comparable con la de ciertas compañías de renombre en cuanto a solvencia, sí vienen a suscribir riesgos que el mercado rechaza o no tiene apetito. Con cierto control de la solvencia y del reaseguro, las agencias pueden dar una solución a riesgos complicados que, sin estas aseguradoras, no habría posibilidad de colocación.

Por último, y a petición de preguntas del público, se entró en un debate de legislación de las agencias de suscripción. Así, Jose Luis Latorre comentó que, desde hace varios años, no existe un registro oficial de agencias de suscripción en la DGSFP, y "para encontrar algo de información al respecto, se necesita mucha pericia y olfato, cosa que no siempre es posible".

En este sentido, otras de las desventajas legislativas que las



agencias sufren, son la inexistencia de pasaporte comunitario, cuando en otros países sí pueden trabajar en todo el territorio económico europeo, la falta de derechos de cartera y propiedad del *know how* que la propia agencia posee previo a trabajar con cualquier aseguradora.

Para todos estos puntos, Spata explicó que desde Asase, se están manteniendo reuniones con la DGSFP para mejorar la legislación y derechos de la agencia, resaltando la predisposición que viene mostrando el regulador para tratar estos asuntos.

## DKV alcanza los 1.000 millones de euros de cartera

DKV ha alcanzado los 1.000 millones de euros de cartera, un hito que el actual plan estratégico 'Imagina (2021-2025)' había establecido para el año 2025.

Entre los factores que han contribuido a este éxito, su director general comercial, Pedro Orbe, destaca: la propuesta de valor y la calidad del servicio; una estrategia de multicanalidad basada en un gobierno exquisito de los posibles conflictos entre canales; la capacidad de establecer alianzas, con alta flexibilidad y capacidad en la creación de modelos de experiencia de clientes y propuesta de valor conjuntas con socios de la relevancia de Banesto, RGA, Reale, Sabadell, Zurich-Klinc, ING, etc; una red de oficinas comerciales -120 actualmente- lideradas por empresarios que han apostado por DKV para su proyecto profesional, representando su marca, vendiendo sus productos y prestando servicio a sus clientes en las localidades donde están ubicadas; así como una red de 3.000 corredores y 130 empleados de DKV que trabajan día a día

promocionando los productos de la compañía por todo el país.

Asimismo, DKV ha conseguido alcanzar los 2 millones de clientes, cuenta con 41 sucursales, 50.897 puntos de servicio y 21 espacios de salud.

En el ramo de Decesos, con 'DKV Protección Familiar', los asegurados tienen disponible apoyo psicológico y asistencia jurídica, entre muchos otros servicios. Entre ellos se encuentra el testamento online, el planificador del funeral, un servicio digital en el que se ofrecen contenidos para inspirar la personalización de la ceremonia de despedida, además de incluir consejos para antes de empezar a escribir y recomendaciones sobre cómo compartir los deseos con los seres queridos. Se trata de un servicio que facilita la toma de decisiones de una manera totalmente segura, pri-



vada y accesible, para modificar las veces que sean necesarias.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha celebrado una jornada de formación continua sobre seguros colectivos de Salud, dentro del acuerdo establecido con el Consejo de Mediadores de Seguros de Galicia para la organización conjunta de actividades de valor que favorezcan el desarrollo de los mediadores colegiados. En ella, se presentaron las modalidades de contratación colectiva, los beneficios de la contratación colectiva para la empresa y trabajadores, la Fiscalidad y Seguridad Social y la Oferta Colectiva DKV.

El número de vehículos asegurados en España se situó en 33.404.417 unidades a cierre del año 2023, lo que supone un aumento del 1,51% en comparación con un año antes. Este dato corresponde a la media de los meses de octubre, noviembre y diciembre y proviene del Fichero Informativo de Vehículos Asegurados (Fiva).

## El porcentaje de vehículos asegurados **crece un 1,51%**

En números absolutos, el promedio de vehículos en circulación por las calles y carreteras de España aumentó en 497.622 unidades respecto a diciembre de 2022. En términos inter trimestrales, el aumento es del 0,14%, lo que supone 47.392 unidades más que en la media del tercer trimestre del año.

En el cuarto trimestre de 2023, se produjeron 2.793.963 altas de vehículos y 2.754.317 bajas. Esto supone un saldo positivo entre el 1 de octubre y el 31 de diciembre de 39.646 unidades de todas las categorías (coches, motos, furgonetas, camiones, autobuses...).

La tasa de incremento interanual del parque automovilístico asegurado se aceleró en el último trimestre del año, aunque todavía está por debajo de los niveles prepandémicos, que solían situarse en el entorno del 1,8%.



## Moody's **mejora el rating de Cesce**

Moody's Investors Service ha mejorado la perspectiva del rating de Cesce, situado actualmente en un rating A3, cambiando su perspectiva de estable a positiva. La decisión viene respaldada por la elevada capitalización de la compañía y por su propia estructura como grupo.

La agencia de calificación señala, además, que el ratio de solvencia de Cesce, a nivel de grupo, se situaba en un 233% a finales de 2022, lo que se considera un nivel elevado.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha analizado los riesgos globales con los empresarios de Huelva en una jornada bajo el título 'Riesgos y desafíos en un mundo inestable'.

Su presidente, Fernando Salazar, ha destacado, entre otras cosas, la transición energética, la digitalización y el reto demográfico como "los tres desafíos más importantes y urgentes que tiene el escenario global". Frente a todos los riesgos analizados durante su intervención, Salazar ha recordado que Cesce, a través de su cartera de productos, se presenta como "un respaldo para que la actividad nacional e internacional de las empresas españolas sea más segura y competitiva".

Por último, señalar que Cesce ha renovado un año más su compromiso con el sector de la cerámica y el azulejo en Cevisama 2024. La compañía forja su alianza con un sector que, en 2023, facturó 4.652 millones de euros, según los últimos datos de la Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos. Y se presenta como un socio estratégico para el sector cerámico, compuesto por pymes y negocios familiares.







## Mutualidad supera los 10.200 millones de ahorro gestionado en 2023

**Mutualidad** ha presentado el balance de resultados de 2023, cuyo volumen de ahorro gestionado ha alcanzado los 10.209 millones de euros, lo que supone un aumento del 4,85% con respecto a 2022.

La entidad ha obtenido 85 millones de euros de resultado después de impuestos. Alcanza 535 millones de euros de fondos propios no comprometidos. Estas magnitudes han permitido obtener una ratio de solvencia del 213%, más del doble de lo exigido por el regulador.

Por otro lado, las aportaciones de los mutualistas en concepto de primas han alcanzado los 666,33 millones de euros. De las primas aportadas en 2023, el 96,09% (96,32% en 2022) corresponden al ramo de Vida y el 3,91% (3,68% en 2021) es de No Vida (Accidentes, Incapacidad Temporal Profesional y Asistencia Sanitaria).

Por su parte, Avanza Previsión ha superado por primera vez los 100 millones de euros en primas, alcanzando 109 millones en este concepto, lo que supone un incremento del 47% con respecto a 2022. Superó los 196 millones de euros en ahorro gestionado, lo que supone un crecimiento del 6,8% respecto a 2022.

Los datos de Avanza Previsión junto a los de Mutualidad, fortalecen su posición en el mercado. A nivel de Grupo Mutualidad ha alcanzado los 775,5 millones de euros en primas y los 10.407 millones de euros.

Por otro lado, la aseguradora ha dado a conocer que su Junta de Gobierno aprobó, a finales de febrero, el nombramiento de Juan Bassas como nuevo vicepresidente de la entidad tras el fallecimiento de su predecesor, Joaquín García Romanillos. Bassas es licenciado en Derecho por la Universidad de Barcelona. Ha sido diputado y vicedecano, así como presidente de la Comisión de Cultura del Colegio de Abogados de Barcelona, además de direc-

tor de la Escuela de Práctica Jurídica y presidente de la Comisión de Formación de la Federación de Colegios de Abogados de Europa.

En otro orden de cosas, Mutualidad ha querido manifestar que sigue apostando por la defensa del modelo de alternatividad para la previsión social de los profesionales autónomos y por un sistema de colaboración público-privada, tras las declaraciones de la ministra de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, Elma Saiz, sobre las mutualidades alternativas de previsión social.

En este sentido, la entidad lamenta la decisión unilateral de las medidas anunciadas por el Gobierno y en especial sobre el obligatorio encuadramiento de los colegiados profesionales autónomos en el Reta a partir de 2027 y asegura que velará por los intereses de los actuales mutualistas alternativos, así como de todo el conjunto de sus mutualistas.

En cualquiera de los casos, la sostenibilidad del modelo financiero de Mutualidad está asegurada por su sistema de capitalización individual donde cada mutualista tiene individualizados sus derechos económicos, incluso en el caso de que sus mutualistas alternativos optasen por transferir sus planes al Régimen de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social o no se diesen de alta nuevos mutualistas alternativos al Reta.

Por último señalar que, el 1 de abril, la entidad ha cambiado de domicilio social a la calle Francisco Silvela, 106, de Madrid.



## La prima media de nueva producción, en crecimiento

La prima media de nueva producción en los seguros para el Hogar registró en febrero de 2024 un aumento superior al 12% en relación al mismo mes del año anterior. Similar comportamiento se aprecia en Autos, Motos y Decesos.

La modalidad 'Estándar' es la que ha experimentado un mayor crecimiento, durante este mes, en su prima media que ha alcanzado 252 euros sobre un total de 6.059 pólizas emitidas en **Avant2 Sales Manager**, superando un 12% de incremento respecto a febrero de 2023. Le sigue de cerca la modalidad 'Premium' con un 10% y un poco más comedida pero también aumentando, la modalidad 'Básica' que ha alcanzado un 7% de subida.

En el mes de febrero de 2024, los seguros de Autos siguieron experimentando un aumento constante, registrando un incremento en la prima media de nueva emisión que superó el 14% en comparación con el mismo mes del año anterior. 'Todo riesgo sin franquicia' es la modalidad con la prima media más elevada llegando a 756 euros, lo que supone un 5% de incremento respecto a febrero de 2023. Por otro lado, la modalidad de 'Terceros ampliados' continúa absorbiendo el mayor porcentaje de pólizas de Automóviles emitidas de nueva producción llegando al 58% sobre un total de 24.032 pólizas emitidas, con una prima media de 376 euros.

En lo que respecta al ramo de Motos también se observa un crecimiento de la prima media de nueva producción aumentando este mes de febrero de 2024 más de un 12% respecto del mismo periodo de 2023. Analizando por modalidades 'Terceros ampliado' alcanzó el 31% comparando el mes de febrero de 2024 con el mismo mes del año anterior.

El ramo de Decesos continúa, en este segundo mes del año, el aumento de su prima media alcanzando un incremento del 19% con respecto al mes de febrero de 2023.

Observamos también un creciente interés en este tipo de seguros, que se refleja en el aumento de pólizas emitidas durante este mes que fue un 16% superior al mismo periodo del año anterior.

AUTOS febrero		avant2 <small>SALES MANAGER</small>	
Modalidad	Prima media		Incremento
	2023	2024	
Terceros	325 €	369 €	13,54%
Terceros Ampliado	326 €	376 €	15,34%
Todo Riesgo Con Franquicia Alta	585 €	729 €	24,62%
Todo Riesgo Con Franquicia Media	506 €	610 €	20,55%
Todo Riesgo Con Franquicia Baja	469 €	539 €	14,93%
Todo Riesgo Sin Franquicia	719 €	756 €	5,15%

## Metlife cumple 55 años en España

**Metlife** celebra este año sus 55 años de historia en España. Actualmente cuenta con más de dos millones de clientes en el ámbito de la protección personal.

“Estamos muy orgullosos de seguir sumando años de historia en España. Han sido 55 años en los que hemos tenido la oportunidad de vivir la apasionante transformación digital que ha experimentado el sector y el crecimiento tanto del sector como del mercado español”, ha dicho Oscar Herencia, vicepresidente para el Sur de Europa y director general de Metlife en Iberia.





## Cecas lanza el Curso de Experto en Seguros de Ahorro

Los cambios legislativos sobre las futuras pensiones públicas, el aumento de los tipos de interés, las dudas que se plantean con determinadas inversiones, así como la buena acogida que tuvo el curso en su primera edición han llevado a **Cecas** a presentar una nueva convocatoria del 'Curso Experto en Seguros de Ahorro'.

El curso, que comenzó el 3 de abril, será impartido por M<sup>a</sup> Eugenia Líbano, consultora independiente en Previsión Social con más de 25 años de experiencia y premio Aula Magna 2023 del IES a la Trayectoria en Formación del sector seguros y Javier Romero, máster en Asesoría Fiscal, experto formador en el sector asegurador y colaborador, entre otros, de Icea.

Todo el curso se desarrolla en formato webinar a lo largo de 30 horas de duración, repartidas en 14 sesiones. En él se profundiza en el marco legal español, las obligaciones que impone el sistema financiero actual, los productos más relevantes, sus repercusiones fiscales, así como en las principales características de la comercialización de esta tipología de seguros.

Por otro lado, Cecas ha abordado en un webinar la situación y alcance del fraude al seguro. Miguel Ángel Vázquez, responsable de Análisis y Estudios y Prevención y Lucha contra el Fraude en Unespa, analizó el alcance y la situación de los intentos de estafa al seguro en España, así como su composición: métodos y tipología de defraudadores más frecuentes.

En España, las reclamaciones fraudulentas al seguro más habituales se dan en los ramos de Automóviles, Responsabilidad Civil y Multirriesgos. Cuando el fraude al seguro se realiza con ánimo de lucro, el Có-

digo Penal lo considera delito de estafa y podría conllevar penas de entre seis meses y tres años de cárcel. También puede implicar multas económicas, daños a la reputación y pérdida de cobertura de seguros en el futuro.

En otro orden de cosas, Cecas ha superado satisfactoriamente todos los requisitos para renovar la certificación de gestión de calidad ISO 9001:2015, otorgada por la entidad Bureau Veritas.

Para conseguirlo, ha tenido que garantizar: un compromiso con la satisfacción de sus alumnos, atendiendo sus necesidades y dando respuesta a sus expectativas; mejora continuada de sus procesos y desempeño con la involucración de todos los empleados de Cecas; gestión eficaz y eficiente donde la alta dirección se compromete con la calidad; toma de decisiones basadas en el análisis de datos e información fiable; cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios; y relaciones confiables y responsables con sus proveedores.

Por último, señalar que Cecas estrenó en marzo dos nuevos cursos de experto, uno en digitalización y otro en seguros de Construcción. El primero de ellos, contempla 10 horas de formación repartidas en 5 sesiones de dos horas. El de Construcción, tiene una duración de 6 horas repartidas en 6 sesiones.



## Musaat nombra a Vicente García Tapias **director general**

El Consejo de Administración de **Musaat** ha acordado por unanimidad el nombramiento de Vicente García Tapias como nuevo director general de la entidad.

Licenciado en Económicas, se incorporó a la mutua en 2001 y, desde entonces, ha desempeñado sus funciones profesionales en el Área de Inversiones como director del departamento. Además, ha sido el titular de la Función de Gestión de Riesgos y es consejero de Indycce OCT, el Organismo de Control Técnico del Grupo

Musaat. Durante los últimos cinco meses, ha asumido el cargo de subdirector general.

En otro orden de cosas, la aseguradora y la Confederación Nacional de la Construcción (**CNC**) han firmado un acuerdo de colaboración para impulsar la contratación de seguros a todos los asociados de las diferentes entidades confederadas de la CNC, tanto de ámbito nacional como territorial.

Los beneficiarios podrán disfrutar de distintas bonificaciones y ventajas en los seguros de Responsabilidad Civil a Promotores y Constructores, en Decenal de Daños a la Edificación, en los de Todo Riesgo Construcción y en los seguros de Caución.



## **Arag supera los 185 millones de facturación en Iberia**

El **Grupo Arag** ha cerrado el ejercicio 2023 con una facturación de 185 millones de euros en España y Portugal. Son 13 millones más que el año anterior, lo que supone un incremento del 7,5%.



Portugal ha aportado 4,4 millones a esta cantidad, con un crecimiento del 32,85%, impulsado por los seguros de Asistencia en Viaje. Por su parte, ASSP, la filial de Servicios Legales, ha sumado 3,2 millones a esta cifra de negocio.

La gama de Defensa Jurídica, negocio principal de la aseguradora, sumó unos 104,2 millones de euros. Por otro lado, los seguros de Viaje a personas continúan la

trayectoria ascendente iniciada tras la pandemia. En 2023, estas pólizas sumaron 53,6 millones de euros.

En 2024, se espera que la compañía siga la senda de crecimiento de los últimos años. Adaptarse a las circunstancias, ser flexibles, tener procesos internos ágiles y seguir mejorando el posicionamiento en el mercado son los objetivos de la aseguradora para este año.



## GCO crece un 13,4% más en 2023

**GCO** cierra 2023 incrementando su resultado consolidado un 13,4% respecto al ejercicio anterior, hasta los 615,5 millones de euros. El volumen de negocio, por su parte, avanza un 9,7% y se sitúa en 5.792,6 millones de euros.

En el negocio tradicional, integrado por las compañías que se han fusionado en Occident (Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros, Seguros Bilbao y NorteHispana Seguros), el resultado ordinario aumenta un 1,3% y alcanza los 261,1 millones de euros, mientras que el volumen de negocio (primas facturadas) crece un 7,8% respecto a 2022 hasta los 3.064,7 millones de euros. Por ramos, destaca el crecimiento de facturación en Vida, diversos y Multirriesgos, del 10%, 8,7% y 6,9%, respectivamente.

El negocio de seguro de Crédito (Atradius Crédito y Caución) obtiene un resultado ordinario de 365,6 millones de euros, un 3,1% más que en el ejercicio anterior. Su volumen de negocio (primas facturadas e ingresos por información) se incrementa un 4,1% y alcanza los 2.500,9 millones de euros.

El negocio funerario, por su parte, aporta un resultado ordinario de 13,6 millones de euros y unos ingresos de 227 millones de euros.

GCO mantiene una sólida posición financiera y de solvencia. A cierre del ejercicio 2023, su ratio estimado de solvencia es del 232%. Los recursos permanentes a valor de mercado se incrementan un 16,7% y se sitúan en 5.738,8 millones de euros, mientras que los fondos administrados crecen un 3,4% hasta los 15.364,7 millones de euros.



Por otro lado, Occident sigue ampliando sus seguros de Salud con la incorporación de nuevas especialidades médicas en los servicios ofrecidos a través de 'Tu salud digital': dermatología, ginecología y endocrinología. Estas se suman a las ya existentes de medicina general, pediatría, psicología y nutrición, así como al chat médico de medicina general y urgencias.

Por último, señalar que [GCO Ventures](#), el vehículo de corporate venturing de GCO, ha lanzado su segunda venture: Vivara, una start-up centrada en ofrecer alquiler seguro y garantizado de vivienda, tanto para el propietario como para el arrendatario.

Vivara nace con el objetivo de asegurar la tranquilidad de los pequeños propietarios facilitándoles inquilinos solventes y de confianza, así como también proveer de viviendas de calidad a los arrendatarios. En este sentido, la start-up garantiza a los propietarios el cobro garantizado y puntual del alquiler y el mantenimiento de la vivienda, mediante una gestión integral del inquilino y de todas sus incidencias y reparaciones. Vivara también brinda coberturas de impagos, de actos vandálicos y cobertura legal de desahucios. Asimismo, en caso de rescisión por parte del inquilino o al vencimiento del contrato, Vivara se encarga de buscar un nuevo arrendatario.



**MIC Insurance**, en 2023, creció un 60,42% en su volumen de primas, alcanzando una facturación de 152 millones de euros frente a los 96 millones alcanzados en el ejercicio anterior.

## El volumen de primas de MIC Insurance **crece un 60,42%**

Según explica Antonio Morera Vallejo, presidente de MIC Insurance y de Grupo Morera & Vallejo, “hemos tenido un incremento de negocio espectacular basado, sobre todo, en la consolidación de la sede central en Francia, la estabilización de nuestros sectores de negocio estrella: Caución, seguros de Construcción, Accidentes, Responsabilidad Civil y Multirriesgo para industrias; y también gracias al servicio ofrecido por un excelente equipo de profesionales con gran experiencia, tanto en nuestra oficina en París, como en la sucursal de MIC en España”.

Asimismo, hay que destacar que los activos de la entidad también se han incrementado un 32%, alcanzando los 405 millones de euros, un salto sin duda importante a la hora de consolidar la solvencia de la compañía.

## Santévet compartió sus **novedades en la feria Iberzoo+Propet**

**Santévet** estuvo presente, un año más, en Iberzoo+Propet, el mayor evento nacional e internacional dirigido al profesional del animal de compañía. Allí presentó sus novedades, con el foco puesto en el bienestar animal, ofreciendo condiciones mejoradas y una oferta completa y accesible.

La compañía ha renovado sus prestaciones con medidas que incluyen la ampliación del límite de edad de perros y gatos para acceder al seguro de Salud, un aumento de la cobertura de gastos preventivos, un incremento del límite máximo anual de reembolso y una reducción de los periodos de carencia.

Del mismo modo, expuso a los veterinarios los beneficios que brinda el seguro de Salud Santévet, como la libertad profesional de los veterinarios a la hora de fijar sus honorarios, en el momento de proponer las pruebas necesarias para llegar a un diagnóstico y en la elección del tratamiento más adecuado. Además,

permite que el profesional pueda transferir a sus pacientes a otros centros cuando el problema de salud lo requiera, en el caso de necesitar pruebas o tratamientos adicionales, mejorando la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.





## Iris Global, reconocida por su innovación tecnológica

Iris Global ha sido galardonada con el Premio a la Excelencia en Innovación Tecnológica y Transformación Social de la VI edición de los Premios a la Excelencia, organizados por Capital Radio.

Capital Radio ha reconocido a un total de 12 empresas, entidades y profesionales, en sus respectivas categorías, que han destacado en diferentes ámbitos económicos durante 2023. El otorgado a Iris Global destaca la labor en la implementación de tecnologías innovadoras para impulsar la transformación social y promover un cambio positivo en la sociedad, así como por su compromiso con la innovación.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha logrado un avance en la modernización de la atención médica durante los viajes al incorporar con éxito la telemedicina en sus servicios, algo importante en situaciones donde la asistencia médica presencial puede ser limitada o difícil de obtener.

De hecho, el 70% de los casos se re-



suelven con éxito en la primera intervención, subrayando la eficacia de la atención médica virtual ofrecida. El 95% de las asistencias médicas registran una preferencia por la consulta virtual que evidencia la aceptación positiva y la comodidad experimentada por los viajeros. Solo el 6% de las consultas remotas requieren derivación a consultas presenciales.

Por otro lado, Iris Global ha llevado a cabo la implementación exitosa de un sistema de monitorización de redes sociales

que ha conseguido grandes avances para la gestión de cuentas de X (anteriormente Twitter), Facebook e Instagram de la marca y de los clientes que lo contratan. Iris Global ofrece este nuevo servicio a todo tipo de compañías y se compromete en utilizar la tecnología para servir mejor a la comunidad de las mismas para marcar una diferencia competitiva.

A lo largo del año pasado, se han incrementado las consultas gestionadas por redes sociales. En total, hubo 12.000 interacciones gestionadas, lo que representa un crecimiento del 200% en comparación con

el año anterior. Estas interacciones se distribuyeron en quejas, consultas y agradecimientos. El tiempo de respuesta a las consultas tanto de Iris Global como de los clientes que gestionan es inferior a 2 horas en más del 99% de los casos.

Por último, señalar que la aseguradora ha patrocinado Disrupt 2024, una iniciativa organizada por la Asociación de Jóvenes Profesionales del Seguro (AJPS). Disrupt fomenta el potencial de los jóvenes talentos en el ámbito asegurador.



## Onlygal lanza una nueva edición de su programa de fidelización para mediadores

**Onlygal** da a conocer la edición 2024 de su Programa Partners, bajo el slogan 'Has activado tu potencial como mediador', que incluye nuevos beneficios y un nuevo diseño en línea con la nueva identidad de la compañía.

Valorando el esfuerzo realizado por el mediador durante el ejercicio anterior en su apuesta por la protección jurídica y la asunción de nuevos retos, el Programa Partners -con tres niveles, Excellence, Premium o Advance- le ofrece recompensas al permitirle disfrutar durante todo el año de servicios y ventajas exclusivas en todas las áreas de su relación con Onlygal al tiempo que sigue ayudándole a impulsar su negocio.

Desde la aseguradora destacan la atención personalizada con plazos de respuesta en 24-72 horas, productos exclusivos para su distribución y descuentos comerciales en pólizas y acciones de venta. Desde el área

de siniestros, se pone a disposición de los mediadores una línea jurídica para consultas de la propia correduría, así como sobre siniestros de clientes de la correduría sin póliza de Onlygal. Asimismo, desde las áreas de Marketing y Comunicación se facilitarán guías y materiales para impulsar las acciones comerciales, además de talleres formativos en materia de producto.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha mantenido un encuentro de trabajo con los presidentes de los colegios de mediadores, para hablar de la protección jurídica como valor diferencial para el cliente.

Además de presentar los datos de la

evolución y cierre del canal en 2023 –que ha elevado su cifra de negocio en un 14,16%–, la compañía explicó el posicionamiento de su nueva marca, el plan estratégico y la propuesta de valor desarrollada para los mediadores, así como las conclusiones de su último estudio 'Necesidades y percepciones sobre las soluciones legales', que analiza los conocimientos legales de los ciudadanos y sus experiencias con el ámbito legal.

Por último, señalar que, con motivo de la Semana Santa, la aseguradora recordó a los consumidores algunas pautas a seguir para evitar fraudes o incumplimientos que puedan enturbiar sus vacaciones.

Desde la entidad se dice que “gracias a las medidas comerciales adoptadas, y al empeño por mejorar la oferta de productos y servicios, hemos logrado un crecimiento del 10,59% en primas”.

La dirección de Active Seguros sigue manteniéndose firme en su independencia comercial y administrativa, con perspectivas positivas para 2024,.



## Active Seguros **crece un 10,54%**

**Active Seguros** ha anunciado sus resultados financieros del año 2023, donde ha crecido un 10,54% en primas.







## AXA Partners crea una web sobre su actividad de asistencia a camiones

AXA Partners estrena una nueva página web dedicada a la asistencia en carretera para los llamados vehículos de segunda categoría (+3.500 kg): camiones, remolques y autobuses.

La web ha renovado completamente su imagen para adaptarse a las tendencias actuales y garantizar un acceso más rápido e intuitivo a los contenidos. Entre las novedades de la página, destaca un blog con reflexiones de expertos de AXA Partners sobre cuestiones de actualidad, sus servicios y las necesidades de los clientes y un bloque dedicado a proyectos de éxito en esta área de la compañía. Otro apartado del menú está dedicado a las soluciones que ofrecen desde la entidad para responder a los profesionales de la carretera, así como la experiencia técnica de la compañía en diferentes tipos de vehículos profesionales y sectores de actividad.

En otro orden de cosas, según reflejan los resultados de una encuesta realizada por la aseguradora, un 44% de los españoles que ha realizado un desplazamiento al extranjero durante los dos últimos años no había contratado un seguro de Viaje que cubriera los posibles imprevistos.

El informe recoge que un 59% de los españoles ha viajado al extranjero en los dos últimos años y, de ellos, solo el 56% contrató un seguro de Viajes. Las personas más propensas a contratar un seguro son las que están entre 35 y 44 años (62%) y entre 45 y 54 años (61%). La contratación desciende al 51% entre los jóvenes de 18 a 34 años y al 52% entre los de 55 y 70 años.

Resulta también interesante observar cómo el porcentaje de contratación es significativamente más elevado en los viajes por motivos de trabajo (78%) o estudios (67%), frente a los viajes por motivos familiares (57%) o por placer (53%). Nueve de cada diez



viajeros (92%) dan mucho valor a la capacidad de la aseguradora para gestionar los siniestros de manera online.

Andreas Friedrich, director de operaciones de AXA Partners, señala que “el precio de un seguro apenas supone entre el 2 y el 5% del coste del viaje, frente a unas coberturas muy extensas. Mientras que, por ejemplo, organizar la vuelta a casa desde América hasta Europa por cuenta propia ante un incidente puede alcanzar los 250.000 euros”.

El informe recoge que el canal online es el preferido para realizar la contratación: lo escogió el 62% de los viajeros, frente al 33% que se decantó por la contratación presencial y el 5% que recurrió a una llamada telefónica.



## El Sistema de Información de Prevención del Fraude en Diversos **incorpora nuevas aseguradoras**

El Sistema de Información de Prevención del Fraude en Seguros de Ramos Diversos (SIPFSRD), iniciativa sectorial que se puso en marcha en septiembre de 2020, contará con la participación de 8 aseguradoras operativas.

A las entidades activas hoy: Allianz, Mapfre, Mutua de Propietarios, Mutua Madrileña, Pelayo y Santalucía, se unen ahora AXA y Ocaso. Occident formalizó su adhesión al Sistema y otras entidades como Zurich se interesan por participar, con lo que la cuota de mercado participante en el servicio se situaría en torno al 60%.

El objetivo de la puesta en marcha de este sistema es dotar al sector asegurador de una herramienta para ayudar en la detección de posibles fraudes de los ramos de Hogar, Comunidades y Comercios.

Este enfoque colaborativo ha potenciado, además, la optimización del servicio al cliente por parte de las aseguradoras, posibilitando respuestas más ágiles en la gestión de siniestros, gracias a la implementación de tecnologías de vanguardia.

Actualmente, **Tirea** sigue trabajando en la puesta en marcha de otras iniciativas y proyectos de su Plan de Estrategia y Eficiencia 2022-2024, en ámbitos como el vehículo conectado, el enriquecimiento del dato y soluciones que facilitan al sector la adaptación a los nuevos requerimientos de la regulación y normativa vigentes en ciberseguridad y resiliencia operativa y en cuanto a obligaciones en interoperabilidad y compartir datos (Dora, Data Act, CRA, Fida...), así como en facturación electrónica, por el impacto de la Ley Crea y Crece.



## JubilaME crea un **asistente del hogar impulsado por IA**

**JubilaME** ha creado la solución 'Onorato', un asistente del hogar impulsado por inteligencia artificial (IA) enfocado al cuidado y la compañía de personas mayores.

Durante la última década en España, el número de personas mayores de 65 años que viven solos se ha disparado hasta superar el 20%. Son dos millones de personas que prefieren permanecer en sus propios hogares en lugar de en una residencia. 'Onorato' hace que los usuarios se sientan acompañados, atendidos y seguros.



## GexBrok y Fe Seguros, Premios Galicia Segura 2024

El jurado de los Premios Galicia Segura, presidido por Pilar González de Frutos, ha decidido que los ganadores de la XX edición sean: en la categoría de Distribución de Seguros, **Gexbrok Mediación**; en la categoría de Asegurador, **La Fe, Previsora Compañía de Seguros**; en la categoría de Progreso y Desarrollo del Seguro, **Cepreven** (Asociación de Investigación para la Seguridad de Vidas y Bienes); en la categoría de Investigación Aseguradora, Mariano Yzquierdo; en la categoría de Dirección, Salvador Marín (**Howden**); y en la categoría de Empresa Gallega, Zendal Health.



Gexbrok Mediación es una correduría de seguros familiar con más de 35 años de experiencia en el mercado, con sede en Cáceres y presencia nacional a través de oficinas propias en Extremadura, Madrid, Andalucía y Cataluña, así como una red de colaboradores en todo el país (Red Élite). La empresa es miembro de importantes asociaciones del sector y forma parte de un grupo empresarial que incluye Gefiscal ETL Global y Adverto Consultores, brindando un asesoramiento integral en materia aseguradora y financiera a sus clientes.

La Fe, Previsora Compañía de Seguros

nació en Vigo en 1924 como 'Vieira y Mon' con un capital social de 9.000 pesetas para brindar servicios funerarios a familias necesitadas. En 2019, tras fusionarse con 'La Previsora Mallorquina', adoptó su nombre actual.

La empresa ha crecido y diversificado sus servicios, siendo líder en solvencia con un patrimonio neto de más de 85 millones de euros. Su estrategia se centra en un crecimiento rentable y en la mejora constante de la calidad de atención a sus asegurados.

Salvador Marín es un ejecutivo con una amplia trayectoria en el sector asegu-

rador. Posee una licenciatura en Derecho de la Universidad de Valencia y un MBA del Instituto de Empresa. Inició su carrera en Allianz como suscriptor de grandes cuentas en 1996 y luego ocupó roles directivos en ST Paul Insurance y Morea y Vallejo correduría de seguros. Desde 2006, ejerce como director general del Howden Iberia y ascendió a CEO en 2018. En 2022, fue nombrado CEO de Nordics en Howden, ampliando su responsabilidad a países como Islandia, Finlandia, Noruega, Suecia, Dinamarca, Portugal, Marruecos, Bélgica y Polonia.



## El Seguro indemnizó con 387 millones a víctimas de accidentes de tráfico por los servicios sanitarios

El seguro del Automóvil pagó 387 millones de euros por la atención sanitaria que recibieron las víctimas de accidentes de tráfico en 2023, según el informe 'Las asistencias sanitarias en accidentes de tráfico' elaborado por Estamos Seguros, la iniciativa de divulgación de la cultura aseguradora de [Unespa](#).

En España, el seguro privado asume los servicios sanitarios que la víctima deba recibir, desde el traslado a un centro hospita-

rio hasta los tratamientos que sean necesarios, y tanto si el prestador del servicio es un centro perteneciente a la sanidad pública como a la privada.

Los 387 millones desembolsados en el conjunto de 2023 se repartieron casi a partes iguales entre la sanidad pública y la privada, de acuerdo con Tirea a través de la cual se gestionan los convenios (CAS). Las provincias que acumulan un mayor porcentaje de pagos por prestaciones sanitarias a víctimas de accidentes de tráfico son Barcelona (15%), Madrid (8,6%) y Sevilla (7,2%).

En función de la condición de la persona atendida, el informe revela que el 59% de las atenciones se concentran en conductores (culpables o no culpables), mientras que un 29% corresponde a ocupantes y otro 11,7%, a peatones.



El análisis destaca que, por el contrario, los elementos más positivos relacionados con esta medida -que bajen los precios (27%) o que sea más fácil y accesible alqui-

## Aumento de alquiler ilegal y reducción de la oferta, principales temores en el alquiler de viviendas

Aunque un 66% de los españoles considera que el Sistema Estatal de Referencia de Precios de Alquiler de Vivienda puede ser útil, un 29% considera que sus principales consecuencias serán la estimulación del mercado de alquiler ilegal ('mercado negro') y la reducción del mercado de la vivienda de alquiler (29%). Esta es una de las principales conclusiones del informe realizado por el [Grupo Mutua Propietarios](#).

lar una vivienda (22%) - están a la cola de las consecuencias percibidas.

Los españoles apuntan que aumentará el mercado del alquiler ilegal (41%), habrá una reducción de la oferta de viviendas

bien porque se conviertan en pisos turísticos (35%) o bien porque se pongan a la venta los inmuebles (25%) y disminuirá la inversión en el mantenimiento de las viviendas (25%).



## Aegon reúne a los gerentes del canal mediación en una convención comercial

Aegon ha querido ratificar la importancia que tiene la figura del mediador para el sector en su última convención. El evento contó con la presencia de los principales responsables y gerentes del canal, así como de Marketing y soporte de ventas.

La convención contó con una exposición de los retos y desafíos a los que tiene que hacer frente el canal de mediadores de Aegon. De la mano de los directores territoriales (Joaquín Álvarez, Fernando Díaz, y Gabriel Fransitorra), se abordaron los objetivos que se persiguen en este canal. También se expusieron las buenas prácticas aplicadas de cara a la red comercial.

Asimismo, Pedro Zabaleta, director del canal, Jose Ramón Azurmendi, director comercial, y María Victoria Oñate, directora de colectivos, quisieron hacer hincapié en la labor que desempeñan los gerentes y los mediadores para la industria. “Como personas que cuidan de personas, consideramos esencial que el mediador reciba el protagonismo y el asesoramiento cercano que merece”, añadió Zabaleta durante su intervención. “El plan estratégico que elaboramos hace ya más de dos años para el Canal de Mediadores es una prueba de nuestro compromiso con la red mediada”.

En otro orden de cosas, el ‘I Informe del Corredor de Seguros en España: perspectivas, digitalización y retos’ de la aseguradora, ha dado a conocer que



la inflación se constituye como el principal riesgo para el 72,3% de los mediadores en el contexto económico actual.

Atendiendo a las perspectivas globales del negocio asegurador, el segundo riesgo más señalado sería la siniestralidad general del sector (53,2% de los corredores encuestados); la regulación de la industria (29%) y la fusión entre aseguradoras (28%). Si se analiza la cuestión en un horizonte temporal a 10 años, el 57,3% considera que el principal reto de la industria es que las compañías no aseguradoras empiecen a comercializar seguros.

Ahondando en las perspectivas de los seguros de Salud, tanto los mediadores como los clientes encuestados aseguran que será el ramo que más crezca en los próximos años. Analizando la perspectiva de la red mediada, un 49,1% de los mediadores que trabajan de forma mayoritaria en Salud creen que su negocio crecerá de forma notable mientras que el 38,2% considera que lo hará moderadamente. Por otro lado, se sitúan como segmento de mayor crecimiento Vida-ahorro (8%) y Vida-riesgo (6,3%).

De manera adicional, los mayores riesgos que perciben los mediadores para el ramo de Salud en particular y de cara a los próximos años, son la saturación de la sanidad privada (51,8% de los casos) y el empeoramiento de la situación económica, así como la pérdida de poder adquisitivo (39,3%).

Con respecto a las perspectivas de los seguros de Vida-riesgo, los corredores que trabajan mayoritariamente en este ramo pronostican (45,5%) que su negocio crecerá, aunque no en exceso. A su vez, un 31% espera que este segmento de su actividad crezca notablemente. Analizando los riesgos principales para estos productos, la red mediada (53,1%) destacaría el deterioro de la situación económica, así como el poder adquisitivo como la principal amenaza para el ramo.

## Generali GC&C ofrece ingeniería de riesgos

La concienciación y la implementación de medidas adecuadas de protección permiten aminorar o anular la frecuencia y la posibilidad de siniestros que puedan poner en peligro la continuidad del negocio



Estos son los elementos clave para proteger adecuadamente el patrimonio de las industrias según destacó Adrián Díaz de Ilarraza, Head of Risk Engineering & Loss Prevention de **Generali GC&C** en su intervención en las jornadas organizadas por el Consejo Catalán de Mediadores de Seguros y el Consejo de Colegios de Ingenieros Técnicos Industriales de Cataluña sobre el impacto que los riesgos industriales.

Díaz de Ilarraza destacó que “un siniestro de intensidad puede provocar que las empresas pierdan todos sus activos y, en consecuencia, paralizar su actividad durante muchos meses. Es necesario una toma de conciencia para implantar medidas de protección y prevención que aborden estas circunstancias y protejan tanto los activos como la reputación de la compañía, algo esencial para la continuidad de su negocio”.

Uno de los principales mensajes que se han transmitido es que las empresas acometen las medidas de Prevención de sus activos y negocio en base a la regulación vigente; una regulación elaborada para proteger principalmente a las personas, pero no a los bienes, por lo que resulta insuficiente para la protección de éstos y la viabilidad del negocio.

En este sentido aseguró que en la aseguradora se trabaja en el área de Ingeniería de Riesgos para aportar valor añadido a sus clientes desde un enfoque proactivo que ofrece soluciones a la medida de todo tipo de empresas, desde las grandes corporaciones o empresas de tamaño medio con vocación internacional. Se trata de un servicio que va más allá de la póliza y que permite ayudar a los clientes a lograr sus metas.



## Caservet abre su primer hospital veterinario con urgencias 24 horas en Madrid

**Caservet** ha anunciado la apertura de su primer hospital veterinario con servicio de urgencias las 24 horas del día, los 365 días del año, en Madrid.

Un equipo de ocho veterinarios y seis auxiliares atiende en estas nuevas instalaciones ubicadas en la Avenida de Isabel Valois 55, en el barrio de Sanchinarro.

Cuenta con seis consultas (una de ellas exclusiva para gatos), quirófanos, pre quirófanos y salas de hospitalización con vigilancia del centro y se añade una de especialidad de urgencias sumándose a las de medicina interna, medicina felina, cirugía, traumatología, oftalmología, cardiología, diagnóstico por imagen, endoscopia y anestesia.



## Luis Gasca se incorpora a Aura Seguros como director de Canal Digital

**Aura Seguros** ha incorporado a Luis Gasca como director del Canal Digital. En los últimos 10 años ha estado focalizado en el sector asegurador, gestionando la estrategia digital para garantizar el crecimiento y la rentabilidad del negocio a través de distintas acciones de captación, retención y mejora de la experiencia digital.

Es licenciado en Marketing y posee un máster en relaciones públicas por la UAB, un máster en Marketing Digital por la Universidad Pompeu Fabra y un Executive MBA por EAE. Con una experiencia de más de 15 años gestionando proyectos y equipos de

marketing digital en distintos sectores, ha colaborado también como docente de distintas disciplinas de marketing digital en universidades como la Universitat Pompeu Fabra, EAE, Universitat de Barcelona y Nuclio Digital School.



## ‘MAvalue Selfcare’, la herramienta digital de Multiasistencia, premiada

‘MAvalue Selfcare’, la herramienta digital de **Multiasistencia** para abrir, tramitar e indemnizar económicamente siniestros del Hogar de forma rápida y autónoma, ha ganado el primer premio, Gold, en la categoría de Eficiencia Operativa en los Qorus Reinvention Awards Europe de 2024.

Con más de 50 años de experiencia, Qorus, la organización internacional de expertos en banca y finanzas, premia aquellas empresas que están redefiniendo el futuro del sector mediante la innovación, basándose en criterios de originalidad, impacto y universalidad.

‘MAvalue Selfcare’ permite al asegurado abrir y gestionar su propio siniestro, mediante la carga de fotos y videos de los daños sufridos en el hogar. La herramienta evalúa los costes de forma rápida, precisa y ejecuta una compensación económica instantánea. Da una valoración completa en 10 segundos, con un 90% de exactitud y evitando la intervención de un perito en un 60% de los casos.



## Pelayo incrementa su facturación un 9,3% en 2023

En la Asamblea General de Mutualistas de Pelayo se han aprobado las cuentas y la gestión del ejercicio 2023, donde la facturación del Grupo alcanzó los 519,8 millones de euros, con un incremento de un 9,3%. Autos, el ramo más importante para la entidad, facturó 303,1 millones de euros, con un incremento de un 10,3%.

La Asamblea General ha aprobado la propuesta del Consejo para la aplicación del Resultado Neto (-4.713.077,26 euros), incluido el remanente de 200.000 euros que será destinado a distintas acciones solidarias, instrumentadas a través de la Fundación Pelayo. La cifra de resultado se ha visto afectada por el incremento de la siniestralidad (por la inflación y los impactos de fenómenos meteorológicos extraordinarios) y por la dotación para la variación de valor de fondos de inversión.

Los fondos propios de la entidad se han situado en 350,3 millones, manteniendo un excelente nivel de solvencia de 2,4 veces el mínimo exigido. En el 2023 el Índice de Satisfacción de Clientes ha alcanzado una valoración general de un 8,2.

La ratio de siniestralidad se ha situado en un 70,7%, superior

a la de 2022, debido sobre todo a la mayor frecuencia de siniestros de Hogar y Autos por los fenómenos meteorológicos y al incremento en los costes.

La compañía de Vida, de la que Pelayo es socio al 50% junto a Santa Lucía, ha alcanzado una facturación de 10,7 millones de euros y unos fondos gestionados de 81 millones de euros. El resultado de esta entidad ha alcanzado un beneficio de 2,2 millones de euros.

Agropelayo, Sociedad de negocio agrario de la que Pelayo es socio al 50% con AMInversiones Colectivos Agrarios S.A., ha alcanzado una cifra de negocio de 144,7 millones de euros y el resultado ha sido de - 0,7 millones de euros, debido al incremento de la siniestralidad por la ocurrencia de diversos fenómenos climatológicos extraordinarios.



## Las inversiones del sector alcanzaron los 305.067 millones en 2023



El volumen estimado del total de las inversiones del sector asegurador español en el cuarto trimestre del año 2023 se situó en los 305.067 millones de euros, según informa [Icea](#).

El 48,1% de dicho volumen representa la inversión de la cartera de Vida, el 14,9% la correspondiente a No Vida, el 33,6% a la cartera general y los fondos propios suponen el 3,4% restante.





## Coface obtiene un beneficio neto de 240,1 millones en 2023

Coface cerró 2023 con una cifra de negocios de 1.868 millones de euros, lo que supuso un aumento del 3,8%, con un beneficio neto de 240,1 millones.

Las primas de seguro de Crédito se elevaron un 5,4%. La retención de clientes se sitúa en 93,1%; la fijación de precios disminuye (-1,9%), pero se estabilizó en el cuarto trimestre. El ratio de siniestralidad neta se situó en el 37,7%, lo que implica una disminución de 2,0 puntos porcentuales (p.p.). Mientras que el ratio combinado neto fue del 64,3%, con una disminución de 3,3 p.p. frente a 2022. El ratio de siniestralidad bruta estuvo en el 35,8%, lo que supone un aumento de 0,3 p.p. en un entorno de riesgo próximo a las medias históricas.

Xavier Durand, CEO de Coface, manifiesta: “Nuestra facturación aumentó un 6,0% a tipo de cambio constante durante el año debido a un excelente primer semestre, la retención de clientes y un aumento de los ingresos por servicios. Los ingresos por información comercial aumentaron un 23,4% en el último trimestre, con un crecimiento anual del 17,3%”.

El resultado neto anual según la norma IFRS 17 se mantuvo estable en 240 millones de euros gracias a un excelente margen de suscripción, lo que llevó a un RoATE anualizado del 13,4%, a pesar del impacto negativo de la caída de algunas divisas (Argentina, Turquía) y de un descenso de los precios inmobiliarios, que afectaron al resultado neto.

Por otro lado, la aseguradora ha presentado su plan estratégico 2024-2027 ‘Power the Core’, cuyo objetivo es el desarrollo de un ecosistema global de referencia para la gestión del riesgo crediticio.

El nuevo plan profundizará y ampliará la calidad de la cobertura de Coface. Sus objetivos son: Alcanzar la excelencia en datos y tecnología; Profundizar y ampliar la cobertura histórica de seguros de Crédito comercial; Aumentar de forma rentable los servicios de información empresarial a una tasa de crecimiento de dos dígitos; Aprovechar su cultura de multinacional de tamaño humano con un fuerte compromiso con la sostenibilidad.



## Correduidea lanza un asistente de IA para el curso Nivel 1

Correduidea ha lanzado un asistente de inteligencia artificial (IA), diseñado para el Nivel 1 de seguros.

El asistente es capaz de ofrecer explicaciones personalizadas de los conceptos, adaptándose al ritmo de aprendizaje de cada usuario y realizar simulacros de exámenes para que puedan evaluar su progreso y prepararse para el examen oficial.

Desde el 1 de abril, este asistente está disponible para los Colegios de Mediadores de Seguros de Toledo, Córdoba, Huelva y Sevilla, marcando una nueva era en la formación en seguros.

## Espabrok refuerza su especialización en clientes empresas con programas de formación

Uno de los pilares de la estrategia de **Espabrok** es especializar a su red de corredurías en el asesoramiento a empresas mediante programas de formación donde prima la calidad. Es vital que sus corredurías asociadas tomen conciencia de que es tan importante cuidar de las personas que forman las empresas de sus clientes como proteger sus negocios de los posibles riesgos que podría suponer la pérdida de alguna de sus figuras clave.

Como ejemplo de aprovechamiento de la formación como refuerzo a la gerencia de riesgos es la buena práctica que están desarrollando corredurías referentes de Espabrok. Fernando Santesteban, director general de Nasabi y miembro del Consejo de Administración de Espabrok, dijo que “nuestro deber como correduría es seguir divulgando cultura aseguradora y asesorando al tejido industrial navarro, para que sean conocedores de todo tipo de riesgos que tienen en sus compañías y proponerles posibles soluciones para minimizarlos”.

En otro orden de cosas, Espabrok ha reunido a las directivas del sector para poner en valor el talento femenino. Las *'influencers'* del seguro se reunieron un año más para dar ejemplo y aportar reflexiones de valor en materia de igualdad, con peso real para la industria. Con la premisa ‘Para ser referentes en el sector nos lo tenemos que creer’ se han dado cita: Lola Ayala y Ana Garnelo (Espabrok); Elena García Llorente (Generali); Pilar Lázaro (Pelayo); Eva Tomás (AXA); Rosa de Oña y Sonia Calzada (Zurich); María Fabeiro (Reale Vida); Olivia Loewe y Patricia Hernández (Allianz); Beatriz García Bernal (Apromes); Amaya Miñano (SegurCaixa Adeslas); Carmen Mendoza (MPM Software); Susana Pérez y Patricia Ojeda

(#RedEWI) y Flor Cid (MS).

El debate giró en torno al peso de la igualdad dentro de las estrategias de diversidad de las empresas del sector y, con un enfoque positivo, se mencionó acciones, proyectos e iniciativas que se están desarrollando para generar resultados reales en materia de igualdad en nuestro mercado.

La realidad es que cada vez hay más programas y planes de igualdad y el nivel de concienciación crece con el paso del tiempo; no obstante, se ha incidido en la necesidad de concienciar e impulsar el talento femenino en posiciones comerciales, y también en puestos técnicos y tecnológicos.

Otra de las reflexiones clave, la necesidad de poner la atención en el talento, independientemente de si éste es masculino o femenino, y alcanzar el crecimiento deseado dentro del sector en base a la formación y a los méritos propios.

Por último, señalar que se ha reunido el Comité Anual Mujeres Espabrok con el objetivo de reforzar las bases que le otorgan continuidad y crecimiento a su iniciativa ‘Mujeres Espabrok’. El compromiso con la igualdad y el trabajo en equipo fueron los ejes centrales de la agenda.





Durante la sesión se repasaron las acciones desarrolladas durante el ejercicio pasado, incluyendo un plan de comunicación con los medios que reforzó la visibilidad del proyecto. Otros temas importantes destacados fueron la evolución del Programa Nuevas Generaciones Espabrok, así como el impulso de la relación de Espabrok con la #RedEWI, que este año ha entregado, en el marco de la Semana del Seguro, el galardón 'Iniciativa más destacada' a Mujeres Espabrok.

Se identificaron acciones para consolidar la obtención del Sello

Compromiso Espabrok por parte de las corredurías de la Red, principalmente la no brecha salarial, la igualdad en los procesos de selección y promoción, y la incorporación del protocolo anti-acoso. El objetivo es que al menos el 75% de la red lo tenga y hacer entrega de sus diplomas a cerca de 100 corredurías durante el próximo Congreso en el mes de octubre.

El Comité Mujeres Espabrok anunció la designación de Olivia Loewe, directora de Relaciones Institucionales de Allianz Seguros, como nueva Embajadora Mujeres Espabrok durante 2024.

## Sabseg Group **adquiere Sabseg Seguros en Portugal**

**Sabseg Group** (Sabseg) ha sellado la alianza con Sabseg Seguros (Sabseg Portugal), el mayor corredor de seguros en Portugal, y cierra 2023 superando los 530 millones en primas intermediadas. Esto supone un crecimiento del 18%, excluyendo adquisiciones, con respecto al ejercicio anterior.

El último ejercicio también ha venido marcado por un fuerte ritmo de consolidación en España incorporando a cinco corredurías en los últimos seis meses: Adell, Poolsegur, Carantia, ICBA y Arrenta. Tras estas incorporaciones, el grupo reafirma su modelo de crecimiento y propuesta de valor basado en la incorporación de corredurías

líderes por nicho de especialidad y ámbito geográfico. En este sentido, desde Sabseg se indica que "es referente en los segmentos de empresa, agropecuario, Crédito y Caución, crédito internacional, náutica, cliente privado y arte, además de ofrecer seguros generales".

Carles Alsina, CEO de Sabseg Group: "Estamos muy satisfechos de haber cerrado la alianza con Sabseg Seguros, incorporando al grupo al mayor bróker en Portugal, además de experiencia, capacidades y extensa red comercial. El proceso de consolidación que venimos liderando desde que arrancamos en 2021, nos sitúa hoy con unos grandes resultados gracias a nuestro modelo de integración basada en el rol de los Partners. Ello revalida nuestra estrategia basada en incorporar corredurías adecuadas, una



fuerte inversión en tecnología y apostar por el talento de los equipos, a la vez que ponemos rumbo a nuestro plan de crecimiento que pretende alcanzar los 1.000 millones de primas en los próximos cinco años".

## Adecose aglutina el 73% de las primas intermediadas del canal corredores

Los datos económicos y de empleados de las 167 corredurías que conforman **Adecose**, revelan unos resultados que consolidan la posición de liderazgo en el canal corredor. Las corredurías asociadas mueven 9.296 millones de euros en primas intermediadas de seguro, de las cuales 7.386 millones de euros pertenecen a primas No Vida y 1.910 millones de euros a Vida. Asimismo, hay que sumar 1.727 millones de euros de primas intermediadas en reaseguro, lo que supone prácticamente un 100% de la cuota de este mercado.

Estas cifras confirman el peso que tiene Adecose en el mercado del canal corredores, el cual alcanza un total 12.705 millones de euros según los datos recogidos en el último informe estadístico de la mediación publicado por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. Teniendo en cuenta estos números, la asociación lidera la cuota de mercado del canal corredores con un 73% de las primas intermediadas. En el ámbito laboral, las corredurías asociadas dan trabajo a más de ocho mil trescientas personas.

Por otro lado, el director gerente de Adecose, Borja López-Chicheri, se ha reunido con el consejero de Asuntos Económicos y Financieros de la Representación Permanente de España en la Unión Europea para abordar la evolución de la Propuesta



de Estrategia Europea de Inversión Minorista (RIS) actualmente en tramitación por el Parlamento Europeo (PE) y el Consejo de la Unión Europea en relación con el im-

pacto que puede tener sobre el sector. La reunión ha servido para conocer en profundidad las posiciones adoptadas por el Parlamento Europeo (PE) y el Consejo de la Unión Europea sobre la Propuesta RIS. Asimismo, se han abordado otros proyectos normativos en marcha como la situación actual del paquete de medidas legislativas impulsado por la Comisión Europea para seguir reforzando las normas de la UE en materia de lucha contra el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo,

así como para mejorar su ejecución y, especialmente, la tramitación de otro proyecto clave para la distribución de seguros como es el Reglamento relativo a un marco para el acceso a los datos financieros (FIDA). En otro orden de cosas, con motivo del Día de la Mujer (8 de marzo), la

**Fundación Adecose** lanzó la campaña de comunicación #Ellasonmisreferentes. Una iniciativa que tiene como objetivo destacar la presencia y contribución de las



mujeres en el sector asegurador, en particular, las profesionales de las corredurías de seguros, mediante la colaboración de aquellos que deseen sumarse a la iniciativa.

Cabe destacar que la Fundación Adeco-se tiene como uno de sus principales propósitos impulsar el avance, la equidad y el liderazgo femenino en el ámbito del seguro, centrándose especialmente en las corredurías de seguros.

En primer lugar, a través de la cuenta de LinkedIn de la fundación, se ha lanzado un “reto” en el cual los participantes deben mencionar a tres mujeres que sean referentes en sus vidas: una celebridad, una profesional del sector asegurador y otra de su entorno personal. Además, la organización está trabajando en la producción de un video de TikTok en el que los socios de Adeco-se participarán mencionando una frase célebre de una mujer que haya sido una fuente de inspiración o motivación personal. En esta segunda iniciativa, la etiqueta será #Ellaesmi referente, y la idea es que aquellos que se animen puedan crear su propio video sumándose al “tren” ideado por la fundación. Por otra parte, ha creado una identidad corporativa multiplataforma inspirada en el mensaje que se pretende transmitir.

## Unipóliza celebra el éxito de su Programa de Incentivos de Desempeño

Por tercer año consecutivo, **Unipóliza** ha celebrado el éxito de su Programa de Incentivos de Desempeño que reconoce y recompensa el trabajo y la dedicación de sus empleados.

“Desde su implementación hace más de dos años, el Programa de Incentivos de Desempeño ha demostrado ser un catalizador para el rendimiento excepcional y la superación de metas dentro de la correduría. Este programa no solo ha fortalecido la cultura de rendimiento, sino que también ha contribuido significativamente a la motivación y satisfacción de los empleados”, explican desde Unipóliza.

La correduría ha establecido criterios claros y transparentes para evaluar el rendimiento individual y de equipos. Los empleados que superan sus objetivos y demuestran un compromiso con la excelencia, reciben recompensas tangibles que van desde bonificaciones financieras hasta actividades de ocio y oportunidades de desarrollo profesional. En otro orden de cosas, Unipóliza ha reafirmado su compromiso con la sostenibilidad mediante la implementación de iniciativas ecológicas en sus operaciones. Con el fin de reducir su huella de carbono, está priorizando, tanto entre sus clientes como entre los propios empleados, el uso de su web sobre otras alternativas más tradicionales. El intercambio de documentos de manera digital suprime la necesidad de tenerlos en formato físico, evitando así el uso excesivo de papeles y la generación de residuos. Un paso más en su compromiso ambiental incluye el uso de firmas electrónicas para agilizar la firma de contratos y documentos, eliminando la necesidad de documentos impresos y reduciendo así la dependencia de recursos naturales.

Por último, señalar que la correduría ha reforzado su departamento de Siniestros con la incorporación de Begoña Lopez.



## El Colegio de Castellón celebra un **nuevo encuentro de 'Las mañanas de la mediación'**

El **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón** ha celebrado 'Las mañanas de la mediación'. Una actividad diseñada para fomentar el diálogo y el intercambio de ideas dentro del sector de la mediación de seguros.

En el evento se compartieron experiencias, se abordaron desafíos comunes y se identificaron soluciones creativas para problemas recurrentes en la mediación de seguros.

En otro orden de cosas, el Colegio de Cas-

tellón ha celebrado una jornada formativa sobre seguros para empresas en colaboración con **Zurich**. La sesión, dirigida por María Jesús Carrasco, directora de Empresas Territorial Este Baleares de Zurich, y



María del Mar Campos, consultora de Empresas, se centró en la presentación y análisis en profundidad de dos productos específicos: Pymes suscripción Ciberriesgos y D&O (Seguros de Responsabilidad Civil de consejeros y Directivos).

## **Aprocose aborda la sucesión** en la celebración de su XIV aniversario

**Aprocose** ha celebrado su XIV aniversario en el marco de Forinvest, con la sucesión como tema central.

Joan Castells, presidente de **Fiatc**, explicó los pasos que la empresa dio para iniciar el proceso de sucesión, que tuvo como una de las claves del éxito de la misma la captación de talento. En su opinión "si una empresa es familiar se ha de tener muy claro si hay dentro de la misma personas capacitadas para gestionarla. Se trata de un trámite muy complejo, que hace que, por desgracia, muchas empresas acaben mal el proceso".

Por su parte Joan Manuel Castells, director general de la entidad, señaló que "los cambios son muy rápidos, y las nuevas generaciones podemos aportar una visión distinta de hacia dónde va el mundo. Hay que incorporar visiones diferentes a la estructura de la empresa, sin olvidar el resto de visiones".



En este sentido recomendó "pasar un tiempo fuera de la empresa antes de asumir las riendas del negocio".

Javier Barberá, presidente del Consejo General, puso sobre la mesa temas como el envejecimiento del sector asegurador y la necesidad de dar cabida a las nuevas generaciones.

Los premios fueron para Enrique Rico Ferrer premio a la Excelencia Profesional a título póstumo; Agroseguro recibió el premio a la Excelencia Empresarial; por parte del CEIP Antonio Ferrandis del barrio de La Coma (Paterna) recogió el premio a la Excelencia en el Compromiso Social. Con este último premio, se reconoce su trabajo educativo, y hace posible experiencias como que su alumnado pase un día en una granja escuela.



## Los mediadores presentan alegaciones al borrador de la Declaración Estadística Contable

El **Consejo General de Mediadores**, como corporación de derecho público, ha presentado seis alegaciones al borrador de Orden ECM/ /2024, por la que se aprueban los modelos de remisión de la información estadístico-contable (DEC) de los corredores de seguros, corredores de reaseguros, agentes de seguros vinculados y operadores de bancaseguros.

Con carácter general, considera que la norma debe contemplar una serie de aspectos “para ser más precisa y facilitar el cumplimiento de la DEC reduciendo duplicidades y cargas burocráticas innecesarias”. Las alegaciones enviadas son:

1. Corredor colaborador externo de otro corredor. Debe contemplarse una referencia a si el corredor distribuye productos en virtud de acuerdos que tenga directamente con aseguradoras o si distribuye productos en virtud de ser un colaborador externo de otras corredurías.
2. Cartera de seguros intermediada. En el borrador de Anexo I se recoge: “Volumen total de negocio por entidad aseguradora”. Sin embargo, la propuesta del Consejo General de Mediadores la amplía de la siguiente manera: “Volumen total de negocio por entidad aseguradora /agencia de suscripción”.
3. Datos contables del corredor de seguros y de reaseguro. Para facilitar la gestión y cumplimentación de la DEC se debe permitir el volcado de la cuenta de pérdidas y ganancias, balance, etc. que se deposite en el Registro Mercantil. De este modo, se facilita la cumplimentación de la DEC y se minimizan errores y duplicidades, debiendo coincidir el plazo de presentación de la DEC con el de la presentación y depósito de Cuentas.
4. Digitalización. Se debe reflejar si se ha recibido formación en este campo, si se han digitalizado procesos en el último ejercicio, etc., esta circunstancia es relevante a efectos de programas como *Next Generation* de la Unión Europea o de la estrategia digital del Gobierno de España.
5. Optimización de procesos. En el ámbito de la actividad externalizada se debe producir una optimización con respecto a la tramitación burocrática de todo aquello que no sea una actividad obligatoria (por ejemplo, el Servicio de Atención al Cliente) en aras de facilitar la operativa en aquellos extremos que no constituyen valor adicional a efectos de supervisión.
6. Diferencia entre tomador persona física o jurídica. La necesidad de informar si el tomador es persona física o jurídica supone un gravamen burocrático no justificado a efectos de supervisión.





## Newcorred convoca sus 'Networking Days' comerciales

Newcorred organiza durante marzo, abril y mayo, la 4ª edición de sus 'Networking

Days' en los que participarán los más de 400 miembros de la organización y un grupo de empresas, entre las principales aseguradoras y algunos de los proveedores de la asociación.

Las jornadas, que serán por webinar, comenzaron el 13 de marzo y se celebran todas las mañanas de los miércoles hasta el 29 de mayo. Su temática es totalmente comercial y "tiene como objetivo fomentar el encuentro y las relaciones comerciales entre las aseguradoras y los miembros de Newcorred para la puesta al día de sus nuevos productos, para conocer más a estas entidades, sus equipos y herramientas, así como para sumarse a campañas comerciales, entre otros", indican desde la asociación.

En otro orden de cosas, Newcorred ha informado de la incorporación de David Fernández de Juan como nuevo responsable de Desarrollo de Negocio. De 38 años de edad y con formación de Técnico Superior de Comercio Internacional, Fernández aporta una sólida experiencia de más de diez años en el sector asegurador, habiendo trabajado la mayor parte de ellos en importantes corredurías de seguros.

En esta nueva etapa, asumirá la responsabilidad integral del negocio de Newcorreduría, la correduría cautiva de Newcorred. Además, participará activamente en la puesta en marcha y desarrollo de negocio, así como en la gestión de campañas comerciales con los miembros de la asociación.



## El Colegio de Valencia estableció oficinas temporales para atender a los afectados por el incendio

El Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia en su compromiso por brindar orientación e información a los afectados por el devastador incendio en Campanar, ha establecido, en colaboración con las instituciones públicas, oficinas temporales en la Oficina de Atención Ciudadana Municipal del Ayuntamiento de Valencia en la sede de la antigua Tabacalera, ubicada en calle Amadeo de Saboya, 11.

Los miembros de la Junta del Colegio han estado disponibles en turnos de 9:00 a 14:00, ofreciendo su apoyo durante toda la semana tras el siniestro. Además, se mantiene la información de contacto habitual del Colegio para quienes lo necesiten en el teléfono 963 600 769 y el mail [colegio@valenciaseguros.com](mailto:colegio@valenciaseguros.com).

Esta iniciativa subraya el compromiso del Colegio de Valencia con la comunidad, asegurando que los damnificados por el incendio tengan acceso a la ayuda y el soporte necesarios en estos difíciles momentos.





## ACS-CV resuelve las dudas que genera el riesgo en el contrato de seguro

La Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana ( ACS-CV) ha llevado a cabo, en el marco de **Forinvest**, una jornada exclusiva para sus asociados, que se centró en el riesgo en el contrato del seguro, impartida por el profesor de la Universitat de València Juan Bataller.



Bataller planteó hasta nueve preguntas que se le generan al mediador de seguros en el ámbito del riesgo en el contrato del seguro, y que no cuentan con respuestas claras, ni en el cuerpo legislativo ni en la jurisprudencia emanada de órganos como el Tribunal Supremo. Tras repasar de forma somera los fundamentos legales del seguro, Juan Bataller puso sobre la mesa esa nueve cuestiones que “se deben resolver” en el ámbito del riesgo, derivadas de un texto, la Ley de Contrato de Seguro (LCS). Algunas de estas cuestiones son las cláusulas limitativas y delimitativas, la regulación de los Multirriesgos o la implantación en España del principio de divisibilidad en caso de primas no consumidas, algo “que es regla

general en la Unión Europea y que en España no se reconoce”.

Se plantearon otras incógnitas como la relativa al plazo de prescripción de la declaración del riesgo o algo de vital importancia, como la exoneración que las aseguradoras tienen de informar de los motivos de denegación de pólizas, tal como ocurre en otros ámbitos como los créditos inmobiliarios.

Posteriormente, se hizo entrega del cheque solidario con el que ACS-CV mantiene su colaboración con Aspanion, la asociación valenciana de familias de niños con cáncer. En otro orden de cosas, ACS-CV se puso a disposición de las personas y empresas afectadas por el incendio del 22 de febrero en Valencia para asesorarlas en los trámites

ante las aseguradoras. Además, ofreció el conocimiento que sobre peritación tiene Josep Sarrión y Apcas y el profesor Juan Bataller, ambos colaboradores de la asociación. En relación a este tema Miguel Sánchez, presidente de ACS-CV, fue entrevistado el 24 de febrero, en el programa ‘Podriem fer-ho millor’, de la radio autonómica valenciana À Punt, donde resolvió diferentes dudas en torno al papel del seguro en catástrofes como la ocurrida el en Valencia con el incendio de dos edificios residenciales. Sánchez recomendó que los propietarios (y también los inquilinos si están alquilados) acudan a sus corredores para dar el parte del siniestro, para poder cobrar la indemnización correspondiente.

## Ilunion nombra a Raquel Correa **directora gerente**

**Ilunion Correduría de Seguros** ha incorporado como directora gerente a Raquel Correa. Sustituye en el cargo a Cristina Alonso que, a partir de ahora, ocupa la Dirección de Operaciones de la compañía.

Raquel Correa llega a la correduría avalada por su trabajo en la mejora de los procesos de gestión de las empresas. Hasta el momento, ocupaba la Dirección de Transformación y Excelencia de

Ilunion Retail, tras su paso por la jefatura de Transformación del Grupo Ilunion.

Es grado en Pedagogía por la Universidad Complutense y ha cumplimentado su formación con un máster en Dirección de Empresas y estudios de postgrado en Innovación en la Dirección de Empresas y un MBA en Digital Business.



## Grupo Bárymont **presenta su programa de emprendimiento**

**Grupo Bárymont**, socio de **Cojebro**, ha presentado su programa de emprendimiento 'Bárymont Impulsa'.

Javier Montaraz, director general de la correduría proyectó un futuro muy ambicioso, declarando que, en tres años, Bárymont aspira a convertirse en una referencia mun-

dial en Educación Financiera. Para ello, anunció planes para futuras sinergias, destacando el compromiso de la empresa con el humanismo y el apoyo constante a las personas en su día a día, a través de una educación financiera de calidad, que les permita alcanzar la libertad financiera.

Ana González, subdirectora general del Grupo Bárymont, subrayó la constante evolución y expansión internacional del modelo de negocio de 'Bárymont Impulsa', proporcionando a los emprendedores la oportunidad de crecer junto a la empresa. Andrea Castán, Project Manager del departamento de marketing, presentó el progra-

ma de emprendimiento 'Bárymont Impulsa', un programa dirigido a aquellas personas que aspiran a conseguir todas sus metas personales y profesionales mientras ayudan a que más personas y familias logren su libertad financiera. Reveló las cifras de los interesados en unirse al programa durante el mes de su lanzamiento, números que son más que una estadística. Entre las que han solicitado la ayuda se encuentran, "personas jóvenes, que quieren iniciarse en el mundo laboral, emprendiendo, con iniciativa, con ganas de aprender, de formarse, de salirse de lo establecido y eso es también sorprendente y muy alentador".





## Las smartcities tienen ante sí **el reto de la protección de los datos**

**Howden Iberia** considera que la protección de los datos en su origen, tránsito y destino es el principal reto al que se enfrentan las smartcities. Así lo ha explicado Adrián Feliú, consultor senior de ciberriesgos de la correduría durante su participación en una mesa redonda sobre la digitalización de las ciudades dentro de la jornada sobre 'Ciudades seguras, sostenibles e inteligentes' organizada por la Universitat Politècnica de Valencia.

Feliú ha comentado que, con la instauración de nuevas comunicaciones para conocer el estado de diferentes puntos de la ciudad, "ya sea a nivel movilidad, agua, energía, afluencia de público...", se plantean nuevos retos entre los que será fundamental la ciberseguridad, ya que el tráfico de información que se genera es muy intenso y susceptible de sufrir ataques cibernéticos, por lo que "es muy importante proteger los datos en todas las fases del proceso". Sobre los principales riesgos y vulnerabilidades a los que se enfrentan las ciudades inteligentes ha citado los que pueden sufrir las infraestructuras críticas, brechas de datos personales y el sabotaje de servicios esenciales.

En otro orden de cosas, la correduría ha firmado un acuerdo con la Asociación Valenciana de Empresas del Sector de la Energía

(**Avaesen**) para promover proyectos relacionados con energías renovables y otras tecnologías limpias en la Comunidad Valenciana. Desde el ramo de Caución de Howden Iberia se colaborará en la elaboración de nuevas estrategias financieras para fomentar el desarrollo de nuevos proyectos.

Por último, señalar que la correduría ha participado en la elaboración del informe que el Centro Internacional de Ar-

bitraje de Madrid (Ciam) y la Asociación Española del Derecho del Seguro (Seaida) han publicado en materia de seguro y reaseguro. En la presentación del informe, se destacó la inquietud del mercado por el impacto de los parámetros ESG sobre los negocios y la responsabilidad de las corporaciones respecto a estos asuntos, así como las disputas que se pueden generar en el correcto aseguramiento de las responsabilidades civiles y penales de administradores y directivos.

En el capítulo sobre ESG se constata una tendencia ascendente en materia de siniestralidad vinculada a materias de diversidad e igualdad de género. También se muestra que en el mercado existe inquietud, sobre todo, por el impacto del medio ambiente sobre los negocios o por la posible responsabilidad de las corporaciones por su contribución al cambio climático.

Respecto al ramo de D&O, se destaca como puntos relevantes el debate sobre si una cláusula es limitativa de derechos o delimitadora del riesgo o los conflictos derivados de una reclamación por la parte reclamante en relación con una conducta a la que se atribuye carácter doloso, o la oponibilidad del dolo por parte de la aseguradora frente a terceros.



## Centerbrok celebra sus tradicionales congresos territoriales

En los tradicionales congresos territoriales, que ya han empezado a desarrollarse en las ciudades de

Pamplona, León, Benidorm y Córdoba, la red de corredores **Centerbrok** ha profundizado en los puntos más relevantes de la estrategia interna del grupo.



Además, se ha reforzado el compromiso de toda la organización en relación a los servicios y soluciones que componen la oferta Centerbrok: “una potente estructura de soporte técnico, profesional y especializada en casos complejos, la tecnología más avanzada, recogida en su ecosistema tecnológico CenterNet y una imagen de marca con amplio reconocimiento sectorial”.

En otro orden de cosas, se ha unido a Centerbrok Susana Montero como directora de Expansión. Hasta febrero era subdirectora de franquicias de Grupo PACC.

Igualmente fortalece el área de comunicación con el nombramiento de José Manuel Gisbert y reorganiza a su actual equipo con el objetivo de fortalecer de forma importante su equipo profesional de soporte a la red de corredurías.



## Coseba implementa una nueva herramienta de su entorno digital

**Coseba** ha anunciado la ampliación de capacidades tecnológicas de su entorno eCorredor con la implementación de 'Greta' (Gestión Rápida en la Efectividad de Tareas). A través de la cual, los corredores de la red pueden gestionar todos los emails que llegan al área de suscripción.

Así, en cada email se abre una tarea, a la que se le asigna un número, y con la que, de forma ágil, se puede realizar seguimiento, cuantificación de presupuestos, emisiones, modificaciones, etc. de las pólizas intermediadas por la correduría. De esta manera, se facilita el acceso y la gestión de las tareas a cualquier corredor desde fuera de la oficina.

En otro orden de cosas, la correduría ha celebrado la primera de las dos jornadas anuales con su red de distribución Premier, donde se analizó la situación actual del sector asegurador, marcada por el desafío que supone el incremento de tasas de inflación en el entorno macroeconómico y su repercusión en el mercado de la mediación de seguros.

Por otro lado, se anunció la renovación de acuerdos para 2024 con prácticamente las mismas condiciones del año anterior, garantizando, así, la estabilidad en la distribución de productos aseguradores por parte de la red de corredores.

Por último, se presentaron las acciones estratégicas para el año en curso, destacando el desarrollo de nuevas tipologías de seguros y el enfoque en la adaptabilidad e innovación en un mercado en constante evolución.



## El Consejo Gallego y la Consejería de Industria colaborarán para **mejorar el aseguramiento en la actividad industrial**

Los representantes del Consejo Gallego de Mediadores de Seguros se han reunido con el secretario general de Industria para presentar la situación que está afectando a la dificultad y, en algunas ocasiones, imposibilidad de conseguir pólizas que cubran algunos sectores de la actividad empresarial e industrial en España.

En la reunión, los representantes del Consejo Gallego han presentado al secretario general de Industria, Nicolás Vázquez, un informe que describe el origen, apunta las causas y refleja la problemática que sufren algunas actividades de la industria, tanto para renovar los contratos de seguro de cartera, como para suscribir nuevos riesgos, y la afección en el caso de la industria gallega. Entre los sectores más afectados, los mediadores han señalado reciclaje, alimentación, madera, conservas y congelados. Los mayores problemas a los que se enfrenta el tejido empresarial son los derivados de las grandes exigencias por parte de las aseguradoras en relación a la adecuación de medidas de seguridad y protección con-

tra incendio que, en muchas ocasiones, superan los criterios técnicos reglamentarios que se exigen para las aperturas de actividad y autorizaciones.

Vázquez dio a conocer la creación e inminente inicio de la actividad del Consello Galego da Seguridade Industrial, órgano consultivo y participativo, como parte del Plan de la Consellería para la mejora de la seguridad industrial en Galicia, orientado a la prevención y limitación de los riesgos en las instalaciones. El secretario general de Industria invitó al organismo autonómico de la mediación a participar en los grupos de trabajo que se formen, con el fin de avanzar en la mejora de la situación de la industria gallega. Como primer paso de

esta colaboración conjunta, el Consejo Gallego y la Consellería avanzarán en la elaboración de un estudio estadístico que cuantifique el porcentaje del tejido empresarial gallego afectado por la problemática de aseguramiento, con el fin de poder diseñar las medidas de futuro más eficientes. En otro orden de cosas, el Consejo Gallego ha celebrado una jornada de formación continua en colaboración con los responsables del Servicio de Supervisión e Inspección de Entidades y Mediadores de Seguros de la Consejería de Hacienda de la Xunta de Galicia. En ella, se explicaron en detalle los pasos para la correcta cumplimentación del programa DEC 2023, cuyo plazo finaliza el 30 de abril.

## Cobertis incrementa su facturación un 15% en 2023

**Cobertis** cerró el pasado año con una facturación de 3.950.000 euros, un 15% más que el año anterior.

Con oficinas en Barcelona, Badalona, Manresa y Mataró, Cobertis cuenta con más de 20.500 clientes; gestionó el pasado año un total de 5.946 siniestros y cerró 2023 con 23.923.600 euros en primas cobradas.

Como objetivo para este año, la correduría quiere seguir ofreciendo a otros mediadores la posibilidad de integrarse en Cobertis o bien garantizarles la continuidad de su cartera en caso de jubilación, a través de

Cobertis Next. En ese sentido, ofrece a otras corredurías la posibilidad de mantener y hacer crecer sus carteras (conservando la propiedad) a través de las herramientas de las que dispone la correduría.

## WTW Networks celebra su XVI Consejo Anual con los corredores asociados

La alianza **WTW Networks** (WTWN) ha celebrado su XVI Consejo Anual con los 56 corredores asociados de la red en España. En ella, se analizaron las tendencias actuales del mercado, las mejores prácticas y las nuevas oportunidades de colaboración.



Javier Gausí, director general de WTWN, destacó que “todo el equipo está comprometido en acompañar a los distintos asociados frente a los desafíos, brindándoles el apoyo necesario ante cualquier dificultad que puedan encontrarse, y considerando a la tec-

nología como una aliada principal para el progreso en este año”. Fernando Blanco, socio director del despacho de Abogados Blanco y Asociados, abordó el impacto legal que afecta a las integraciones de carteras de seguros. Y Borja López-Chicheri, director gerente de Adecoose, expuso su visión sobre la legislación europea en materia de intermediación de seguros. En otro orden de cosas, la alianza ha anunciado la incorporación de dos nuevas corredurías de seguros procedentes de diferentes zonas de España, con las que la red pasará a sumar 57 asociados: Baelo Asesores, afincada en Andalucía y con sede también en San Sebastián, está especializada en Responsabilidad Profesional Sanitaria. Y Calahorra Seguros, con sede en Ciudad Real, enfocada a grandes riesgos y especializada en los ramos de empresas y Responsabilidad Civil de caza.





## Ingenieros, compañías y mediación para atajar la falta de aseguramiento industrial

Para solucionar la dificultad de aseguramiento en el ámbito industrial es necesario informar a las aseguradoras antes de realizar cualquier proyecto o cambio importante y resulta imprescindible fomentar el trabajo conjunto de compañías, mediadores e ingenieros, según se dijo en el evento 'Ingeniería y protección', organizado por el Consejo Catalán de Mediadores de Seguros y el Consejo de Colegios de Ingenieros Técnicos Industriales.

La jornada sirvió para analizar la situación del seguro industrial y las exigencias a los ingenieros por parte de las aseguradoras de implementar unos requisitos técnicos rigurosos y que están provocando ciertos problemas de aseguramiento.

Francesc Santasusana, presidente del Consejo Catalán, y presidente del Colegio de Barcelona, subrayó que "tenemos que trabajar conjuntamente con los ingenieros y las compañías". Y pidió a las aseguradoras que "garanticen el seguro si el cliente cumple con las exigencias descritas en el informe de la compañía". Miquel Darnés, decano del Colegio de Ingenieros Técnicos Industriales de Barcelona, reivindicó el servicio que dan los colegios a la sociedad y solicitó que se oiga más su voz.

Ángel Vilarasau, técnico en prevención de Riesgos Laborales y ex-decano del Colegio de Ingenieros Técnicos Industriales de la Cataluña Central, admitió que las aseguradoras ahora exigen más que



antes en materia de prevención de riesgos. "He notado una mayor proximidad de los peritos, cuando hasta hace poco trabajábamos de forma independiente. Las compañías quieren que las instalaciones estén en buen estado y que estén adecuadas de acuerdo a sus criterios". Y concluyó solicitando a las empresas más concienciación para comunicar a las aseguradoras los cambios que suponen una variación en el riesgo.

Albert Gómez, ingeniero, perito de seguros y ex-decano del Colegio de Ingenieros Técnicos Industriales de la Cataluña Central, dijo que "a la aseguradora le llega el informe propio o externo, con la obra acabada, y en función de sus criterios decide si asegura o no. O también puede decidir exigir al cliente una nueva inversión para implementar más medidas de seguridad. Una medida importante es que la inspección de riesgos participe cuando tenemos el proyecto y no cuando ya se ha hecho la obra". La receta de Albert Gómez es "coordinación previa antes de la ejecución".

Marta Oller, vicepresidenta del Colegio de Barcelona y moderadora de la mesa redonda, sacó a relucir el boom de las placas fotovoltaicas debido al aumento del precio de la luz. Esto supone un aumento del riesgo de las empresas que las instalan.

Como conclusión de la jornada, tanto mediadores como ingenieros y representantes de las compañías de seguros se mostraron dispuestos a seguir este camino trazado de colaboración con el objetivo de ir reduciendo el número de empresas con problemas de aseguramiento e ir aumentando los estándares de seguridad de las pymes. Y también se comprometieron a trabajar para que haya un mayor nivel de comunicación entre los tres colectivos y los clientes.

## El Colegio de Lleida aborda la FP Dual especializada en seguros con la Escola del Treball

El presidente del **Colegio de Mediadores de Seguros de Lleida**, Javier Barberá, se ha reunido con representantes de la **Escola del Treball** de Lleida para hablar de la FP Dual y la continuidad de la formación del alumnado que hace la FP Dual, especializada en seguros.



Dentro de esta acción colaborativa, está prevista la visita en la sede colegial de alumnos de 1º y 2º curso de estos estudios, donde se les hablará del sector asegurador, las salidas que tiene...

Por otro lado, el Colegio de Lleida ha realizado un curso sobre el convenio de autos (Cide-Ascide-SDM). La sesión fue a cargo de Juan José Escudero, responsable del departamento de Convenios de **Reale**. En ella se habló, entre otras cosas, sobre la tramitación especializada de siniestros de daños materiales por convenios de indemnización directa, empleando la metodología Cicos y SDM, así como la influencia de las nuevas tecnologías y la gestión directa con mediadores y clientes.

A lo largo de cerca de cuatro horas de formación, se trataron temas como el funcionamiento y sistemas de distribución, la estandarización, regularización entre compañías, así como casos prácticos, entre otros puntos.



## Miguel Bustamante, nuevo consejero ejecutivo de la correduría Jhasa

**Jhasa** ha nombrado a Miguel Bustamante como nuevo consejero ejecutivo. Liderará iniciativas clave para impulsar el crecimiento de la empresa, incluyendo la captación de nuevo negocio y la coordinación estratégica de los recursos para mejorar el rendimiento de los procesos de la compañía.

Con una sólida trayectoria profesional, Bustamante aporta una amplia experiencia en el sector asegurador. Graduado en Derecho y Empresariales por la Universidad CEU San Pablo, y con un postgrado en Alta Dirección de Empresas Pade-Iese de la Universidad de Navarra, ha ocupado diversos cargos de responsabilidad a lo largo de su carrera en el sector asegurador.

Antes de unirse a Jhasa, lideraba el área de Desarrollo de Negocio y Canales de Distribución en Howden RS (antes March RS). Asimismo, ostentó el cargo de director de negocio en la zona norte en Willis Towers Watson durante más de ocho años, entre otros.





## Colmedse debate sobre las novedades legislativas de la mediación

El Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla (**Colmedse**) ha realizado una jornada de debate, en formato híbrido, enfocada a los puntos legales que más influencia tienen sobre la mediación.

Este encuentro, presidido por Javier Barberá, presidente del Consejo General, ha conseguido ser un espacio para el análisis y la discusión sobre los retos y oportunidades, a los que se enfrentan los profesionales en un entorno tan regulado y en constante evolución.

César García, doctor en Seguros, y César Villaizán, responsable de Marco Jurídico del Consejo, ofrecieron las perspectivas sobre las obligaciones de los mediadores de seguros y las novedades en el convenio colectivo, respectivamente. García se centró, sobre todo, en la importancia de adaptarse a las normativas vigentes, poniendo especial atención en la gestión eficaz de las responsabilidades legales y éticas.

Villaizán, por su parte, examinó las implicaciones de los recientes cambios legislativos para la práctica profesional, incidiendo en algunos aspectos como los seguros de convenio o el teletrabajo, subrayando el impacto positivo de estas novedades en la promoción de un entorno de trabajo más inclusivo y equitativo.

En otro orden de cosas, Colmedse ha pre-



sentado un nuevo formato para su Club Mentoring, que se sustenta en cuatro pilares fundamentales: empleo, formación, mentoring y alianzas estratégicas. Este proyecto no solo estará abierto a los alumnos y exalumnos del Curso Superior de Seguros, sino que también se extenderá a jóvenes emprendedores del sector, incluso a las segundas generaciones involucradas en negocios de mediación.

Por otro lado, Colmedse y **Helvetia** se han unido para organizar el primer #Colmedse-CiaDay del año, en donde se exploraron las últimas tendencias y novedades del sector. Durante la jornada, los profesionales de Helvetia compartieron sus visiones y perspectivas sobre riesgos estratégicos para la compañía como Ciberseguridad, Decesos y Vida.

Uno de los puntos destacados, fue la presentación del nuevo producto de ciberriesgos, en donde se ofrece especial interés a una tarificación sencilla, sin cuestionarios ni límites independientes por cobertura o incluso coberturas sin franquicia.

Por último, señalar que ya ha dado comienzo la segunda edición del concurso SOEUD (Seguro Que Eres Un Diez) en Colmedse, que busca descubrir a nivel nacional al más completo asesor profesional en seguros del país. La jornada inaugural ha estado marcada por la celebración de la primera prueba del concurso: un test online de conocimientos sobre el sector seguros. Los candidatos, han tenido que responder a preguntas sobre diferentes áreas del ámbito asegurador, desde los distintos tipos de pólizas o coberturas, hasta temas tecnológicos. De esta primera fase, han salido los 10 concursantes definitivos. Estos afortunados, tendrán la oportunidad de demostrar sus habilidades en una serie de pruebas diseñadas, para evaluar su capacidad de trabajo, sus dotes de comunicación y su dominio de tecnología o redes sociales.



## Andalbrok celebra su **Convención Anual**

La correduría **Andalbrok**, socio de **Cojebro**, ha celebrado su convención anual en donde presentó los resultados del plan estratégico para el período 2020-2023. Durante el evento, la compañía destacó un notable crecimiento orgánico, evidenciado por un volumen de primas de 40 millones de euros y una facturación que supera los 5 millones de euros en 2023.

“Hemos logrado un crecimiento sostenido gracias a nuestro enfoque en la calidad y la confianza que nuestros clientes depositan en nosotros”, declaró durante la convención Francisco Rodríguez, socio director de Andalbrok.

Mirando hacia el futuro, se propone continuar su trayectoria de crecimiento orgánico, y anunció planes para expandirse a nuevos territorios y puntos de venta a nivel nacional, mediante el acuerdo de colaboración con socios estratégicos que compar-

tan su visión de optimización y eficiencia en el largo plazo. Además, la empresa anunció su firme compromiso de continuar avanzando en sus planes de digitalización, con el claro objetivo de optimizar sus procesos operativos y de venta.



## HD+ Insurance Broker ficha a Alfredo Blanco como **nuevo director comercial**

**HD+ Insurance Broker** ha incorporado a Alfredo Blanco como su nuevo director comercial. Con más de 20 años de experiencia en la gestión de equipos comerciales, destaca por su habilidad para fusionar e integrar carteras, así como por su capacidad para construir relaciones comerciales sólidas.

Alfredo Blanco se une a HD+ Insurance Broker en un momento crucial, y se confía en que su liderazgo jugará un papel fundamental en el camino hacia el éxito continuo de la empresa.

## Los colegiados de Barcelona reciben **formación sobre RC**

**Markel España** ha impartido una jornada de formación en el **Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona**, en la que se abordó la situación actual de riesgos de Responsabilidad Civil General y Responsabilidad Medioambiental de empresas de reciclaje y soluciones aseguradoras en Líneas Financieras.



La jornada fue realizada por Carlos Peña, director de Líneas Financieras, y Adrián Benito, director de Responsabilidad Civil de la aseguradora.



## Intermundial incorpora nuevas funcionalidades para agilizar la gestión de sus seguros de Viajes

**Intermundial** ha presentado nuevas funcionalidades en Safer, su plataforma para la gestión integral de seguros de Viaje, tras lanzar la función de Favoritos y los Filtros Avanzados. Las novedades están enfocadas a flexibilizar, simplificar y agilizar aún más las gestiones diarias de agentes de viajes y corredores.

Hasta hoy, los agentes y corredores contaban con un plazo de 24 horas para poder realizar ajustes en las pólizas tras su contratación. Ahora, este periodo se ha ampliado a 72 horas, permitiendo a los usuarios realizar cambios de manera sencilla, ágil y totalmente digital. Para utilizar esta función, basta con seleccionar el seguro deseado en la plataforma Safer, hacer clic en 'Modificar', realizar los ajustes necesarios y guardar los cambios.

Intermundial presenta también la función adicional de 'Editar y reemplazar', con el objetivo de simplificar el proceso de modificación de la póliza contratada con más de 72 horas. Antes, si un usuario deseaba ajustar su seguro después de este periodo, tenía que contratar uno nuevo y solicitar la cancelación del anterior a través de 'Consulta Express'. Sin embargo, esta nueva operativa permite generar un nuevo seguro de forma automática sin salir de la plataforma.



Por otro lado, Intermundial ha presentado su nueva tecnología Voicebot de la mano de Servisegur. Esta nueva herramienta impulsada por inteligencia artificial (IA) aplica avances de última generación para ofrecer a agencias de viajes y corredores una respuesta inmediata, eficaz y personalizada en la gestión de siniestros.

Está diseñado para ofrecer respuestas precisas de manera instantánea y permitirá reducir hasta un 89% los tiempos de espera. Además, añadirá un plus en términos de personalización y comodidad, ya que el usuario puede plantear su consulta en cualquier momento mediante un mensaje de voz y la respuesta que recibe es concisa e inmediata.

La tecnología Voicebot se apoya en la IA para entender, aprender y procesar las peticiones de los usuarios, desde comunicar un nuevo siniestro hasta consultar el estado de uno en curso, garantizando una disponibilidad 24/7 con una comunicación efectiva. Cuando Voicebot recibe una consulta solicita el número de caso al agente o corredor y puede informarle inmediatamente del estado del siniestro: si está aceptado o no, si se requiere aportar más documentación, etc. En caso de que el siniestro lleve abierto más de 72 horas o sea necesario resolver dudas, Voicebot avisa automáticamente al tramitador asignado, que antes de dos horas contacta

por teléfono. El agente o corredor puede dedicar ese tiempo a otras tareas y no tiene que estar pendiente de la gestión. Además, tiene la tranquilidad de que todas sus consultas a través de Voicebot serán atendidas siempre por el mismo agente operador, asignado a su expediente. Este aspecto es muy importante, puesto que se traduce en óptima operatividad y agilidad en el seguimiento y gestión de los siniestros.



## La salud y la seguridad, principales riesgos para directivos y administradores

Los riesgos asociados a la salud y la seguridad se han erigido como la principal amenaza para directivos y administradores (D&O) en el mundo y en Europa y España en particular, según el Informe de la 'Encuesta Global de Directivos y Administradores 2024', llevada a cabo por **WTW** y el bufete de abogados **Clyde & Co**.

La edición de este año del estudio, que identifica y analiza anualmente los principales riesgos para altos ejecutivos de todo el mundo (Europa, Reino Unido, Asia, Australia, Latinoamérica, Norteamérica, África y Oriente Medio), concluye que la salud y la seguridad son consideradas el principal riesgo para un 92% de los directores, administradores y gestores españoles; un 83% en el caso de Europa y un 84% a nivel global. En segunda y tercera

posición se sitúan los riesgos vinculados a la cibernética, como la pérdida de datos y los ciberataques (incluye la ciberextorsión), que, en el caso de España, registran un 87% y un 85%, respectivamente.

El hecho de que la salud y la seguridad hayan pasado a ser el principal riesgo del management tiene una relación directa con los efectos que la pandemia sigue teniendo en el entorno empresarial, así como con el aumento de casos de problemas de salud mental. La responsabilidad del management de las empresas en cuanto a seguridad y salud en el trabajo representa casi un 10% más en España que en el resto de los países europeos.

James Cooper, socio y responsable de seguros de Clyde & Co, ha apuntado que "hay una necesidad apremiante de una mejor educación sobre el seguro D&O y las prácticas de indemnización para garantizar que los directivos y administradores estén ampliamente protegidos".



## Confluence Group da a conocer su modelo de negocio

La correduría de seguros **Confluence Group** celebró encuentros con la mediación en **Forinvest 2024** por primera vez, y lo hizo con un stand corporativo que puso el foco principal en presentar su modelo de negocio de integración.

La empresa quiso mostrar al entorno asegurador su propuesta, que se centra principalmente en el crecimiento para los corredores y sus negocios. La zona de Levante resulta un lugar estratégico para la correduría debido a la cartera de mediadores provenientes de la misma que ya se han sumado a su proyecto de crecimiento.



## VI Convención Ruiz Re: Expertos en seguros de empresa

Ruiz Re ha celebrado su VI Convención Anual con el tema central de los seguros empresariales en las instalaciones de Fiatc, en Barcelona. Fue una jornada de aprendizaje y desarrollo para los Mediadores PRO de la correduría, que recibieron herramientas clave para potenciar su desempeño empresarial en el ámbito de las empresas y su seguridad.

En la mesa redonda titulada 'La Situación Actual en los Seguros de Empresa: Una Oportunidad para el Mediador Profesional', expertos del sector (Juan Francisco García Llamas, director de Empresas en Ruiz Re; Joaquím Benavent director técnico de Patrimoniales y Transportes en Fiatc; Ignacio Claret, suscriptor de RC en Zurich; y Miguel Albelda, responsable de Negocio del Levante en Berkley) compartieron su experiencia y conocimientos. Durante la convención, se presentó el nuevo logotipo de la empresa como parte de

su rebranding, además de revelarse el proyecto arquitectónico renovado para su sede corporativa, alineado con esta nueva imagen y que convertirá la central en un edificio autosostenible energéticamente. Por su parte, Xavier Marcet, presidente de Lead to Change, experto en estrategia, innovación y liderazgo empresarial, compartió su visión sobre 'La Oportunidad del Management Humanista', una filosofía que enfatiza la importancia de las personas en las organizaciones y busca equilibrar los aspectos técnicos y humanos del liderazgo y la gestión empresarial.

Al final de la jornada se entregaron los Premios AYA 2023, que reconocen a los miembros del equipo interno, a persona de compañía y al mediador PRO cuya predisposición a ayudar y a colaborar por los objetivos comunes destaca cada año, y son elegidos por los propios compañeros. El premio AYA mejor empleado recayó sobre Alfonso Morenilla (departamento Financiero), Premio AYA al mejor socio colaborador fue para Neus Fernández (Gabser Correduría de Seguros, Lleida) y el premio AYA al mejor empleado de aseguradora fue para Miguel Marchante de Santalucía Seguros.

Asimismo, se anunció que Ruiz Re ha recibido el prestigioso III Premio Heinrich Fassbender de **Arag**. Un premio que se otorga a aquellos mediadores que se dis-



tingan por promover el acceso a la justicia de los ciudadanos, en memoria del fundador de la aseguradora.

La entidad realizará una donación económica al Hospital Sant Joan de Déu, que trata a niños enfermos de todo el mundo, centro hospitalario escogido por la correduría galardonada. La donación se destinará a investigar y tratar a niños que tienen enfermedades minoritarias.

Este hospital barcelonés, que se inauguró hace más de 150 años, está especializado en el tratamiento de niños y mujeres embarazadas y fue el primer hospital infantil de España. Hoy en día es uno de los principales referentes en áreas como las Neurociencias, la Neonatología, la Oncología y la Cardiocirugía.



## Araceli Valls y África Botella se unen a la Junta de Gobierno del Colegio de Alicante

Araceli Valls y África Botella son dos profesionales de segunda generación, con una trayectoria consolidada que han dado un paso al frente para integrarse en la junta de gobierno del **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante**.

Valls vuelve a una junta de gobierno con energías renovadas y el mandato de dirigir una nueva vocalía que coordine todos los premios y reconocimientos que otorga el Colegio, así como sus respectivos jurados. Es agente exclusivo, consultora de Riesgos y gerente de Agencia Seguros Ibi – Zurich Seguros.



Por su parte, Botella es corredora en Elche y se pone al frente de la vocalía de Ordenación de Mercado. Es licenciada en Dirección y Administración de Empresas y cuenta con un postgrado en Asesoramiento financiero y es directora gerente en Correduría de Seguros Cantos.

En otro orden de cosas, **Metlife** ha presentado su campaña 2024 para el canal corredor, en el Colegio de Alicante. En ella se incluye una variedad de productos innovadores, herramientas de trabajo avanzadas y nuevas oportunidades de venta.

El objetivo es ofrecer soluciones de Vida y Accidentes flexibles, personalizadas a la medida de cada cliente, sencillas, fáciles de entender y contratar. Y todo ello, acompañado de una serie de herramientas y formación que ayudan a los mediadores profesionales colegiados a desarrollar una cartera de clientes más sólida.

Durante la jornada, Metlife ha mostrado una nueva metodología de trabajo, argumentario y técnicas de venta adaptadas al día a día de los corredores, sin perder la esencia y la experiencia que la compañía desarrolla en cada uno de sus productos.



## Fecor trata con Unespa temas de interés para las corredurías

**Fecor** se ha reunido con **Unespa** para tratar temas clave del sector que afectan a la gestión diaria de las corredurías de seguros.

Durante la reunión, Fecor compartió con Unespa sus inquietudes sobre los temas clave del sector que afectan a la gestión diaria de las corredurías de seguros. Se abordaron aspectos como los riesgos industriales y la disposición de la federación para colaborar y buscar soluciones conjuntas con la asociación empresarial del seguro. Además, se trató la importancia del desarrollo de la gestión de riesgos de la mano de los corredores de seguros, así como el acceso de los estudiantes de la FP dual al mundo profesional, específicamente, a las corredurías de seguros.



## ¿Cómo ahorrar tiempo en la contratación de Autos?

El comprador **Check24** ha analizado las cinco tendencias del sector asegurador de coches de cara a 2024: la contratación online, los precios 100% finales, la transparencia de la información, funcionalidades que ahorran tiempo y una asesoría digital personalizada.

1. La contratación online. Aunque es algo que debería estar ya asentado, aún existen numerosas empresas que no terminan de desarrollar los procesos tecnológicos necesarios para que los



consumidores puedan contratar un seguro de Automóvil sin la intervención de un agente o la necesidad de una llamada. Esto provoca que muchos usuarios, acostumbrados a consumir de manera 100% digital, no entiendan la necesidad de pasos adicionales como una llamada, lo que afecta negativamente a su experiencia de compra, así como a la conversión de las empresas aseguradoras.

2. Precios 100% finales es vital para que una marca de seguros o un comparador dé confianza a su cliente potencial. Los cambios de precio durante el proceso de contratación de un seguro de coche generan frustración y desconfianza entre los usuarios. La causa de esto es que las aseguradoras se apoyan en datos históricos para realizar una evaluación de su perfil de riesgo como conductor y dar una tarificación final, lo que normalmente no sucede hasta la última etapa del proceso de contratación.
3. La transparencia de la información. Si bien es cierto que los seguros son productos complejos, con múltiples cláusulas y particularidades, es vital que las empresas del sector hagan todo lo posible para facilitar la lectura y comprensión de esta información a sus clientes, con términos y condiciones visuales, que dejen muy claras tanto las coberturas como las exclusiones.
4. Funcionalidades como la identificación del modelo del vehículo a través de la matrícula, el recuerdo de búsquedas anteriores o la posibilidad de guardar los datos del formulario para retomarlos más adelante, son ejemplos de cómo a través de la tecnología es posible facilitar la vida al usuario y crear una experiencia de éxito, así como mejorar la conversión de las aseguradoras durante el proceso de contratación.
5. Proporcionar herramientas de asesoría que ayuden a los clientes a tomar una decisión de compra es otra de las claves de éxito.



## Héctor Benet se une a Finsa Grupo

**Finsa Grupo** ha anunciado la incorporación de un corredor de seguros especialista en el mundo taurino: Héctor Benet, figura de la mediación con más de 20 años de experiencia y reconocido en diferentes ocasiones por su trayectoria aseguradora y apoyo en todo lo relacionado con la organización de eventos taurinos, especialmente en la Comunidad Valenciana.

Con esta nueva incorporación, Finsa Grupo sigue impulsando su camino hacia los objetivos marcados para su plan estratégico de los próximos años. Reiteran que lo más importante, son las personas y reafirman su compromiso de incorporar profesionales altamente cualificados y motivados por continuar su desarrollo dentro del sector asegurador.



## II Broker empieza a operar en La Rioja

La correduría Incorporate Insurance Broker (**II-Broker**) ha comenzado sus operaciones en La Rioja. Ya cuenta en España con 20 oficinas, ocho delegaciones, y doce franquicias y un volumen de negocio de 42 millones de euros y más de 80.000 clientes.

De cara a 2024 tienen previsto incorporar, al menos, 8 corredurías más para alcanzar al final de la anualidad un volumen de negocio en primas intermediadas de 60 millones de euros. Con un enfoque proactivo, la empresa busca fortalecer su posición como líder en el sector de correduría de seguros en España. Por otro lado, la correduría continúa su plan de expansión en el mercado con la adquisición de la gallega Ramiro Paz y Asociados, que cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector asegurador, y está muy posicionada en la zona como especialista en particulares y empresas.

II-Broker, con más de 30 años de experiencia, cuenta con oficinas propias en Madrid, Talavera de la Reina, Palma de Mallorca, Tenerife, La Palma, La Orotava, Barcelona, Almendralejo, Logroño y desde ahora, también en Vigo.

Esta operación forma parte del plan de crecimiento 2024, con nueva presencia en el Norte de España, integrando en II-Broker 8.800 clientes entre particulares autónomos y empresas.





## Apromes da formación sobre el sistema interno de información

Apromes ha convocado una primera sesión informativa para sus asociados sobre la Ley 2/2023 de 20 de febrero, reguladora de la protección de personas que informen sobre infracciones normativas y lucha contra la corrupción, la cual tiene como finalidad proteger a las personas que, en un contexto laboral o profesional, detecten infracciones penales, administrativas graves o muy graves o de normativa de la UE y las comuniquen mediante los mecanismos regulados en la misma.

Durante la jornada online, llevada a cabo por Ana Moreno, abogada de la asociación, los asociados recibieron información detallada sobre los aspectos clave de esta obligación legal para implementar dicho sistema interno de información.

Además, Apromes anunció que próximamente se llevará a cabo otra jornada online sobre este tema, profundizando en los aspectos prácticos de la ley, la presentación de una posible plataforma de gestión para este canal de denuncias y en su eventual externalización.

En otro orden de cosas, Miguel Mohedano, coordinador expansión asistencia familiar y canal de corredores de **Helvetia** ha dado a conocer a los socios de Apromes la oportunidad de negocio que supone el seguro de Decesos, presentando la magnitud actual que el ramo tiene actualmente en España, al contar con 21,9 millones de asegurados. Algo que debe hacer reflexionar al corredor de seguro, para que se plantee trabajar este ramo tan estable y rentable a la vez.



## Senda Vivir Seguros intercambian experiencias con sus socios

La agrupación **Senda Vivir Seguros** ha celebrado 'Experiencias Senda 2024', una jornada diseñada para fomentar el intercambio de ideas y experiencias entre los socios de la agrupación.

El acto sirvió, asimismo, para confirmar que el conjunto de la asociación crece a ratios más elevados que el sector Seguros, ratificando la excelencia del trabajo realizado por todos y cada uno de los socios. El acto también sirvió para dar la bienvenida a la agrupación a la correduría UniSegovia que forma parte de Senda Vivir Seguros desde el 1 de enero de 2024. En otro orden de cosas, la agrupación acompañó a **Aprocose** en la celebración de su XIV aniversario en el marco de Forinvest. Ambas se comprometen a seguir colaborando estrechamente en beneficio del sector de la correduría de seguros y sus profesionales.



## Miguel Betoret se une a Quality Brokers

**Quality Brokers** afianza su posición en el mercado de seguros con la integración de Miguel Betoret, -destacado abogado y especialista en asesoramiento de seguros- a su equipo profesional en el marco del programa IntegriQB.

“La llegada de Miguel Betoret a Quality Brokers marca un nuevo capítulo en nuestro enfoque estratégico para Vilamarxant. Con una vasta experiencia en el asesoramiento de seguros, jugará un papel crucial en reforzar nuestro liderazgo y en la prestación de servicios de aseguramiento de primera línea para particulares y empresas en la zona”, afirman desde la correduría.



## Román Mestre expone la IA aplicada a la mediación madrileña

Román Mestre, corredor y fundador y CEO de la insurtech **MelmacIA**, ha presentado en el **Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid** las soluciones de inteligencia artificial (IA) que se pueden aplicar en los negocios de mediación.

Mestre puso el foco en las bases de la IA y el aprendizaje automático porque, según sus palabras, “entender cómo funciona la IA es fundamental para comprender cómo



pueden ayudar a las corredurías de seguros”. Mestre detalló el funcionamiento de los diferentes modelos de aprendizaje automático y su aplicación para la prevención de fuga de clientes y detección de oportunidades de venta cruzada entre otras áreas.

Además, mostró ejemplos en tiempo real de la herramienta de gestión de carteras desarrollada por MelmacIA, que actualmente ya utilizan más de 60 corredurías ayudándolas en la mejora de sus procesos internos, como el ahorro de tiempo no productivo que permite conseguir una mejor

organización interna para que la correduría se enfoque en aquello que más valor genera: el asesoramiento personalizado y la relación con el cliente.

En otro orden de cosas, el Colegio de Madrid ha organizado una jornada informativa para explorar las posibilidades de negocio ofrecidas por los seguros de garantía mecánica. La participación conjunta de Lisa Seguros y Garantía Global permitió a los asistentes conocer las últimas novedades y soluciones de aseguramiento que estas dos entidades, líderes en el sector, ofrecen al mercado.



## Kalibo organiza la II Andada Canina y Familiar en Zaragoza

La correduría **Kalibo** volverá a organizar, el 28 de abril, con la colaboración del Ayuntamiento de Zaragoza, la segunda edición de la Andada Camina y Familiar Kalibo 5k.

Impulsada por el Ayuntamiento de Zaragoza, se realiza con el apoyo del Colegio de Veterinarios de Zaragoza y Tu perro es bienvenido. El año pasado se reunió a 700 perros y más de 1.500 personas. El

evento se desarrollará desde las 10 de la mañana hasta las 4 de la tarde y contará con actividades, demostraciones y gastronomía.

La iniciativa además tiene fines solidarios porque la recaudación íntegra de las inscripciones se destinará a la Asociación Neuroeduca y su programa 'Dejando Huella'. Se trata de un proyecto de intervención educativa con perros de terapia dirigido a niños y niñas con trastorno de espectro autista y otros trastornos del desarrollo.

La jornada comenzará con la 5K no competitiva, un agradable paseo circular de cinco kilómetros por el Parque del Agua de Zaragoza, con salida y llegada en la Torre



del Agua. Las inscripciones para participar ya están abiertas y se podrán realizar hasta el próximo 25 de abril en [www.kalibo.com/inscripciones](http://www.kalibo.com/inscripciones).

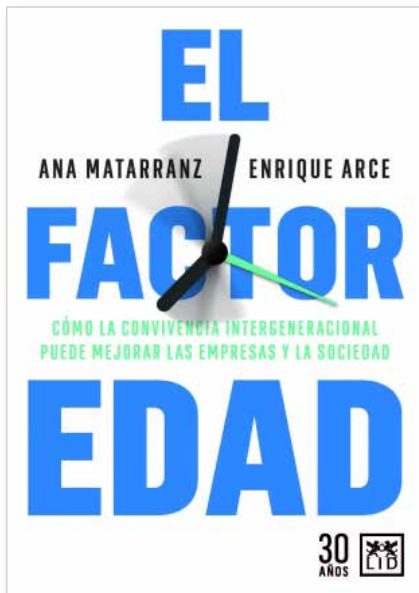


## Finsa recibe un premio de la Cruz Roja

Desde **Finsa Grupo | Senda** han querido agradecer a la **Cruz Roja** por el reconocimiento que les han otorgado por su compromiso de poner a las personas en el centro de todo lo que hacen y la dedicación a los principios humanitarios que la Cruz Roja representa.

“Nos sentimos profundamente honrados por este reconocimiento y queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a la Cruz Roja por su continua colaboración y por su gran labor por ayudar a los más vulnerables”, dicen desde la correduría.

Desde que Finsa Grupo | Senda comenzó a colaborar con la Cruz Roja han trabajado para brindar su apoyo a aquellos que más lo necesitan. “Juntos, seguiremos construyendo un futuro más solidario”, afirman.



## El factor **edad**

Cómo la convivencia intergeneracional puede mejorar las empresas y la sociedad

**Ana Matarranz /  
Enrique Arce**

**Editorial:** Lid

**Precio:** 23,70 € libro  
impreso

¿Cómo se puede trabajar y generar valor entre jóvenes (genialidad) y mayores (sabiduría)? ¿Millennials y boomers, generación Z y generación X comparten ilusiones y aspiraciones? La realidad indica que estamos condenados a entendernos y, sobre todo, a respetarnos. En 'El factor edad' descubrirás el futuro del nuevo trabajo, el *wellbeing* en la empresa, el talento sostenible, el aprendizaje continuo, que la resiliencia y el talento no tienen edad, entre otras cuestiones en las que se incluyen las buenas prácticas de empresas y la opinión de los Z. Es un libro que ayuda a desarrollar el talento que convive en las empresas de forma inclusiva. Sin discriminar a los jóvenes por inexpertos ni a los mayores por antiguos.



## Persuasión y **poder**

Descubre el secreto de los líderes más brillantes

**Fernando Miralles**

**Editorial:** EmprenBooks

**Precio:** 19,90 € libro  
impreso

¿Qué separa a los líderes extraordinarios de los simples oradores? Descubre los secretos detrás del encanto magnético y la influencia de diez líderes que han marcado un antes y un después en la historia. La cautivadora oratoria de Steve Jobs, la diplomacia persuasiva de Barack Obama, la controversial retórica de Donald Trump, la motivadora filosofía de Tony Robbins, la autenticidad desafiante de David Goggins, la espiritualidad contagiosa de Joel Osteen, la generosidad sin límites de MrBeast, la visión empresarial de Gary Vaynerchuk, el carisma imparable de Richard Branson o la inspiradora narrativa de Oprah Winfrey. Cada página te enseñará a conquistar audiencias, inspirar masas y liderar con impacto.

# PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

Información relevante para pymes y autónomos

A diario  
Accede a las noticias  
que te interesan en  
[www.pymese seguros.com](http://www.pymese seguros.com)



# PymeSeguros

Revista online para corredores y correduñas



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](http://WWW.PYMESEGUROS.COM)