Premio San Francisco Javier de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Número 128 Octubre 2023

www.pymeseguros.com

Visión de experto

Antonio Alonso, consejero y director técnico de Correduría Seguros Nogal. "El corredor está atento a la alta demanda del seguro de Decesos"

Punto de encuentro

El derecho al olvido oncológico incidirá en la siniestralidad y las primas

Mas a fondo

El seguro une fuerzas ante la Estrategia de Inversión Minorista

In situ

Se retrasa la obligatoriedad de contratar un seguro para perros

Juan Carlos Sancho, director general de Active Seguros

El perfil del cliente de **DECESOS** ha cambiado

MAPFRE

Cuidamos lo que te importa

SEGURO MULTIRRIESGO COMERCIOS

¡ HEMOS ESCUCHADO A TUS CLIENTES !

Tenemos **un producto completo, fácil de comercializar y sencillo de contratar, hecho a la medida de cada actividad comercial:** farmacias, oficinas, hostelería, confección, textil, calzado, peluquerías, supermercados...

Con las mejores coberturas, y servicios necesarios en cualquier negocio:

- PROTECCIÓN DIGITAL
- ASISTENCIA INFORMÁTICA
- URGENCIAS
- ALARMAS
- BRICOMERCIO*, etc.

Infórmate en las oficinas MAPFRE de Corredores o en ccorredor@mapfre.com.

* Servicio de bricolaje no urgente para pequeños imprevistos de electricidad, fontanería, cerrajería, persianería, informática, televisión y equipos multimedia.

El derecho al olvido oncológico ¿reabre el debate sobre la mutualidad del seguro?

El pasado 30 de junio entró en vigor el Real Decreto Ley 5/2023 que establece el derecho al olvido oncológico de los ciudadanos que quieran contratar seguros y productos bancarios, una vez transcurridos 5 años desde la finalización del tratamiento sin recaída. Esta norma ¿reabre el debate sobre la mutualidad del seguro? Una característica esencial en los comienzos de esta industria y que se ha ido diluyendo con la aparición de la prima personalizada y ajustada al riesgo de cada uno.

Nadie pone en duda que el olvido oncológico ha sido bien recibido, como no podía ser de otra forma, en el sector asegurador. Pero aún queda mucho por hacer: las compañías tienen que adaptar sus formularios, revaluar los riesgos y comprobar su impacto en la cartera, ya que, presumiblemente, aumentará la siniestralidad y, a la larga, pueden encarecerse las primas (ver **Punto de encuentro**).

Como viene siendo habitual en el sector asegurador, 2023 está siendo prolijo en textos legales. El 24 de mayo, los reguladores europeos presentaron una nueva propuesta normativa denominada 'Estrategia de Inversión Minorista', con el objetivo de proteger y capacitar a los pequeños inversores de la UE, resolviendo varios aspectos relacionados con la distribución y el servicio que se les presta. Sin embargo, aseguradoras y mediación se han aliado para oponerse a ciertos aspectos de la iniciativa, que impone nuevos requisitos a los distribuidores de seguros y puede terminar restando valor a la oferta ofrecida a los clientes (ver **Más a fondo**).

Otra ley que influirá en el seguro, cuando se apruebe su reglamento, es la Ley de Bienestar Animal puesto que obliga, entre otras cosas, a que todos los perros, sean considerados peligrosos o no, cuenten con un seguro de Responsabilidad Civil. Aunque el sector está a la espera de la publicación del reglamento para ver qué requisitos se exige a ese seguro, las aseguradoras y los corredores están aprovechando para recordar a los dueños de estos animales que, aunque no es obligatorio contar con una póliza, sí lo es resarcir a un tercero de los daños que pueda ocasionar su perro (ver **In situ**).

Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Staff

Directora
Carmen Peña
carmen@pymeseguros.com

Periodista
Aitana Prieto
aitana@pymeseguros.com

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

Diseño y maquetación
Estudio 9C

Fotógrafa
Irene Medina

Banco De Imágenes
Fotolia

06 Hablando claro
Juan Carlos Sancho, director general de Active Seguros.
El perfil del cliente de Decesos ha cambiado

10 Visión de experto
Antonio Alonso, consejero y director técnico de Correduría Seguros Nogal. El corredor está atento a la alta demanda del seguro de Decesos

03 Editorial
El derecho al olvido oncológico ¿reabre el debate sobre la mutualidad del seguro?

36 Productos
Los últimos seguros del mercado

40 Al día economía
Noticias económicas que interesan a las pymes

44 Al día seguros
Noticias del sector asegurador

70 Al día distribución
Noticias de los corredores de seguros

92 Algo más que negocio
Acciones de RSC realizadas por corredores

96 Rincón de lectura
Libros útiles para la empresa

PymeSeguros
Revista online para corredores y correduría
Número 128 { Octubre 2023 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

CC BY NC ND

14 Punto de encuentro
El derecho al olvido oncológico incidirá en la siniestralidad y las primas

20 Más a fondo
El seguro une fuerzas ante la Estrategia de Inversión Minorista

26 In situ
Se retrasa la obligatoriedad de contratar un seguro para perros

30 Empresa segura
¿Por qué una correduría de éxito decide integrarse en un gigante?

32 Cubriendo necesidades
Los corredores, la primera parada para la digitalización del sector

34 Claves de empresa
El Movimiento Medialia de DKV empieza el reto de Negocio Responsable

Juan Carlos Sancho, director general de **Active Seguros**

El **PERFIL** del cliente de Decesos ha cambiado

Decesos tiene un comportamiento "altamente positivo" afirma Juan Carlos Sancho, director general de Active Seguros. Ahora, el perfil de cliente "tiene más nivel económico, es más joven y valora la parte asistencial del seguro, así como los complementos de servicios que se incorporan a la póliza. Active Seguros incluye un paquete muy completo de productos y servicios de utilización inmediata por parte del asegurado que ve un valor real añadido y de ahorro en su póliza. Por este motivo, nuestra edad media de contratación ha disminuido claramente".

¿Cómo se prevé que se va a comportar el ramo Decesos este año?

A datos de agosto 2023 el ramo ha aumentado un 5,13% más que en 2022. En el caso de Active Seguros, a esa misma fecha, ha crecido un 10,20%. Por tanto, el comportamiento es altamente positivo.

En los últimos años, la siniestralidad en el ramo de Decesos ha crecido mucho. ¿Qué tal se está comportando este año?

Este año ha descendido desde enero hasta agosto, de forma muy significativa en todas las comunidades, un 27% con respecto a 2022. Nuestra previsión es que siga haciéndolo hasta diciembre.

¿Están siendo años complicados en términos de rentabilidad?

Actualmente, la rentabilidad solo viene a través del rendimiento técnico, no del financiero. Como la siniestralidad es una de las partidas de gasto más relevantes, si esta disminuye (como está ocurriendo) y los crecimientos en primas son buenos, se obtiene rentabilidad.

¿Cómo está influyendo al ramo la inflación que estamos soportando?

Este ramo no suele verse muy afectado por los datos macroeconómicos y, actualmente, es así. Decesos está muy consolidado y la permanencia de las pólizas es alta, por encima de 13 años, cosa que no ocurre en el resto de ramos.

En cuanto a la inflación en los servicios que se dan en un sepelio, tenemos presupuestos cerrados que hasta enero de 2024 no se modifican. Creo que el incremento estará en torno al 3%.

¿Se están conteniendo el incremento de la prima? ¿En qué porcentaje se han subido a nivel sectorial?

En los incrementos de coste de servicio dependemos de proveedores externos (funerarias, ayuntamientos...), pero aun así la subida media no ha sobrepasado el 5%.

Hay productos de Decesos que promueven las despedidas más personalizadas. ¿Cómo lo está gestionando el seguro?

Es un seguro de prestación de servicios y, por tanto, intentamos innovar con las diferentes propuestas novedosas que se lanzan al mercado como la inclusión de servicios de asistencia médica (telemedicina), la asistencia laboral y los programas de fidelización, entre otros.

¿Se está produciendo un cambio en el perfil de cliente de Decesos?

Sí. Ahora el perfil de cliente tiene más nivel económico, es más joven y valora la parte asistencial del seguro, así como los complementos de servicios que se incorporan a la póliza.

¿Qué se está haciendo para captar al cliente joven?

Una persona joven no se identifica con el riesgo de fallecimiento, ni ofertando seguro de Vida o de Decesos. Active Seguros incluye un paquete muy completo de productos y servicios de utilización inmediata por parte del asegurado que ve un valor real añadido y de ahorro en su póliza. Por este motivo, nuestra edad media de contratación ha disminuido claramente.

En 2022, la prima nivelada es la que más porcentaje de primas tiene sobre el total (66,9%) porque es el grueso de las pólizas y las primas mixtas las que

En 'Asistencia Active', hemos incluido un servicio muy novedoso de asesoramiento en el mundo laboral, tanto por cuenta propia como ajena

DECESOS ES INTERESANTE PARA LOS CORREDORES

Juan Carlos Sancho, director general de Active Seguros, afirma que Decesos es "un producto que fideliza, tiene buenas comisiones, gastos de gestión muy bajos y permite la ampliación de la venta cruzada para conseguir un cliente integral". Por todo ello, es un producto interesante para los corredores. Si eligen a Active Seguros encontrarán: "Asistencia personalizada, un producto muy competitivo, todas las herramientas digitales necesarias, una experiencia dilatada en el tratamiento del siniestro y unas comisiones de mercado". A cambio, desde la aseguradora piden que "trabajen con nosotros y comprueben nuestra forma de hacer en este ramo". En este momento, el 45% de la cartera de Active Seguros se ha conseguido a través de corredores y, en nueva producción, el porcentaje sube al 60%.

Pretendemos seguir ampliando nuestra red de mediación en toda España

más vienen creciendo (12,6%), según Icea. ¿Tienden a desaparecer las primas niveladas en la nueva contratación?

La competencia que existente en el mercado lleva a ofertar primas, en principio, más bajas (las primas mixtas). Pero el mercado de prima nivelada seguirá existiendo si está bien explicada por el mediador que vende la póliza.

Cada vez se ve más oferta de seguros de Decesos combinados con otros seguros. ¿Qué opina de ello?

Me parece bien, siempre que esté claro qué coberturas tiene cada seguro. Por ejemplo, una oferta de seguro de Vida o Accidentes con Decesos es muy completa y perfectamente compatible.

¿Con qué problemas se está encontrando el ramo de Decesos?

El mayor de ellos, es el hecho de que existe cierto rechazo a hablar de fallecimiento y los elementos que componen un servicio de decesos.

Para poder crecer hay que potenciar las herramientas digitales, tales como emisión digital, pago por tarjeta, acceso web de consulta y gestión para los asegurados, mantener la atención al cliente real...

¿Cree que sigue existiendo la percepción de que se trata de un seguro antiguo, tradicional y poco innovador?

En absoluto. Es un seguro muy vigente y necesario en la actualidad. La presentación en la web, el márketing

que se realiza y la oferta de servicios complementarios ya no generan esa percepción. Además, ya no se disfraza la palabra decesos en la oferta de venta de este seguro.

¿Cuáles son los objetivos de Active Seguros para este año y un futuro próximo?

Cumplir con nuestro plan estratégico hasta 2024, que contempla a nuestra red propia y de mediación en toda España. Se trata de conseguir un mayor conocimiento de nuestra marca y que nuestros asegurados tengan una mayor información de todos los beneficios que tiene su póliza.

Pretendemos seguir ampliando nuestra red de mediación en toda España. Para conseguirlo, por una parte, lo haremos a través de nuestros delegados comerciales que realizan labores de captación continua en todas las comunidades autónomas; y, por otra parte, desde la dirección se trabaja con asociaciones, colegios profesionales y colectivos.

Además, queremos estar actualizados con todos los adelantos tecnológicos que van surgiendo y continuar mejorando nuestros productos.

¿Active Seguros tiene previsto sacar alguna nueva prestación en el producto de Decesos próximamente?

Todos los años sacamos alguna nueva prestación o completamos las ya existentes, y siempre basándonos en el concepto de asistencia familiar.

Dentro de nuestra Asistencia Active, hemos incluido un servicio muy novedoso de asesoramiento en todo lo que tiene que ver con el mundo laboral, tanto por cuenta propia como ajena.

El mercado de prima nivelada seguirá existiendo si está bien explicada por el mediador que vende la póliza

¿Cuál es la estrategia de crecimiento de Active Seguros en el ramo de Decesos?

Continuar buscando acuerdos con asociaciones y grupos de corredurías, trabajar en plataformas digitales y potenciar nuestros seguros colectivos.

Por el momento, ya contamos con Adecose, Fecor, Agacose, Anacose, Summa, NewCorred, Coinbroker, Grupo 10…

¿Cómo va a influir en el ramo el hecho de que haya entrado Decesos en los comparadores, cuando tradicionalmente se distribuía por mediadores?

Como en el resto de ramos, generará más competencia y habrá que analizar si la calidad de la venta y la permanencia del seguro es suficiente.

¿Cree que los corredores están más motivados para vender Decesos?

Totalmente, la mediación profesional lo está. Para el corredor, Decesos es un ramo más que, poco a poco, irá creciendo en lo que respecta al volumen de sus carteras. De hecho, el porcentaje de Decesos en el negocio de los que se dedican preferentemente a los ramos personales, ya no es tan pequeño.

Carmen Peña
Fotos: Irene Media

Antonio Alonso, consejero y director técnico de Correduría Seguros Nogal

El corredor está atento a la alta **DEMANDA** del seguro de Decesos

Aunque Decesos no estaba dentro del portfolio de los corredores, en estos últimos años, se han dado cuenta de que existe una alta demanda por parte del asegurado y que, además, es un ramo con una alta permanencia y, por tanto, muy rentable. Antonio Alonso, consejero y director técnico de Correduría Seguros Nogal, afirma que "eleva el número de pólizas por cliente, la fidelización y la rentabilidad". El principal problema con el que se pueden encontrar los corredores en su comercialización es "la competencia y, sobre todo, las dificultades a la hora de asesorar al cliente, en la comparación y diferenciación de la prima natural, mixta o nivelada".

Antonio Alonso, consejero y director técnico de Correduría Seguros Nogal, comenta que, "desde hace muy pocos años, los corredores hemos empezado a comercializar este tipo de seguros, un ramo que casi era exclusivo de los agentes afectos. No estaba dentro del portfolio de los corredores. Pero, nos hemos dado cuenta de que existe una alta demanda por parte del asegurado y que, además, es un ramo con una alta permanencia. Eleva el número de pólizas por cliente, la fidelización y la rentabilidad".

En el caso de Seguros Nogal, "que somos una correduría principalmente de particulares, vimos, después de un exhaustivo estudio del mercado y de nuestros clientes, que había un alto potencial de negocio, dado que aproximadamente un 50% de la población no está asegurada. A esto se une que es uno de los ramos de particulares que encaja perfectamente con nuestro modelo de distribución". De hecho, para Correduría Seguros Nogal, "Decesos es un ramo estratégico. En este momento nuestro volumen representa el 25% de la cartera y más del 40% de la nueva producción y esperamos seguir creciendo un porcentaje superior en los próximos años", indica su consejero y director técnico.

En 2023, cree que la venta del ramo de Decesos a través del canal de corredores tendrá "un crecimiento importante y, cada vez, más consolidado". A pesar de que la inflación que estamos soportando, influirá "en el incremento de los costes en todos los servicios y, por tanto, afectará al capital asegurado y, por ende, a la prima".

En 2023, la venta del ramo de Decesos a través del canal de corredores tendrá un crecimiento importante y, cada vez, más consolidado

EN PROCESO DE CRECIMIENTO

El ramo de Decesos está viviendo cambios, con una reorganización del mercado, la incorporación de nuevos operadores y canales y el desarrollo de nuevos productos y coberturas. Antonio Alonso cree que "es un proceso natural en cualquier ramo en crecimiento. Actualmente, hay un número muy grande de pequeñas compañías, algunas muy locales, que serán absorbidas; y, por otro lado, las grandes compañías han empezado a explotar este ramo por el margen que genera".

Respecto al desarrollo de nuevos productos y coberturas, Alonso considera que "obedece a dos factores: el primero, la competencia entre aseguradoras; y el segundo, a la ampliación de nuevos e importantes servicios que los familiares de los fallecidos asegurados necesitan, tales como la atención psicológica, la testamentaría o la gestión final de la vida digital del fallecido, entre otras".

El consejero y director técnico de Correduría Seguros Nogal explica que "el cliente ha cambiado. Antes, el seguro de Decesos tan solo se percibía como una hucha para no hacer ningún desembolso en el sepelio y poco más. En la actua-

Existe el peligro de caer en una guerra de precios en Decesos

lidad, valoramos mucho más no solo los servicios inherentes del sepelio, sino los servicios añadidos, como repatriación, atención psicológica, testamentaría y servicios en vida con servicios dentales o fisioterapeutas. Se va hacia un servicio integral en un momento especialmente complejo para las familias y la inclusión de coberturas novedosas como la vídeo consulta y, sobre todo, la digitalización de los procesos, lo que supone una mayor agilidad en los trámites".

CADA RIESGO EN SU RAMO

Aunque cada vez se ve más oferta de seguros de Decesos combinados con otros seguros, en la Correduría Seguros Nogal son "partidarios de que cada riesgo debe ir asegurado por su ramo". Si no, al final, "el asegurado no sabe lo que tiene".

En España, Decesos es un seguro muy consolidado y tradicional. Por eso, Antonio Alonso solo percibe "el peligro de caer en una guerra de precios donde, al final, salgamos perdiendo todos, unos en márgenes y los asegurados en calidad de servicio".

Sobre el hecho de que el ramo haya entrado en los comparadores, Alonso piensa que, "si se hace con profesionalidad, no debería influir demasiado. Pero, si empezamos a poner primas naturales para competir en precio sin explicar qué sucede a los asegurados cuando vayan cumpliendo años, pasará de ser un ramo donde los asegurados valoran muy positivamente todo, a que piensen que les hemos engañado y eso, justamente, cuando sus ingresos serán más bajos por la jubilación".

El principal problema con el que se encuentran los corredores que venden Decesos es "la competencia y, sobre todo, las dificultades a la hora de asesorar al cliente, en la comparación y diferenciación de la prima natural, mixta o nivelada. Es importante que el cliente entienda muy bien esa diferenciación para que elija la más adecuada. Esa es la mayor complejidad, pero a su vez, lo que marca la diferencia entre unas corredurías y otras".

Carmen Peña

Allianz

Cómo vas a tener un seguro pequeño **para proteger algo tan grande**

En Allianz sabemos que cuando algo realmente te importa, la dimensión cambia. Por eso, nuestros seguros tienen todas las coberturas para proteger lo más grande

Descubre nuestros seguros en allianz.es

El derecho al olvido oncológico **INCIDIRÁ** en la siniestralidad y las primas

El pasado 30 de junio entró en vigor el Real Decreto Ley 5/2023 que establece el derecho al olvido oncológico de los ciudadanos que quieran contratar seguros y productos bancarios, una vez transcurridos 5 años desde la finalización del tratamiento sin recaída. Una normativa de la que se congratula el sector asegurador, pero ante la que las compañías aún tienen que adaptar sus formularios, revaluar los riesgos y comprobar su impacto en la cartera, ya que, presumiblemente, aumentará la siniestralidad y, a la larga, pueden encarecerse las primas.

Desde su experiencia como correduría especializada en Vida Riesgo, Juan Betés, CEO de **PuntoSeguro**, admite que sí que han notado algunos cambios por parte de las aseguradoras, que ya están especificando de otra manera las preguntas de salud relacionadas con los antecedentes médicos, acotando mucho el período a los últimos 5 años y no solo para temas relacionados con el cáncer: "Esto es un cambio importante porque antes muchas de ellas no concretaban esta duración", argumenta. Aunque reconoce que también existen aseguradoras que, de momento, siguen haciendo las preguntas de la misma manera, que no están dando plazos cerrados: "No sé si es un tema de falta de comunicación con los mediadores de las nuevas preguntas o que no han tenido tiempo suficiente para adaptarlas conforme al Real Decreto", comenta.

"Han debido empezar a aplicar los cambios en las pólizas por internet, en los formularios web, porque en los cuestionarios no hemos visto cambios aún", puntualiza Patricia Suárez, presidenta de la Asociación de Usuarios Financieros (**Asufin**), para quien resulta fundamental que las compañías cambien cuanto antes los términos de los cuestionarios para introducir el plazo y evitar la discriminación.

Nuria Gutiérrez, European Financial Advisor de **Getino Finanzas**, admite que en su correduría no se ha detectado ningún cambio en cuanto a modificaciones en cuestionarios de salud o que se esté informando de alguna manera, aunque lo justifica porque la normativa es muy reciente "y las aseguradoras aún no han tenido mucho tiempo de reacción".

"Es una cuestión de entender el riesgo, de saber lo que va a costar y a partir de ahí proponer soluciones más o menos innovadoras". Juan Betés

Con todo, las compañías tendrían que tener claro que lo más importante es la flexibilidad, según José Miguel García, director de Previsión Social de **Filhet Allard MDS Correduría**, toda vez que cualquier cambio de estilo puede llevar meses, pero al asegurado hay que atenderle desde el primer momento. A su entender, el mayor problema puede surgir en los seguros colectivos, en los que normalmente se establecen los *free cover* para coberturas altas, sobre todo en el caso de directivos, ya que se pueden encontrar con clientes que tengan hasta un millón de euros asegurados.

AUMENTO DE LA SINIESTRALIDAD

Aunque todos los participantes de la mesa redonda de Pymeseguros están convencidos de las bondades de esta normativa para evitar la discriminación, también admiten que probablemente conllevará un aumento de la siniestralidad. "Para las compañías es un rompecabezas que tienen que resolver porque los actuarios necesitan prever lo que va a suceder y no es sencillo con esta nueva ley", reconoce Juan Betés. Con el paso del tiempo, también se comprobará si se va a producir una readaptación de las primas, dado que el riesgo puede crecer. Ahora bien, también asegura que Vida Riesgo es un producto con muchísimo margen y con la siniestralidad muy baja, a lo que se une que las personas cada vez viven más años: "Estoy convencido que las cuentas les siguen saliendo, pero cada compañía tendrá que hacer sus cálculos y ver un poco cómo lo afrontan", asume.

"Los análisis de siniestralidad en el momento que esto se aplique cien por cien creo que van a cambiar", propone José Miguel García, para quien esta ley es esencial: "No podemos quedarnos anclados en el pasado y no asegurar con un seguro de Vida a una persona que está totalmente curada", ratifica.

En este sentido, Nuria Gutiérrez cree que las leyes han empezado con el tema del derecho al olvido oncológico, pero que existen otras enfermedades más frecuentes que también habría que empezar a considerar: "Este real decreto es un guiño hacia la enfermedad de cáncer, pero estaría bien que haya esa evolución y que sea algo dinámico, no algo estático", afirma.

"Me gustaría que se aplicara a más enfermedades, por ejemplo, la diabetes, que cada vez es más común la de tipo

1, y me gustaría que esto también se trasladara a las compañías de Salud", añade García.

Como recuerda Patricia Suárez, se están haciendo seguros de Vida a una población en la que conviven asegurados muy enfermos con otros muy sanos, por lo que el margen resulta elevado. Admite que seguramente se va a incrementar la siniestralidad porque antes la contratación era más restrictiva. Esto va a suponer una reducción del margen de beneficios, "pero partiendo de un margen muy amplio, por lo que no creo que deba ser algo que les preocupe a las aseguradoras".

"Desde nuestra posición como corredores, a nosotros solamente nos importa que el cliente pueda optar a contratar ese tipo de producto", concluye la European Financial Advisor de Getino Finanzas.

"Los análisis de siniestralidad en el momento que la ley se aplique cien por cien van a cambiar".
José Miguel García

TARDANZA EN LA TRANSPOSICIÓN

Respecto a la tardanza en cumplir la Resolución del Parlamento Europeo, de 16 de febrero de 2022, sobre el Refuerzo de Europa en la Lucha contra el Cáncer, Suárez alude a que en España las directivas comunitarias nunca se trasponen de manera rápida: "Siempre llegamos tarde".

Además, el director de Previsión Social de Filhet Allard MDS Correduría, alude a que en las aseguradoras es complejo cualquier modificación que se haga, por mínimo que sea, puede llevar semanas: "Es algo delicado y tienen que haber varios equipos coordinados para cambiar algo así por la repercusión que puede tener para la compañía", añade.

Las aseguradoras se han quejado, a través de Unespa, de que no haya existido diálogo previo a la aprobación del Real Decreto Ley del olvido oncológico y no se les ha avisado con tiempo. En este sentido, José Miguel García también está de acuerdo en que se debería haber consultado al sector asegurador antes de aprobarlo. Sobre todo, respecto a qué implicaciones tendría para los resultados de la compañía.

La presidenta de Asufin, sin embargo, considera que, dado que la normativa comunitaria es de 2022 y que se da un plazo hasta 2025 para su aplicación por parte de las compañías, el período es aceptable. En este sentido cree que la queja de Unespa viene no tanto porque no se hayan escuchado sus reclamaciones, sino porque estas no hayan sido tenidas en cuenta y recogidas en la norma.

De hecho, ella considera que esta normativa es un avance importante, ya que no hay márgenes para la interpretación en contra de los derechos de los consumidores. En este sentido, valora la inclusión en el texto de la palabra "cáncer" de modo que ninguna compañía tiene modo de eludirla, además de incluir el criterio técnico de los 5 años, "de esa manera se aporta claridad y deja menos margen a la interpretación". Además, se congratula de que, a pesar de la convocatoria de elecciones, este Real Decreto se aprobase y no quedase en el aire.

José Miguel García, que estuvo 20 años trabajando en aseguradoras, comprende la queja de Unespa sobre la falta de diálogo antes de aplicar la ley, porque da la impresión de que son las compañías las malas, que no quieren aplicar la normativa porque van a tener resultados malos, pero esta reticencia viene más por temas de operatividad y la escasez

de tiempo: "Habría sido bueno tener la información de esta ley con antelación para adaptarse". No obstante, cree que dentro de las aseguradoras todo el mundo está conforme con la misma, pero tiene que prevalecer el resultado técnico.

"Creo que es bastante importante que se hubiera escuchado a todas las partes y, sobre todo, que hubieran hecho un régimen transitorio para dar tiempo a las compañías a cumplir", secunda Betés, a fin de eludir situaciones evitables "porque en capitales muy altos, por ejemplo, la compañía no es que no esté por la labor de cumplir la ley, es que no sabe ni cómo hacerlo". Con todo, valora mucho el articulado, ya que mientras en la normativa comunitaria el plazo que daban a los mayores de edad era de 10 años desde el momento de superar el cáncer, en España se ha reducido a 5, "con lo cual es mucho más protector para los consumidores", confirma.

"Al final, el espíritu del seguro es asegurar al máximo, el mayor número de personas posibles frente a los riesgos a los que se enfrentan". Patricia Suárez

ADAPTACIÓN DE LA ACTIVIDAD ACTUARIAL

Respecto a cómo se compagina la actividad actuarial, que discrimina para establecer grupos de riesgo, con la aplicación de esta ley, García afirma que, en teoría, "debe ir adaptándose a las circunstancias de la sociedad para aplicarlo a una prima". En esta línea, asegura que en algunas compañías de Vida o de Salud se han contratado incluso a antropólogos para conocer estos cambios: "Tiene sentido porque tienes que ver cómo se van a ir aplicando los cambios sociales a lo que tú aseguras. El equipo actuarial tiene que aplicar la prima a ese riesgo", explica.

A Patricia Suárez, presidenta de Asufin, le preocupa que para ser más precisos con esa detección del riesgo se requiere del uso de la inteligencia artificial, que se alimenta de los datos: "El problema es que se cotejan, sobre todo, los datos de los últimos 10 años y la sociedad de hace 10 años no es la sociedad de ahora", aprecia. De ahí que le parezca muy interesante que algunas aseguradoras usen antropólogos o, incluso, geólogos a consecuencia del cambio climático, o sociólogos a propósito de la globalización y de cómo impacta. En concreto, en el caso de la inteligencia artificial cree que es importante porque acelera los procesos, mejora muchísimo todas las tramitaciones y todos los cálculos, "pero también multiplica el error en el caso de que aparezca", que puede desencadenar en una situación de exclusión o discriminación. "Esta eventualidad no es buena para ninguna de las partes porque, al final, excluir una parte de la población es excluir una parte del mercado y es perder una oportunidad de negocio".

En cualquier caso, recuerda cómo, anteriormente, en el seguro se produjeron casos de eludir la discriminación y las aseguradoras lo superaron sin problemas. Por ejemplo, cuando se dejó de diferenciar entre los hombres y las mujeres en Autos. "Al final, el espíritu del seguro es precisamente la mutualización del riesgo", reconoce. Cree que las compañías disminuirán el margen, pero no excluirán, y lo compensarán incrementando la prima o acotando el riesgo de tal manera que, al final, se consigue lo que efectivamente se busca con un seguro, que es "asegurar al máximo el

número de personas posibles frente a los riesgos a los que se enfrentan". "Al final, considero que hay que ser generosos y beneficiar a más colectivos, que es lo importante", incide.

De hecho, el director de Previsión Social de Filhet Allard MDS Correduría rememora que la adaptación cuando se aplicaron las tablas unisex en Vida ya fue un cambio importante para los equipos actuariales porque, de repente, años de cálculos "hubo que tirarlos a la basura", porque históricamente las mujeres han vivido más que los hombres.

Por eso, Nuria Gutiérrez, European Financial Advisor de Getino Finanzas, ve muy positivo esta nueva ley y que se haya aplicado de manera tan rápida: "Es un empujón que es necesario y las aseguradoras van a encontrar la forma de no perder dinero. Y que las personas podamos tener seguros de Vida a pesar de esa inseguridad que te crea esa enfermedad", asegura.

"Esta ley es un empujón necesario y las aseguradoras van a encontrar la forma de no perder dinero". Nuria Gutiérrez

ACTUALIZACIÓN DEL RIESGO

Al final, según el CEO de PuntoSeguro, es un proceso en que todo el sector, aseguradoras y mediación, tendrán que adaptarse y buscar nuevas fórmulas de aseguramiento y diversificar el riesgo de otra manera, revaluando los productos en beneficio del consumidor: "Se trata de asegurar al máximo número de personas y que puedan vivir tranquilas", comenta. De ahí que inste a las aseguradoras a comprobar la siniestralidad real, ya que hasta ahora han adoptado ciertos parámetros por prevención, y que vayan ofreciendo coberturas que den un valor añadido, "pues llevarán la vanguardia y seguirán haciendo muy buenos números".

Por eso, Juan Betés cree que más que discriminar, se puede compensar a los clientes que hacen bien las cosas. Por ejemplo, a aquellos asegurados que se cuidan y hacen ejercicio, ya que gracias a eso viven más y están más contentos, por lo que pueden tener menor siniestralidad: "Al final es una cuestión de entender el riesgo, de saber lo que va a costar un siniestro y, a partir de ahí, proponer soluciones más o menos innovadoras", matiza, "dando soluciones particulares a cada persona".

"Una cosa es excluir y otra cosa es encarecer", aprecia Patricia Suárez, ya que una persona que se cuida más, está disminuyendo sus riesgos, por lo que las aseguradoras pueden valorarlo: "Si tú te cuidas, te bonifico, por ser proactivo", resume.

De hecho, José Miguel García, director de Previsión Social de Filhet Allard MDS Correduría, opina que esa es la vía por la que se está encaminando el sector, con todo el tema de la digitalización, creando entornos donde sea perfectamente visible el estado de salud del asegurado y que se vaya adaptando la prima a esa situación, pues puede haberse reducido su riesgo adoptando mejores hábitos. "Se están adaptando a unos entornos que yo creo que dentro de unos 5 años casi todas las compañías de Vida y Salud valorarán", augura.

Aitana Prieto / Carmen Peña

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

beazley

Insurance. Just different.

Perspectiva

Es maravillosa.
Da igual por
donde lo mires

El seguro une **FUERZAS** ante la Estrategia de Inversión Minorista

El pasado 24 de mayo, los reguladores europeos presentaron una nueva propuesta normativa denominada 'Estrategia de Inversión Minorista', con el objetivo de proteger y capacitar a los pequeños inversores de la UE, resolviendo varios aspectos relacionados con la distribución y el servicio que se les presta. Sin embargo, aseguradoras y mediación se han aliado para oponerse a ciertos aspectos de la iniciativa, que impone nuevos requisitos a los distribuidores de seguros y puede terminar restando valor a la oferta ofrecida a los clientes.

Esta regulación afectará, en gran medida, a los productos de inversión basados en seguros (IBIP) que aseguradoras y entidades financieras distribuyen y que a finales de 2022 suponían, solo en nuestro país, un volumen acumulado de patrimonio gestionado superior a 136.000 millones de euros y un total de casi 6.250.000 asegurados.

Desde la Unión Europea se han propuesto estas medidas para que los inversionistas puedan tener un acceso a información relevante, sencilla y comparable de las diferentes opciones de inversión; limitar el riesgo de un exceso de influencia del marketing en la toma de decisiones; que el asesoramiento financiero siempre esté dirigido al mejor interés del inversor; y que los productos ofrezcan la mejor relación calidad precio (*value for money*) a los inversores minoristas.

Adecose, Amaef, el Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros y Unespa han reconocido, en un comunicado, compartir el objetivo principal de la estrategia,

"orientada a aumentar la participación y la confianza de los consumidores en los mercados financieros". En este sentido, se congratulan de algunas de las medidas propuestas por la Comisión como: el reconocimiento del formato digital, como opción por defecto, para el suministro de información; el deber de los Estados miembros de fomentar la educación financiera; o el esfuerzo por aumentar la transparencia, de forma que los ciudadanos cuenten con información relevante, comparable y comprensible sobre los productos, a la hora de tomar sus decisiones sobre inversión.

Con todo, algunas de las medidas imponen requisitos adicionales a los participantes del mercado "de forma innecesaria" y podrían dar lugar a "efectos no deseados", según protestan desde el sector, que resume sus quejas en seis bloques: incentivos y actuación en "el mejor interés del cliente"; aportación de valor; requisitos de información y otras modificaciones en materia de distribución; ámbito de aplicación de PRIIP; desarrollos normativos; y plazos de implementación.

1. INCENTIVOS

Por un lado, se valora positivamente el hecho de que puedan convivir los dos modelos en materia de asesoramiento financiero: el régimen de incentivos y el régimen de pago explícito, aunque se lamentan de que la propuesta incluye importantes restricciones al cobro de incentivos, que resultan desproporcionadas y pueden generar efectos contrarios a los objetivos perseguidos por la estrategia. A su parecer, los mediadores realizan una valiosa labor de información y asesoramiento al servicio de los ciudadanos, por lo que la retribución de dicha labor vía incentivos es legítima, y consideran que se debería ofrecer al consumidor la opción de elegir entre un formato de retribución u otro. "Si bien la propuesta no introduce una prohibición total de los incentivos, las normas propuestas sobre la remuneración de los intermediarios, repartidas en varios artículos, son tan exigentes y complejas que, en última instancia, podrían conducir al abandono de la oferta de productos basada en comisiones, en detrimento de todos los inversores minoristas, especialmente los más pequeños", considera Juan Ramón Plá, vocal extraordinario del Área Internacional de Adecose.

Esta regulación afectará a los IBIP, que suponen un volumen acumulado de patrimonio gestionado superior a 136.000 millones de euros y casi 6.250.000 asegurados

Y eso que, en base a la iniciativa de reforma, el asesoramiento a prestar requerirá justificar "la actuación en el mejor interés del cliente", que supondría: prestar asesoramiento sobre la base de una evaluación de una gama adecuada de productos (que podrá ser de un mismo fabricante); recomendar el producto de inversión basado en seguros más rentable; recomendar, entre la gama de productos financieros basados en seguros identificados como idóneos, sin características adicionales que no sean necesarias, para la consecución de los objetivos de inversión del cliente y que den lugar a costes adicionales; y recomendar un producto de inversión basado en seguros cuya cobertura sea coherente con las demandas y necesidades de seguro del cliente.

Sin embargo, opinan que tal y como está planteada la norma de la UE se enfoca excesivamente en los costes, por delante de otras características del producto que pueden ser determinantes para atender las exigencias y necesidades del cliente: "Ello puede llevar a priorizar el producto más barato sobre otros

que pueden ser más adecuados para el cliente", se lamenta Javier Barbera, presidente del Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros.

La norma se enfoca excesivamente en los costes, lo que puede llevar a priorizar el producto más barato sobre otros más adecuados para el cliente

2. APORTACIÓN DE VALOR

También genera dudas en el sector la publicación de índices de referencia (*benchmarks*) sobre costes y rentabilidades por parte de la Autoridad Europea de Seguros y Planes de Jubilación (Eiopa), cuyo objetivo es garantizar la relación calidad-precio de los productos. "Actuará, en la práctica, como un límite máximo de precios, ya que no permitirá distribuir productos que se desvíen de estos índices", considera Juan Ramón Plá, salvo en aquellos casos que se realicen pruebas y evaluaciones adicionales para determinar la justificación y proporcionalidad de los costes y gastos. Además, mediadores y aseguradoras difieren sobre su inclusión en el marco de los tratados y normas de la UE: "Habría que cuestionar cómo encajar esta medida respecto de la normativa comunitaria, porque limitará el precio y la oferta de los productos ofrecidos", a la vez que consideran que supone una restricción a la libertad de establecimiento de precios de los operadores económicos, cuyos efectos negativos sobre la competencia se verían amplificados por tratarse de un sector intensamente regulado.

A medio plazo, este tipo de indicadores pueden provocar una reducción de la oferta de productos, penalizando cualquier iniciativa de innovación de las entidades y empujando a una estandarización hacia productos menos costosos, "sin apenas diferenciación alguna ni adaptación a las necesidades de los clientes", quienes verían restringida su capacidad de elección.

En todo caso, consideran que el concepto de *benchmarks* necesita un examen más detenido. Entre otras cuestiones, debería tenerse en cuenta el elevado número de características y circunstancias que concurren en la distribución de productos de inversión basados en seguros (IBIP), la dificultad de comparar productos no homogéneos, la necesidad de considerar plazos temporales suficientes o la consideración de elementos cualitativos de gran transcendencia para el cliente "cuya esencia va más allá del coste y la rentabilidad" (por ejemplo, la gobernanza y solvencia de la aseguradora, los diversos tipos de garantías que puedan incluirse en el producto, la disponibilidad de oficinas y calidad del servicio al cliente, etc.).

3. REQUISITOS DE INFORMACIÓN

"La UE sigue aumentado normas como si no hubiera mañana", protesta Javier Barberá, ya que ahora pretenden incrementar tanto los requisitos del test de conveniencia como del test de idoneidad, obligando al distribuidor a obtener información adicional del cliente y a transmitirle nuevas explicaciones estandarizadas y advertencias. "El resultado es que el proceso de distribución de IBIP no mejora, ni se simplifica, ni hace que lo entienda mejor el cliente", recrimina. Añade complejidad, acrecienta las cargas para los mediadores y hace más difícil el acceso a este tipo de productos.

Aunque desde el sector se valora favorablemente el objetivo de mejorar la transparencia, incluyendo la referida a todos los costes asociados a estos productos, creen que la propuesta de reforma es muy prescriptiva en este ámbito,

planteando una gran cantidad de información y advertencias que puede llegar a ser abrumadora para los clientes, a los que este exceso de información no aporta necesariamente valor. "Desde los Colegios de Mediadores pedimos homogeneizar y ajustar la información de los documentos sobre costes y riesgos, no ahogar al usuario con papeles y más papeles", reclama Barberá. Además, proponen que, para garantizar la eficacia de cualquier propuesta en este ámbito, se realice un amplio estudio sobre el comportamiento del consumidor y la influencia de las divulgaciones obligatorias en su toma de decisiones.

Además, la estrategia incluye también numerosos cambios en la parte general de la IDD con impacto en la distribución de seguros de No Vida (como las nuevas obligaciones de reporte de actividad transfronteriza de los distribuidores) o en los seguros de Vida distintos a los IBIP (como el nuevo documento estandarizado), que deberían ser abordados en el contexto de la próxima revisión general de la IDD, con un adecuado análisis de impacto, ya que se trata de cuestiones no relacionadas con los objetivos perseguidos para los productos de inversión.

La norma se enfoca excesivamente en los costes, lo que puede llevar a priorizar el producto más barato sobre otros más adecuados para el cliente

4. ÁMBITO DE APLICACIÓN DE PRIIP

La propuesta de la Comisión de modificación del Reglamento PRIIP vendría a reconocer explícitamente la exclusión de las rentas vitalicias inmediatas de su ámbito de aplicación, tal y como habían solicitado las Autoridades Europeas de Supervisión. Sin embargo, desde el sector denuncian que la redacción utilizada plantea importantes dudas de interpretación al referirse a los productos minoristas que ofrecen rentas vitalicias inmediatas "sin una fase de redención/reembolso"; por ello, abogan por que esta última referencia debería eliminarse o, en su defecto, aclararse. Además, creen que debería extenderse esta exclusión a otros seguros de ahorro que incorporen garantías biométricas relevantes y que son claramente diferenciales respecto a los productos de inversión sin un componente asegurador de estas características.

5. DESARROLLOS NORMATIVOS

Otro aspecto de controversia tiene que ver con que la propuesta de reforma propone normas de desarrollo mediante la adopción de actos delegados por parte de la Comisión Europea, por lo que la articulación de algunas medidas con más impacto se concretará a posteriori. Por ello, "los numerosos actos delegados de nivel II introducidos por la estrategia hacen imposible evaluar el impacto global de la propuesta".

En cualquier caso, desde el sector asegurador consideran que sería preferible que muchas de las cuestiones que se remiten a decisiones de nivel II quedasen definidas en la propia directiva y que se dejase a los Estados miembros suficiente flexibilidad para reflejar las particularidades nacionales.

6. PLAZOS DE IMPLEMENTACIÓN

Por último, proponen aumentar los plazos de ejecución de las normas, toda vez que las modificaciones que se plantean conllevarán cambios de implemen-

EFECTOS DISRUPTIVOS

"Estas medidas podrían tener importantes consecuencias disruptivas para el sector, afectando también el acceso de los clientes a estos productos, lo que a su vez les perjudica a la hora de proteger sus inversiones y productos aseguradores". Así de conciso se muestra Plá, que incide en que esta estrategia comunitaria, de aplicarse tal cual está propuesta, tendrá importantes impactos entre los corredores, ya que "no podremos cobrar comisiones de las entidades aseguradoras en relación con la distribución de IBIPS". A priori, se trata de una prohibición que ya contempla nuestra normativa el Real Decreto-ley 3/2020, de 4 de febrero, "pero el hecho de que también apareciese en el texto final de la Estrategia de Inversión Minorista reforzaría aún la prohibición que ya nos ha impuesto nuestra propia normativa". De ahí que las reclamaciones realizadas por el sector asegurador español sean más necesarias que nunca: "No hay peor gestión que la que no se hace", reconoce Barberá, aunque no esté muy convencido de que se vayan a tener en cuenta: "Con la UE, como con el resto de administraciones, nunca se sabe". Ahora bien, mantiene el optimismo toda vez que hasta ahora se han obtenido varios éxitos: "Desde evitar que se tratara a los mediadores como si fueran grandes compañías aseguradoras evitándoles una carga burocrática de más de ochenta trámites nuevos, hasta las iniciativas de Eiopa sobre la mala praxis de los bancos a la hora de comercializar seguros en las sucursales". En cualquier caso, la Comisión tendrá tiempo para estudiar estas peticiones, pues la puesta en marcha de estas nuevas medidas no será inmediata, toda vez que en ocho meses habrá elecciones europeas, por lo que "es probable que se espere a finales de 2024 o más tarde, para poner en marcha definitivamente la estrategia".

tación muy considerables en ámbitos como los sistemas informáticos, la comercialización, las políticas internas, los contratos y los costes. "Esta es una de las razones para que los plazos de transposición de la directiva, de aplicación del reglamento y preparación de actos delegados deberían ser sustancialmente más amplios", propone el presidente del Consejo General.

También cabe destacar que la propuesta incluye una cláusula de revisión según la cual, tres años después de la entrada en vigor de la directiva, la Comisión evaluará los efectos de los pagos de terceros en los inversores minoristas, en particular en lo que respecta a posibles conflictos de interés y la disponibilidad de asesoramiento independiente. Sin embargo, sugieren que, dados los plazos para la trasposición y aplicación a nivel nacional, tres años resulta un período demasiado corto, que no permitiría a la Comisión evaluar el impacto de las disposiciones pertinentes. Por ello, esta revisión debería hacerse en un plazo mayor y no de forma aislada, sino dentro de la revisión sobre el sistema en su conjunto.

"Si tomamos en cuenta el tiempo que tardó España en trasponer la IDD, hablar de tres años hasta su aplicación definitiva es un período demasiado corto que, además, no permitiría a la Comisión evaluar el impacto de las disposiciones pertinentes", destaca Javier Barberá, que cree que se podría barajar un plazo "de cuatro o cinco años y dentro de una revisión más amplia del sistema, no de forma aislada".

Aitana Prieto

MetLife

Exploremos la vida juntos

Se **RETRASA** la obligatoriedad de contratar un seguro para perros

La **Fundación Inade** celebró, a mediados de septiembre, una jornada en la que analizó el seguro obligatorio para perros que, en principio, entraba en vigor el 29 de septiembre, pero que se ha retrasado por la falta de reglamento.

La obligatoriedad de asegurar la responsabilidad civil de los perros forma parte de la Ley 7/2023 de 28 de marzo de Protección de los Derechos y el Bienestar de los Animales que, por el momento, carece de un reglamento específico que la desarrolle porque no lo puede aprobar un Gobierno en funciones. Así lo ha señalado la Dirección General de Derechos de los Animales, dependiente del Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030, que ha publicado una nota informativa en la que explica que pospone la entrada en vigor de algunos puntos de la norma, entre ellos, el seguro obligatorio y el cursillo para los dueños. Aunque sí que se mantiene el registro de los perros.

"Los registros de perros existen en cada Comunidad Autónoma y los van a seguir regulando estas, pero el Estado quiere tener acceso a ellos", señala María Luisa Fernández, vocal de Pequeños Animales del Consejo General de Colegios Veterinarios de España y presidenta del Colegio de Veterinarios de Tenerife. En este sentido, es posible que una persona jurídica (como una empresa) sea la dueña del perro, pero Fernández comenta que tiene que "existir un cuidador", que será el que acceda al curso de formación, cuando se regule.

Asimismo, manifestó que "esta formación debe ser impartida por profesionales veterinarios, ya que, aunque muchas personas se dediquen a la protección de los animales, solo los veterinarios tienen la formación teórica necesaria para transmitir conocimientos sobre las necesidades de bienestar de un animal".

Para hablar del tema, junto a ella, Fundación Inade convocó a: Carmen Reyes, abogada, economista y socia de HispaColex Bufete Jurídico, responsable del departamento de Derecho de Seguro; y Carlos Mediavilla, responsable técnico del departamento de Particulares Personales de Caser. Todos ellos moderados por Adolfo Campos, director de Fundación Inade.

UN SEGURO PARA CADA PERRO

Mediavilla, explicó que hasta que "no haya un reglamento no tendremos claro lo que se debe exigir en el seguro de RC". Pero lo establecido es que "cada perro tiene que tener un seguro y si hay varios, hay que concretar qué seguro asegura a qué perro. En el caso de pólizas colectivas para 3 perros, la suma asegurada es para cada perro que se tenga. El capital mínimo tiene que ser por animal". También aclaró que el capital asegurado es para el año en vigor de la póliza. "Si se consume el primer mes, te quedas sin cobertura para el resto del periodo".

Además, se informó de que el responsable del perro, que es el que está en el registro, es el que tiene que contratar la póliza. No obstante, Carmen Reyes, explica que "sería válida la póliza si la contrata otra persona (por ejemplo, si el perro está a nombre de un hijo y este no tiene dinero y contrata el padre este seguro) será válido si el dueño del perro figura como asegurado. Pero deja claro que cuando se establezca la obligatoriedad del seguro "esta sería, en este caso, del hijo como propietario del animal". Además, señala que "lo adecuado sería que la lista de asegurados no estuviera cerrada para que incluyera tanto a todos los que forman la unidad familiar, como a un amigo que pueda sacar a pasear al animal en un momento dado".

La cobertura de RC para el perro dentro de la póliza del Hogar podría ser suficiente, pero debe adaptarse a las exigencias de la nueva norma

En cuanto al establecimiento de la suma asegurada y si esta dependerá o no de la raza y/o características físicas del animal, los ponentes estuvieron de acuerdo en que esta cuestión deberá ser aclarada por el Reglamento. Porque, si bien es cierto que el daño por la mordida de un caniche no será igual a la mordida de un pastor alemán, ambos perros pueden causar el mismo daño si se escapan durante el paseo y provocan un accidente de tráfico.

El capital que se establece en los perros peligrosos suele ser, más o menos, la misma. Para el resto de perros, Reyes sugiere que sea "con una horquilla en función de las características del perro. Se debería establecer tramos porque 180.000 euros para un chigua gua me parece excesivo. La media podría estar entre 300.000 y 500.000 euros como mínimo".

LA COBERTURA DE RC DE PERRO EN EL SEGURO DE HOGAR PUEDE SER EXCASA

Ante la duda de si la cobertura de responsabilidad civil del perro incluida en el seguro Multirriesgo del Hogar es suficiente para cumplir con la nueva norma, Carmen Reyes dijo que "esta cobertura podría ser suficiente, siempre que se revise el capital contratado y se adecue a las exigencias de la nueva Ley". En su opinión, "resulta más adecuado realizar un seguro específico, pensando en este riesgo en concreto". En este sentido, Carlos Mediavilla señaló que "en el mercado existen productos específicos muy asequibles que suponen una mejor solución que incluir al perro en el seguro del Hogar".

Reyes dejó claro que "ahora no se puede sancionar a quien no haga el seguro, porque no se han fijado los elementos básicos de lo que hay que contratar, como las cuantías. Pero en un futuro, las multas por no tener seguro pueden oscilar desde una mera amonestación hasta sanciones económicas que van de 500 a 10.000 euros. El Reglamento regulará las sanciones en función de la gravedad del daño o las reiteración de no llevar seguro".

Sobre la conveniencia o no de que exista franquicia en este tipo de seguros, Mediavilla apuntó que "es poco común encontrar franquicia en este tipo de seguros, ya que su coste es muy bajo y, en caso de existir, son franquicias pequeñas, que pueden oscilar entre los 300 y los 1.000 euros". El problema de la franquicia, según está ahora mismo, es que "la aseguradora se puede oponer a la franquicia y, por lo tanto, el perjudicado no estaría resarcido completamente por la aseguradora, puesto que esta no pagaría la franquicia establecida. Lo idóneo sería que la aseguradora pagara también la cantidad franquiciada y que luego la repercuta al asegurado".

La media de capital asegurado podría estar, como mínimo, entre 300.000 y 500.000 euros

Fernández subrayó la falta de interacción entre los Colegios Veterinarios y el Gobierno a la hora de publicar la nueva Ley: "Si nos hubiesen tenido en cuenta, muchos puntos se habrían corregido antes de su publicación. Esperamos que de cara al Reglamento tengan en cuenta nuestras recomendaciones".

Además, se recordó que los perros de caza tienen seguro propio y no están en esta norma, los de pastoreo tampoco está en esta norma y las razas potencialmente peligrosas siguen igual como hasta ahora.

Adolfo Campos concluyó que "aunque el seguro no será obligatorio a partir del 29 de septiembre, sin embargo, es totalmente recomendable, ya que un perro puede causar un incidente que ponga en peligro el patrimonio de la familia".

VIVO

1. (i)

ESO QUE **TE HACE REÍR**

Eso que quieres cuidar con **PREVENTIVA VIVO,** el seguro de decesos que siempre está **cuando más lo necesitas.**

loquetehacevivir.com
900 20 30 10

Preventiva Seguros | VIVO DECESOS

Begoña Larrea, directora general de Summa Insurance Smart Company

¿Por qué una correduría de ÉXITO decide integrarse en un gigante?

¿Es el momento de vender porque el negocio tiene buenas cifras y podemos sacarle más dinero a la operación o es el momento de hacer algo mucho más grande, incluso, quizás algo mucho más grande que no te habías planteado que podías hacer desde tu correduría local? Desde Summa Insurance todo lo que se hace es para crecer todos, porque la suma del crecimiento de todos los pequeños hace que el crecimiento de la empresa sea exponencial.

Al plantearme escribir esta tribuna sobre los motivos por los que las corredurías grandes se integran en otras más grandes, sólo puedo pensar en la decisión que tomamos hace más de un año en Summa y en el paso que dimos al integrarnos en la 5ª correduría del mundo. Ahora somos la 5ª correduría del mundo para España y Portugal. Si pensamos en grande, tenemos la opción de ser grandes.

¡Quien le iba a decir a todas nuestras oficinas y mediadores que iban a ser la oficina local de la 5ª correduría del mundo! No sólo desde el punto de vista de imagen, sino también de recursos para poder escalar en local.

Nuestra decisión tuvo mucho que ver con esto, queríamos un proyecto que nos permitiera escalar en todas las provincias donde estamos. Rechazamos muchas ofertas de proyectos que buscaban el corto plazo, la rentabilidad por reducción de costes no era nuestro proyecto; el motivo por el que estábamos dispuestos a hacer algo así era porque queríamos escalar y multiplicar por 10, necesitábamos alguien que nos ayudase.

Así, el motivo principal por el que nos declinamos por integrarnos en una correduría gigante a nivel mundial fue "pensamiento a largo plazo y ambición".

Siempre se lo decimos a los mediadores con los que estamos. Si piensas a largo plazo, es imposible que veas que te vas a mantener, por muchos recursos que tengas. Los mediadores del futuro serán muy grandes, internacionales. Y crearán grandes sinergias entre ellos de tal forma que les será rentable invertir en el negocio. Los que queden, algunos tendrán la opción de poder integrarse, no con las ventajas de los pioneros, desde luego; pero si son negocios buenos, todavía quedarán oportunidades.

CRECE LA BRECHA ENTRE GRANDES Y PEQUEÑOS CORREDORES

De hecho, esto ya se ve en España, la brecha entre los grandes corredores y los pequeños es cada vez más grande, la inteligencia artificial va a cambiar radicalmente los negocios, el cliente demanda formas de tratarle que el mediador tradicional desconoce, las economías colaborativas cambian la naturaleza de los riesgos que aseguramos… Necesitas recursos y, además, que la inversión que hagas sea rentable.

Por otro lado, sabes que es el momento. Y aquí juega la ambición, es el momento de vender porque el negocio tiene buenas cifras y podemos sacarle más dinero a la operación; o es el momento de hacer algo mucho más grande, incluso, quizás algo mucho más grande que no te habías planteado que podías hacer desde tu correduría local.

No es fácil y te puedes equivocar al tomar la decisión. Máxime en este momento donde grandes fondos de inversión están haciendo propuestas para arrasar en el mercado, propuestas que yo siempre las asemejo a cuando se arramplan con rastrillos todas las setas, a corto plazo tienes un montón de setas y a medio plazo has destrozado el ecosistema, la forma de ganarse la vida de personas.

La empresa de inteligencia artificial especializada en el sector asegurador de Acrisure ayuda a sus oficinas locales a crecer exponencialmente

Nuestra decisión era clara, queríamos un industrial, no un fondo. Una multinacional es una empresa organizada, con un plan estratégico claro para conseguir objetivos de crecimiento, constructivos, escalables en el tiempo con un punto clave: todo lo que se hace es para crecer todos, porque la suma del crecimiento de todos los pequeños hace que el crecimiento de la empresa sea exponencial.

Y, por supuesto, con un plan de inversión importante; máxime en estos tiempos donde la tecnología será un punto y aparte en muchos sectores.

Una última reflexión. Una multinacional como Acrisure no se anda con chiquitas, cuando fue consciente del papel tan importante que iba a tener la tecnología en el desarrollo del negocio, decidió comprar una empresa de inteligencia artificial especializada en el sector asegurador con una plantilla de más de 700 personas para fortalecer sus oficinas locales a largo plazo y ayudarles a crecer exponencialmente.

ACRISURE

Lo mejor del talento humano y de la inteligencia artificial

#1
La correduría de mayor crecimiento en la historia de la mediación en el mundo

$4.100
Millones en ingresos

21
Países

+1000
Oficinas locales en el mundo

Los corredores, la primera parada para la **DIGITALIZACIÓN** del sector

Aunque la mayoría de los corredores españoles ya dispone de un plan estratégico de digitalización, el 58% afirma no tener un nivel adecuado de conocimientos digitales para abordar el proceso, según la encuesta que realizó Hiscox a corredores de seguros de toda la geografía española en Hiscox on Tour. Es importante que los corredores aprovechen todos los beneficios de la digitalización y la innovación, para ofrecer el mejor servicio posible a los clientes y, por lo tanto, ser competitivos en el mercado.

La digitalización de las empresas, sin importar el sector en el que se desenvuelven, ya no es una opción, es una necesidad para lograr una mayor competitividad. En concreto, en el sector de los seguros, los corredores deben encontrar un punto diferenciador para ser los mejores en el mercado actual y adaptarse a las necesidades del cliente de hoy en día. Ante esto, la digitalización se posiciona como su aliado perfecto.

Sin embargo, para que los corredores puedan beneficiarse del mundo digital y logren potenciar al máximo sus ventajas, deben contar con unos conocimientos y tecnología básicos. Dado este contexto, vale la pena resaltar que, si bien la mayoría de los corredores españoles ya dispone de un plan estratégico de digitalización, el 58% afirma no tener un nivel adecuado de conocimientos digitales para abordar el proceso según la encuesta que realizó Hiscox a corredores de seguros de toda la geografía española durante el reciente Hiscox on Tour.

Y es que la digitalización de cualquier negocio debe ir más allá de herramientas comunes como la página web corporativa, el uso activo de redes sociales, email marketing o perfiles profesionales en Google My Business. En este sentido, existen otros elementos como plataformas de cotización y emisión de pólizas de las aseguradoras así como softwares de gestión de corredurías para la gestión de la cartera. Así, desde Hiscox disponemos de distintas herramientas para ayudar al corredor a vender online de una manera muy sencilla.

LA IA PUEDE AYUDAR A MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Adicionalmente, herramientas como la inteligencia artificial pueden ayudar a mejorar la atención al cliente, automatizar procesos reduciendo el margen de error o incluso gestionar siniestros. Por su parte, el análisis de datos permite reconocer tendencias y anticiparse a eventos, lo que permite una toma de decisiones estratégica y ahorro de tiempo y costes. Todos estos instrumentos, utilizados en conjunto o de manera individual, ofrecen un sin fin de ventajas como, por ejemplo, la apertura de nuevos canales de comunicación e interacción con los clientes, así como el aumento de productos y servicios en la cartera, lo cual permite ofrecer una atención personalizada para cada individuo de acuerdo con sus distintas necesidades.

Los corredores deben encontrar un punto diferenciador para ser los mejores en el mercado actual y adaptarse a las necesidades del cliente

Por lo tanto, no cabe duda de que las opciones de digitalización para las correduría pueden adecuarse a cada perfil, por lo que aprovechar todos los beneficios de la digitalización y la innovación debe ser prioridad para los corredores que busquen ofrecer el mejor servicio posible a los clientes y, por lo tanto, ser competitivos en el mercado.

HISCOX XPRESS

COTIZA EN NUESTRA WEB SIN CLAVES NI CONTRASEÑAS

Más información sobre cómo cotizar en: www.hiscox.es/como-cotizar-con-hiscox

¿Qué puedes hacer dentro de Hiscox Xpress?

- Calcular una prima orientativa para tu cliente sobre la marcha
- Productos adaptados a la actividad de tu cliente
- Solicitar una cotización

¿Cuáles son las ventajas de utilizar Hiscox Xpress?

- Proceso rápido y ágil
- Sin la necesidad de tener clave de mediación con Hiscox
- Condiciones más competitivas

WWW.HISCOX.ES

El Movimiento Medialia de DKV empieza el reto de **NEGOCIO RESPONSABLE**

Tras la pausa de verano, los mediadores participantes en el Movimiento Medialia retoman el proyecto con una formación en sostenibilidad, el segundo reto de 2023.

Tras el reto medioambiental, con el que los mediadores convirtieron sus ventas en árboles plantados, ahora toca el de '**Negocio Responsable**'. De esta forma, los mediadores del **Movimiento Medialia DKV** retoman el proyecto con el segundo reto del año, con el que tienen la oportunidad de cursar una formación en sostenibilidad ambiental, social y de gobernanza, para que dispongan de un mayor conocimiento y motivación para desarrollar proyectos sostenibles.

El **Movimiento Medialia de DKV Seguros** es un programa que nació hace 12 años con el objetivo de fomentar la sostenibilidad en el sector de la mediación, diseñado para mediadores de seguros, fomenta la participación de agentes y corredores en acciones con impacto positivo ambiental, social y de gobernanza. Este año, igual que en ediciones anteriores, se están lanzando los tres retos durante el año en los que los mediadores puedan participar.

APORTACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD AL NEGOCIO

Así, la formación del reto de '**Negocio Responsable**' consiste en una presentación de una hora con una prueba final, donde se resolverán cuestiones como las aportaciones que la sostenibilidad hace en el negocio y cuáles son las prácticas que existen al respecto.

El curso, que está disponible tanto para la red exclusiva como para la red de corredores, pone el foco en contenidos como el modelo del tripe impacto, el propósito corporativo, qué son los grupos de interés, qué es el valor compartido y por qué

es una prioridad para el negocio, y ejemplos reales de buenas y malas ejecuciones de los conceptos de sostenibilidad en el ámbito empresarial.

El reto tendrá una duración aproximada de un mes y medio, un periodo en el que los mediadores también podrán continuar desarrollando su iniciativa solidaria propia o su *plogging day*, si así lo desean.

Como explica Carmen Puértolas, agende de DKV Seguros, Medialia actúa como la "hoja de ruta" para todos los mediadores: "¿a quién no le resulta interesante trabajar en una empresa que se implica de esta manera y que se plantea cómo puede contribuir en la mejora de colectivos más vulnerables? Medialia nos empuja".

Además, añade que "sin duda, en el equipo aumentan el orgullo de pertenencia, el compromiso y, por consecuencia, la productividad. Lo mismo ocurre con los clientes, con lo que se mejoran los vínculos, lo que ha dado lugar a que se hayan creado nuevas oportunidades de negocio que estamos consolidando".

LOS RETOS DE 2023

El **reto medioambiental** fue el primer reto del año, con el que los mediadores participantes **convirtieron sus ventas en árboles plantados**. El reto medioambiente duró hasta el 15 de julio de 2023, un periodo en el que cada venta de póliza de **'DKV Ecofuneral'** y **'DKV Ecohogar'** se convirtieron en un árbol plantado por el Movimiento Mediaria.

El Movimiento Medialia tiene como objetivo fomentar la sostenibilidad entre la mediación de seguros, fomentando la participación de agentes y corredores en acciones con impacto positivo ambiental, social y de gobernanza

Así, cada mediador tuvo la oportunidad de transformar sus acciones en **impacto medioambiental positivo**, y DKV de otorgar, a quienes participaron, un certificado de la plantación para compartir con los clientes y en redes sociales.

Las acciones de los tres retos consistirán en:

— En el caso del **reto de medioambiente**, se promocionarán acciones que mezclen el deporte y el cuidado del medioambiente, la plantación de árboles por parte de Medialia, e infografías.

— En el de **negocio responsable**, se ofrecerá un curso de sostenibilidad para la red exclusiva y la red de corredores.

— Finalmente, en el reto de **acción social**, se realizará una donación a las ONGs más votadas y la promoción de la alimentación saludable, gracias al libro 'Recetas Medialia'.

Los mediadores, tanto agentes exclusivos de DKV como corredores que trabajen con la aseguradora, todavía pueden **firmar el compromiso Medialia 2023 aquí**.

'Plan Ahorro Plus Fidelidad IV' garantiza un 3%

Mutua Madrileña ha lanzado al mercado 'Plan Ahorro Plus Fidelidad IV', un seguro de Vida-ahorro con una rentabilidad bruta garantizada del 3,5% durante el primer año (la rentabilidad neta de gastos será del 3%). Posteriormente, la entidad fijará el tipo de interés garantizado de forma trimestral.

Mutuactivos AV comercializa esta nueva propuesta para clientes de perfil de riesgo bajo como alternativa a la inversión en Letras del Tesoro o en depósitos bancarios. Puede contratarse con una aportación mínima inicial de 750 euros y permite hacer aportaciones adicionales por, como mínimo, el mismo importe. Está respaldado por la solvencia de Mutua Madrileña.
Además de garantizar a vencimiento el capital invertido y una rentabilidad atractiva, el seguro incluye una prestación por fallecimiento del asegurado, en cuyo caso los beneficiarios recibirán el ahorro existente en ese momento, más un capital adicional del 10% del ahorro acumulado al inicio de cada anualidad (con un máximo de 1.200 euros).
El nuevo seguro de Vida-ahorro sustituye al anterior, 'Plan Ahorro Plus Fidelidad III', cuya rentabilidad bruta anual se situaba en el 3%, y tributa exclusivamente cuando se realiza un reembolso parcial o total por los rendimientos generados, que tienen la consideración de rendimiento de capital mobiliario. La prestación por fallecimiento tributa por el Impuesto de Sucesiones y Donaciones.

Ahorro protegido a cinco años

AXA ha ampliado la oferta de inversión de su unit linked 'Asigna' con la incorporación del fondo de inversión 'Horizonte 2028'. Con vencimiento a cinco años, 'Horizonte 2028' invierte en una cartera compuesta por un 80% de bonos emitidos por el Estado Italiano y un 20% en una cartera de bonos de crédito de alta calidad crediticia.

Este producto de inversión permite a los clientes rentabilizar sus ahorros, con el 100% de la inversión protegida a vencimiento más un cupón de hasta un 3,30% anual neto de gastos pagado a vencimiento.
Elena Aranda, directora de Vida, Protección y Ahorro de AXA, señala que "al vencimiento del fondo, el cliente podrá moverse a cualquiera de las opciones de inversión disponibles en Asigna y, por tanto, diferir la tributación al momento que desee".

La inversión puede realizarse a partir de 2.000 euros antes del 30 de noviembre de 2023 o hasta agotar emisión. Además, tiene una garantía de fallecimiento adicional del 5% del saldo en cuenta, y liquidez a valor de mercado en caso de necesidad.

Hiscox ha relanzado su seguro de Hogar diseñado para clientes particulares con grandes patrimonios. 'Hogar Premium by Hiscox'. Va dirigido a propietarios de viviendas exclusivas en España o cualquier otro país europeo cuyo contenido supere los 200.000 euros e introduce en la nueva póliza mejoras tanto en las coberturas como en la garantía de asistencia.

Nuevo seguro de Hogar para grandes patrimonios

Hiscox ha mantenido el espíritu del antiguo 'Hiscox Clientes Privados': un todo riesgo que incluye cobertura ilimitada para las viviendas incluyendo sus contenidos, obras de arte y objetos de valor. Además, sigue ofreciendo la posibilidad de asegurar varias propiedades dentro de una misma póliza.
'Hogar Premium by Hiscox' es además una fusión entre los anteriores productos 'Hiscox Overseas' y 'Hiscox Clientes Privados'.
El lanzamiento surge como respuesta al notable aumento de la tipología de clientes de altos patrimonios en España, que demandan cada vez más un seguro adaptado a su específico y exclusivo estilo de vida. De hecho, la compraventa de viviendas de lujo de más de tres millones de euros en nuestro país aumentó un 55% en 2022.

Multirriesgo para maquinaria agrícola con mayor protección

Pelayo ha lanzado un nuevo producto de Multirriesgo destinado a la maquinaria agrícola, diseñado en colaboración con medidores especialistas en el seguro agrario y dirigido al perfil de autónomos, empresarios del sector o particulares que pertenecen a una asociación o cooperativa agrícola, que buscan productos de seguros que les doten de una mayor protección desde el punto de vista patrimonial y personal.

Con este lanzamiento, Pelayo se acerca aún más al negocio agrario, ofreciendo productos de calidad, atractivos y competitivos.
En el producto se incluyen las siguientes novedades más destacadas: Modularidad de la oferta con garantías opcionales en función de las necesidades del cliente; Amplia gama de garantías; Estructura de tarifa que permite un posicionamiento competitivo del producto en el mercado; Adaptación ágil del precio al riesgo; y aplicativo de contratación adaptado al producto para una fácil gestión del mismo.

Seguro de Defensa Jurídica para empresas de economía circular

Lisa Seguros ha lanzado al mercado un seguro de Defensa Jurídica dirigido a industrias cuya actividad se enmarca en la economía circular y que tienen problemas para asegurar sus riesgos sensibles. El producto ya está disponible para su cotización y ha sido desarrollado en colaboración con **DAS Seguros**.

Este seguro de Defensa Jurídica cubre un amplio rango de casos de uso: problemas derivados de un siniestro o un accidente en una empresa colindante que afecte a las instalaciones de la industria asegurada; incidencias y conflictos con un proveedor de servicios o suministros que provoquen una paralización del negocio; reclamación por facturas impagadas, incumplimientos contractuales o de otro seguro, de obras, etc.
"Todos los productos de Lisa están pensados para que los profesionales de la mediación puedan incorporarlos a su oferta comercial y ampliar su cartera de clientes", subraya Pilar Andrade, CEO de la neoaseguradora.

Santalucía ha lanzado una nueva emisión de su producto estructurado, 'MaxiPlan Inversión Premium'. Es un producto a prima única que vincula la inversión a la evolución del índice Solactive BQIS ESG Global Leaders RC 6% y a la Deuda Pública Italiana.

Nueva emisión de producto MaxiPlan Inversión Premium

En esta emisión ofrece un cupón del 9,20% a vencimiento (2,11% TAE), y, adicionalmente, el 100% de la revalorización del índice Solactive durante el periodo.
El índice Solactive es un índice de renta variable global compuesto por compañías seleccionadas en base a su desempeño general de acuerdo con los criterios ESG. Por tanto, son empresas que cumplen con las demandas ambientales, sociales y de gobierno corporativo en los mercados globales. 'MaxiPlan Inversión Premium' informa al cliente de los activos que respaldan la emisión. El producto se podrá contratar entre el 25 de septiembre y el 15 de diciembre. El inicio de la estructura será el 22 de diciembre de 2023 con vencimiento el 1 de junio de 2028 (4 años y 5 meses), aunque cuenta con ventanas de liquidez mensuales. Además, ofrece cobertura en caso de fallecimiento.

Unit linked con protección cien por cien al vencimiento

Generali lanza un nuevo producto unit linked, 'Generali Inversión 2026 II', ampliando así su gama de productos de inversión y ofreciendo una protección del 100% del capital invertido a vencimiento y maximizando la rentabilidad en sólo tres años. Este producto está pensado para clientes con un perfil conservador interesados en consolidar rentabilidades a corto plazo y con la tranquilidad de contar con un objetivo de protección a vencimiento.

Este producto, cuya comercialización ya ha comenzado, se podrá contratar a partir de 1.500 euros. 'Generali Inversion 2026 II' ofrece liquidez a valor de mercado sin penalizaciones de rescate desde el primer día y contempla el pago de un cupón bruto del 8,96% que se abonará a vencimiento, establecido en octubre de 2026, además de contar con una cobertura adicional de fallecimiento.

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

Accede a las noticias de seguros y economía que te interesan

Los autónomos afectados por incendios podrán acceder a la prestación por cese de actividad sin cerrar su negocio

El Consejo de Ministros ha declarado zona catastrófica la afectada por los incendios declarados desde el 17 de mayo de 2023. Con esta declaración, a partir de su publicación en el Boletín Oficial del Estado, los autónomos cuyas actividades se hayan visto afectadas, directa o indirectamente, por el fuego podrán solicitar el cese de actividad por fuerza mayor en vigor desde el 1 de enero de 2023, en las modificaciones introducidas por el Real Decreto-ley 13/2022, de 26 de julio sobre el artículo 331.1b de la Ley General de Seguridad Social.

La misma resolución se aplica a los 37 incendios forestales de las zonas afectadas y declaradas de emergencia de protección civil de este verano en las regiones de Canarias, Castilla y León, Navarra, Castilla-La Mancha, Extremadura, Andalucía, Comunidad Valenciana declarados a partir del 17 de mayo.

En este caso, se entiende que existen motivos de fuerza mayor en el cese temporal parcial ya que la interrupción de la actividad de la empresa ha sido afectada por el incendio y se ha declarado la emergencia. Esta prestación es compatible con continuar ejerciendo la actividad siempre que se produzca una caída de ingresos del 75% de la actividad de la empresa con relación al mismo periodo del año anterior. En este supuesto, los ingresos mensuales del trabajador autónomo, para ser compatible con la prestación, no deben alcanzar el salario mínimo interprofesional o el importe de la base por la que viniera cotizando si esta fuera inferior.

Usuarios de Google Meet podrán pedir a la IA que les sustituya en sus reuniones virtuales

Según ha informado la agencia de noticias EFE, Google anunció a finales de agosto en Nueva York que las nuevas herramientas de inteligencia artificial (IA) de sus servicios de videotelefonía Google Meet podrán "asistir" en lugar del usuario a una reunión y tomar notas.

"Con la función 'asiste por mí', Duet AI podrá participar en la reunión en tu lugar, hacer que tu mensaje se escuche y, por supuesto, prepararte un resumen", destacó la empresa en un comunicado.

Entre las nuevas funciones de Google Meet, que se anunciaron en el marco del evento Google Cloud Next, están: los subtítulos con traducción automática en 18 idiomas, tomar notas, hacer resúmenes y crear clips de la reunión.

Asimismo, los usuarios podrán hablar en privado con un chatbot de Google para repasar detalles de la conferencia en curso.

El IVA franquiciado facilitará la reforma fiscal para romper la brecha de los autónomos con los asalariados

La reforma que Hacienda está negociando con las asociaciones representativas de autónomos, sindicatos y patronal, parece que será uno de los mayores cambios en el sistema tributario de la última década.

Además de procurar mejorar la objetividad del catálogo de gastos deducibles en el IRPF para la determinación del rendimiento neto, también se ha debatido sobre la necesidad de eliminar el régimen de módulos, que desde Upta proponen que se produzca progresivamente en cinco años, como mínimo.

La transposición de la Directiva 2020/285, que entró en vigor en 2020 se aplicará, en nuestro país, en enero del 2025, para todos los autónomos que voluntariamente se acojan al régimen de franquicia del IVA.

En este régimen, el límite de facturación se ha situado en 85.000 euros anuales. No será necesario realizar la liquidación trimestral de IVA, ni anual; no será preciso emitir facturas con IVA para todos los aquellos autónomos que decidan acogerse.

No obstante, no hacer la declaración de IVA no quiere decir que las compras que el autónomo realice no estén sujetas al pago del impuesto sobre el valor añadido.

La nueva convocatoria de ayudas del programa de Iniciación y Consolidación de la Exportación de ICEX España Exportación ya se ha publicado en el Boletín Oficial del Estado. Con este programa se conceden subvenciones para iniciar o consolidar el crecimiento internacional de las pymes.

Las pymes ya pueden acceder a las ayudas ICEX Next 2023 para internacionalizarse

El objetivo es consolidar la cultura exportadora en las pymes españolas con el fin de que esta pase a formar parte de su estrategia empresarial. Para ello, se les ofrece asesoramiento especializado a través de consultores expertos en el desarrollo de la estrategia exterior y de la mejora de la competitividad internacional.

Desde ICEX se subvencionan el asesoramiento personalizado, los gastos de promoción internacional y la contratación de personas para el departamento internacional. Además, ICEX concede una bolsa de 30 horas de asesoramiento personalizado en materia de internacionalización, que contempla el asesoramiento estratégico y operativo para que la empresa elabore su Plan Estratégico de Negocio Internacional; el asesoramiento para elaborar un Plan Operativo Digital, así como para la elaboración de un Plan de Contingencia y Seguimiento en países como el Reino Unido, especialmente tras el Brexit.

Podrán optar a las subvenciones las pymes españolas que tengan un producto o servicio que pueda comercializarse internacionalmente y una facturación superior a los 300.000 euros.

El 25% de las pymes implantaría la semana laboral de 4 días

La implantación de la semana laboral de 4 días es una opción que ya barajan el 25,4% de las pymes, especialmente de cara a retener el talento en la organización, según los datos de 2023 del 'Informe de Pymes y Autónomos' elaborado por la aseguradora Hiscox.

En abril, el Gobierno puso en marcha un programa de ayudas destinadas a pymes, que consistía en la puesta a disposición de las empresas subvenciones de hasta 200.000 euros para que estas pudieran reducir el horario de trabajo sin recortar el sueldo de sus trabajadores. Sin embargo, solo 41 empresas presentaron su solicitud, según datos publicados por el Ministerio de Industria. Y es que, de acuerdo con el informe de Hiscox, más de la mitad de las pymes españolas (54,8%), no habían oído hablar de dichas ayudas.

De entre aquellas que sí tienen conocimiento de esta ayuda (44,4%), casi la mitad de ellas (45,2%) no las considera nada interesantes y no tienen pensado solicitarla. De hecho, el 60,5% confirma que no lo hará. Sin embargo, de entre quienes sí la consideran interesante (un escaso 8,5%), la amplia mayoría la solicitará, un 80,5%.

Entre los beneficios que supone la implantación de la semana laboral de 4 días, están: la reducción del nivel de estrés e incremento de la productividad, la mejora de la conciliación familiar y personal, la reducción de las emisiones de CO2 y la contaminación en zonas de alta concentración poblacional, gracias a la reducción del tráfico, e, incluso, un aumento medio en sus ingresos.

Por su parte, un 66,3% de las pymes han puesto en marcha otros beneficios para atraer y retener el talento. En concreto, el 76,6% de las empresas ofrece flexibilidad horaria a sus trabajadores; un 30,9% les facilita el teletrabajo; el 23,1% les ofrece planes de formación y un 14,1%, seguros de Salud.

La justicia avala el pago de horas extras si la empresa no proporciona el registro horario

El Tribunal Superior de Justicia de Cataluña (TSJC) ha avalado el pago de horas extras si la empresa no aporta el registro horario obligatorio recogido en el artículo 34.9 del Estatuto de los Trabajadores desde la entrada en vigor del Real Decreto-Ley 8/2019.

En la sentencia, recogida por Europa Press, el TSJC ha considerado que el incumplimiento de la obligación del empresario de no registrar diariamente la jornada laboral del trabajador no le puede beneficiar cuando se reclama el pago de horas extraordinarias.

Por eso, ha reconocido el total de horas extraordinarias demandadas por el trabajador, 1.250,50 horas, así como el pago de estas y "el 10% de interés por la demora".

¿Conseguir hasta un

20%

de descuento en tu seguro de Salud y Dental para Pymes?[1]

mejor así

En ASISA apoyamos a las pequeñas y medianas empresas, porque sabemos que sin ellas no podríamos dar lo mejor de nosotros. Por eso, si eres propietario de una PYME, queremos cuidar de tu salud y la de tus empleados con una cobertura sanitaria completa.

LA COMPAÑÍA MÉDICA SIN ÁNIMO DE LUCRO
LA MAYOR RED DE HOSPITALES PROPIOS DEL PAÍS
APOYO PSICOEMOCIONAL, PARA TODOS
NUESTRO BENEFICIO ES TU SALUD

CONTRÁTALO ANTES DEL **30 DE ABRIL**

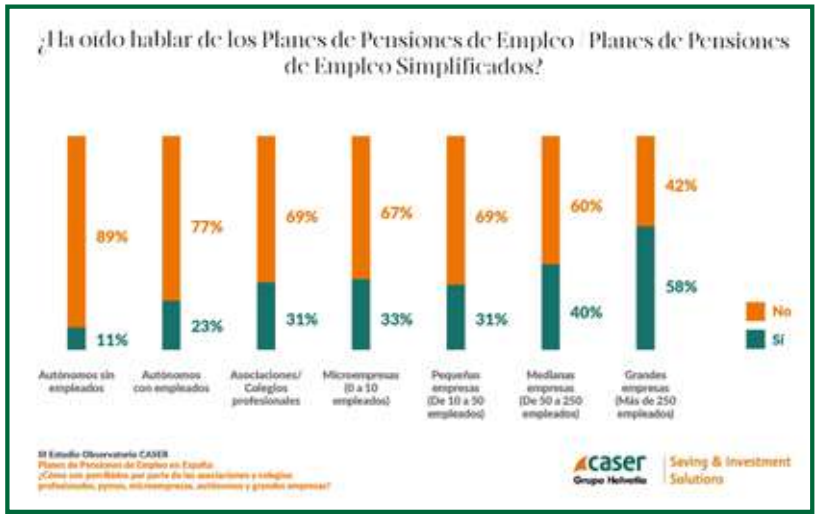
Mucho mejor así, ¿verdad?

900 10 10 21 | **Salud**
asisa.es | **Dental**

asisa
mejor así

[1] Promoción válida hasta el 30 de abril de 2023. Seguros que entran en la promoción: ASISA Próxima Pymes, ASISA Próxima Pymes Plus, ASISA Salud Pymes, ASISA Salud Pymes Plus, ASISA Integral Pymes y ASISA Dental Pymes. Promoción no válida en Ibiza y Menorca. Más información en asisa.es

El 69% de las asociaciones y colegios profesionales no saben qué son los PPES



Casi 7 de cada 10 asociaciones y colegios profesionales no conocen ni han oído hablar de los Planes de Pensiones de Empleo Simplificado (PPES), según el tercer estudio realizado por el Observatorio Caser sobre Planes de Pensiones de Empleo en España, titulado '¿Cómo son percibidos por parte de las asociaciones y colegios profesionales, pymes, microempresas, autónomos y grandes empresas?', que analiza el grado de conocimiento que existe sobre este producto de ahorro en el tejido empresarial español. Eva Valero, directora del Observatorio Caser, considera que son el producto ideal para los autónomos porque no pueden tener un PPE. "Los PPES son una opción para ellos y como no están cerrados solo a los miembros de una asociación concreta, aunque en su colegio o asociación no exista, se pueden acoger a la de otra, sin necesidad de ser asociado de la misma".

A raíz de los cambios implantados por la Ley de Planes de Pensiones de Empleo en España, esta nueva edición también incorpora el grado de conocimiento de las asociaciones y colegios profesionales, ya que a día de hoy se han convertido en entidades promotoras de la modalidad de Planes de Pensiones de Empleo Simplificados (PPES). En concreto, se ha establecido que no sólo las empresas sean las que puedan promover planes de pensiones de empleo (PPE) para sus empleados, sino que este tipo de entidades supraempresariales puedan promover los denominados PPES, los cuales nacen con el objetivo de reducir los trámites de creación para las empresas e impulsar el ahorro de colectivos que hasta ahora no utilizaban este tipo de instrumentos, sobre todo, los empleados de pymes y los autónomos.

De acuerdo con los datos del Estudio del Observatorio Caser, dentro del 31% de las asociaciones y colegios profesionales de nuestro país que reconoce haber oído hablar de los PPES, hay otro 31% que no sabe dar detalles acerca de qué son o qué implican. Además, un 38% de las asociaciones y colegios profesionales tienen en alta consideración que se promuevan y contraten este tipo de productos de ahorro, aunque tan solo un 6% reconoce que algún asociado les ha preguntado si disponen de algún producto o servicio de ahorro de cara a ahorrar para la jubilación. A la hora de ser encuestados sobre qué características creen que son necesarias para fomentar su promoción, las asociaciones y colegios profesionales creen que habría que impulsar los beneficios fiscales que acarrean (8%), aumentar la rentabilidad o los incentivos que ofrecen (7%), que sean productos de seguridad y confianza (6%) y que la cantidad de inversión no tenga un mínimo ni máximo desgravable (4%).

En España, más de una cuarta parte (27%) de las empresas y autónomos ha oído hablar de los PPE o PPES, aunque este nivel de conocimiento varía significativamente entre empresas y autónomos,

siendo más alto en las grandes empresas (58%) en contraposición a los autónomos sin empleados (11%). Es preocupante que la cifra de autónomos con empleados haya disminuido en un 16% en comparación con el año pasado, llegando al 23%, lo que subraya la necesidad de promover estos planes en este segmento.

Además, solo un 8% de las empresas ha contratado algún producto o servicio para el ahorro de jubilación, marcando una disminución del 5% con respecto al año anterior. No obstante, se destaca que los que más han contratado estos productos son los autónomos sin empleados (25%). Por este motivo, es esencial abordar estas disparidades y promover la conciencia y la adopción de los PPE y PPES en todos los sectores. También es importante que, entre los que tienen contratado o promueven algún producto de ahorro colectivo, el 36% afirma que este producto es un PPE o PPES.

Asimismo, a pesar del bajo conocimiento sobre PPE o PPES y su contratación, se observa un aumento en el interés por estos productos de ahorro entre los consultados: el 34% de los encuestados considera bastante o muy interesante que las empresas contraten este tipo de productos para sus trabajadores, lo que representa un incremento de cuatro puntos en comparación con el ejercicio anterior (30%).

El 76% de los encuestados considera poco o nada probable que contrate o promueva un PPE o PPES en el futuro. Las ventajas fiscales (63%), las ayudas y asesoramiento (62%), y la flexibilidad (59%), son los tres aspectos que más ayudarían a inscribirse en un PPE o PPES, o hacer que las empresas los impulsen entre sus trabajadores.

QBE refuerza su presencia en el mercado ibérico bajo la denominación de QBE Iberia

QBE España ha anunciado la obtención de la autorización del grupo para operar como sucursal para España y Portugal. Esta evolución estratégica le permitirá fortalecer su presencia en el mercado ibérico y lleva consigo un cambio de nombre comercial, pasando a denominarse QBE Iberia.

QBE, con sede en Sídney, es una de las empresas aseguradoras y reaseguradoras más importantes a nivel mundial, ofreciendo cobertura en más de 180 países. Desde su ingreso en el mercado español en 2007, la compañía ha mantenido una posición sólida en el segmento de grandes riesgos corporativos, compitiendo con las principales firmas internacionales. A lo largo de los años, la estrategia de QBE Iberia se ha ampliado para incluir tanto a grandes corporaciones como a empresas de tamaño medio, con facturaciones a partir de 50 millones de euros.

Además, QBE Iberia tiene planes de reforzar aún más esta red en España, con la apertura inminente de una nueva oficina en Barcelona.

Aegon reúne a sus redes de venta

La filial española de Aegon ha celebrado su convención comercial anual dirigida a las redes de venta: mediadores y agentes. La jornada ha contado con la apertura de José Ramón Azurmendi, director comercial y de Marketing, además de con una serie de sesiones de formación en las que se han comunicado todas las mejoras de producto, servicio, promoción y novedades para preparar la nueva campaña de final de año.

Durante la convención, varios directivos y responsables de la aseguradora comentaron todos los detalles sobre la próxima campaña y sobre los ambiciosos objetivos estratégicos para ambos canales. La jornada estuvo liderada por Pedro Zabaleta, director de Canal Mediación, y Martín Martínez, director de Canal Agencial.

Ignacio Robledo, director de Marketing, señala que "llevamos más de 40 años trabajando juntos para mejorar la satisfacción de nuestros clientes y redes de venta. Éste es el pilar fundamental sobre el que construimos una estrategia comercial de alto valor e impacto".

Por otro lado, la aseguradora ha lanzado su campaña anual de publicidad para afianzar su reconocimiento dentro del mercado de seguros de Salud como la compañía con la mejor atención al cliente. La nueva campaña tiene como mensaje principal 'personas que cuidan de personas'.

Crédito y Caución securiza las garantías digitales necesarias para la licitación pública

Crédito y Caución ha incorporado las últimas tecnologías de securización a sus documentos digitales. Todas las garantías electrónicas emitidas por la aseguradora poseen ya un código seguro de verificación (CSV) que permite la recuperación online del original.

Esta funcionalidad es especialmente útil cuando una empresa presenta estas garantías en formato digital. La tecnología CSV permite a la administración receptora comprobar la veracidad de la documentación presentada y que ésta no ha sido alterada.

"Las Administraciones Públicas son los beneficiarios de la mayoría de las garantías que emitimos y cada vez son más los organismos que solo aceptan garantías electrónicas si incluyen un CSV.

Gracias a la adopción de esta tecnología podemos asegurar a nuestros clientes que pueden trabajar digitalmente con todos los organismos públicos", explicó el director de Caución de Crédito y Caución, Miguel Ángel Medina.

Europ Assistance reúne a la mediación en un evento bajo el lema 'Creciendo juntos'

Europ Assistance ha celebrado un evento que ha reunido a los principales distribuidores y actores del mundo de la mediación profesional bajo el lema 'Creciendo juntos'.

Pablo Moreno, Travel General Manager de Europ Assistance, comentó que: "Hoy nos reunimos bajo el lema 'Creciendo Juntos', en señal del compromiso y apuesta de Europ Assistance por la mediación profesional como canal preferente y herramienta crítica en la detección de necesidades y asesoramiento de los clientes". Este lema "refleja la verdadera esencia de una relación profesional, participativa y transparente orientada a la mejora continua de los productos y de los servicios que Europ Assistance comercializa en nuestro mercado".

Enrique Martínez, Head of Retail Distribution de Europ Assistance, presentó al equipo de profesionales que integran la unidad de retail y destacó su compromiso de elevar la experiencia a sus corredores y sus clientes. "Hemos introducido mejoras significativas en nuestros productos, herramientas y soporte a la mediación profesional, en coherencia con nuestra decisión de desarrollarnos a través del canal de corredores, un canal con el que queremos aumentar nuestra cercanía y convertirnos en compañía de referencia en los seguros de viaje, móviles & *appliances* y como no, de asistencia", afirmó Martínez.

Además, la entidad realizó la entrega de tres premios en reconocimiento a la dedicación y trayectoria con Europ Assistance, a las corredurías que más han destacado por su colaboración y su contribución como socios estratégicos a lo largo de los años. Los premiados fueron: Sure Service, representada por Belén Palencia; Ponce y Mugar, , representada por Ana Muñoz; y Carantia, representada por Jesús Rodríguez.

En otro orden de cosas, la aseguradora presentó su 'Observatorio del Viajero de Negocios' en el que se dice, entre otras cosas, que la mayoría de los viajeros de negocios son hombres que se encuentran entre los 31 y los 50 años (84,9%) y son mandos intermedios o directivos que pertenecen a los departamentos de Operaciones (37,2%) y Comercial (36,9%). Por otro lado, el viajero profesional, además de trabajar en sus viajes, desea poder disfrutar de tiempo de calidad en los países de destino y vivir la experiencia local fuera del horario laboral (*bleisure*). Por otro lado, la brecha de género se ha incrementado, con un aumento el número de viajeros frecuentes hombres, en detrimento de las mujeres, quienes principalmente declinan este tipo de viajes por razones de seguridad.

En palabra de Pablo Moreno, Travel General Manager de Europ Assistance: "Estos descubrimientos, entre otros, son la base de nuestra dedicación para crear soluciones innovadoras y servicios de asistencia personalizados"

La entidad ha mejorado su gama de productos Corporate, añadiendo coberturas y prestaciones como: gastos médicos ilimitados, repatriación sanitaria, cobertura de prótesis, alquiler de muletas-sillas de ruedas, fisioterapia y asistencia psicológica, entre otras.

Occident analizó el impacto de la IA generativa en la productividad de los negocios en la Semana Mundial

Occident participó en la Semana Mundial organizada por el **Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona** explicando el papel fundamental que jugará la inteligencia artificial generativa en todos los procesos de negocio y, más concretamente en el sector asegurador, cómo puede impactar de manera significativa en la productividad de agentes y corredores.

Durante la sesión en formato Ted Talks, se respondió a preguntas diversas sobre esta cuestión: ¿En base a la experiencia de la compañía, de qué manera podrán los mediadores sacar partido de una tecnología tan revolucionaria? ¿En qué áreas el uso de la IA puede impactar en la mejora de la productividad de sus negocios? ¿Qué peligros comporta una herramienta tan potente?

Xavier Portales, director de Organización y Analítica de Negocio, y Sara Añoto, responsable de Proyectos de Analítica de Negocio, expusieron su postura bajo el título 'La inteligencia artificial generativa y su impacto en la productividad'.

Francesc Santasusana, presidente del Colegio de Barcelona, dijo que "el tiempo que tardamos en tomar una decisión es importante para obtener los resultados esperados lo antes posible. Sin embargo, es más relevante todavía estar bien informados antes de hacer cualquier movimiento".

Zurich Seguros incluye cobertura de RC para mascotas en su seguro de Hogar

Zurich Seguros, en cumplimiento con la nueva Ley 7/2023, de 28 de marzo, de protección de los derechos y bienestar de los animales, ha adaptado su seguro de Hogar para seguir cubriendo la responsabilidad civil para perros que vivan en el hogar, siempre que tengan contratada la cobertura RC Familiar.

Se trata de un proceso automático para todos sus clientes de Hogar, tanto en cartera como en nueva contratación, con el que se quiere garantizar que estén cubiertos frente a los incidentes ocasionados por sus perros a terceras personas o a sus propiedades. Este cambio no supondrá un incremento en la prima de seguro con el objetivo de ofrecer a sus clientes la mayor protección posible dentro de su seguro de Hogar.

CGPA se fija en España como sucursal y quiere liderar el mercado en 2025

CGPA Europe celebró en Madrid una rueda de prensa para dar a conocer la apertura de su sucursal en España. Eric Evian, presidente de CGPA Europe; Carlos Montesinos, director general para España de CGPA Europe; y Maciste Argente, director de Desarrollo de Negocio, han explicado cómo se originó la empresa en Francia y cómo ha ido evolucionando su situación en España. En estos momentos, en nuestro país, cuenta con más de 2.000 asegurados en RC de corredores (entre agentes y corredores) y esperan liderar el mercado en 2025.

CGPA Europe se creó por mediadores de seguros, sin capital de ninguna aseguradora, en 1930 en Francia para defender sus propios intereses y sus necesidades. En la actualidad es líder de Europa en RC de corredores. En España inició su actividad en 2019 y, en 2023, superando los plazos marcados y gracias a su gestión, se establece como sucursal en España (antes trabajaba en Libre Prestación de Servicio). Esto supone una apuesta de la compañía por nuestro país.

CGPA cuenta con un modelo asegurador único en Europa y ahora en España: es la única aseguradora enfocada exclusivamente en la cobertura de RC Profesional para corredores y agentes de seguros. Además, es la única creada y gestionada por mediadores, lo que supone un perfecto conocimiento de la actividad de la mediación desde la propia óptica de los corredores. Asimismo, presenta una importante solidez financiera con un margen de solvencia que supera el 400% establecido por Solvencia II y con el rating S&P A-Estable.

Carlos Montesinos, director general de la compañía en España, ha resaltado que "CGPA Europe, Sucursal en España, es más que una aseguradora. Trabajamos por y para la defensa de los intereses de los mediadores de seguros, ofreciéndoles calidad, experiencia y especialización, desde la empatía con la mediación y el perfecto conocimiento de la complejidad, riesgos y compromisos a los que se enfrentan los mediadores en su actividad diaria". También ha asegurado que el objetivo de la compañía es conseguir el liderazgo en España en 2025. Ya son líderes en la contratación de RC de agentes y ahora quieren lograr serlo en corredores también.

Montesinos señaló que "ofrecen algo más que una póliza porque damos formación que ayuda a evitar los siniestros o, si se producen, que sean menos graves. Estamos preparando formación específica en gerencia de riesgos de la mediación". Para completar el aseguramiento a los corredores, además del seguro de RC profesional ofrecen (solo a los mediadores) el seguro de RC patronal, RC de explotación, D&O, de Caución, de Ciber... y seguirán incorporando nuevas garantías. "En algunas de ellas se eliminan los sublímites, en otras (RC de explotación) se actúa como segunda capa a partir de 600.000 euros... En Ciber, la prima que ofrece el mercado para el mediador de seguros es el doble que la que tiene CGPA", afirma Maciste Argente.

Fiatc analizó la personalización de producto en la nueva sociedad digital en la Semana del Seguro

La edición anual de la Semana Mundial del Seguro que organizó el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona con la colaboración de Fiatc analizó, entre otras cosas, los principales vectores de cambio que impulsan la transformación del sector asegurador.

Fiatc explicó cómo implementar los procesos de personalización para poder ofrecer al cliente el producto más apropiado para cubrir sus necesidades. Los ponentes, Genís Roca y Carles Turon, hablaron de 'El reto de la personalización. Tendencias y estrategias'. El formato Ted Talks sirvió para responder a diversas preguntas como: ¿Tiene la industria en estos momentos la capacidad de personalizar sus productos para hacerle llegar al cliente una oferta a medida? ¿Cuándo se espera que la flexibilidad a la hora de presentar las propuestas al mercado sea total? ¿Será sostenible tratar a cada cliente de forma unitaria? ¿Cuál es el papel de la tecnología en este proceso?

Genís Roca es fundador y presidente de Roca Salvatella. Es experto en transformación digital y especialista en estrategia digital, análisis del entorno y modelos de presencia.

Francesc Santasusana, presidente del Colegio de Barcelona, dijo que el debate sobre estos cambios en la evolución del Seguro "puede dar nuevos criterios de trabajo a la mediación profesional, que se enfrenta al reto creciente de la personalización del producto asegurador con una mayor exigencia de conocimientos y de preparación".

Las reservas matemáticas de Vida alcanzaron los 200.042 millones

Icea ha informado que, a 30 de junio de 2023, la reserva matemática de los seguros de ahorro ha crecido 6.229 millones de euros respecto al año anterior, llegando hasta los 200.042 millones de euros.

Esta subida fue debida tanto a los seguros vinculados a activos, que aumentaron en 3.009 millones de euros; como a los seguros con garantía de interés, que crecieron 3.220 millones de euros.

El cibercrimen, la regulación y el cambio climático amenazan la industria aseguradora

Los ciberriesgos, la fuga de información, el robo de datos potencialmente sensibles, la suplantación de identidad o los ataques de *phishing* y *ransomware*, van a continuar siendo la gran preocupación de la industria aseguradora en el corto plazo. Esta es la principal conclusión del informe 'Banana Skins 2023', elaborado por PwC y el Centro de Estudios para la Innovación Financiera (CSFI).

El análisis, que desde 2007 monitoriza, cada dos años, la evolución de los riesgos del sector seguros, concluye que las tres grandes amenazas para las aseguradoras son, por este orden de importancia, el cibercrimen, la regulación y el cambio climático.

Esto refleja la preocupación generalizada entre los directivos del sector por el impacto que los ciberataques pueden tener en las operaciones y en la continuidad de sus negocios, en relación con el robo de datos sensibles de clientes y con la reputación de sus compañías. El uso de la Inteligencia Artificial por parte de los cibercriminales representa una mayor amenaza, y su respuesta supone un alto coste en términos presupuestarios y económicos.

En los últimos años, los retos derivados de la regulación se han multiplicado. Destaca la entrada en vigor de la IFRS 17, la regulación en materia de distribución de seguros y, más recientemente, la normativa de conducta, entre otras. Una oleada regulatoria de calado que incluirá, en el corto plazo, la resiliencia operativa digital (Dora) -muy vinculada a los riesgos digitales-, y la futura Directiva de Reporte de Sostenibilidad Corporativa (CSRD), cuyo cumplimiento requiere de una inversión y dedicación de recursos que preocupa a los directivos.

El cambio climático gana peso y se sitúa, por primera vez, en la tercera posición del ranking. Preocupa el aumento de la frecuencia y de la severidad de los desastres naturales con impacto en la industria aseguradora y reaseguradora. En este estudi queda patente que ya forma parte del día a día de las compañías, y de la agenda de los reguladores. A los directivos del sector también les inquietan los riesgos de la transición hacia una economía baja en carbono, y los efectos que esta pueda tener en el futuro en la valoración de sus activos, así como en la cada vez mayor exigencia de reporting en materia de sostenibilidad.

Uno de los mayores obstáculos para la modernización tecnológica son los costes, particularmente, en un contexto en el que es difícil saber por qué tecnologías apostar y hasta qué punto será posible rentabilizar estas inversiones.

La escasez de talento, la gestión del cambio, los efectos de un contexto geopolítico y macroeconómico volátil con altas tasas de inflación, y la reducción de costes son los riesgos que más posiciones han avanzado en la clasificación del informe. En el caso del primero, las aseguradoras reconocen que problemas para atraer y retener el talento, especialmente, de perfiles tecnológicos.

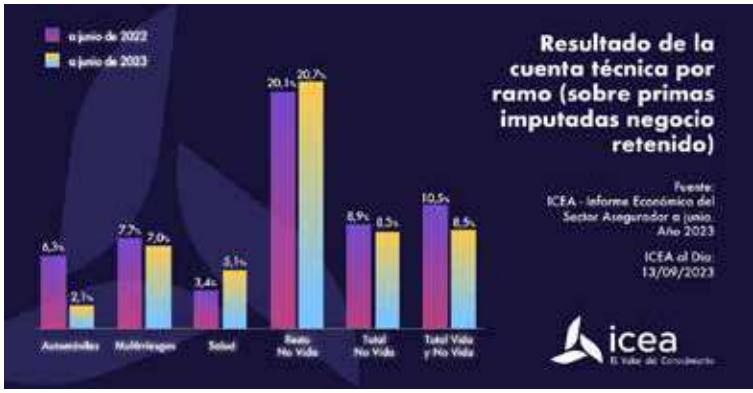
Dos cursos de Markel, galardonados por el IES

El Instituto e-Learning del Seguro (IES) ha hecho entrega de sus galardones a los tres mejores cursos de su plataforma sobre productos de compañías en 2022, siendo la aseguradora Markel reconocida con dos de ellos.

El premio Aula de Oro ha sido para 'El Seguro de D&O': Curso online de 5 horas de duración que obtuvo un total de 1.845 horas certificables en 2022. Mientras que el Aula de Bronce fue para 'El Seguro de RC General': Curso online de 4 horas de duración y que tuvo un total de 1.252 horas certificables en 2022.

En 2022, el 'Canal de formación de RC by Markel' que esta compañía tiene dentro de la plataforma del Instituto e-Learning del Seguro obtuvo, entre los seis cursos que lo integran, un total de 1.735 alumnos matriculados acumulando un total de 11.015 horas de formación certificables en todo el año.

Por otra parte, Sanitas y el IES han lanzado el curso 'La Digitalización en el Seguro de Salud', dentro del 'Canal Salud by Sanitas', un canal exclusivo donde se van incorporando una gama completa de contenidos formativos sobre productos del ramo de Salud y que son elaborados en exclusiva para los alumnos del IES. Este nuevo curso online tiene un cómputo de seis horas de duración a efectos de formación continua, y aborda aspectos importantes para conocer cómo se aborda la digitalización en este seguro como, por ejemplo: concepto, posibilidades de uso de los distintos canales, las ventajas de la medicina digital, etc.



El resultado de la cuenta técnica del sector llegó al 8,5% a junio

El resultado de la cuenta técnica del Seguro, si lo expresamos en base a las primas imputadas retenidas, fue del 8,5%, dos puntos inferior al índice obtenido un año antes, según datos de Icea.

La tasa de siniestralidad del negocio directo, incluyendo el reaseguro aceptado, fue del 71,1% de las primas imputadas, ocho puntos y dos décimas por debajo de la que hubo a junio de 2022.

Desde el punto de vista de las provisiones, el resultado de la cuenta técnica de Vida obtuvo un ratio del 0,86% en los negocios directo y aceptado, una décima inferior al obtenido a junio de 2022.

Se estima unos 70 millones de euros de indemnización por los daños al viñedo, en la actual campaña

Agroseguro confirma que ya se ha iniciado la evaluación de los daños registrados por el viñedo en la actual campaña en todas las zonas productoras. Se estima que las indemnizaciones rondarán los 70 millones de euros en 210.000 hectáreas reclamadas.

Esta cifra supondría que una de cada dos hectáreas aseguradas ha sufrido siniestro en la actual campaña. Aunque aún es pronto para cuantificar las indemnizaciones para los viticultores asegurados, una primera estimación se sitúa en torno a los 70 millones de euros, una de las más elevadas de los últimos años.

Por otro lado, Agroseguro recuerda que los daños registrados en producciones agrícolas o pecuarias a causa de la Dana están cubiertos por el sistema español de Seguros Agrarios Combinados.

En otro orden de cosas, la entidad continúa abonando indemnizaciones por los daños ocasionados sobre cultivos herbáceos. En concreto, se pagan ahora 13,4 millones de euros, lo que eleva la cantidad total de indemnizaciones abonadas a productores de estos cultivos a 428,2 millones de euros.

En esta ocasión, la mayor cantidad se ha destinado a los siniestros ocurridos sobre el cultivo de girasol, con 9,13 millones de euros, y la casi totalidad en Andalucía, una de las principales zonas productoras, y donde los daños tasados ascienden a 10,3 millones de euros. La sequía sufrida este año es la principal responsable de los daños sobre este cultivo y es el riesgo del que se realiza el mayor pago, con 7,94 millones de euros.

A nivel nacional, la estimación de indemnizaciones por los daños sobre girasol supera los 30 millones de euros.

Por último, señalar que Agroseguro inició el 1 de septiembre el plazo para suscribir el seguro para los cultivos herbáceos extensivos, el olivar o los frutos secos, a través de los módulos que incluyen las opciones de aseguramiento más amplias.

Para los cultivos herbáceos, se abre el periodo para asegurar la cosecha 2024 de producciones como el trigo, la cebada, la avena, el centeno, el arroz, el girasol, el maíz, el garbanzo, la lenteja o la judía, entre otros cultivos, a través de los módulos 1 y 2 en secano, opciones de aseguramiento que incluyen los riesgos de sequía, asurado, pedrisco, no nascencia, no implantación, incendio o fauna, entre otras. Este año, con novedades de interés para el agricultor. Aquellos productores que hayan contratado los módulos 1 o 2 en secano en el plan anterior y vuelvan a suscribir estos módulos en el plan 2023 (cosecha 2024) antes del 30 de septiembre, 31 de octubre o 15 de noviembre (en función del ámbito y del cultivo) obtendrán una bonificación del 5%.

Además, comienza el plazo para suscribir el seguro agrario de frutos secos (almendro y avellano) frente a los riesgos de pedrisco, helada, sequía y riesgos excepcionales (lluvia, inundaciones, incendios o viento).

Markel ya está en Eiac

Esteban Manzano, director general para España y Portugal de Markel, aprovechó el evento '#EnSegurosTodosSomosImportantes', que organizó a mediados de septiembre, para adelantar que próximamente lanzarán nuevos productos y que se incorporaba a Eiac.

Manzano recordó que Markel comenzó su andadura en España en 2005 y, desde el principio, el lema ha sido 'Piensa en global, actúa en local'. Desde el comienzo, se asentaron tres fundamentos: el primero, contar con "un equipo lo suficientemente potente para poder sobrevivir con la competencia que había en el mercado". El segundo, los corredores: "todos nuestros esfuerzos tenían que estar enfocados a ellos, que son nuestros clientes". Y el tercero, producto y servicio, entrando en el mercado en riesgos pequeños, en concreto, en una primera fase en pymes, y pronto añadieron a la oferta la RC Profesional, D&O, Accidentes, Caución y, en 2020, riesgos financieros.

El propósito del evento, además de estrenar nueva identidad gráfica, fue dar a conocer que próximamente lanzarán nuevos productos al mercado: "Se está perfilando una línea Ciber y adaptaremos productos de Reino Unido y Estados Unidos al mercado español", adelantó Esteban Manzano.

Noemí Gómez se une como responsable de Departamento de Caución de Asefa

Asefa ha anunciado la incorporación de Noemí Gómez como la nueva responsable de su departamento de Caución.

Noemí es una profesional muy conocida en el mercado español de la Caución, en el que cuenta con más de veinticinco años de experiencia. Hasta su incorporación en Asefa, ha sido Responsable de Caución en Musaat.

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales, con especialización en el sector público, posee un Master en Dirección Económico-Financiera por el Centro de Estudios Financieros y un Postgrado en Solvencia II por el Inese y la Universidad de Barcelona.

Salud, Vida y Empresas centran las novedades comerciales de AXA para el final de año

AXA España ha celebrado, bajo el lema 'AXA Sound, la melodía de la reEvolución', una jornada para conocer las novedades comerciales de cara al final del año y repasar los últimos hitos conseguidos. Salud, Vida y empresas, especialmente los segmentos de empresas medianas y previsión social colectiva, serán los focos de desarrollo sin olvidar negocios fundamentales como Auto y Hogar.

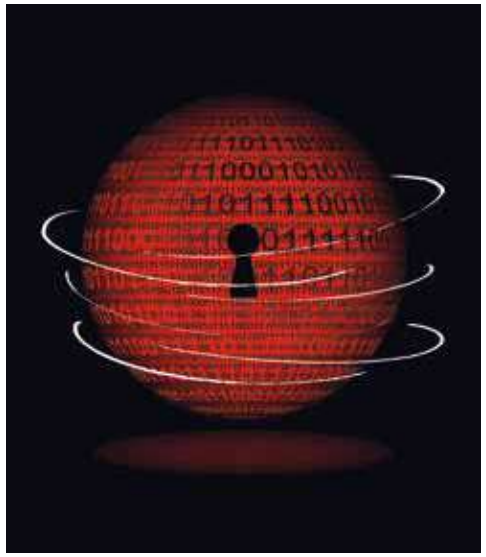
Mar Romero, directora de Distribución, Ventas y Organización Territorial de AXA España, destacó "el excelente trabajo de todo el equipo comercial realizado en 2023" y la importancia de "crecer de forma sostenible", con especial atención a "salud, vida y empresas", en lo que queda de año.

De cara al último trimestre de 2023, la compañía ha puesto en marcha importantes acciones y herramientas comerciales que permitirán a los equipos territoriales mejorar la atención a los distribuidores y ampliar el abanico de oferta hacia unos clientes cada vez más sensibles a la necesidad de protección.

Asimismo, y con presencia de parte de los equipos comerciales de la recién adquirida Agrupació/Atlantis, desde AXA se incidió en que se trabajará de forma conjunta para mejorar la protección, multiequipamiento y fidelización de los clientes de ambas entidades.

Por otra parte, la aseguradora ha firmado un acuerdo con **Ebroker** para impulsar proyectos innovadores. Asimismo, repasaron proyectos en materia de formación, con la próxima puesta en marcha de la segunda edición del Título Especialista Universitario en Ciencia de Datos aplicada a la actividad aseguradora, del que AXA es colaborador, y analítica de datos e inteligencia artificial, con el proyecto Protos.

Por último, señalar que la entidad ha centrado su última campaña en la exposición a los riesgos de las mujeres, bajo el lema 'Ser mujer no debería ser un riesgo' o 'Being a woman shouldn't be a risk', en su versión en inglés. El objetivo es concienciar a la sociedad sobre la necesidad de protegerse ante los diferentes riesgos de la vida y como desarrollo del manifiesto corporativo "¿Por qué el futuro debería ser un riesgo?".



Hiscox simplifica la suscripción de su seguro Cíber

Hiscox ha mejorado las condiciones de su ciberseguro 'Hiscox CyberClear 360º' para simplificar su suscripción y dar claridad a los asegurados.

Conscientes de la importancia de este tipo de seguro, Hiscox quiere facilitar la suscripción reduciendo el cuestionario de riesgo para que los corredores no tengan que ser expertos en tecnología si quieren comercializar el seguro Ciber. Además, estas mejoras se han realizado pensando también en las pymes y sus necesidades, con la introducción de medidas como la revisión de las condiciones de contratación para las mismas, haciendo más sencillo el proceso, y democratizando el acceso a este seguro en este segmento con un ajuste de las primas. Asimismo, y para dar más transparencia y claridad a los asegurados, la compañía ha introducido para las empresas pequeñas la solución paramétrica en la cobertura de pérdida de beneficios de modo que, en caso de que una empresa vea interrumpido su negocio por un incidente ciber o una interrupción de sus sistemas, pueda saber de antemano su indemnización diaria y recibirla lo antes posible para así tener su liquidez asegurada.

Tirea certifica su sistema de gestión de la calidad

Tirea ha certificado su sistema de gestión de la calidad en base a la Norma UNE-EN ISO 9001:2015 y su Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información (SGSI) conforme a la Norma UNE-ISO/IEC:27001:2014. Ambos sistemas están certificados por Aenor.

Como sistemas de gestión basados en procesos de mejora continua, siempre ha estado en el horizonte de la estrategia de Tirea, la mejora de sus procesos. Fruto de este interés, para el año 2023 uno de los objetivos estratégicos definidos por la organización, fue trabajar en la obtención del Certificado de Conformidad con el Esquema Nacional de Seguridad para los servicios Fiva y SIR, Nivel Medio. El 8 de septiembre de 2023, Tirea obtuvo esa certificación de la entidad certificadora Audertis.

Además, Tirea está trabajando en la certificación de su Sistema de Gestión de la Continuidad de Negocio conforme a la norma ISO 22301. Si todo transcurre según lo previsto, la auditoría de certificación se realizará en noviembre.

El sector asegurador impartió formación continua al 98% de sus empleados en 2022

El 98% de las 54.500 personas que trabajan en el sector recibió algún tipo de formación durante 2022. De éstas, algo más del 54% fueron mujeres, según el informe elaborado por Estamos Seguros, la iniciativa de divulgación de la cultura aseguradora que desarrolla Unespa.

Un trabajador recibió de media unas 33 horas de formación a lo largo del año pasado. Cada entidad, de nuevo como media, impartió o financió 26.484 horas de formación. El 97,2% de esa formación se desarrolló en horario laboral. Los empleados con responsabilidades comerciales constituyeron la mayor parte de las personas instruidas. Otro 11,2% eran mandos intermedios y el 4,5% restante personal directivo.

Un análisis a las actuaciones de formación continua del seguro desvela que la inversión media por entidad fue de 380.786 euros. Esto supuso destinar 14,34 euros por hora de formación o, lo que es lo mismo, 487,22 euros por empleado formado. Las aseguradoras, por lo tanto, dedicaron a formación un importe equivalente al 1,02% de la masa salarial.

Cada entidad impartió de media 334 cursos a lo largo del pasado ejercicio. Las materias abordadas más habitualmente fueron las tareas de soporte (temas jurídicos, técnicos o económicos), la formación comercial, la capacitación técnica en temas de seguros y la instrucción en novedades digitales. Otras áreas donde se realizaron acciones formativas, aunque con una frecuencia algo menor, fueron la enseñanza de idiomas y la transmisión de la cultura de la empresa y las políticas internas.

Por otra parte, cada aseguradora impartió de media 321 cursos a mediadores, con un total de 2.476 distribuidores formados por entidad. Asimismo, el 18,9% de las entidades realizó formación específica a los integrantes de sus consejos de administración, con una media de 320 horas y 26 consejeros formados.

Por otro lado, en el estudio 'El seguro y sus proveedores. Datos 2022', que ha elaborado Estamos Seguros, se informa que 625.000 empleos de proveedores están sustentados por la industria aseguradora: 300.000 profesionales sanitarios; 21.000 profesionales de la salud; 175.000 empleados de talleres de reparación de vehículos; unos 88.000 reparadores del hogar (fontaneros, albañiles, pintores, electricistas, parquetistas…); y 43.000 personas que trabajan en servicios funerarios.

El seguro español, en 2022, desembolsó a sus colaboradores 15.539 millones de euros por sus servicios. Este importe supone un aumento del 6,1% respecto al año anterior.

Helvetia lanza un seguro de Ciberriesgo de la mano de Telefónica

Helvetia Seguros ha lanzado al mercado un seguro de Ciberriesgo de la mano de **Teléfonica** Seguros, destinado a cubrir los daños que pueden sufrir pymes y autónomos como consecuencia de ataques informáticos.

A través de esta póliza, la aseguradora ofrece respuesta inmediata a pymes y autónomos ante los posibles incidentes cibernéticos de los que puedan ser víctimas, poniendo a su disposición servicios legales e informáticos para hacer frente a los daños derivados de éstos. Además de asesoramiento en seguridad informática por parte de expertos en ciberseguridad y abogados especialistas.

Este seguro cubre los costes que tenga que realizar la empresa para reparar y restaurar sus datos y sistemas tras recibir un ataque cibernético, así como las pérdidas financieras que esto le suponga por la interrupción de sus sistemas informáticos.

La póliza también incluye la responsabilidad civil por daños a terceros, empleados o altos directivos que pueda derivarse de un incidente informático y las sanciones administrativas de la Agencia Española de Protección de Datos a las que deba hacer frente, como consecuencia de este.

La próxima edición de Forinvest se celebrará el 6 y 7 de marzo de 2024

La consellera de Hacienda, Economía y Administración Pública, Ruth Merino, ha anunciado que **Forinvest** 2024 celebrará su decimoséptima edición los próximos 6 y 7 de marzo en Feria Valencia.

La consellera ha resaltado que, gracias a Forinvest, "Valencia se convertirá un año más en el epicentro del debate sobre retos y tendencias de la nueva economía, con la digitalización y la innovación tecnológica como pilares".

Por su parte, la directora de Forinvest, María José Puigcerver, ha explicado que el objetivo que se marca en la próxima edición se centra en "aportar una visión amplia sobre la economía y las finanzas en los próximos años. Una visión de prospectiva que se reforzará con una apuesta por mostrar cómo la tecnología y la innovación pueden mejorar la competitividad de nuestras empresas".

Pelayo ofrece una sesión sobre accidentes de circulación con daños personales a los mediadores navarros

Pelayo ha organizado en el **Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra** una jornada sobre accidentes de circulación con daños personales en la que Carlos Miranda, director de Daños Personales, explicó el sistema de valoración.

En la jornada se desglosó algunos de los artículos que han sufrido modificaciones de la Ley 35/2015, de reforma del sistema para la valoración de los daños y perjuicios causados a las personas en accidentes de circulación, su evolución y los problemas de aplicación práctica.

Miranda explicó en profundidad el artículo 7 sobre las obligaciones del asegurador y del perjudicado; el artículo 14 sobre el procedimiento de mediación en los casos de controversia; y el artículo 135 sobre la indemnización por traumatismos menores de la columna vertebral. Asimismo, habló sobre las tablas de indemnización por muerte, por secuelas y por lesiones temporales.

Por último, Miranda quiso poner el acento en la próxima transposición de la directiva europea 2021/2118 relativa al seguro de responsabilidad civil que resulta de la circulación de vehículos automóviles y que supone "una nueva definición de 'circulación del vehículo y de vehículo a motor'".

En otro orden de cosas, Pelayo Seguros ha decidido asociarse con **Equinix** como proveedor digital para actualizar la infraestructura de la aseguradora y adaptarla a las necesidades tecnológicas presentes y de futuro. Equinix realizará una migración completa de la infraestructura local de la compañía de seguros a la infraestructura de colocation y cloud privada de sus data centers International Business Exchange™ (IBX®) MD2 y MD6, en Madrid.

Dentro de esta operación, Equinix mantendrá una parte de la infraestructura crítica legacy de Pelayo en una sala dedicada en cada IBX, mientras que otra parte será digitalizada en su cloud privada geo-extendida.

De esta forma, Pelayo podrá adaptar los gastos a la demanda del negocio, pasando de un modelo Capex a Opex, desvinculándose de los gastos derivados de mantener una infraestructura física propia y centrándose en aportar valor al negocio desde el área de operaciones y gestión de TI.

Esto otorga a Pelayo una gran flexibilidad y adaptabilidad, cubriendo las necesidades actuales y también las del mañana. Por ejemplo, podrán acceder a cualquier pasarela de pago y a entidades bancarias que ya están alojadas en las infraestructuras de Equinix, así como a los principales proveedores de telecomunicaciones y servicios cloud.

Sompo International incorpora a Carlos Ortega como Head of Casualty Insurance en Iberia

Sompo Internationa ha anunciado el nombramiento de Carlos Ortega como Head of Casualty Insurance Iberia.

Ortega se incorpora a Sompo International procedente de QBE European Operations, donde ocupaba el cargo de Underwriter, International Casualty. También ha desempeñado funciones en Marsh McLennan y JLT Specialty en Londres, gestionando carteras de negocios en Latinoamérica y el Caribe.

La patronal de los médicos privados pide una mesa de diálogo con las aseguradoras

Unipromel (Asociación Unión Médica Profesional) viene reclamando desde que se constituyó (el otoño de 2019) una mesa de negociación con las aseguradoras. Su presidente, Ignacio Guerrero, indica que la comercialización de seguros de Salud "ha pervertido la relación médico-paciente libre, sometiendo a ambos al poder económico de las compañías, que se han convertido en los administradores exclusivos imponiendo sus leoninas condiciones".

Guerrero señala que "las aseguradoras no quieren darse cuenta de que la imposición de unos baremos abusivos a los médicos va a traer como consecuencia el tsunami médico. El nuevo arquetipo consistirá en que los médicos y los pacientes libres tendrán una relación directa, acordarán el precio de la atención sanitaria y las aseguradoras abonarán los gastos derivados y pactarán con los hospitales, probablemente, una cartera de servicios asistenciales, dejando al margen los honorarios médicos. Si las aseguradoras tensan la relación entre médicos y hospitales imponiendo sus condiciones, el desenlace será la intervención de la Inspección Laboral por situaciones de autónomos falsos y dependientes; la de Hacienda por la desviación de rendimientos profesionales a empresariales y de la inspección de Sanidad, por la obligación de cumplir con los ratios exigidos a los centros públicos y el endurecimiento de las autorizaciones de funcionamiento".

El presidente de Unipromel insiste en "la creación de una gran mesa de diálogo, con la supervisión de la OMC y de los organismos públicos reguladores, donde los actores reconozcan su independencia y respeten la soberanía del otro, sin invadirlo ni dominarlo. Un nuevo patrón que debe respetar por encima de todo la relación médico-paciente, sometida a las normas de transparencia y de buenas prácticas".

Mapfre ofrece protección contra el acoso en su seguro de Accidentes para alumnos

Hoy en día, uno de cada cuatro estudiantes corre el riesgo de ser víctima de acoso digital. Por eso, Mapfre pone a disposición de sus clientes herramientas preventivas contra el *ciberbullying* como el seguimiento de las apariciones del menor en internet, el borrado de publicaciones dañinas sobre el menor o la seguridad digital.

La compañía ofrece también a sus asegurados servicios de respuesta contra el acoso virtual. Entre estos, cabe señalar la recuperación del control de cuentas hackeadas, la eliminación de contenido publicado sin permiso, la obtención de evidencias digitales, investigación y análisis de la actividad, o la emisión de certificaciones y elaboración de informe pericial en presencia de un notario, entre otros.

Además, con el fin de hacer frente al acoso escolar de cualquier índole, sea este presencial o digital, y velar por el bienestar mental de los estudiantes y sus seres queridos, la aseguradora garantiza asistencia psicológica por acoso en casos de gravedad, en los que se haya llegado a interponer una denuncia. Asimismo, cabe mencionar que el seguro de accidentes para alumnos de Mapfre también ofrece este servicio a los alumnos en caso de fallecimiento de los padres, o a los padres en caso de defunción de los hijos.

En otro orden de cosas, la app MapfreAfín ha conseguido el registro de más de 40.000 clientes, que han realizado ya más de 2.100 operaciones de vinculación, con un destacado crecimiento sobre 2022. A través de esta aplicación los clientes pueden consultar y realizar órdenes sobre fondos y acciones, realizar aportaciones en los seguros de ahorro y planes de pensiones y obtener información actualizada de sus inversiones.

Por otro lado, Mapfre tiene una firme apuesta por la España menos poblada, como reflejan los más de 32.500 empleados, colaboradores y proveedores con los que cuenta la compañía en estas zonas. Estos territorios aportan a la compañía 906 millones de euros en primas del negocio No Vida. Además, la compañía captó en 2022 cerca de 270 millones de euros en productos de ahorro en la España menos poblada, y gestiona más de 1.800 millones de euros de estos territorios (en seguros de ahorro, planes de pensiones y fondos de inversión).

Precisamente, para mejorar aún más este servicio a las zonas rurales, Mapfre ha puesto en marcha el proyecto piloto de oficina móvil, que dará servicio a varios pueblos durante seis meses para testar si se trata de una iniciativa realmente efectiva y útil para los clientes.

La IA en la selección eficaz de riesgos en Seguros

Día a día se comprueba que la selección eficaz de riesgos es fundamental en la gestión de una cartera de seguros, ya que impacta directamente en la rentabilidad (ratio combinado) y el éxito empresarial a largo plazo. La inteligencia artificial (IA) permite aprovechar el poder de la información basada en datos para optimizar la cartera de seguros a través de la toma de decisiones con mucha mayor información.

Actualmente en Seguros se está aplicando ya la IA en: Precios de pólizas personalizados (al aprovechar los modelos más sofisticados, es posible establecer el precio con precisión de cada póliza en función del riesgo asegurado, garantizando una cartera equilibrada y rentable); Análisis integral de riesgos geográficos (las soluciones de datos brindan una visualización clara de la distribución geográfica del riesgo, lo que le permite tomar decisiones informadas sobre la exposición zonal y los ajustes de las políticas de *pricing*); y optimización del riesgo basada en personas (selección estratégica de asegurados con mejor rendimiento de la cartera, a través de relaciones riesgo-póliza más favorables).

¿Cómo funciona la IA en seguros? Desde **Global Actuarial** se indican 4 funciones: Recopilamos una gran cantidad de datos adicionales sobre carreteras, tráfico, geografía, demografía, accidentes, etc., más de 800 parámetros únicos; se tratan los datos clásicos de seguros de acuerdo con la ley de GDPR y sin incluir los datos personales del cliente; después de limpiar y fusionar todos estos datos, utilizan su modelo de IA transparente para ver cómo cada parámetro afecta el índice de siniestralidad y la frecuencia de siniestros.

Enric Vila, nuevo jefe corporativo de MGC Mutua en Girona

Enric Vila ha sido nombrado nuevo jefe corporativo de la provincia de Girona de **MGC Mutua**, cargo que ocupa desde el 1 de septiembre de 2023. Su incorporación contribuirá a la consolidación y crecimiento en el marco de su plan de expansión.

Vila cuenta con una larga trayectoria en el BBVA, en la dirección de diferentes unidades de negocio de la Dirección Territorial de Cataluña. Es miembro del colegio de Economistas de Cataluña, diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Girona, Executive Master en Marketing y Ventas en Esade. También es asociado de EFPA Planning Association y certificado del programa de Estrategias de inversión y gestión del patrimonio en Esade.

Santalucía mejora los tipos de 'MaxiPlan Inversión Depósito Flexible'

Santalucía ha lanzado una campaña mejorando el tipo de interés garantizado de su producto 'MaxiPlan Inversión Depósito Flexible'. Se trata de un seguro para aquel perfil de clientes que quiere obtener una rentabilidad garantizada, sin poner en riesgo el capital.

El interés técnico garantizado parte del 2,25% y llega al 2,75% anual, según el tipo de operación (nueva contratación o reinversión) y de la vinculación del cliente. Se establece una vinculación de dos años, aunque se permite el rescate transcurrida la primera anualidad. En ese caso, el tipo de interés técnico garantizado es del 0,50% anual.

Estos tipos de interés técnico garantizado estarán vigentes para las contrataciones que se realicen desde el 19 de septiembre y hasta el 29 de diciembre de 2023 (o hasta agotar el saldo disponible).

Por otra parte, desde el 1 de septiembre se garantiza un 2% anual a los clientes que contraten este producto para reinvertir el ahorro procedente de otro 'MaxiPlan Inversión Depósito Flexible', con una vinculación de 3 años. Si se produce el rescate antes de esa fecha, el tipo de interés técnico garantizado anual será del 0,25% (rescate el primer año), 0,5% (rescate el segundo año) o 0,75% (rescate el tercer año).

En otro orden de cosas, la aseguradora ha realizado una campaña de su producto 'Multiprotección', un producto que agrupa los seguros y servicios más importantes para la familia, como Hogar, Asistencia en Viaje, jurídica y médica, Accidentes, Mascotas o Decesos. Es un producto personalizado que se adapta a todo tipo de familias.

FWU Life Insurance Lux incorporará a su cartera los productos de JubilaMe

FWU Life Insurance Lux España ha firmado un acuerdo con **JubilaME** que incorporará los productos de esta entidad a su portfolio.

Como comenta el Managing director de FWU en España, Pedro Guiñales, "los asesores de JubilaME, gracias a su potente plataforma y a su gran experiencia, ayudan a los clientes a entender esta necesidad y a buscar soluciones, como son nuestros productos 'Forward Quant' y 'Forward Único'".

Cleverea incorpora sus productos de Hogar al multitarificador de Codeoscopic

Cleverea se incorporó a Avant2 Sales Manager, el multitarificador de Codeoscopic, a principios de este 2023 con su producto de Autos y tan solo unos meses más tarde ha añadido el de Hogar a su oferta. Está trabajando además para incorporar próximamente su seguro de Moto al multitarificador.

El seguro de Hogar está pensado para propietarios e inquilinos. Con reglas de suscripción muy flexibles, que pueden contratar en 3 minutos y cancelar cuando quieran.

Diseñado para los corredores, Cleverea apuesta por una experiencia de compra sin complicaciones y sin trámites innecesarios. Donde el corredor venderá más, con menos trabajo.

Por otro lado, el seguro de Autos de Mutua Tinerfeña también se ha incorporado a Avant2.

Según comentó a finales de septiembre Eva Valero, directora del Observatorio Caser, durante la presentación del estudio sobre Planes de Pensiones de Empleo en España, titulado '¿Cómo son percibidos por parte de las asociaciones y colegios profesionales, pymes, microempresas, autónomos y grandes empresas?', el Ministerio de la Seguridad Social lleva a buen ritmo el desarrollo del Plan de Pensiones de Empleo (PPE) de promoción pública: "No parece que estemos con un gobierno en funciones", aseguró Valero. Eso la hace pensar que muy pronto se podrá empezar a comercializar.

Pronto se comenzará a comercializar el PPE de promoción pública

En ese momento, comenzará a contar el tiempo de 3 años que tienen las 5 gestoras elegidas para conseguir los 2.500 millones de euros de ahorro. Precisamente, Caser es una de las que necesitará recaudar 500 millones en tres años para conseguir que el Ministerio siga contando con ella. En total, se comercializarán 15 fondos de pensiones (en este momento están trabajando en su promoción legal), 3 productos por cada gestora. Aún queda por ultimar la plataforma tecnológica pública a través de la cual se podrá promover la venta de estos productos de una forma más sencilla. Pero según Eva Valero, va a buena marcha.

Arag condecora a Grupo Galilea

Arag ha otorgado el II Heinrich Fassbender Award a Grupo Galilea por su contribución en la difusión de los seguros de Defensa Jurídica. El reconocimiento aprecia los valores humanísticos de la empresa y su continua colaboración con ONGs.

Por ello, además de la entrega de una placa, Arag realizará una donación económica a la Fundación Step by Step, entidad sin ánimo de lucro elegida por el galardonado, que aboga por la fisioterapia y la actividad física como herramientas de recuperación y de mantenimiento de la salud en general.

Otras ONGs con las que colabora el mediador son la Fundación Rosa Alfieri cubriendo las necesidades sanitarias básicas de niños en Senegal con seguros médicos, o la Fundación ADA, que desarrolla estrategias deportivas, culturales y de actividad física para transformar vidas en educación, inclusión y bienestar que aporten al desarrollo sostenible y entornos de paz.

El ahorro gestionado por las aseguradoras aumentó un 4,2% en el primer semestre

Las aseguradoras gestionaban 200.042 millones de sus clientes a cierre del pasado mes de junio a través de todo tipo de seguros de Vida, una cifra un 4,24% superior a la del mismo periodo de un año antes. A esta cantidad hay que sumar otros 58.062 millones correspondientes al patrimonio de los planes de pensiones cuya gestión está encomendada a aseguradoras, que aumentaron un 5,49% en términos interanuales. En total, el sector asegurador tenía encomendados 258.104 millones de euros al acabar el primer semestre del año, un 4,52% más que en junio de 2022.

Los seguros unit-linked, los planes individuales de ahorro sistemático (Pias) y las rentas vitalicias fueron los que más crecieron en comparación con el año anterior. Los seguros unit-linked aumentaron el patrimonio bajo gestión un 19,11% y se situaron en 23.593 millones de euros, mientras que los Pias lo incrementaron en un 4,93%, hasta 14.674 millones; y las rentas vitalicias anotaron un alza del 4,06%, hasta 89.521 millones de euros.

Las demás líneas de producto anotaron resultados desiguales. Los capitales diferidos y la transformación de patrimonio en rentas vitalicias se mantuvieron prácticamente planos, mientras que los planes de previsión asegurados (PPA) registraron una caída del 1,59% y los seguros individuales de ahorro a largo plazo (Sialp) un descenso algo más pronunciado, del 3,79%. Los ingresos por primas del negocio de Vida riesgo se situaron en 2.877 millones de euros al finalizar el segundo trimestre de 2023, un 1,40% menos que el año anterior.

Cesce lanza coberturas que facilitan la adquisición de insumos esenciales a las empresas internacionalizadas

Cesce ha lanzado dos nuevas coberturas que, enmarcadas en su actividad por Cuenta del Estado, están orientadas a facilitar la adquisición de insumos (servicios necesarios para la actividad empresarial) por parte de las empresas españolas que operan en el mercado internacional. Las dos coberturas (Garantía Directa y Aval Bancario), tienen el objetivo de ofrecer cobertura frente al riesgo de impago y de resolución de contrato a los proveedores de insumos, siempre y cuando estos suministren a empresas españolas que operen en los mercados internacionales.

Este lanzamiento forma parte del compromiso de Cesce por paliar los negativos efectos de un mercado internacional cargado de incertidumbre, donde riesgos como la guerra de Ucrania o la tensión entre Estados Unidos y China tiene un acentuado impacto en las cadenas de suministro globales. En el caso concreto de estas nuevas coberturas, su lanzamiento tratará de mitigar las dificultades por las que atraviesan muchas de las empresas españolas ante el endurecimiento del acceso al crédito financiero, la creciente competencia por determinados insumos y el aumento generalizado de los costes.

La cobertura Garantía Directa para la adquisición de insumos esenciales tratará de mitigar el riesgo que asume la proveedora de los insumos, sea española o extranjera, y facilita la negociación de los contratos de compraventa a largo plazo en términos más competitivos. En el caso de Aval Bancario, Cesce ofrece su cobertura a las entidades que emiten un aval o caución para la compraventa de insumos por parte de una empresa española internacionalizada.

En otro orden de cosas, la aseguradora y **Ceaje** han renovado su compromiso a favor de la internacionalización de la juventud empresaria. Esta colaboración busca mejorar la competitividad de las empresas, aportándoles un ecosistema seguro para propiciar su expansión e innovación.

La alianza estratégica entre ambas organizaciones permitirá que los más de 18.500 jóvenes empresarios que conforman la confederación nacional continúen recibiendo recursos para la gestión integral del riesgo comercial. Estas herramientas están diseñadas para mejorar la gestión del riesgo en cartera y la identificación de clientes potenciales con criterios de solvencia.

Allianz estrena sucursal en Castellón

Allianz ha inaugurado una nueva sucursal en Castellón para reforzar la atención a clientes y mediadores de la zona de Levante, es un paso más para convertirse en la compañía de referencia del mercado (#4all).

Esta oficina se une a las diez sucursales y la delegación ubicadas en Alicante, Valencia, Cuenca y Murcia con las que ya contaba la aseguradora en la zona de Levante.

La nueva sucursal, ubicada en Plaza de la Paz, 5 viene a sumarse a las 68 sucursales y 8 delegaciones (La Coruña, Oviedo, Bilbao, Barcelona, Murcia, Málaga, Sevilla y Madrid) con las que Allianz Seguros cuenta en la actualidad en todo el territorio.

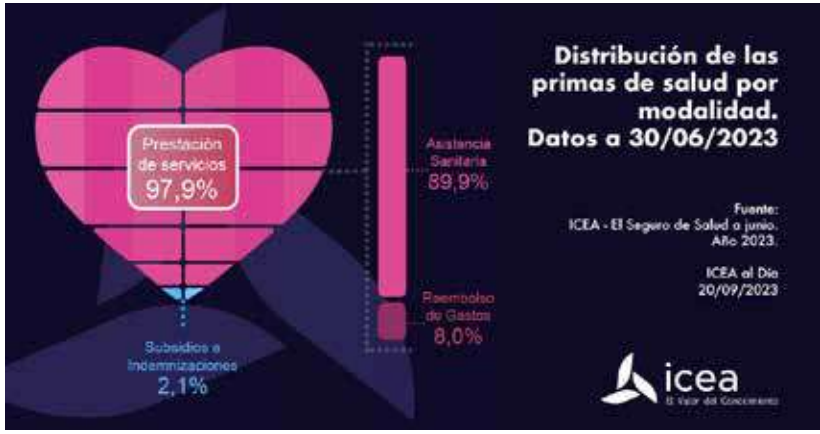
Las inversiones del seguro alcanzan los 284.065 millones de euros

El volumen estimado del total de las inversiones del sector asegurador español en el segundo trimestre de 2023 se sitúa en 284.065 millones de euros, según datos de **Icea**.

La cartera de Vida representa el 49,3% de dicho volumen, el 15,2% corresponde a la inversión de No Vida, un 3,4% a los fondos propios y el 32,1% restante lo acapara la cartera general.

Las primas de Salud crecieron un 7,3% en el primer semestre

El volumen de primas de Salud alcanzó 5.644 millones de euros al finalizar el primer semestre de 2023 con un crecimiento del 7,3% respecto al año anterior.



Icea informa que reembolso de gastos es la modalidad que más crece, con un 9,5% sobre el año anterior.

Liberty pone en marcha un programa formativo sobre ESG para sus mediadores

Con el objetivo de acompañar a los corredores y agentes en su transformación e impulsar su formación en materias clave, Liberty Seguros ha puesto en marcha un nuevo programa formativo sobre sostenibilidad.

El programa, que incluye diferentes cursos e iniciativas, expone la relevancia que tiene para las compañías del sector conocer cómo impacta la sostenibilidad en su negocio con especial atención a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En concreto, el programa se ha vertebrado en torno a un itinerario de e-learning de ocho sesiones: una primera parte de introducción a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030, seguida de sesiones centradas en los tres ODS en los que el rol del sector asegurador es clave: el ODS 3, salud y bienestar; el ODS 5, igualdad de género; y el ODS 10, reducción de las desigualdades.

El objetivo final es que los mediadores obtengan las claves para comprender la relevancia de los ODS y entender mejor cómo pueden integrar y aplicar criterios de ESG en la toma de decisiones en sus compañías.

Los clientes de Sage podrán acceder a seguros de Salud de DKV

Sage y DKV han firmado un acuerdo de colaboración para que los clientes de la primera tengan acceso, en condiciones muy ventajosas, a los seguros de Salud de la aseguradora.

A partir de ahora, los clientes de Sage pueden acceder a la plataforma de servicios financieros y entrar en el site específico de DKV para seleccionar el seguro médico que mejor se adapte a sus necesidades, en función del número de empleados, de forma sencilla, rápida y sin intermediarios.

El acuerdo se enmarca en la visión estratégica de Sage de acompañar a las pequeñas y medianas empresas en su transformación y crecimiento, más allá del uso de la tecnología en los procesos de gestión. Incorpora así un nuevo servicio de alto valor añadido y muy demandado por las pequeñas y medianas empresas que se suma a los ya disponibles en la plataforma (financiación de facturas, recobros, coberturas de seguros a empresas, etc.).

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Información especializada

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

Dirigida a corredores

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

Buscamos la participación

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

SUSCRIPCIÓN GRATUITA

A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA WEB

WWW.PYMESEGUROS.COM

Agacose alcanza un acuerdo de colaboración con Galicia Businnes School

Agacose ha firmado un convenio de colaboración con Galicia Businnes School que supondrá un salto cualitativo en el desarrollo de acciones formativas de empleados y colaboradores de los asociados.

Uno de los objetivos de Agacose es que los equipos humanos de sus empresas asociadas realicen un adecuado cumplimiento normativo y reciban formación y actualización de sus conocimientos y procedimientos.
Pablo Lariño, presidente de Agacose, señala que "este acuerdo supone una mejora cualitativa de cara a optimizar los procedimientos, con el objecivo de satisfacer las necesidades de los clientes de una forma cada vez más profesional, en base a una metodología que dota a nuestros asociados de las herramientas idóneas para definir mejor los perfiles de clientes, sus demandas específicas, lo que buscan durante su proceso de adquisición de un producto y de qué manera se puede mejorar el servicio que se les ofrece".

S4 se alía con la starup Swipet para distribuir seguros de Mascota online

S4 Correduría de Seguros ha decidido ser accionista de la insurtech Swipet, una plataforma online destinada a la contratación de seguros para mascotas.

Swipet nace para cambiar la forma de cuidar a las mascotas. Dotada con tecnología de vanguardia, esta plataforma analizará las características y necesidades de cada animal para ofrecer las mejores coberturas.
El proyecto, de origen 100% gallego, está en su fase final de desarrollo. Además de seguros de Responsabilidad Civil para mascotas, permitirá contratar online otro tipo de coberturas como pólizas veterinarias.
Swipet nace "con el objetivo de convertirse en la mayor insurtech de mascotas, combinando la mejor tecnología para la elaboración de estadísticas y prevención de riesgos, con la facilidad y rapidez de poder contratar un seguro para tu mascota en pocos minutos", explican desde la starup.
De esta forma, Swipet ofrece seguros que se adaptan a las necesidades de cada animal y propietario o propietaria, brindando

cobertura médica, cuidados preventivos y asistencia veterinaria de calidad. "Nuestro sistema de análisis de datos es lo que nos hará diferente al resto de plataformas del mercado".

José María Elguero se une al departamento de Líneas Financieras de Grupo Concentra

Grupo Concentra ha incorporado a José María Elguero como subdirector en España, dentro del departamento de Líneas Financieras. Desde su posición, ayudará a promover e impulsar el negocio de la organización en esta área, especialmente en los productos de D&O y E&O.

Elguero cuenta con más de 30 años en el mundo asegurador. Ha desempeñado diferentes posiciones ligadas, casi siempre, al mundo de los riesgos financieros y la responsabilidad civil. Sus últimas experiencias se han desarrollado en el departamento de Riesgos Financieros de March RS y, posteriormente, en Howden RS.

Por otro lado, la correduría también ha incorporado a Ana de Gregorio como Manager de la unidad de Industria y Servicios. Será la responsable de la implementación de esta nueva línea de negocio, que permitirá a la compañía proseguir con sus ambiciosos planes de expansión en el mercado ibérico.

De Gregorio cuenta con una amplia experiencia en el sector asegurador de más de 30 años. Además, ha desempeñado puestos de liderazgo y dirección con cargos de responsabilidad en Willis como Network Country Manager, en AON con diferentes posiciones en las áreas de Grandes Cuentas de Industria y Servicios, así como en Construcción y Energía, pasando posteriormente por March RS como directora de Industria y Servicios y directora Técnica y, en su última etapa, ha ocupado la posición de subdirectora Técnica de Howden Iberia.

También ha llegado al Grupo, Lourdes Poveda como Iberian Energy Manager. Es licenciada en ADE y graduada superior en Ciencias del Seguro, además cuenta con un máster en Gerencia de Riesgos y Seguros por el Instituto de Ciencias del Seguro y otro en Negocio Energético por el Club Español de la Energía.

En el apartado profesional, Poveda cuenta con una dilatada experiencia en el sector seguros habiendo desempeñado gran parte de su carrera en el área de Energía, donde ocupó el cargo de Manager de Energy Practice en Marsh. Su última etapa transcurrió en Howden Iberia donde ha sido la responsable de Energía dentro de la unidad Construcción y Energía.

Asimismo, Grupo Concentra ha incorporado a Miguel Ángel Juliá como director de Cuentas para este departamento. Juliá es corredor de seguros desde 1990 iniciando su carrera como director Técnico en Tous y Asociados. En 2002, fundó su propia correduría de seguros, MJ Privated Insurance Consultants, para más tarde pasar por March JLT, March RS y Howden RS.

En otro orden de cosas, el Grupo Concentra ha celebrado una reunión comercial en Madrid, donde se ha realizado un repaso global de la primera mitad de año, preparado el cierre del presente ejercicio, así como presentado al equipo las nuevas líneas de negocio que se están incorporando.

El acto ha sido liderado por Pedro Navarro, Head of Affinities & Partnerships de Grupo Concentra, que ha presentado el plan de acción para el cierre del ejercicio, así como los objetivos comerciales para el último trimestre del año. Además, se han presentado los planes de las nuevas líneas de negocio, así como nuevas iniciativas por parte de los departamentos de Broking, Markets Relationships, Líneas Financieras, Employee Benefits, Transformación y Financiero.

Run Broker y Prudenzia Broker se adhieren a Aunna Asociación

Aunna Asociación continúa creciendo gracias a la incorporación de dos nuevos socios: **Run Broker Correduría de Seguros** y **Prudenzia Broker Group**.

Run Broker tiene su sede en Reus (Tarragona) y fue fundada hace menos de dos años por Joan Llaveria, quien actualmente está al frente. La empresa pretende ir un paso más allá de la correduría tradicional, aunando la tecnología con el asesoramiento personalizado tradicional, que define como dos de sus pilares principales. Por su parte, Prudenzia Broker Group se fundó en 2021 por un grupo de profesionales con más de 20 años de experiencia, en un momento en el que "creíamos que esto estaba cambiando" reconoce su gerente Víctor Manuel Gómez. Es una correduría phygital, en la que apuestan por un modelo de servicio híbrido.

BMS Group ha incorporado al ejecutivo senior Javier García para desarrollar la línea de negocio de Trade Credit & Political Risks en España y Portugal.

Javier García desarrollará Trade Credit & Political Risks de BMS

García se une a BMS tras varios años en ICBA, International Credit Broker Association. Previamente trabajó como director territorial de Crédito en Willis Towers Watson y AU Brokers, así como en entidades como Mapfre y Banco Santander, entre otras.

Con la creación de la nueva línea y la incorporación de García, se amplían las áreas de especialización del bróker, no solo en soluciones de Crédito y Riesgos Políticos, sino también en Confirming, Factoring, Financiación Alternativa y Estructurada, a nivel nacional e internacional.

En otro orden de cosas, la correduría ha inaugurado su nueva sede en Sevilla, situada en la avenida de la Palmera 29. BMS tenía presencia en Sevilla desde 2017, año de su llegada a España, y tras varias adquisiciones de corredurías de seguros especializadas en Málaga, Granada y Sevilla, hace una apuesta firme para consolidar su posición como uno de los brókeres líderes en Andalucía y en el resto de España.

Los grandes cambios que afectan a la mediación, a debate en la Semana Mundial 2023

El Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona invita a la mediación a preguntar directamente a los principales líderes de las compañías cómo afrontan los grandes cambios propiciados por la revolución tecnológica, comercial y cultural de la economía y la empresa en la edición anual de la Semana Mundial.

La convocatoria, que se celebró en Barcelona el 2 de octubre dio voz al conjunto de los profesionales de la mediación para preguntar directamente a los responsables de las compañías sobre las raíces de la profunda transformación que atañen al colectivo.
Nueve compañías expusieron su visión y posicionamiento respecto a otros tantos vectores de cambio y transformación. El certamen de este año profundizó en el estudio de las modificaciones globales que vive el sector del Seguro. El análisis quiso ofrecer una visión conjunta sobre los cambios propiciados por la revolución tecnológica, comercial, legal e incluso cultural que atraviesa el mundo de la economía y la empresa.
Los vectores determinantes y seleccionados para su análisis se organizaron en torno a estos epígrafes: inteligencia artificial, personalización, concentración, ESG, digitalización, robotización, nuevos riesgos, falta de aseguramiento, experiencia de cliente, nuevos competidores y previsión social empresarial.
Francesc Santasusana, presidente del Colegio de Barcelona, señaló el objetivo de "conocer las tendencias emergentes que proporcionan siempre una ventaja competitiva, nos ayuda a prepararnos y a desarrollar las estrategias para adaptar nuestros negocios a las circunstancias que nos esperan a la vuelta de la esquina".
AXA ha organizado su participación en la Semana Mundial del Seguro a través de una intervención titulada '¿Por qué el futuro debería ser un riesgo? Nuevos riesgos y su impacto en la mediación'. De este modo, analizó cómo los nuevos riesgos están siendo un elemento con capacidad para transformar la actividad de la mediación profesional generando nuevas oportunidades en el asesoramiento a los clientes y en su aseguramiento. Mar Romero, directora de Distribución, Ventas y Organización Territorial de AXA, aportó respuesta a preguntas como: ¿Estamos identificando como sector asegurador los cambios en la percepción del riesgo? ¿Disponemos de los productos adecuados para atender nuevas inquietudes? ¿Cuáles son los nuevos riesgos con más recorrido?
Por su parte, Mapfre apostó por la Previsión Social Empresarial (PSE), que experimentará en los próximos años un cambio radical que afectará, cómo no, a la figura del mediador, que deberá estar preparado para ofrecer nuevas soluciones a las empresas y sus trabajadores. La forma de trabajar en las empresas, y en particular la gestión de los Recursos Humanos (RRHH), está cambiando, señalan desde la aseguradora.

Jhasa representará a los clientes de Lockton en España

La correduría Jhasa ha firmado una alianza estratégica a largo plazo con Lockton, el mayor bróker de seguros independiente del mundo, para ser su socio en España. Con este acuerdo, la compañía española asumirá la responsabilidad de gestionar y representar a los clientes de Lockton en nuestro país.

Jhasa podrá aportar un mayor alcance global a su cartera actual y futura de clientes, al hacer uso de la red internacional de expertos con la que opera actualmente Lockton, que abarca 9.500 socios en 125 países en todo el mundo. De esta manera, se favorecerá la retención de sus clientes a largo plazo, además de ser una gran oportunidad en la atracción de nuevo talento.
Para Lockton, esta asociación supone la oportunidad de afianzar su presencia en el mercado español a través de Jhasa. Esta colaboración servirá para ofrecer una propuesta de valor única a sus clientes en nuestro país.
Gracias a este acuerdo, Jhasa sigue en disposición de lograr sus objetivos a corto plazo, que incluye alcanzar los 45 millones de euros en primas intermediadas en 2023 y consolidarse como uno de los brókeres independientes y referentes a nivel nacional.
"Cuando lanzamos Jhasa, nuestro objetivo era convertirnos en uno de los corredores independientes líderes en España, atendiendo a grandes clientes corporativos españoles, que buscaban algo más que un bróker transaccional estándar. Esta asociación estratégica es un gran paso para hacer realidad ese objetivo. Lockton nos proporcionará experiencia adicional, capacidades globales, productos mejorados y un nuevo equipo de socios que comparten nuestro enfoque de servicio al cliente, valores y cultura corporativa", afirman Juan Hurtado de Amézaga y Juan Sánchez de Amoraga, cofundadores de Jhasa.

Luis Bretón, nuevo director de Zona en Ucoga

Luis Bretón es, desde el mes de septiembre, el nuevo responsable de zona de Ucoga en la región de Asturias. El directivo cuenta con más de 15 años de experiencia en el sector asegurador, pasando por diferentes cargos de alta responsabilidad.

Licenciado en Derecho por la Universidad de Oviedo, comenzó su andadura laboral en la Banca. Posteriormente, se incorporó, el año 2009, a Seguros Bilbao, para pasar después a Caser y, finalmente, a Santalucía.
Durante su trayectoria inicial, realizó varias funciones en áreas como la de asesor financiero, responsable de grandes corredores y brókeres y responsable comercial de agentes.

El Consejo General dice qué hacer si se sufren daños por el temporal Dana

Si se resulta afectado por una Dana, lo primero es acudir a un mediador de seguros que le informará de los trámites a seguir, cómo acceder a sus pólizas, obtener los datos y realizar las reclamaciones pertinentes. "El papel del mediador es clave ya que su asesoría y conocimiento sobre las pólizas simplifica y agiliza mucho el proceso", explica Javier Barberá, presidente del Consejo General de Mediadores de Seguros.

Solo se puede reclamar si se tiene un seguro con una póliza de protección frente al daño y se está al día en el pago de las cuotas. Debe estar en vigor, como mínimo, una semana antes para que el Consorcio de Compensación de Seguros asuma los daños por fenómenos atmosféricos.

Se debe:

Documentar bien el siniestro. Si se sufren daños materiales, el seguro enviará un perito para valorar las pérdidas. Para facilitar su examen, no tirar nada. Es conveniente fotografiarlo todo y conservar los restos de los bienes dañados. Si se debe afrontar alguna reparación de urgencia, hay que guardar las facturas para luego reclamar el importe.

Tener en cuenta los plazos. El tomador del seguro debe comunicar lo sucedido a su aseguradora en un plazo de 7 días.

#Aportar pruebas. Hay que recopilar todas las pruebas para poder demostrar el origen y consecuencias del daño: fotos, noticias, partes de la policía, protección civil o bomberos y buscar testigos que lo acrediten.

Para perjuicios en automóviles, los seguros contratados en la modalidad de todo riesgo suelen incluir los daños por nieve, granizo o de impacto o choque de objetos. Cuando la nieve o el temporal afecta al asegurado en carretera, hay que contar con la póliza al día de Autos y Asistencia en carretera y tenerla en lugar accesible ante posibles siniestros como golpes o salidas de vía.

En las viviendas, algunos riesgos y fenómenos de la naturaleza como lluvia o granizo están cubiertos por el seguro de Hogar cuando superan una cierta intensidad. La póliza de Hogar incluye la evaluación y reparación de goteras y derrumbamientos de tejados a consecuencia del peso de la lluvia. Si hay cortes del suministro eléctrico, que según su duración pueden echar a perder el contenido de congeladores y frigoríficos, el seguro puede hacerse cargo del coste hasta una cantidad. Los daños deben acreditarse mediante tique de compra.

También se cubre:

Caída de árboles. Los seguros Multirriesgo asumen la cobertura de daños por la caída de árboles a consecuencia del reblandecimiento del suelo o de la fuerza del viento.

Daños a aparatos eléctricos o electrónicos. A consecuencia de alteraciones del fluido eléctrico serán objeto de cobertura en aquellos contratos de seguro Multirriesgo que tengan contratada la garantía de Daños Eléctricos, muy habitual en la mayoría de ellos.

Pérdida de beneficios. Es necesario contar con una póliza de lucro cesante que cubra este supuesto para poder paliar las consecuencias económicas de ciertas paralizaciones del normal desarrollo de las actividades como consecuencia del temporal Dana.

Gesa Mediación adopta la plataforma tecnológica SegElevia

Gesa Mediación ha alcanzado un acuerdo de colaboración con **MPM Software**. En él, que además de la implementación de segElevia, se incorporan las aplicaciones del ecosistema como eEvidence y Signaturit, así como un Chatbot Avanzando, lo que reafirma el compromiso por una gestión completamente integrada.

MPM Software ha proporcionado a Gesa Mediación una solución flexible, escalable y adaptable a las necesidades empresariales de la correduría. Con la integración del software de gestión y sus módulos complementarios, Gesa Mediación será capaz de ofrecer una mejor atención a sus clientes, adaptando sus soluciones a las necesidades específicas de cada uno de ellos, lo que se traduce en un servicio más completo y de mayor calidad. Además, la capacidad de segElevia para integrarse con otras plataformas facilita la automatización de procesos y una gestión más eficiente de la información, lo que se traduce en una mayor productividad y eficacia para la correduría.

Summa ha celebrado su convención comercial de directivos de las oficinas repasando los logros más significativos del último año, así como las novedades tecnológicas, de producto y operativas. El acto sirvió para poner en común las estrategias del grupo.

Summa celebra su convención comercial de directivos

Con 120 oficinas distribuidas por todo el territorio, Summa es uno de los grandes distribuidores de seguros de España. Además, hay que sumar las diez oficinas operativas en Portugal.

"Los resultados son el mejor ejemplo que nuestro método y modelo funciona. Crecemos en el primer semestre a ritmos del 19%. No es fácil en organizaciones tan grandes crecer a estos ritmos", ha resaltado Oscar Rincón, director comercial del grupo.

Además de presentar los resultados del año, con crecimientos sustancialmente por encima del mercado y un volumen de negocio que ha sido doblado en el último año, la convención sirvió para presentar nuevas herramientas tecnológicas.

"Cada vez son más aquellos profesionales que se interesan por nuestro modelo, único en el mercado, que permite a los propietarios corredores seguir dirigiendo su negocio, pero con los procedimientos y tecnología solo accesibles a grandes operadores", señala Begoña Larrea, directora general, quien se ha encargado, además, de explicar la implantación de nuevas medidas de ciberseguridad y la herramienta Best-IA.

Por otro lado, Summa continúa con su proceso de crecimiento en Andalucía, con la incorporación de dos corredurías en el último mes: Jodar Finance, en Motril (Granada) y Utrera Asesores, en Adra (Almería).

El canal de corredores crece un 5,24% en el segundo trimestre del año

Prisma (Procesos y Recursos de Inteligencia al Servicio de la Mediación Aseguradora) ha publicado un nuevo Índice de Evolución de Ventas (IEV), en el que muestra la evolución de la actividad comercial de nueva contratación en el canal de corredores de seguros durante el segundo trimestre (T2) de 2023.

El IEV revela un incremento generalizado del 5,24% en el volumen de ventas del canal de corredores durante el segundo trimestre del año en comparación con el mismo periodo en 2022. La variación más alta desde que Prisma realiza este estudio (T1 2022). Se trata de un resultado que demuestra también el crecimiento de las ventas en este 2023 en términos de volumen, que mejora un 1,33% con respecto al primer trimestre del año.

El crecimiento durante los tres meses del periodo analizado es sostenido, registrando en abril un incremento en el volumen del 1,45%, en mayo del 7,65% y en junio del 6,35%.

A pesar de la reducción del número de pólizas de nueva producción contratadas en el mercado durante este periodo de 2023 (-2,02%), el incremento del 7,7% en el precio de las primas en los principales ramos de seguro, tal y como informó Prisma en su último Asegurómetro, ha propiciado este aumento generalizado en el volumen de ventas.

De los cuatro ramos analizados, destaca el crecimiento de Comercios en un 6,64%, que tras sufrir un descenso del volumen de ventas en el mes de abril de -3,89%, cambió la tendencia hasta incrementarse en un importante 17,62% en mayo y un 7,10% en junio.

Además, en este ramo, la variación del número de nuevas pólizas emitidas con respecto al mismo periodo de 2022 es casi nula (+0,14%), por lo que toma especial relevancia en el aumento del volumen de ventas el incremento de la prima en un 3,6%.

En los ramos de Autos y Motocicletas se observa un crecimiento similar del volumen de ventas con un 5,51% y 5,04% respectivamente, aunque con tendencias diferenciadas. Mientras que el de Autos ha ido incrementándose durante el trimestre cerrando junio con un 6,69%, el de Motocicletas se ha reducido hasta un 1,64% en el último mes analizado.

Por su parte, el ramo de Hogar acumula un incremento de 3,61% con respecto al mismo periodo del año 2022, con un mes de abril negativo, en el que el volumen de ventas se redujo en un -2,52%, pero que se recuperó en mayo y junio con un 7,24% y 6,09% respectivamente.

Este estudio se basa en una muestra significativa de más de 71.345.760 millones de euros en primas netas suscritas, que corresponden a más de 243.879 operaciones de nueva contratación de los ramos de seguros de Automóviles, Motocicletas, Hogar y Comercios.

El Colegio de Madrid asesora en televisión sobre los seguros con motivo del temporal

El **Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid** difunde en RTVE qué ocurrió con la última Dana que ha barrido con fuertes inundaciones el centro de la península y la región de Madrid.

Javier Martínez, vocal de Deontología del Colegio, ha explicado, en RTVE, como experto asesor en seguros, cómo deben proceder los afectados ante los daños producidos por la Dana. Desde la tormenta Efrain, el Colegio ha elaborado un decálogo de consejos para solicitar la indemnización por daños de inundaciones, que actualiza periódicamente.

"Recomendamos acudir primero al mediador. El mediador es la persona que se dirigirá a la aseguradora o al Consorcio de Compensación de Seguros para emitir el parte de siniestro sin esperas de teléfono ni contestadores automáticos. En caso de no tener un mediador, el afectado tiene que tramitar el parte directamente con la aseguradora. Es importante documentar el siniestro con fotografías y valoraciones de los daños para facilitar la actuación de los peritos", indica Javier Martínez, que añade: "quienes tengan capital asegurado en viviendas, negocios, naves industriales e incluso automóviles, serán indemnizados por las aseguradoras o el Consorcio de Compensación de Seguros. Quienes, lamentablemente, no lo tengan cubierto tendrán que esperar a la declaración de zona catastrófica de las poblaciones afectadas para recibir ayudas".

En otro orden de cosas, **Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)** ha firmado un acuerdo de colaboración con el Colegio de Madrid, para favorecer la formación de los socios, así como sus familiares de primer grado. Además, se trabajarán en diferentes líneas de colaboración vinculadas a empleabilidad y transmisión de conocimiento entre ambas instituciones.

BMN Brokes se une a Apromes

Tras concluir el verano, **Apromes** arranca el curso con la incorporación de una nueva correduría: **BMN Brokers**, con sede en Palma de Mallorca y en Barcelona.

Con esta incorporación, se alcanza el número de 11 asociados en las Isla Baleares, en un momento de transición corporativa, como va a ser la unión territorial de Apromes en Levante-Baleares.

WTW augura un segundo semestre de cautela en D&O y estabilización en Ciberriesgos

El mercado de seguros para Administradores y Directivos (D&O) entra en un segundo semestre de 2023 en el que la información solicitada para negociar sus pólizas será cada vez mayor, especialmente para aquellos riesgos más complejos. Esta es una de las principales conclusiones del último informe sectorial del mercado asegurador elaborado por **WTW**, que analiza los primeros seis meses de 2023 y avanza las tendencias que marcarán el segundo semestre del año.

Como explica Ulysses Grundey, director de D&O y Riesgo Reputacional de Finex de WTW España, "A la hora de entender un riesgo, las aseguradoras siguen muy cautas para la suscripción de pólizas D&O en aquellas empresas que tienen problemas de liquidez y riesgos por una posible reestructuración o insolvencia, así como en industrias como petróleo y gas, sector sanitario, telecomunicación, criptomonedas, comercio minorista, restaurantes o deportes".

El factor "riesgo complejo" será así el principal aspecto por el que se medirán las dos velocidades en un mercado de D&O que, si bien ha vivido durante muchos años una existencia de *commodity*, como producto barato y de fácil adquisición, ve un cambio de tendencia con el endurecimiento del mercado y una siniestralidad en aumento agravada por el impacto económico de la pandemia.

Los suscriptores de D&O analizan cada vez más los riesgos más allá del balance y de las cuentas de pérdidas y ganancias. Además, está ganando terreno una suscripción holística que tiene en cuenta factores como, entre otros, la exposición y la gestión de riesgos ESG; el riesgo regulatorio; las exposiciones sistémicas en general -como las relacionadas con cadena de suministro de energía-; o los protocolos de ciberseguridad.

En el área de ciberriesgos, el análisis de WTW arroja que, mientras que las aseguradoras continúan centrándose en una adecuación de las primas proporcional al riesgo y precios sostenibles, el mercado está empezando a estabilizarse y, en algunos casos, se han obtenido renovaciones como a vencimiento o con un pequeño descuento en prima. Las franquicias también se han estabilizado y se observa que se plantean diferentes opciones y alternativas con franquicias más bajas en las renovaciones.

Con respecto a las coberturas de Ciber, las aseguradoras continúan enfocadas en la exposición al riesgo sistémico, algunas de ellas están incluyendo en las renovaciones suplementos para definir el riesgo catastrófico y sublimitar incidentes ocasionados por un proveedor de la nube. Se siguen monitorizando las exclusiones de guerra y sublimitando o coasegurando los eventos ocasionados por un *ransomware* cuando las medidas de seguridad no cumplen con los requerimientos del mercado asegurador.

Según los datos de WTW, el 90% de los siniestros caen bajo la cobertura de la póliza de Ciber, pero el 41% está por debajo de franquicia o supera la suma asegurada.

Instituto de Desarrollo Asegurador resuelve dudas sobre la nueva Ley de Bienestar Animal

El 29 de septiembre entró en vigor parte de la Ley de Bienestar Animal, un nuevo texto legislativo que busca mejorar la calidad de vida de los animales en España, independientemente de si se trata de animales salvajes, domésticos o si se utilizan para labores profesionales o lúdicas.

El nuevo texto legislativo, cuando se apruebe su reglamento, obligará a los propietarios de un perro a disponer de un seguro que cubra eventuales daños que pueda causar el animal a terceros. "Algo que, hasta ahora estaba reservado a determinadas razas consideradas peligrosas", explica Cristina Llorens, directora de Desarrollo de Negocio del **Instituto de Desarrollo Asegurador**.
"Aunque vaya a seguir existiendo una lista de perros peligrosos, el seguro será obligatorio en todos los casos en los que se posea una mascota de este tipo", añade.
Desde el Instituto de Desarrollo Asegurador están resolviendo dudas sobre la Ley de Bienestar Animal de forma gratuita a través del teléfono 915715515 o del correo electrónico madrid@iddeas.eu
En otro orden de cosas, la correduría, a través de su plataforma **Protege Tu Movilidad**, participó en la exposición '¡Combina y muévete de forma saludable! Soluciones para las ZBE', promovida por la **Plataforma de Empresas por la Movilidad Sostenible**. La plataforma 'Protege Tu Movilidad', contó con un lugar de información dentro de la exposición para explicar a los asistentes qué soluciones aseguradoras están a su alcance para poder disfrutar de una movilidad alternativa segura.

Howden Iberia certifica su sistema de gestión de *compliance* penal

Howden Iberia ha recibido de EQA la certificación que acredita que su sistema de gestión de *compliance* penal cumple los requisitos establecidos por la norma UNE 19601:2017 en todos sus centros de trabajo.

La norma UNE 19601:2017 es útil para establecer sistemas de control y gestión para la prevención y detección de delitos cometidos en el contexto de las actividades empresariales, aunque no comporten la responsabilidad penal de la persona jurídica en España ni concurran en organizaciones españolas. Además, es aplicable a cualquier organización con independencia de su tipo, tamaño, naturaleza o actividad en los sectores privado, público, con o sin ánimo de lucro.

Adecose recibe al consejero delegado de Allianz España

Adecose ha celebrado su almuerzo mensual con socios, tras la reunión mensual de la Junta Directiva, en el que ha recibido a Veit Stutz, consejero delegado de Allianz España, acompañado por Miguel Pérez Jaime, director general comercial; Gisela Subira, secretaria general; y Olivia Loewe, directora de Relaciones Institucionales.

Durante el almuerzo, Stutz destacó las novedades que se están desarrollando desde su nombramiento, en julio de 2022, como consejero delegado de la compañía: "En Allianz Seguros abordamos un proceso de transformación que tiene como pilar y objetivo esencial ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes y mediadores. El mercado asegurador en España es muy competitivo, sólido y maduro, y estamos invirtiendo en tecnología y personas, con objetivos muy precisos enfocados a la mejora de la atención al cliente y en la formación de nuestros empleados". Asimismo, señaló que la compañía busca renovar y actualizar su oferta de productos.

Por su parte, los socios de Adecose tuvieron la oportunidad de intercambiar impresiones sobre la relación de la compañía con los mediadores: "El objetivo es que Allianz sea la compañía de referencia para clientes y mediación. Queremos volver a ocupar los primeros puestos en el Barómetro Adecose", afirmó Veit Stutz.

Previamente al almuerzo, ha tenido lugar la reunión de la Junta Directiva de Adecose, donde se han abordado temas como el Proyecto de Digitalización que se está implantando en más de 100 corredurías o el avance en la renovación de las Cartas de Condiciones. También se adelantó la programación del XXVII Foro de Gestión de Corredurías, que tendrá lugar el próximo 23 de octubre.

Por otro lado, **Fundación Adecose** y la **Universidad Europea de Madrid** han clausurado la VI edición de su Programa de Desarrollo Directivo (PDD), después de que los 30 alumnos expusieran sus proyectos académicos el 21 de septiembre, en el campus de la UEM de Alcobendas (Madrid).

Los diferentes equipos defendieron ante el tribunal los proyectos desarrollados a lo largo del programa ejecutivo, propuestas que, tuteladas por los respectivos mentores, pretenden plantear mejoras para el sector a través de servicios pioneros, integraciones tecnológicas o soluciones digitales. Destacaron iniciativas de implementación de inteligencia artificial para la mejora de la relación con el cliente, el 2.0 de los chatbot que se pudo ver presente en los proyectos de la anterior edición, sin duda, un indicador de la evolución de las tendencias tecnológicas de gran potencial y como los profesionales del sector comienzan a familiarizarse.

IA, ciberseguridad, estrategia y normativa centraron las jornadas de verano de Cohebu

Durante los meses de julio y agosto, Cohebu Mediadores de Seguros ha llevado a cabo una serie de jornadas formativas dirigidas a empleados, mediadores y profesionales del sector asegurador, en las que se abordaron temas como la inteligencia artificial (IA), la ciberseguridad, la estrategia y la normativa.

La primera jornada trató sobre 'Estrategias para la continuidad del negocio de los Mediadores de Seguros' donde se ofrecieron claves y recomendaciones para asegurar la sostenibilidad y crecimiento de las empresas del sector de la mediación en el complejo contexto actual.

En la segunda jornada: 'Plan preventivo de Ciberseguridad para autónomos y empresas', Alfonso Linares, experto en ciberseguros, explicó la importancia de proteger los sistemas informáticos frente a posibles intrusiones y amenazas externas, un aspecto crucial para cualquier compañía.

En 'Inteligencia Artificial en el sector Asegurador', se presentaron los conceptos básicos sobre IA así como las principales aplicaciones y beneficios de estas tecnologías para las aseguradoras.

En la última sesión se habló del 'Marco legal para Mediadores de Seguros' y se repasó, de la mano del experto legal, José Manuel Garcia, la normativa y obligaciones vigentes que afectan al ejercicio profesional de los mediadores de seguros, empleados y auxiliares.

IMeureka y Riskpoint se alían para ofrecer soluciones de seguro innovadoras

IMeureka y Riskpoint han firmado un convenio de colaboración estratégica "con el fin de combinar sus fortalezas y experiencias para ofrecer soluciones de seguro innovadoras y de máxima calidad, aprovechando lo último en innovación tecnología y adaptándonos a las necesidades específicas del mercado asegurador".

A través de este acuerdo, RiskPoint, reconocido por su experiencia en el desarrollo de soluciones aseguradoras únicas y especializadas para mediadores y agentes de seguros en los mercados en los que opera, se une a IMeureka, el primer Marketplace digital del sector seguros, para potenciar y utilizar su plataforma digital como apoyo a sus clientes. Desde Riskpoint se indica que "esta alianza potencia lo mejor de cada uno para lograr llevar a nuestros corredores las mejores soluciones del mercado".

El volumen de primas Cíber crece un 30% en el último año

Aon ha presentado la cuarta edición del 'Estudio sobre Ciberseguridad y Gestión del Riesgo Cíber en España', desarrollado con el objetivo de analizar y actualizar a las organizaciones de las tendencias que están teniendo lugar y los retos a afrontar en la gestión integral del riesgo y su transferencia al mercado asegurador.

El volumen de primas del mercado asegurador sigue aumentando y en España desde el año pasado ya supera los 100 millones de euros, habiendo crecido este año más de un 50% para algunas aseguradoras. La severidad vivida en 2021 y 2022 parece haber llegado a un punto de estabilización. El reto para este 2023 es mantener ese equilibrio.

El aumento de las primas en 2022 fue una realidad generalizada en todos los sectores y actividades. Si bien algunas industrias pudieron verse más afectadas que otras, pero la mayoría de los clientes han experimentado subidas considerables, donde se registraron incrementos superiores al 100% en algunos casos.

El sector de infraestructuras críticas continúa líder en términos de concienciación sobre ciberseguridad y generación de contrataciones anuales. En segundo lugar, se ha observado un notable aumento en servicios profesionales, debido a los servicios de consultoría IT. Sin embargo, el sector industrial ha experimentado una disminución gradual en los últimos años.

Se observa un considerable incremento de contratación de pólizas en el número de empresas cuya facturación supera los 250 millones de euros, en comparación con el periodo anterior.

Por su parte, el 50% de los siniestros afectan a grandes cuentas y clientes multinacionales y 2% a pymes. Por línea de mercado, los sectores de Instituciones Financieras e Industrial son los más afectados.

"A lo largo de 2023 estamos observado un cambio de tendencia hacia un mercado más estable y favorable. A ello contribuyen factores como la concienciación del riesgo y las fuertes inversiones en medidas de seguridad; la mejora de rentabilidades y la entrada de nuevo capital, con la mayor competencia que conlleva", afirma Verónica Jiménez, directora Ciber de Aon España.

"Sin embargo, las aseguradoras mantienen el rigor en la suscripción de sus riesgos, mientras siguen de cerca los acontecimientos mundiales que pueden afectar a los siniestros cibernéticos, que sigue provocando limitaciones en las garantías. El entorno geopolítico, el riesgo sistémico y la gestión de los datos biométricos, junto con los eventos de *ransomware*, son aspectos que siguen preocupando a los mercados e influyen a la hora de negociar la transferencia del riesgo".

La DGSFP obliga a los corredores 'personas físicas' a comunicarse por medios electrónicos

Tal y como informan desde el portal www.quierosercorredordeseguros.es, con la publicación de la Circular 1/2023, de 30 de agosto, relativa al uso obligatorio de medios electrónicos para la práctica de comunicaciones y notificaciones entre los mediadores de seguros, corredores de reaseguros y determinados mediadores de seguros complementarios, la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) ha aclarado que, a partir de ahora, los mediadores de seguros "personas físicas" también están obligados a comunicarse a través de medios electrónicos.

Se refiere a las comunicaciones relativas a la documentación e información necesarias para permitir la gestión actualizada del registro administrativo de distribuidores de seguros y reaseguros, previstas en el artículo 133.3 del Real Decreto-ley 3/2020, y los procedimientos de suministro de información anual estadística y contable del artículo 187, apartados 2 y 3, del Real Decreto-ley 3/2020 y del artículo 18 del Real Decreto 287/2021, de 21 de abril, de formación y remisión de la información estadístico-contable de los distribuidores de seguros y reaseguros.
Desde el portal www.quierosercorredordeseguros.es recuerdan que el contenido de la Circular de la DGSFP no tiene carácter básico y, a tal efecto, no se aplicará a los mediadores de seguros y reaseguros y mediadores de seguros complementarios sujetos a la supervisión de las Comunidades Autónomas.
En el caso de no utilización de medios electrónicos por parte de los sujetos obligados, se les tendrá por desistidos de su solicitud o se les podrá declarar decaídos en su derecho al trámite correspondiente.

Senda Vivir Seguros impulsa diferentes acciones corporativas con el mundo agrícola

Senda Vivir Seguros inauguró, a principios de septiembre, la sección 'Senda Agro' en su web, en la que publican semanalmente artículos relacionados con el mundo agrícola y también sobre seguros y planes para minorizar daños y contingencias.

Además, se han puesto en marcha diferentes acciones tanto en redes sociales, como en contenidos web, artículos de difusión, etc., para reforzar la actividad agro de los socios. "Para Senda el mundo agro es un sector estratégico que cuidamos, analizamos y retroalimentamos desde nuestros orígenes como asociación, ya que parte de nuestros asociados son corredurías especializadas en seguros agrícolas y se trata de un sector estructural para nosotros", han señalado desde la compañía.

Atlantigo es el nuevo nombre de Grupo InterMundial

Atlantigo, grupo empresarial que nace de la evolución de Grupo **InterMundial**, se presentó oficialmente, el 20 de septiembre, ante más de 600 invitados a una gala que, bajo el lema 'Travesía a un nuevo mañana', se celebró en el Teatro Goya de Madrid. La nueva empresa estará liderada por Manuel López junior, actualmente CCO del grupo.

Manuel López, CEO de Atlantigo, que condujo el acto de presentación, dijo: "Es un placer para mí anunciar una evolución natural en nuestro Grupo, que nos aporta solidez y fortaleza, y que, desde ahora, marcará un antes y un después en nuestra historia".
La gala se bautizó como 'Travesía a un nuevo mañana' porque los viajes y el Turismo son el ecosistema natural de la compañía y para hacer referencia al "viaje" que el Grupo InterMundial inició hace casi 30 años (29 años y 9 meses) cuando se creó la primera de sus empresas, y que continúa con la visión puesta en el futuro y un punto de inflexión en el presente: su fortalecimiento como Grupo Atlantigo. Abandera la misión de cuidar y sostener el Turismo mediante la actividad de cada una de las cuatro empresas que lo integran; y de ahí su nuevo lema: 'The Travel Care Group'.
El grupo Atlantigo gestiona 102 millones de euros en primas al año, tiene 4,7 millones de asegurados anuales; más de 5.000 puntos de venta distribuidos por el mundo; con una retribuciones de 41 millones de euros por canal de distribución e incentivos; 34 millones de euros en siniestros pagados; 18 millones de euros en asistencias y gastos médicos; 29.423 siniestros de reembolsos gestionados al año; 285.000 atenciones prestadas anualmente; 3.150 expedientes jurídicos anuales tramitados; un equipo compuesto por 210 personas; y un 97% de satisfacción.

HD+ Insurance Broker estrena oficina en Madrid

HD+ Insurance Broker ha abierto una nueva oficina en Madrid, situada en la calle Serrano donde ofrecerá una gama completa de servicios de seguros, especialmente seguros corporativos.

En palabras de su CEO Agustín Daza, "la progresión llevada a cabo en este último año y medio nos ha permitido realizar esta expansión para continuar desarrollando nuestra oferta a las necesidades de diversos clientes de manera más efectiva".
En 2023, HD+ Insurance Broker tiene como objetivo fortalecer su presencia en España y continuar proporcionando el respaldo necesario a sus clientes para que se centren en el desarrollo de sus negocios.

Miguel Orellana ha escrito el libro 'Factores de éxito para un mediador de seguros'

Miguel Orellana, CEO de Grupo10 Mediabroker, presidente de la Asociación de Mediadores contra la Mala Praxis Bancaria, abogado y socio fundador del despacho jurídico Jurisleg, ha publicado su primer libro, 'Factores de éxito para un mediador de seguros'.

Con él, Orellana quiere llegar a los que se aventuran a convertir el sector asegurador en su profesión y vocación, a aquellos profesionales que están buscando otras salidas o continuidad de su negocio, explorando la importancia del mediador de seguros en el

ámbito de la industria aseguradora. Su dilatada experiencia en el sector le avala para poder plasmarla en un manual. Orellana entiende que sus compañeros de profesión no son competencia y, por ello, no le importa compartir sus conocimientos para ayudarles y, entre todos, comprender el destacado y fundamental papel que juega el mediador de seguros en nuestra sociedad, como intermediario entre las compañías de seguros y los clientes, brindando un servicio personalizado y de calidad, la esencia de esta profesión tan apasionante, de la cual sigue enamorado después de más de 20 años de profesión.

Los beneficios de la venta del libro irán destinados a la Asociación de Mediadores contra la Mala Praxis Bancaria.

Aprocose convoca la XX edición de Quieres Saber

La Asociación Profesional de Corredores de Seguros (Aprocose) convocó el 4 de octubre la XX edición de su jornada Quieres Saber, que vuelve tras cuatro años de interrupción.

Bajo el título 'El corredor de seguros ante el reto de las renovaciones', esta edición de Quieres Saber abordó la problemática que enfrentan los corredores de seguros y, en consecuencia, los clientes, en el proceso de renovación de las pólizas que cubren los riesgos de alimentación, reciclaje y riesgo marítimo.

Conscientes de la importancia de esta temática, Aprocose reunió a voces acreditadas en el sector para participar como ponentes y compartir su conocimiento y experiencia en la materia. El evento moderado por el expresidente de Aprocose y Fecor, Maciste Argente, contó con Salvador Marín, CEO de Howden; Carles Ponsgarulo, bróker de Reaseguro en Guy Carpenter; Susana García, directora de Empresas de AXA; y Sara Sánchez, Head of Property para España de Allianz.

Las corredurías de E2K se forman en Vida Riesgo

E2K ha incorporado a 277 de sus profesionales a un programa formativo de seguros de Vida Riesgo, con el que pretende que dominen todos los aspectos técnicos y jurídicos de estos productos. Se profundiza en derechos, capitales, primas, provisiones técnicas, valores garantizados, entre otras cosas. Explora todas las modalidades (fallecimiento, vida, complementarios, colectivos, etc.).

Según el equipo de Vida de E2K compuesto por 3 personas, Mariluz Rodríguez, José Ramón Arce y Alfredo Schiavelli: "Nuestro propósito es claro: mantener y elevar los más altos estándares de competencia y conocimiento esenciales para asesorar a nuestros clientes de manera justa y objetiva. Estamos convencidos de que este tipo de seguros es una mina de oportunidades que aún no se ha explotado con una estrategia clara. Para llegar al cliente potencial, debemos utilizar las mejores prácticas de venta y atención al cliente. Los corredores tienen una ventaja incomparable: nuestra cercanía y la confianza ganada ante los clientes".
Para ser líderes en esta materia, E2K ha diseñado un plan completo de acción que incluye un equipo propio de Vida, herramientas de marketing y comunicación, soporte técnico y tecnológico, formación de primer nivel, metodologías de trabajo y modelos de venta y servicio al cliente de última generación.

ACS-CV desvela los detalles de la reforma del seguro de automóvil

La Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV) ha realizado el curso 'La reforma del seguro de automóvil', que proporcionó una actualización de las novedades más significativas del régimen jurídico del seguro de Automóviles, así como del baremo del daño personal.

Juan Bataller, catedrático de Derecho mercantil, del departamento de Derecho Mercantil 'Manuel Broseta Pont' de la Universitat de Valencia, expuso las fuentes jurídicas del seguro del Automóvil. Hizo especial hincapié en la reforma de la Directiva rectora del seguro obligatorio, y también analizó otros seguros de Automóvil y el baremo del daño personal.

La IA y la automatización harán crecer el sector insurtech en 2024

Wefox analizó las tendencias que están marcando 2023. La inteligencia artificial (IA) o la sostenibilidad se perfilan como factores cruciales para el éxito en el próximo año al actuar como motores de innovación y crecimiento, allanando el camino hacia un futuro cada vez más dinámico.

De acuerdo con los hallazgos del informe 'Insurtech Global Outlook 2022', el sector insurtech ha experimentado una inversión global de más de 9.300 millones de euros. La inteligencia artificial y el aprendizaje automático han propiciado la personalización precisa de pólizas y la evaluación de riesgos, desplegando un abanico de posibilidades en la concepción de servicios. A la par, la robótica ha automatizado tanto los procesos internos como los externos, optimizando la eficiencia y minimizando los errores. En un contexto donde la sostenibilidad ocupa un lugar central, ha emergido un interés en la creación de pólizas y prácticas respetuosas con el medio ambiente, ofreciendo seguros con un enfoque ecológico y promoviendo el uso de fuentes de energía limpias y reducción del impacto.

Ante esta realidad, Sergi Baños, CTO de Wefox, reconoce que "aprovechando la tecnología de vanguardia en inteligencia artificial, estamos redefiniendo la experiencia del corredor al hacer más eficientes todas sus actividades de adquisición de clientes, asesoramiento y ventas, así como la gestión de las relaciones con los clientes. Nuestra visión es ofrecer un servicio híbrido transformador, que combine lo mejor de la sabiduría convencional con la eficiencia digital de la IA".

De acuerdo con el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, se prevé que en España el número de dispositivos conectados utilizados por las aseguradoras crezca un 33,8% hasta alcanzar los 75,6 millones en 2025. Asimismo, la prevención de riesgos se volverá más efectiva a medida que los datos sean en tiempo real.

Cobertis renueva la certificación que garantiza la calidad en sus procesos

Cobertis, con oficinas en Barcelona, Badalona, Manresa y Mataró, ha renovado la ISO 9001:2015 que garantiza la calidad en sus procesos.

Con la norma ISO 9001:2015, desde Cobertis se comprometen a mantener unos estándares de calidad excelentes y, a su vez, les proporciona más oportunidades de negocio, pudiendo ampliar el mercado en beneficio de sus clientes.

Las correduría Rosillo Hnos. y EPGSalinas se incorporan a Cojebro

La junta de Cojebro, tras los preceptivos trámites estatutarios, ha aprobado, por unanimidad, la entrada de dos nuevas correduría: Rosillo Hnos. y EPGSalinas.

Rosillo Hnos., ubicada en Madrid desde hace más de 25 años, es una correduría familiar con gran experiencia en empresas.
Por su parte, EPGSalinas, con sede en Córdoba, cuenta con 44 años de historia y un equipo de 25 personas altamente especializadas, y con su negocio centrado en el sector de empresas.

El Consejo Gallego de Colegios de Mediadores de Seguros tiene entre sus fines desarrollar un plan de formación anual enfocado a mejorar el nivel competencial de las empresas mediadoras colegiadas. Para ello, pone a disposición de los colegiados y de su personal relevante, de forma gratuita, los contenidos para la formación continua anual con, al menos, la duración mínima de horas exigida legalmente.

El Consejo Gallego presenta su plan de formación anual

Dentro del Plan de Formación 2023, se desarrolló una webinar en la que, el asesor jurídico del Colegio de A Coruña, Juan Antonio Sánchez analizó la ley de Bienestar animal y las particularidades del seguro de Mascotas.
Además, Pelayo Seguros impartió una píldora formativa sobre accidentes de circulación con daños personales: Evolución del Sistema legal de valoración y los Convenios de Asistencia Sanitaria.
Ya en el mes de octubre, Mapfre presentará las funcionalidades de su Portal Digital, y Reale analizará, a través de una webinar, la dificultad que algunas empresas se están encontrando para asegurarse en Daños (Pyme), en función de sus actividades.
Como colofón, en el mes de noviembre, el Consejo Gallego celebrará su tradicional Encuentro Asegurador, que este año contará con temas como los abusos de la banca, la inteligencia artificial aplicada al Seguro, la evolución de la mediación o los riesgos consorciables.
Estas actividades, llevan asociado su Certificado de asistencia acreditativo de las horas de Formación Continua Obligatoria.

La correduría Ruiz Re abre oficina en Córdoba

La correduría Ruiz Re ha abierto una nueva oficina en Córdoba. Situada en el Paseo de la Victoria, 1, es ya la número 76 para la empresa murciana en toda España, y la número 2 en esta provincia andaluza.

A esta inauguración le precede la de la nueva oficina de Malagón (Ciudad Real) el pasado mes de mayo, y la que vendrá en las próximas semanas en Beniaján (Murcia), acreditando el crecimiento en puntos de atención presencial en todo el país. Esta apertura en Córdoba se enmarca en el Plan Estratégico 2023 para superar los 10 millones de euros en ingresos por comisiones en España, generados con un volumen de negocio total de 55 millones de euros.
Juan David Ruiz, CEO de Ruiz Re, expone su orgullo ante esta inauguración. "Para nosotros poder operar en Córdoba era un gran reto y uno de nuestros mayores hitos recientes. Siempre decimos que Córdoba es para Ruiz Re la "meca" del seguro, y queríamos asegurarnos de poder estar aquí en pleno centro de Córdoba con un equipazo de profesionales que sabemos que van a trabajar incansablemente por el bienestar y seguridad de todos los cordobeses".

El 29 de septiembre entró en vigor la Ley de Bienestar Animal, pero ciertos aspectos de ella no entrarán en vigor desde el primer día porque requiere de un reglamento específico. Por esta razón, quedan en el aire determinados aspectos, entre ellos, la que obliga a que los propietarios de perros tengan un seguro obligatorio de Responsabilidad Civil a terceros (ver in situ).

La obligatoriedad del seguro de RC para perros, queda pendiente

El presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza, Miguel de las Morenas, ha puntualizado que "la ley queda coja porque, dado que el Gobierno se encuentra todavía en funciones, no se puede llevar a trámite parlamentario ni desarrollar este reglamento". Pero, "el propietario de un perro siempre tiene la obligación de reparar el daño que cause, independientemente de que tenga seguro o no".
Miguel de las Morenas ha recordado que a las razas de perros "potencialmente peligrosos" se las exige "como mínimo un seguro de Responsabilidad Civil de 120.000 euros, aunque dependiendo de cada ayuntamiento puede ascender a 180.000 euros".
Queda también en el aire, el curso de formación para dueños de perros, ya que "no se ha reglamentado si se debe hacer para los que sean propietarios a partir de la publicación de la ley o para todos".
Lo que sí ha querido recordar es la obligatoriedad de que "tanto gatos como hurones, deberán tener un microchip desde el 29 de septiembre". Cuando esté vigente el reglamento se precisarán "qué especies pueden estar en una casa", algo que puede "traer sorpresas", ha dicho.

Alcabala Brokers reúne a su red comercial en su convención anual

La correduría Alcabala Brokers ha celebrado su convención anual donde reunió a profesionales del sector, corredores de seguros y a la red comercial.

La primera jornada, de carácter interno, se centró en temas críticos para la organización y presentó las novedades de su herramienta de gestión.
En el segundo día, su director general, Manuel Morales, destacó la importancia del encuentro para el crecimiento y desarrollo de la organización en la industria de seguros.
Uno de los puntos destacados de la Convención fue la presentación del 'Proyecto 25'. Los responsables de las áreas de Expansión, Javier Morales; Proyectos, Miguel Mira; y Financiero, Pablo Jiménez, compartieron detalles sobre este ambicioso proyecto.
Además, se llevaron a cabo varias mesas redondas. La primera, centrada en temas financieros; la segunda, exploró el tema del *compliance* y cumplimiento legal; y la tercera, se centró en el tema de la Ciberseguridad.

Además, la convención contó con una ponencia de Alfonso Linares, de Correduidea, sobre 'El Efecto de la Inteligencia Artificial en el Sector'.

Aemes celebrará el II Encuentro Empresarial en Sevilla

Aemes va a celebrar el próximo 19 de octubre, en la sede del Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla, una nueva edición de sus Encuentros Empresariales.

En este encuentro se darán a conocer las principales novedades y obligaciones para las empresas de mediación que trae el Convenio Colectivo de Trabajo de la Mediación de Seguros Privados, años 2023-2026, firmado el pasado 20 de julio entre la patronal y los sindicatos, haciendo especial hincapié en aquellas cuestiones que suscitan ciertas dificultades a la hora de interpretar y aplicar correctamente el texto.
Se analizarán también las diferentes iniciativas, proyectos y trabajos que Aemes viene desarrollando en apoyo a impulsar la gestión y productividad de las empresas de la mediación.

El VI Camino Cojebro Solidario supera todas las expectativas

El Camino Cojebro Solidario ha vuelto a superar todas sus expectativas alcanzando una participación récord de 224 peregrinos en alguna de sus cinco etapas, que recorrieron los últimos 106 kilómetros de la Vía de la Plata (también conocida como Ruta de la Plata o Camino Mozárabe a Santiago), entre el 23 y el 28 de septiembre. Una edición que, además, ha coincidido con el 30 Aniversario de Cojebro.

Esta inolvidable vivencia traslada a los peregrinos a enclaves históricos, mágicos, místicos a través de increíbles paisajes gallegos. En esta ocasión, comenzaron en Orense y pasaron por San Cristovo de Cea, Oseira, Dozón, A Xesta, Negreiros, Rubial, hasta llegar a Santiago de Compostela el 28 de septiembre. Donde el arzobispo de Santiago, Francisco José Prieto, recibió a una delegación del grupo y, posteriormente, por la tarde se celebró la tradicional Misa del Peregrino.

Además, para amplificar esta iniciativa y hacerla llegar a todos los que no pudieron acompañarlos, en esta VI Edición, se difundió el contenido de cada etapa con el hashtag: #CaminoCojebroSolidario en las redes sociales.

CONOCIENDO EL LADO HUMANO DE LAS PERSONAS

"Estamos muy orgullosos de que el Camino Cojebro Solidario se haya convertido en experiencia y cita anual del sector asegurador. El objetivo de este Camino es compartir experiencias y conocer el lado humano de las personas con las que trabajamos, en un entorno diferente, natural, distendido, fuera del entorno laboral", ha comentado Antonio Muñoz-Olaya, presidente de Cojebro.

Asimismo, indica que "cada camino tiene su propia personalidad y características únicas" y resalta que, en el caso de la Vía de la Plata, "al ser menos concurrido, nos ha ofrecido una experiencia más tranquila. Estoy seguro de que ¡hemos vivido momentos muy emotivos…!".

Muñoz-Olaya no se olvida de resaltar la finalidad solidaria del Camino Cojebro. Como en el resto de las ediciones, la asociación donará 1 euro por cada kilómetro recorrido por los peregrinos, y ya ha habilitado el Km 0 Camino Cojebro Solidario para todos los que quieran, a nivel personal o corporativo, hacer su donación.

La ONG de este año será la World Central Kitchen, la fundación de nuestro afamado chef José Andrés, siempre en alerta para llevar un plato de comida a los afectados por catástrofes naturales o especiales, como la guerra de Ucrania.

La entrega del donativo se hará en el transcurso de la II Gala Cultura y Seguro, que tendrá lugar en el Círculo de Bellas Artes el próximo 22 de noviembre a las 12:00 horas.

La mediación se solidariza con los afectados por el terremoto de Marruecos

Las organizaciones de la mediación **Adecose**, **Aemes**, **Agacose**, **Aprocose**, **Apromes**, **Aunna**, **Cojebro**, **Colegio de Alicante**, **Colegio de Barcelona**, **Colmedse**, **Colegio de Madrid**, **Colegio de Valencia**, **Consejo General**, **E2K**, **Espabrok**, **Fecor**, **Newcorred**, **Senda** y **Willis Network** han puesto en marcha una Acción Solidaria de recaudación de fondos, con la colaboración de Cruz Roja, para prestar asistencia a las víctimas del terremoto de Marruecos.

De igual forma a como se hizo con las campañas de #MediadoreSegurosContraCovid19, #MediadoreSegurosConUcrania y #MediadoresSeguros-TerremotoTurquíaSiria, la mediación de seguros actúa conjuntamente para prestar su ayuda en favor de los afectados por el terremoto del 8 de septiembre en Marruecos. A través de la campaña #MediadoreSegurosTerremoto-Marruecos, "la mediación se une una vez más, a través de esta campaña, para aportar nuestro granito de arena y ayudar a los miles de personas que han sido víctimas del terremoto y que en este momento tanto nos necesitan. Las cifras, que van en aumento, nos llenan de tristeza y por eso queremos hacer un llamamiento para unir esfuerzos en apoyo a los afectados", ha declarado Ana Muñoz, en representación de estas organizaciones. La mediación ha decidido poner en marcha esta iniciativa para atender las principales necesidades humanas.

También se ayudará Libia que ha sufrido devastadoras inundaciones provocadas por la tormenta Daniel, arrasando edificios y vidas humanas.

Summa elabora su plan de igualdad de género en consenso con sus empleados y representantes de la UGT

Summa ha firmado con representantes de la UGT y los empleados de la empresa un plan de igualdad de género, cuyos principales objetivos son la igualdad en condiciones económicas y en la conciliación familiar, la formación y las oportunidades de promoción.

"Para la dirección de la empresa es importante fomentar políticas de igualdad de oportunidades y de paridad, así como contribuir a la proyección, reconocimiento y visibilidad del talento en igualdad de condiciones sin ningún tipo de discriminación entre los empleados de la empresa. Algo fundamental para poder crear la mayor correduría de España y Portugal", señala su directora general, Begoña Larrea.

Asimismo, recalca que el plan pretende también la prevención de cualquier tipo de acoso dentro de la empresa, especialmente el acoso sexual.

REVITALIZA TU NEGOCIO
A TRAVÉS DEL MARKETING EMAIL

TU CORREDURÍA — GANA CLIENTES CON EL MARKETING EMAIL — TU NEWSLETTER

El video marketing al alcance de las pymes y emprendedores

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

La fuga de información empresarial crece un 32%

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

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

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

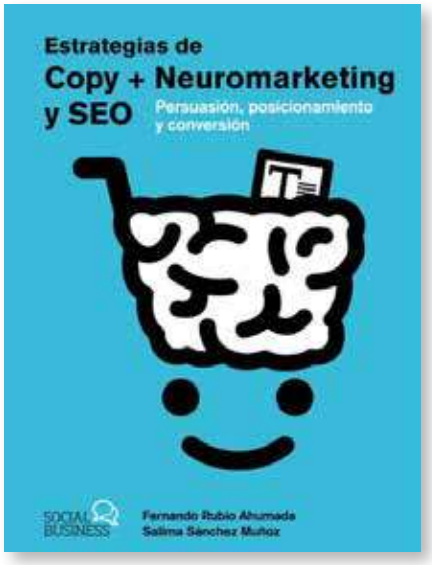
Una de las conclusiones de un **ESTUDIO DE CECAS** señala que si no se contacta con el cliente con frecuencia, acaba contratando con otro proveedor.

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

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

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

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



Estrategias de copy + neuromarketing y seo

Persuasión, posicionamiento y conversión

Samila Sánchez Muñoz / Fernando Rubio Ahumada

Editorial: Social Business
Precio: 25,60 € libro impreso

El marketing digital es una de las disciplinas que más evolución ha experimentado. Es indispensable el posicionamiento en buscadores y saber cómo realizan sus búsquedas y cómo acercarles a los objetivos de nuestra marca; es decir, entender cómo funcionan los mecanismos de necesidad del consumidor y cómo funciona Google y los demás buscadores para que así la tecnología cree ese punto de encuentro.

Este libro enseña qué son y cómo utilizar estas disciplinas, convirtiéndose en la clave para distinguirnos de la competencia y crear una estrategia de márketing digital efectiva.

No vendas, haz que te compren

Neuroventas. 7 pasos, un camino

Jordi Llonch López

Editorial: Ediciones de la U
Precio: 18,90 € libro impreso

Es un libro de autodesarrollo en el mundo de la comunicación y de la venta, aplicable tanto al mundo profesional como al personal. En esta obra encontrará una revolucionaria manera de crear una marca personal propia y diferente a los monótonos refritos que suelen existir. Es decir, lo convertirán en un auténtico líder social y profesional. Consta de cuatro partes llamadas eslabones, que construyen y cierran el círculo vicioso de un comunicador/vendedor de élite, y de una persona con sello propio, desde cómo funciona el cerebro, las técnicas de la neurociencia aplicadas a la venta y comunicación, desarrollar un sistema de venta y trabajar en sí mismo para crear un personaje ganador que surge del autoconocimiento y cargado de nuevos e invencibles recursos.

Soluciones creativas para tus **necesidades** de **comunicación**

- Diseño Gráfico
- Imagen Corporativa
- Gestión de Eventos
- Y mucho más...

Mayte Muñoz

DISEÑO GRÁFICO

maytemunoz563@gmail.com • 626388002

MEDIFIATC

TU SALUD CON TODA TRANQUILIDAD

www.fiatc.es

Ahora

2 MESES GRATIS

SEGURO DE SALUD

FIATC SEGUROS