Premio San Francisco Javier de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

Número 118 Octubre 2022

www.pymeseguros.com

Visión de experta
Nadia Calvo, dinamizadora comercial y responsable de formación de Ágora Broker Seguros. Decesos se ha vuelto atractivo para los corredores

Punto de encuentro
La hipoteca inversa, herramienta clave ante el reto de la longevidad

Más a fondo
Empresas, más preparadas ante el aumento de las ciberamenazas

In situ
Sin mediadores no habría funcionamiento eficiente y adecuado del mercado

José María Martín, director general de Preventiva Seguros

DECESOS es un ramo muy robusto

Allianz

Worldwide Olympic and Paralympic Insurance Partner

Prepárate para alcanzar todo lo que la vida te ofrece.

Juliette Lacome
Surfista Profesional

La robustez del sector asegurador es un garante de futuro

Bajo el lema 'Impulsando el futuro' se celebró a finales de septiembre la sexta edición de Madrid Seguro, en donde se habló, entre otras cosas, de que la industria aseguradora es un garante de la estabilidad, la seguridad y la protección de las personas y de la sociedad en general. En ella, juega un papel importante los mediadores, porque realizan una labor fundamental en beneficio de todos los asegurados. Es más, el director general de Seguros dijo que "sin mediadores no habría funcionamiento eficiente y adecuado del mercado" (ver **In situ**).

Prueba de esa robustez es el comportamiento que está teniendo el ramo de Decesos, que está soportando una siniestralidad que ha crecido de forma exponencial (en 2022, está en el 21%), a lo que se une ahora la inflación que estamos soportando (ver **Hablando claro**). A pesar de estas dificultades, es un ramo bien provisionado y se ha vuelto atractivo para los corredores (ver **Visión de experta**).

Precisamente, ese buen comportamiento del sector asegurador es el que le abre las puertas a otro tipo de negocios, como la hipoteca inversa. La actual situación de incertidumbre económica, junto con el incremento de la longevidad, hace que sea un producto de gran interés para complementar la pensión de las personas mayores. Y el sector asegurador puede estar ahí, dando respuesta a la escasa cultura financiera de la población y al arraigo cultural de dejar en herencia la vivienda. Estos son los principales obstáculos con los que se encuentra la comercialización de la hipoteca inversa, que, además, exige mucha especialización a sus distribuidores (ver **Punto de encuentro**).

Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Staff

Directora
Carmen Peña
carmen@pymeseguros.com

Periodista
Aitana Prieto
aitana@pymeseguros.com

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

Diseño y maquetación
Estudio 9C

Fotógrafa
Irene Medina

Banco De Imágenes
Fotolia

06 Hablando claro
José María Martín, director general de Preventiva Seguros. Decesos es un ramo muy robusto

12 Visión de experta
Nadia Calvo, dinamizadora comercial y responsable de formación de Ágora Broker Seguros. Decesos se ha vuelto atractivo para los corredores

PymeSeguros
Revista online para corredores y correduría
Número 118 { Octubre 2022 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

03 **Editorial**
La robustez del sector asegurador es un garante de futuro

36 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

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

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

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

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

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

16 **Punto de encuentro**
La hipoteca inversa, herramienta clave ante el reto de la longevidad

22 **Más a fondo**
Empresas, más preparadas ante el aumento de las ciberamenaza

28 **In situ**
Sin mediadores no habría funcionamiento eficiente y adecuado del mercado

32 **Clave de empresa**
DKV Integral permite "cuidarse más, por menos"

34 **Producto destacado**
Del seguro de Salud al seguro de bienestar

José María Martín, director general de Preventiva Seguros

Decesos es un ramo muy ROBUSTO

En los últimos años, la siniestralidad en el ramo de Decesos ha crecido de forma exponencial, lo que está produciendo una disminución de su rentabilidad. A esto se une ahora la inflación que estamos soportando. Sin embargo, en Preventiva Seguros, como apunta su director general, "se va a hacer un esfuerzo para contener el incremento de la prima a parámetros menos desbocados que la inflación, con aumentos de entre un 5 y un 6%". A pesar de estas dificultades, José María Martín afirma que "se trata de un ramo muy robusto y muy bien provisionado".

Da la impresión de que Decesos ha fortalecido su imagen tras la pandemia...

Yo creo que sí. Veníamos de una época en la que se eludía hablar de la muerte y del fallecimiento. Y la vida nos lo puso delante, para no poder negarlo. En ese contexto, el seguro de Decesos ha pasado a tener una mayor valoración por parte de la sociedad española y se ha mejorado, todavía más, su imagen.

¿Están siendo años complicados en términos de rentabilidad?

Son años complicados en cuanto a la rentabilidad financiera, porque venimos de un largo período de bajos tipos de interés. Pero en la parte técnica, el ramo es muy rentable y no han sido años particularmente complicados, a pesar de la siniestralidad. Se trata de un ramo muy robusto, aunque el aumento de la siniestralidad, sin el aumento de las primas, dejen menos márgenes. Pero el sector de Decesos está muy bien provisionado. Aunque es verdad que no todas las compañías están igual de preparadas, ni todas lo están viviendo igual.

En el caso de Preventiva Seguros, nuestro aumento de siniestralidad en 2020 supuso cuatro millones y medio de euros de exceso de coste de siniestros y, en cambio, el resultado de la compañía descendió dos millones de euros. Por lo tanto, fuimos capaces de encajarlo. Lo hicimos tratando de ser más eficientes, ajustando al máximo los gastos de estructura.

¿Qué siniestralidad está soportando el ramo?

El crecimiento de la siniestralidad, estos últimos años, ha sido exponencial y eso ha producido una disminución de la rentabilidad del ramo. En 2022, la siniestralidad sigue a niveles de 2020. A pesar de que la pandemia se ha superado, nos encontramos con fallecimientos que están directamente relacionados con ella, porque se deben a que se han postergado diagnósticos y tratamientos. Además, las olas de calor y de frío tampoco ayudan.

Este año, el sector incorporará del orden de 300.000 nuevos asegurados en el ramo de Decesos en España

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

Estamos en un índice de siniestralidad bastante elevado. Sin embargo, el comportamiento robusto del ramo hace que se siga creciendo en el número de asegurados. Nosotros pensamos que, este año, el sector incorporará del orden de 300.000 nuevos asegurados en el ramo de Decesos en España. Teniendo en cuenta que es un producto muy extendido, crecer en esas cifras implica vender mucho, porque significa que con ese incremento también se están incluyendo los 1.500 fallecidos diarios que cubre el sector.

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

En estos momentos, al gran reto del sector es el tema inflacionario. Las incineraciones se realizan con gas y se ha producido un incremento del 30% en el coste de las incineraciones. Algo que se está viendo con mucha preocupación en el sector. En Preventiva Seguros, y creo que en todo el sector, se va a hacer un esfuerzo para contener el incremento de la prima a parámetros menos desbocados que la inflación.

En los últimos años, el incremento ha estado en el 1,5% y se prevé que suba ahora entre un 5 y un 6%. Para asumir parte del incremento de los gastos, tenemos que ser muy eficientes, ajustarnos mucho. El proveedor funerario, que también tiene un incremento de costes, no puede trasladarlo totalmente a la aseguradora. La inflación en pólizas tan populares supone un momento de dificultad para el sector.

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

Se está asumiendo que la muerte forma parte de la vida y cada vez existen más personas que deciden, con antelación, qué quieren. Las compañías tenemos que tener la capacidad de que los proveedores evolucionen para dar este servicio que se demanda. No solo se están adaptando a las nuevas demandas, sino que hay demandas antiguas que no se quieren perder. Por ejemplo, nosotros en Galicia tenemos algunas pólizas que en lugar del coche de acompañamiento lo que quieren es un autobús de acompañamiento que vaya recorriendo todas las pequeñas aldeas y recogiendo a gente para llevarla al cementerio. En Preventiva Seguros siempre nos hemos adaptado a lo que la gente necesitaba y quería.

Uno de los objetivos del ramo es captar a clientes jóvenes. ¿Qué se está haciendo en este sentido?

La edad media de contratación sectorial de las nuevas pólizas, desde hace ya unos cuantos años, no llega a 40 años. En Preventiva Seguros, la edad media está en 37 años. Para conseguir atraerles, atendemos las necesidades que tiene la familia cuando se produce un fallecimiento y lo hacemos con mucha diligencia y puntualidad. Hay países, como Alemania u Holanda, que las funerarias cierran los fines de semana o los días de diario a las 9 de la tarde. Y si alguien fallece un sábado, la familia tiene que esperar hasta el lunes.

En Alemania y Holanda, las funerarias cierran los fines de semana y los días de diario a las 9 de la tarde

Además, ofrecemos coberturas atractivas para los jóvenes como: el borrado de la vida digital, la creación de espacios memoriales digitales y, en Preventiva (única en el sector asegurador que la tiene), la preservación del legado genético.

Si tenemos en cuenta el tipo de prima en 2022, la prima nivelada es la que más porcentaje de primas tiene sobre el total (66,9%) y las primas mixtas las que más vienen creciendo (12,6%), según Icea. ¿Piensa que el futuro es para las primas mixtas?

La prima nivelada es la que más prima acumula, porque es el grueso de las pólizas antiguas. Pero es la prima mixta, la que más viene creciendo desde hace bastantes años porque, para los jóvenes, es sustancialmente más económica al principio, que la prima nivelada. A la larga no es así, porque la prima mixta seguirá creciendo por encima de la nivelada cuando la nivelada se quede fija. La prima mixta tiene la ventaja de que la entrada es mucho más económica que la nivelada y su crecimiento no es tan desbocado como el de una prima natural, porque normalmente las primas mixtas se nivelan a los 65 o 70 años. Por eso, yo creo que seguirá siendo el producto de mayor éxito comercial.

El Consejo General de Mediadores remitió en marzo de este año una circular jurídica a sus miembros recordando que "las compañías que ofrecen seguros de Decesos están obligadas a devolver a los herederos el exceso de la suma asegurada sobre el coste del servicio prestado", tal y como se recoge la Ley de Contrato de Seguro. ¿Cree que era necesario ese recordatorio?

La ley está para cumplirla. Si el Consejo General lo recuerda y, es más, si la Dirección General de Seguros nos está pidiendo una información muy detallada al respecto, es porque no todo el mundo lo hacía, como hay que hacerlo.

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

Seguir siendo un operador global. Es decir, tenemos nuestras pólizas de directo en Preventiva Seguros y en la filial Expertia, pero también somos capaces de ayudar a otras aseguradoras mediante acuerdos de distribución. Además, desde hace unos pocos años, somos reaseguradores y ayudamos a otras aseguradoras a dar ese servicio excelente en el momento del siniestro. Somos una compañía omnicanal y estamos haciendo un esfuerzo por acercar el ramo a segmentos de la mediación y, particularmente, a los corredores, que han ido entrando poco a poco pero aún tienen muy poca cuota de mercado en la nueva producción y no digamos en la cartera. Los objetivos en términos numéricos están en: instalarnos en un crecimiento de dos cifras (que ya lo estamos alcanzando este año) y seguir cuidando del resultado, porque no queremos crecer sin resultados, e invertir en tecnología.

No es bueno que se cierre la contratación de la póliza de Decesos sin la intervención de un mediador

El año pasado Preventiva Seguros lanzó 'Vivo', un seguro de Decesos personalizable con coberturas opcionales. ¿Qué aceptación está teniendo?

Nos está yendo muy bien. 'Vivo' es un producto que establece diferentes tipos de primas para la familia, en función de su edad. Ha representado un nuevo impulso en las ventas porque es un producto muy adaptable, muy moderno y competitivo y con una imagen adecuada a los tiempos.

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

Sí. Muy pronto, vamos a incorporar a 'Vivo' el traslado e incineración del perro de la familia. Será un complemento opcional dentro de la póliza familiar.

¿Cuál es la estrategia de crecimiento de Preventiva Seguros?

La estrategia de crecimiento de la compañía tiene tres vectores principales. El primer vector es el de las alianzas. Queremos conseguir, mediante acuerdos de distribución con distintas aseguradoras, que otras compañías puedan dar un asesoramiento integral al cliente, incorporando el producto de Decesos. La segunda línea consiste en apoyar a aseguradoras de mayor tamaño que quieren entrar en el ramo y que necesitan el conocimiento, la experiencia, la tranquilidad y la es-

LOS CORREDORES TIENEN POCA CUOTA DE MERCADO

En Preventiva Seguros se apuesta por los corredores, aunque todavía tiene poca cuota de mercado. "En la nueva producción, se cuenta con entre el 15 y el 20%. Pero hasta el año 2015, prácticamente era inexistente. Ese año, más del 80% de la nueva producción se distribuía a través del canal agencial. Algo que ha ido evolucionando, con la entrada de los corredores". Para ayudarles en su decisión de venta, la aseguradora les aporta "la seguridad y la tranquilidad de que cuando haya un siniestro, el corredor va a quedar bien ante su cliente. Tratamos entre 1.000 y 1.500 siniestros al mes con gran satisfacción por parte de las familias. Además, aportamos un producto permanentemente actualizado e innovador. Les damos formación, apoyo y una relación calidad-precio y remuneración adecuada". A cambio, Preventiva Seguros pide a los corredores que "no despachen los seguros, sino que sea una venta asesorada. Que nos utilicen, porque les podemos ayudar. Estamos a su lado para que lo hagan bien. Que tengan en cuenta nuestra experiencia y nuestras recomendaciones".

En Preventiva Seguros, la edad media de contratación está en 37 años

tructura que tiene Preventiva Seguros, porque es un operador global. En ese sentido, el reaseguro de Decesos está adquiriendo una gran importancia. Somos reaseguradores de Mutualidad de la Abogacía, de Liberty Seguros, de Allianz y de la nueva BBVA-Allianz. Nuestra actuación en el reaseguro está apoyando el crecimiento del ramo y que otras compañías también crezcan en él. El tercer vector tiene que ver con la diversificación en productos y en soluciones, algunas de ellas vinculadas a Decesos y otras totalmente novedosas. Por ejemplo, estamos potenciando un seguro diferenciado de perros, que ya es un producto global de asistencia veterinaria, en el que también están entrando muchas compañías. Ahora tenemos tres nuevas iniciativas, ya lanzadas, que tienen que ver con seguros de Salud colectivos; con una forma innovadora del seguro de Vida riesgo en el que se tiene en cuenta la calidad de la vida del asegurado, que conlleva bonificaciones; un producto de Protección de Pagos asociado a las compras online, en donde estamos trabajando con las insurtech que se vehiculan a través de agencias de suscripción de riesgos y también en el seguro directo; estamos trabajando en innovación en soluciones aseguradoras en nuevas líneas de crecimiento asociadas a la familia y a la evolución de la vida. Desde ese fortín que supone Decesos, con un millón de asegurados, tenemos capacidad de llegar con otras soluciones. Junto a esos tres vectores, hay un gran facilitador que lo envuelve todo: la tecnología. Estamos invirtiendo mucho en ella, para innovar y

hacer más fáciles todos los procesos de contratación y de tramitación del siniestro.

¿Cuál es la aportación que Preventiva Seguros está realizando en formación?

Tenemos diferentes iniciativas en formación. Participamos en la EPC, en donde hemos llegado a tener en una ponencia de Decesos más de trescientas personas conectadas. También estamos en el plan de formación continuada del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, en el curso de Nivel 1, en la parte dedicada a Decesos. Aportamos nuestro conocimiento para que el mediador entienda la parte técnica del ramo y la gestión posterior, tanto de la póliza como de la cartera y del siniestro, y tengan una aproximación más profunda al producto.

La prima mixta seguirá siendo el producto de mayor éxito comercial

¿Cómo funciona el *call center* que ofrece venta cruzada a corredores?

Preventiva Seguros tiene una sociedad filial, que se llama Preventiva Auxiliar, que se ha constituido como una sociedad auxiliar de corredores. Una aseguradora, con sus recursos, no puede dirigirse a clientes que no son suyos y venderles, a no ser que haya hecho una publicidad y el cliente le llame. Por eso, después de consultarlo con la Dirección General de Seguros, hemos articulado el mecanismo adecuado a través de un auxiliar de corredores, con contrato de auxiliar y de gestión y cesión del dato del cliente del corredor.

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

Ayuda a que el seguro de Decesos cada vez sea más popular. Pero carece de asesoramiento y eso es muy peligroso y negativo. En los comparadores se prima el precio, no la cobertura ni el servicio ni lo que a ti te hace falta. No es bueno que se cierre la contratación de la póliza sin la intervención de un mediador, que es el que va a decir al cliente lo que debería pagar, lo que debería contratar. Una contratación mal hecha, es mala para todos porque genera problemas reputacionales para el ramo.

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

Poco a poco se van motivando. Cuando empezamos con la formación de Decesos a corredores o con el auxiliar de corredores, la cuota de mercado de la nueva producción de los corredores no llegaba al 5% y eso ha ido aumentando. Pero, honestamente, queda mucho por hacer, porque no llega al 7% ahora. En el seguro de Decesos hay más demanda, hay más sensibilidad social y el corredor tiene la obligación de saber qué necesita su cliente y ofrecerle lo adecuado para él. Muchos corredores todavía no lo ven. No se vende lo que no se ofrece y no se ofrece lo que no se conoce.

Carmen Peña
Fotos: Irene Media

Nadia Calvo, dinamizadora comercial y responsable de formación de Ágora Broker Seguros

Decesos se ha vuelto **ATRACTIVO** para los corredores

Decesos es un ramo que se ha vuelto atractivo para los corredores. Nadia Calvo, dinamizadora comercial y responsable de formación de Ágora Broker Seguros, afirma que "si le dedicas tiempo y recursos, no es difícil abrirte un hueco en este tipo de negocio. Una buena motivación e incentivación de tu red de ventas, te lleva a obtener muy buenos resultados. Es un seguro que no tiene post venta. Los siniestros no los atendemos nosotros y, por tanto, únicamente tienes que invertir en el momento de su comercialización. Además, la prima del seguro no se revisa todos los años, como sucede en otros ramos. La persistencia del negocio es mucho mayor".

Nadia Calvo, dinamizadora comercial y responsable de formación de Ágora Broker Seguros, explica que el ramo de Decesos ha fortalecido su imagen tras la pandemia. "Siempre ha sido un producto muy demandado por la población, pero ahora los ciudadanos han visto más clara la necesidad de contratarlo. La pandemia ayudó a sensibilizar a la gente para su contratación porque vio la muerte muy de cerca. Continuamente escuchábamos noticias de fallecimientos en todas las emisoras de radio y cadenas de televisión y eso, yo diría, nos pudo servir incluso como argumento de venta".

Para 2022, el crecimiento dependerá de "la política comercial de cada correduría. El seguro de Decesos es un producto de oferta. En nuestro caso, lo incluimos como un producto más dentro de la oferta de valor a nuestros clientes. Y he de decir que los resultados nos acompañan", comparte Calvo.

Ágora comenzó a distribuirlo porque pensaron que, si es "un seguro que tiene la mitad de la población, la mitad de nuestros clientes tenían una póliza de Decesos, pero no con nosotros. Es un producto que está muy interiorizado en nuestra sociedad y tiene una cuota de mercado importante y nosotros no queríamos quedarnos fuera. Eso nos hizo cambiar nuestra estrategia".

Hay 58 compañías dedicadas a la comercialización de este ramo, aunque casi el 70% de la facturación se concentra en 5 grandes compañías

ÉXITO EN LAS VENTAS

Es un ramo que se ha vuelto atractivo para los corredores. "Muchos de ellos, que tenían a su plantilla teletrabajando, apostaron por la venta cruzada del producto de Decesos. Nosotros lo hicimos y obtuvimos muy buenos resultados. Cuando llamas para vender una póliza de este tipo y vas viendo cómo se materializan las ventas, la motivación para seguir intentándolo aumenta de forma natural. Ya somos muchos los que estamos vendiendo este producto. Si le dedicas tiempo y recursos, no es difícil abrirte un hueco en este tipo de negocio. Una buena motivación e incentivación de tu red de ventas te lleva a obtener muy buenos resultados", comparte la dinamizadora comercial y responsable de formación de Ágora Broker Seguros.

Cada correduría tiene sus propios planes de negocio y su propia estrategia comercial. "En nuestro caso, —aclara Nadia Calvo— ya tenemos un pequeño *call center* propio comercializando este producto para toda la organización y, ahora, nos estamos planteando formar especialistas en cada oficina que mantengan una oferta permanente de este tipo de pólizas".

Decesos es rentable para los corredores que lo distribuyen. "No tiene post venta, los siniestros no los atendemos nosotros y, por tanto, únicamente tienes que invertir en el momento de su comercialización. Además, la prima del seguro no se revisa todos los años, como sucede en otros ramos. La persistencia del negocio es mucho mayor".

Ágora comenzó a comercializar Decesos hace poco tiempo y Nadia Calvo afirma que "todavía no hemos alcanzado el objetivo que perseguimos, pero estamos en el buen camino. Este ramo supone un 6,8% del total de primas No Vida a nivel sectorial. En nuestro caso, estamos muy próximos al 4% sobre el volumen total de nuestro negocio. Para nosotros sigue siendo un

ramo estratégico y vamos a seguir apostando por él. Lo seguiremos incluyendo en los planes comerciales de nuestros ejecutivos y esperamos poder duplicar nuestro negocio en los próximos tres años".

CAMBIOS EN DECESOS

El ramo de Decesos está viviendo cambios. Calvo explica que "está incorporando, poco a poco, componentes digitales y se está adaptando, poniendo en marcha una estrategia de diferenciación del producto, haciendo una segmentación más profunda de clientes y preparando ofertas adaptadas a cada uno de ellos. Hay 58 compañías dedicadas a la comercialización de este ramo, aunque casi el 70% de la facturación se concentra en 5 grandes compañías. Posiblemente, en un futuro próximo, se produzcan más fusiones y adquisiciones para así conseguir una mayor concentración".

Ágora tiene un pequeño *call center* propio para comercializar este producto para toda la organización y se está planteando formar especialistas en cada oficina

El seguro de Decesos ha pasado de ser un seguro de indemnización a incluir una amplia gama de garantías que "nos puedan acercar a otro perfil de cliente tales como prestaciones de salud, atención de mascotas, etc.", señala Nadia Calvo. Se están incorporando garantías que se pueden utilizar en vida, coberturas de asistencia en viaje, descuentos en comercios y en clínicas. Además, para poder captar a clientes jóvenes, "en la tarificación, se adapta el precio a la edad del cliente. Es un seguro que suele pasar de padres a hijos y hay que evitar, por todos los medios, que se rompa esta cadena".

Para ello, se están incorporando nuevas garantías que se adaptan a los cambios que pide la sociedad. El testamento online, el borrado de la huella digital o la elección del sitio donde quieres llevar tus cenizas, pueden ser un claro ejemplo de ello. Se va a una personalización del producto que "permite despertar el interés y llegar a personas a las que antes no teníamos acceso, clientes que jamás pensaron en comprar una póliza de Decesos", afirma Nadia Calvo.

Carmen Peña

HAY ASEGURADORAS QUE SE OLVIDAN DE DEVOLVER A LOS HEREDEROS EL EXCESO DE LA SUMA ASEGURADA

El Consejo General de Mediadores remitió en marzo de este año una circular jurídica a sus miembros recordando que "las compañías que ofrecen seguros de Decesos están obligadas a devolver a los herederos el exceso de la suma asegurada sobre el coste del servicio prestado", tal y como se recoge en el artículo 106 Bis de la Ley de Contrato de Seguro. Un aviso necesario, según Nadia Calvo, dinamizadora comercial y responsable de formación de Ágora Broker Seguros, porque "algunas compañías se olvidan de devolver a los herederos el exceso de la suma asegurada. Nosotros debemos velar en todo momento por defender los derechos de nuestros asegurados y estar muy pendientes de que esta obligación se lleve a la práctica".

MIC INSURANCE

Ahora más cerca
PARA TI
PARA AYUDARTE

Al lado del Corredor,
con los productos que
tu cliente necesita

MIC Insurance,
especialistas en
Seguros de Caución y Construcción

www.micinsurance.net | T. 902 300 331

MIC INSURANCE COMPANY, S.A., inscrita en Francia en el "Registre des organismes d'assurance" con la clave ID Refassu 2260022. Autorizada para operar en España en régimen de derecho de establecimiento desde su sucursal, MIC Insurance Company, Sucursal en España (Clave E0248). Domicilio en C/ Aviación nº10 bajo derecha 41007 Sevilla. Seguros de Caución y Seguros de Construcción.

La hipoteca inversa, herramienta **CLAVE** ante el reto de la longevidad

La escasa cultura financiera de la población y el arraigo cultural de dejar en herencia la vivienda, son los principales obstáculos con los que se encuentra la comercialización de la hipoteca inversa, que, además, exige mucha especialización a sus distribuidores. Sin embargo, la actual situación de incertidumbre económica, junto con el incremento de la longevidad hace que sea un producto de gran interés para complementar la pensión de las personas mayores.

La hipoteca inversa está regulada desde el año 2007. Pero no se ha desarrollado en España "porque no ha habido entidades de crédito o aseguradoras que lo hayan querido suscribir o, por lo menos, suscribir con una ambición comercial", reconoce Ángel Cominges, consejero delegado de **Óptima Mayores**.

Uno de sus hándicaps es su tardía regulación, ya que, en otros países, como Estados Unidos y el Reino Unido, en los años 60 ya había una normativa. "Yo creo que esta falta de regulación hizo que tampoco se desarrollará lo suficiente", sugiere Nuria López, directora de Hipoteca Inversa de **Caser Seguros**, cuya aseguradora lanzó este producto en 2019. "Está claro que hay un nicho en la sociedad, que lo necesita", justifica. Prácticamente un 90% de los mayores de 65 años tienen vivienda en propiedad y más de un 57% de los jubilados reconocen que tienen problemas para llegar a fin de mes. Por eso, "si dipones de un patrimonio inmobiliario que tiene valor, ¿por qué no disfrutar de él para poder vivir mejor?", se pregunta.

El principal problema que ve Ángel Cominges en la comercialización de la hipoteca inversa es que "es un producto muy difícil

de vender", ya que el periodo medio de maduración es de casi de 5 meses desde que llama el cliente y, en su caso, solo cobran cuando se cierra la operación. Requiere, asimismo, mucha especialización y un asesoramiento con mucha transparencia y personalización: "Hay que hacer un estudio particular para cada cliente muy extenso en función de su situación económica, de sus necesidades financieras, de su esperanza de vida", sostiene.

Para Ernesto Getino, director general de Getino Finanzas, es una cuestión de que "la cultura financiera que tenemos en España es muy baja; la forma de ahorro ha estado basada en el ladrillo y, sobre todo en la vivienda principal". Además, hay una falta de conocimiento en el mercado por parte de los perceptores de este vehículo: "Habría que hacer un esfuerzo importante de comunicación y, sobre todo, de información para que las personas de tercera edad vean que tienen ahí una posibilidad y un vehículo súper atractivo", propone.

El canal corredor es muy cercano al cliente, a sus riesgos y a su gestión patrimonial, y muchas veces somos los primeros que detectamos esa necesidad.
Miguel Alonso

No obstante, su comercialización se ha reactivado en los últimos años "porque hay un nicho de mercado que lo necesita", afirma Nuria López, quien también comparte la necesidad de que existan cuantos más proveedores mejor, para que el producto se pueda dar a conocer más y los clientes tengan más opciones de elección: "Estamos hablando de más de 8 millones de personas que tienen esta vivienda en propiedad con más de 65 años y que casi un 90% de nuestros jubilados dependen únicamente de la pensión pública; esta situación ha permitido la reactivación del producto", asegura.

ASESORAMIENTO INDEPENDIENTE

En cualquier caso, la entrada de nuevos agentes en el mercado está bastante regulada. Como aclara López, la Ley 41/2007 regula quién puede conceder la hipoteca inversa: las entidades de crédito, los establecimientos financieros de crédito o las aseguradoras autorizadas para operar en España. "En el marco de la distribución, desde Caser, se exige que se tengan los conocimientos necesarios para poder distribuir el producto", incide.

Cominges señala, asimismo, que en la distribución hay una figura que es un requisito legal que es el asesor independiente, de modo que la aseguradora o el banco deben formalizar el contrato a través de él, como mecanismo para proteger a la persona mayor. Por eso, coincide en que la figura de corredor puede ser idónea siempre que tenga una especialización importante en seguros de Vida, con capacitación actuarial y que tenga experiencia también en productos financieros.

Ernesto Getino pone sobre la mesa una gran ventaja del corredor: su cercanía a las personas que necesitan este producto, con un vínculo importante en la gestión de los riesgos tanto personales como patrimoniales. El conflicto que puede surgir, a su parecer, es que el cliente entienda que tiene que pagar por esos servicios profesionales de asesoramiento.

"Hoy en día, las correduría están cada vez mejor preparadas para asesorar de forma idónea a sus clien-

tes en diferentes áreas, con personal que son grandes profesionales, con un marcado criterio de independencia y cada vez con una mayor formación y preparación. Casi todas las corredurías tienen servicios especializados, personal formado y certificado con las últimas titulaciones de asesor financiero y certificaciones Mifid; y así como consultores inmobiliarios o hipotecarios", opina Miguel Alonso, director de **Premiun Quality Investments**. "Es un canal muy cercano al cliente, a sus riesgos y a su gestión patrimonial y, por esa cercanía, muchas veces son los primeros que detectan esa necesidad", añade.

Habría que hacer un esfuerzo importante de comunicación e información para que las personas de tercera edad vean que disponen de un vehículo atractivo. Ernesto Getino

SELECCIÓN DE ACTIVOS

A la hora de fijar los intereses de este producto, la directora de Hipoteca Inversa de Caser Seguros reconoce que se tienen en cuenta muchos *inputs*: cuál es el coste de financiación, los gastos internos, el coste de solvencia, el margen de beneficio, así como los tipos que hay en el mercado, para que vayan en consonancia. Como reconoce, el tipo de interés es fijo y es común para todas las operaciones. Otra cosa es la política de selección de riesgos, para ver si el activo es apto para la operación.

"Aparte de todos los costes y demás cuestiones que baraja cada entidad, el tipo de interés está marcado fundamentalmente por los tipos que hay en el mercado general", confirma Getino. Ahora bien, a la hora de aceptar la operación se tiene muy en cuenta el activo, es decir, el inmueble: en dónde está, en qué estado de conservación, el importe…, haciendo un análisis de la garantía.

Para Alonso el gran problema que vivimos es que se dieron muchas hipotecas inversas que a partir de la crisis de 2008 y a vencimiento, el valor de la vivienda estaba muy por debajo de la hipoteca, "creando un problema reputacional enorme". "Por eso se ha retrasado tanto, por segunda vez, la comercialización de este producto y ahora se está haciendo con mucha profesionalidad, con mucho cuidado, porque nos preocupa mucho", matiza.

De ahí que Nuria López comente que desde su compañía se exija al distribuidor de este producto que haga una formación previa a la comercialización, y que antes de la entrega de la oferta vinculante al cliente, se le realice un asesoramiento independiente obligatorio, que da lugar a la emisión de un certificado que se adjunta junto a la firma en la escritura pública ante notario, "porque estamos intentando evitar al cien por cien, tanto con la distribución como con el diseño del producto, cualquier tipo de riesgo reputacional".

SEGURO DE RENTA VITALICIA

Respecto a la idoneidad de que la hipoteca inversa vaya unida a un seguro de renta vitalicia, López reconoce que desde su compañía no se realiza. En el caso de las entidades financieras suelen conceder la hipoteca inversa por unos pocos años (por ejemplo, 15 años), y luego vincularla a un seguro de renta vitalicia diferida, ya que nadie compraría una hipoteca inversa temporal a tan corto plazo. El problema, a su entender, es que, si un beneficiario fallece a corto plazo, los herederos tendrán una deuda alta que puede dar lugar

a reclamaciones, dado que dicha deuda incorporaría la prima única de ese seguro de renta vitalicia diferida, prima que suele ser de importe elevado. "En Caser no incorporamos ese seguro, pues en el propio cálculo de la mensualidad tenemos en cuenta el riesgo de longevidad y pérdida de mercado, por lo que la deuda tan solo aumenta con lo que el cliente va cobrando y sus intereses", asegura. Hay dos opciones: si lo das con mensualidades, el cliente puede elegir una disposición inicial más o menos alta, pero en ningún caso se le hace pagar un coste de este seguro por esta renta vitalicia; o cobrar todo en forma de disposición inicial, sin mensualidades, lo que viene bien a clientes que ahora mismo tienen cargas económicas elevadas, que desean cancelar.

Si tienes un patrimonio inmobiliario que tiene un valor, ¿por qué no disfrutar de él para poder vivir mejor? Nuria López

Para Ángel Cominges vincular el producto a un seguro "supone un sobrecoste que no tiene ningún sentido. El producto está muy bien diseñado tal y como es, sin tenerle que meter complementos que suponen un sobrecoste", sentencia.

Para Miguel Alonso la mejor opción a día de hoy, si hay herederos, es hacer una renta vitalicia con aseguradora y, si no hay herederos, la venta de nuda propiedad. "Es un producto muy flexible que te permite cobrar una renta, cobrar un capital o ambas cosas. Hay personas que tiene un pequeño préstamo que les está ahogando y la posibilidad de hacer una disposición inicial les permite cancelar sus deudas y seguir cobrando una renta", sostiene.

"Yo soy un gran defensor de la renta vitalicia, pero no la vinculada a la hipoteca inversa, sino el producto en sí. Es una forma de trasladar el riesgo de tu propia longevidad a un tercero. Desde el punto de vista individual del cliente, se garantiza su seguridad económica de por vida", comenta Cominges.

NO SOLO PARA RICOS

En lo que coinciden todos los profesionales de la mesa redonda organizada por Pymeseguros es que la hipoteca inversa no es solo un producto para ricos, como se pudiera pensar si se tiene en cuenta que las entidades solo entregan entre el 25 y el 50% del valor de tasación de la casa. "En un país como España, en el que todo el mundo ha ahorrado en vivienda, no es solo para ricos, porque quien más o quien menos tiene su piso en propiedad", sostiene López.

El consejero delegado de Óptima Mayores opina que es un producto útil para todos, porque hay gente que necesita dinero y más en estas circunstancias de inflación. Pero también advierte que hay otro tipo de cliente que tiene casas de más valor, que está acostumbrado a vivir bien y quiere seguir viendo bien: "Lo consideramos como un modelo de última solución; solemos decir 'convierta su casa en su plan de pensiones".

"Creo que es más bien un producto para personas que tengan una necesidad imperiosa para su vida diaria", redunda el director general de Getino Finanzas, ya que los ricos tienen otras vías para poder complementar sus necesidades diarias. Por eso, lo enlaza más con la clase media que en los últimos tiempos está perdiendo poder adquisitivo.

La directora de Hipoteca Inversa

de Caser Seguros corrobora que la mayoría de sus clientes son de clase media alta, que son los que tienen cierta cultura financiera y que están acostumbrados a vivir bien y a disponer de un nivel de vida alto. "Son personas que tienen más asimilado que quieren mantener su nivel de vida y los hijos lo comparten", agrega.

"Si tienes una vivienda que vale menos de 60.000 euros, no resulta atractivo realizar una hipoteca inversa porque la renta que le va a generar va a ser insuficiente para complementar su pensión. Sin embargo, para quienes tienen una vivienda de a partir de 300.000 euros, hay un margen más amplio para poder ayudarles y generar una renta que hace que el producto sea mucho más atractivo", incide el director de Premiun Quality Investment.

Es fundamental que el cliente antes de contratar nada, vea todo lo que hay en el mercado y obtenga su estudio comparativo.
Ángel Cominges

BUENA DIVULGACIÓN

En cualquier caso, Ernesto Getino, director general de Getino Finanzas, vuelve a recordar que el principal obstáculo con que se encuentra este producto es "el desconocimiento de que existe esta posibilidad", por lo que insta a que se le dé más publicidad.

"Es muy difícil, porque yo todos los días veo noticias sobre el cuidado que hay que tener con la hipoteca inversa, que el banco se quiere quedar con la casa y demás", considera el consejero delegado de Óptima Mayores, para quien no solo es importante divulgarlo, sino divulgarlo bien.

El único contra que aprecia Nuria López para este producto es que "no es idóneo para todos", pues quien no tenga vivienda en propiedad, no puede acceder a él, y para quien no tenga herederos, no es una buena solución. "Lo demás son todo ventajas, porque te permite disfrutar de tu patrimonio en vida sin perder la propiedad", acierta a decir. Además, tiene una buena fiscalidad, porque todas las percepciones que recibe el cliente no tributan en IRPF, la formalización está exenta del impuesto de actos jurídicos documentados, tiene una reducción en un 90% en los honorarios registrales y también una reducción muy importante a nivel notarial.

Sin embargo, Ernesto Getino piensa una cosa a mejorar es la fiscalidad, sobre todo, en aquellas personas que empiecen a recibir fondos con la hipoteca inversa, para las que el Estado debería ofrecer bonificaciones si tiene algún tipo de retención por otros conceptos, como las pensiones.

En la misma línea se manifiesta Miguel Alonso, para quien sería necesario crear algún tipo de bonificación o ayuda fiscal, pues "se supone que quien acude a este tipo de financiación, lo hace porque tiene una necesidad económica (ingresos insuficientes, ayuda a su familia…). Sería bueno una ayuda adicional a los perceptores de este tipo de rentas", insiste.

"Además creo que a las personas que firman estas hipotecas inversas probablemente su durabilidad en la vida sea mayor, porque les das tranquilidad, les quitas ansiedad. Es una labor social muy grande", apostilla Getino.

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

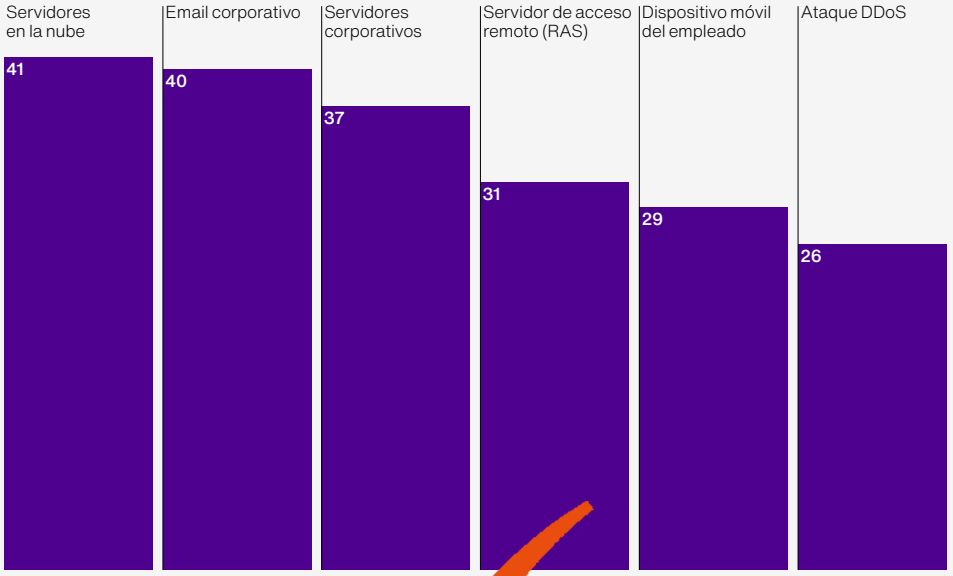
Informe de Ciberpreparación de Hiscox

Empresas, más **PREPARADAS** ante el aumento de las ciberamenazas

Los ciberataques se intensifican, pero la percepción del riesgo también, lo que favorece la capacidad de las empresas para afrontarlo. Así al menos se desprende del Informe de Ciberpreparación de Hiscox 2022, que pone sobre la mesa que el 48% de las compañías informaron de un incidente cibernético en los últimos 12 meses, frente al 43% anterior.

MÉTODO DE ENTRADA MÁS COMÚN (%)

LOS SERVIDORES EN LA NUBE SON AHORA LA PRINCIPAL VÍA DE ENTRADA DE LOS CIBERATAQUES



Percepción frente a realidad Informe de Ciberpreparación de Hiscox

Un crecimiento que tiene su claro reflejo en la cuenta de resultados, toda vez que hasta una de cada cinco empresas atacadas dice que su solvencia se vio amenazada, lo que supone un aumento del 24% respecto al año pasado. No obstante, el coste medio de los ataques ha aumentado un 29%, hasta algo menos de 15.300 euros. Un aspecto que se intensifica en las empresas calificadas como "cibernovatas", en las que los costes medios de los ciberataques, expresados como porcentaje de los ingresos, son dos veces y media más altos.

Uno de los aspectos que más incidieron en el auge de estas amenazas fue el incremento del trabajo a distancia. La pandemia hizo que las empresas aceleraran su viaje a la nube, lo que provocó un gran salto en los ataques a través de servidores en la nube, que ya es el principal método de entrada de los hackers (el 41% de los incidentes se producen por esta vía), por encima del email y los servidores corporativos.

Además, han crecido los ataques de *ransomware*, de modo que el 19% de las empresas encuestadas notifica un ataque de extorsión, frente al 16% del año pasado. De las atacadas, dos tercios pagaron el rescate en una ocasión y un 53% los pagaron varias veces. Como dato positivo está que la media del total de rescates pagados ha bajado un 20% y los costes de recuperación se han reducido casi a la mitad. Además, más empresas recuperaron o reconstruyeron sus datos a partir de copias de seguridad en varias ocasiones.

Todo ello ha derivado en un aumento del gasto en ciberseguridad. El gasto medio ha crecido un 60% en el último año hasta los 4,8 millones y se ha incrementado un 250%, desde 2019. Además, el 64% de las empresas tienen actualmente coberturas cíber con un seguro específico o como parte de otra póliza, frente al 58% de hace dos años.

La percepción general del riesgo ha aumentado, de modo que la amenaza cíber ya es considerada como el riesgo número uno para las empresas

En cualquier caso, las empresas parecen estar volviendo a lo básico tras dos años de pandemia y varias vulnerabilidades a gran escala. Se están centrando en las amenazas existentes (asegurándose de que los dispositivos estén parcheados y actualizados), además de garantizar que las políticas y los procedimientos estén actualizados, en especial probando los planes de respuesta a incidentes. Por último, están combatiendo los ataques de *phishing* (el método de entrada más frecuente para los ataques de extorsión cibernética) impartiendo formación en ciberseguridad en sus organizaciones.

RIESGO NÚMERO UNO

La percepción general del riesgo ha crecido, de modo que la amenaza cíber ya es considerada como el riesgo

número uno para las empresas. Y es especialmente notorio entre las compañías que ya han sufrido un ciberataque: más de la mitad de las víctimas lo ven como un área de alto riesgo (el 55%), mientras que entre las que no fueron víctimas, la cifra es solo del 36%. Mantener los datos seguros, independientemente del riesgo cíber, parece ser importante para todas las empresas: el 72% está de acuerdo en que su reputación podría verse dañada si no gestionan los datos de los clientes y socios de manera segura.

Este abismo en la percepción se refleja en el número de organizaciones que dicen que han aumentado los riesgos en el último año. Más de dos de cada cinco, que sufrieron ataques (el 41%), dicen que ha aumentado su exposición al riesgo. Entre las que no padecieron incidentes, la cifra se acerca más a una de cada cinco (el 23%).

También se aprecian diferencias según el grado de madurez cibernética. La mayoría de las empresas que obtienen la calificación de expertas muestran una conciencia elevada del peligro, al igual que el 49% de los que tienen algún tipo de cobertura cíber. No obstante, la cantidad de compañías expertas que consideran que su exposición a los ataques es alta o muy alta es casi el doble que las novatas: el 59% frente al 32%. Es de señalar que cuatro de cada cinco empresas que no tienen cobertura cíber y que dicen que no tienen previsto obtenerla, no sufrieron un ataque en el último año. "No han pasado todavía por el cambio de percepción que experimentan por lo general las víctimas de ciberataques", resalta el estudio.

En cualquier caso, se pone de relieve que dedicar esfuerzos refuerza la confianza. Así, una de cada seis expertas dice que ha disminuido su exposición a los ciberataques en el último año, gracias a una mejor implantación de procesos o procedimientos de ciberseguridad, como por ejemplo parches o pruebas de penetración (según el 62% de este grupo), y el nombramiento de funciones clave de ciberseguridad o el refuerzo del equipo de personas (según el 46%).

El gasto medio en ciberseguridad ha crecido un 60% en el último año y se ha incrementado un 250% desde 2019

La reacción tras los ciberataques también fue homogénea entre las empresas expertas, de modo que dos de cada cinco implantaron requisitos adicionales de auditoría y ciberseguridad (el 41%), intensificaron la formación de los empleados (el 39%) y mejoraron su preparación para ciberataques (el 39%).

AUMENTO DE LOS ATAQUES...

Las expertas han respondido también de forma más decidida a los desafíos de la pandemia. Es mucho más probable que hayan aumentado el trabajo remoto, adoptado tecnologías colaborativas y basadas en la nube, cambiado los pagos en línea y acelerado sus planes de transformación digital.

Precisamente el paso al trabajo remoto ha modificado el foco de los ataques. La forma principal de entrada de los hackers son los servidores de empresa, aunque también ha habido un gran aumento en el número de notificaciones de entrada a través del servidor en la nube. Esta realidad está en consonancia con la advertencia que hacen las agencias internacionales de que los ciberdelincuentes dirigen ataques cada vez más a la infraestructura de la nube.

Aunque existe una percepción bastante uniforme de los diferentes tipos de ataques, la realidad enseña a las empresas dónde deben poner su foco de atención. Así, el uso indebido de recursos de TI (el 32%) y el fraude de desvío de pagos (el 31%) se posicionan como los dos tipos principales de ataques y, por tanto, parecen contar con más riesgos que la extorsión cibernética (el 19%). La conclusión del informe es que las empresas puede que no estén prestando la atención necesaria para evitar los dos primeros.

La cantidad media de ciberataques por empresa ha aumentado este año solo moderadamente: de 179 a 190. En la mayoría de los grupos ha aumentado a medida que los hackers han dirigido más su atención a las empresas medianas y pequeñas. Las grandes (a partir de 250 trabajadores) vieron aumentar el número medio de ataques de 45 a 69; las que tenían de 10 a 49 empleados sufrieron un promedio de 56 ataques, frente a 31 del año anterior; y las más pequeñas, con menos de 10 empleados, vieron cómo se multiplicaban casi por cuatro los ataques, pasando de 11 a 40.

En cualquier caso, en las compañías con ingresos de hasta 90.000 cabe esperar aproximadamente tantos ataques como las empresas que son 100 veces mayores, en línea con las advertencias de las agencias internacionales acerca de que los extorsionadores están trasladando su foco de atención para dirigirse cada vez menos a objetivos de 'primer orden' y más a los de tamaño mediano.

También ha habido un cambio en el enfoque sectorial. Los ramos que sufrieron más ataques fueron los de ocio y turismo (en el que el 61% notificaron uno o más ataques), los servicios profesionales (el 58%) y el comercio minorista/mayorista (el 56%). Los principales objetivos del año anterior, energía y transporte/distribución, experimentaron una marcada caída en los ataques.

Los motivos principales para obtener cobertura Cíber son la capacidad de adquirir experiencia, la gestión de crisis y el análisis pericial de TI

...Y DE LOS COSTES

Al igual que los ataques, el coste medio de todos los ciberataques sufridos por cada empresa también aumentó, en este caso un 30% en el último año, hasta situarse en los 15.300 euros. Además, el número de encuestados que despidieron personal tras un ataque se duplicó, pasando del 5% al 11%. A su vez, una de cada cinco empresas pagó una sanción administrativa sustancial, casi el doble que el año anterior, y una proporción similar dijo que el impacto supuso una amenaza para su solvencia (el 21%).

Este incremento en la amenaza cibernética ha derivado en que el gasto medio en ciberseguridad se incrementase, hasta un 60% el año pasado, hasta alcanzar los 4,8 millones de euros, experimentando un aumento del 250% desde 2019. Sin embargo, existe una gran división entre empresas grandes y pequeñas.

El gasto medio de las organizaciones de 250 a 999 empleados se ha duplicado en el último año y para las grandes empresas de más de 1.000 empleados, es un 65% superior. En el otro extremo de la escala, la historia es diferente. Las empresas que tienen entre 10 y 49 empleados han reduci-

CIBERSEGURIDAD EN ESPAÑA

España es el único país entre los analizados (junto a Bélgica, Alemania, Países Bajos, Reino Unido, Francia, Irlanda y Estados Unidos), donde ha disminuido la proporción de empresas atacadas en el último año, del 53% al 51%. Además, el coste medio de los ataques se mantuvo estable en los 11.000 euros, aunque crecieron 8 puntos porcentuales aquellas compañías que padecieron un incidente de *ransomware* (el 22%), de las que el 64% pagaron (un 20% más que un año antes). Estas circunstancias se han materializado en un incremento del porcentaje de presupuesto de TI destinado a ciberseguridad (24%) y la mayor adopción del seguro Cíber, del que ya disponen el 66% de las organizaciones. El motivo principal para invertir en ciberseguridad que aducen las empresas españolas es la preocupación por la seguridad de los datos. De hecho, las tres prioridades de gastos son abordar las amenazas y vulnerabilidades existentes; conseguir o mantener el cumplimiento normativo; y mejorar la seguridad del servicio y las aplicaciones orientadas al cliente. No hay que olvidar el gran impacto que tienen estos ataques en la solvencia de las organizaciones. Para comprobarlo, un dato: las empresas que han perdido clientes como consecuencia de ataque se duplicaron con creces en los últimos dos años. Ahora bien, esta mayor preocupación por la ciberseguridad no se está reflejando, por el momento, en el grado de madurez cíber de las compañías españolas. Junto con Bélgica, somos el país con menos empresas expertas (apenas el 2%), mientras que un 30% tienen un grado intermedio y hasta el 68% son novatas.

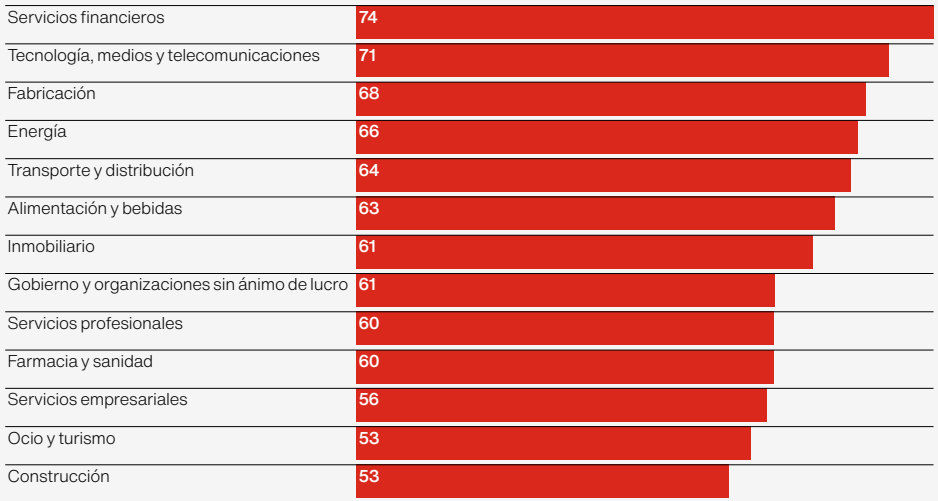
do casi a la mitad sus presupuestos de ciberseguridad, desde 369.900 euros hasta 229.500. Entre aquellas que tienen menos de 10 empleados, el gasto se ha desplomado, de un promedio de 135.000 euros hasta solo 26.100. "Es probable que esto guarde relación con la pandemia, ya que las empresas tienen menos recursos para gastar en TI", sugiere el informe. Sin embargo, ha aumentado ligeramente el porcentaje del presupuesto de TI que han dedicado a la ciberseguridad las compañías de este tamaño, del 17% del año pasado al 20%.

Y aunque la brecha de gasto existente entre las expertas y el resto es notable, se ha reducido drásticamente en el

último año. Las empresas que obtienen la calificación de novatas han aumentado el gasto medio en ciberseguridad más del triple (hasta 2,9 millones), mientras que las que obtienen la calificación de intermedias han aumentado el suyo en un 63% de media. Con 5,6 millones, gastan ahora más de 900.000 euros que la empresa experta media.

¿QUÉ HACEN LAS EMPRESAS EXPERTAS?

Adopción del seguro ciber por sector (%)
Como una póliza independiente o como parte de otra póliza.



PROTECCIÓN ASEGURADORA

Respecto a la protección a través de un seguro Cíber, más de un tercio de las empresas con 250 o más empleados tienen una póliza de este tipo independiente (el 35%), y el 40% tiene cobertura de ciberseguridad como parte de otra póliza. Por debajo de ese umbral, las cifras equivalentes son del 28% y el 29%. "La pertinencia de la protección es obvia para las empresas más pequeñas que no pueden emplear grandes equipos de especialistas en ciberseguridad, sobre todo porque la evidencia pone de manifiesto que las empresas pequeñas están cada vez más en la línea de fuego", manifiesta el análisis.

Los tres motivos principales para obtener cobertura de ciberseguridad son la capacidad de adquirir experiencia, la gestión de crisis y el análisis pericial de TI (por detrás de las preocupaciones sobre la seguridad de los datos y un poco por delante de la necesidad de mostrar a los clientes que la empresa se toma la protección de ciberseguridad en serio).

Pero entre las expertas, que son las que tienen generalmente experiencia interna, el segundo motivo es la preocupación de que, en el caso de sufrir un ataque, los clientes podrían presentar una reclamación en su contra. En total, el 46% de estas tiene actualmente una póliza de seguro Cíber independiente (en comparación con el 31% de media y el 29% de las novatas).

Por sectores, la adopción de seguros Cíber es más alta en los servicios financieros, en el que el 74% tienen cobertura a través de una póliza independiente o como parte de una póliza más amplia, y otro 18% dice que tiene previsto obtener cobertura pronto. Las empresas de construcción y turismo se encuentran en el otro extremo del espectro: apenas el 53% de ambas industrias tiene algún tipo de cobertura Cíber.

En cualquier caso, el Ciberseguro se erige como una buena medida de seguridad. No obstante, como destaca el informe, las empresas aseguradas tienen más probabilidades de responder a un ciberataque aumentando sus defensas que las no aseguradas. Uno de los motivos que explica esta diferencia es el hecho de que la propia aseguradora que les respalda les pregunte si han mitigado ciertas amenazas o si les han ayudado a solucionar un problema tras un ataque anterior.

Aitana Prieto

Madrid Seguro

Sin mediadores no habría **FUNCIONAMIENTO** eficiente y adecuado del mercado

Ángel Colada.

Bajo el lema 'Impulsando el futuro' se celebró a finales de septiembre la sexta edición de Madrid Seguro, organizada por el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid. Allí, su presidenta recordó que "los mediadores de seguros somos los actores principales de esta gran industria, que es garante de la estabilidad, la seguridad y la protección de las personas y de la sociedad en general". Así lo reconoció también el director de la DGSFP, "la mediación de seguros realiza una labor fundamental en beneficio de todos los asegurados y así debe ser siempre reconocida. Sin mediadores no habría funcionamiento eficiente y adecuado del mercado".

Tras la apertura del acto por parte de Ángel Corada, gerente y director del Centro de Estudios del Colegio de Madrid, que aseguró que "los mediadores son auténticos héroes solo por hacer el trabajo que realizan", tomó la palabra su presidenta, Elena Jiménez de Andrade, que resaltó que "la pandemia ha puesto a prueba nuestra resiliencia y, lo que es más importante, nuestra capacidad de superación ante la adversidad". Ahora, con la guerra en Ucrania, la inflación y la crisis energética que estamos viviendo, "se está propiciando un cambio radical en las expectativas y en la percepción del futuro".

Sin embargo, Jiménez de Andrade recordó que la industria aseguradora en España es: "El único eslabón de la cadena financiera que nunca ha sufrido una quiebra; ha aportado soluciones de cuidados sanitarios

durante la pandemia que colapsó hospitales y centros de asistencia públicos; ha preservado a las familias de las inclemencias de volcanes, nevadas y demás catástrofes naturales que hemos sufrido; y ofrece productos de ahorro para combatir, a la vez, riesgo e inflación".

En todo este escenario, "nosotros, los mediadores de seguros, somos los actores principales de esta gran industria, que es garante de la estabilidad, la seguridad y la protección de las personas y de la sociedad en general", afirmó.

Elena Jiménez de Andrade.

Señaló que el sector goza de una gran capacidad de adaptación a los cambios y a los nuevos retos. "Cambios que han inspirado el lema de este foro: 'Impulsando el cambio', pero el cambio en positivo", explicó la presidenta del Colegio de Madrid.

ETAPA DE INCERTIDUMBRE

Posteriormente, el director general de la Dirección de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), Sergio Álvarez, señaló que "la mediación de seguros realiza una labor fundamental en beneficio de todos los asegurados (con la información, asesoramiento…) y así debe ser siempre reconocida. Sin mediadores no habría funcionamiento eficiente y adecuado del mercado".

"Estamos en una etapa de incertidumbre. Sabemos que la incertidumbre es distinta del riesgo. El riesgo se puede tratar estadísticamente, la incertidumbre no. La incertidumbre es inevitable y hay que afrontarla tal y como viene. Y esta manera de afrontar la incertidumbre es una cuestión de actitud. De ahí el lema de este encuentro: 'Impulsando el Cambio'", afirmó Álvarez. Además, señaló que "el supervisor europeo de la mediación de seguros espera mucho de los mediadores. Se espera mucho de la actitud de cambio de los mediadores, de su eficiente gestión y colaboración en los ámbitos de conducta de mercado".

Sergio Álvarez.

Toni Nadal.

El acto estuvo amenizado por Toni Nadal, entrenador y preparador físico de Rafa Nadal desde el inicio de su carrera hasta 2017. Nadal impartió una conferencia sobre Motivación y superación. En su opinión, "la gente que triunfa, es la que se da más oportunidades". Sobre todo, "hay que hacer las cosas con pasión. El reto principal es marcarse retos y cumplirlos". Porque, asegura que, "lo único que depende de nosotros, es mejorar. Para mejorar hay que estar dispuesto a cuestionarse constantemente y tener un espíritu autocrítico. Para avanzar hay que aceptar la realidad y, a partir de ahí, mejorarla. La confianza en lo que se hace, es imprescindible para seguir adelante".

CAMBIOS RESPECTO A LAS PERSONAS, EL NEGOCIO Y LA SOCIEDAD

Mago More, humanista del siglo XXI, moderó la mesa de debate en la que participaron: Óscar Herencia, CEO de MetLife; Javier Espinosa, director comercial de Reale Seguros; Sonia Calzada, directora de Negocio del segmento de Personas de Zurich; Pedro Navarro, director de Canales Corredores & Brokers de AXA; Ángel

El mago More, Elena Jiménez de Andrade, Angel Vázquez, Pedro Navarro, Sonia Calzada, Javier Espinosa y Oscar Herencia.

Elena Jiménez de Andrade y Sonia Calzada.

Elena Jiménez de Andrade y Javier Espinosa

NUEVA ETAPA CORPORATIVA DEL COLEGIO DE MADRID

Madrid Seguro fue el marco elegido para presentar oficialmente la nueva imagen corporativa del Colegio de Madrid, que inicia una nueva etapa. Junto a la nueva imagen, también estrena dominio de una nueva web que cuenta con nuevas funcionalidades para los usuarios (ventanilla única, con la que los usuarios podrán realizar gestiones de forma digital; buscador de colegiados por proximidad geográfica); y una nueva área de colegiados, que va a favorecer los trámites de los colegiados con el Colegio desde la pantalla de su ordenador.

El nuevo logotipo representa a la vez 4 esencias: un casco, de la diosa Atenea y que sugiere los valores propios de la mediación (protección, sabiduría, valentía, progreso y justicia); un templo, que otorga a los mediadores colegiados la importancia de contar con una casa común un punto de reunión y encuentro para todos; la letra M, inicial de mediadores y de Madrid; y la Puerta de Alcalá, como emblema colegial que nos distingue a los colegiados de Madrid. Por último, el color azul como símbolo que transmite confianza, seguridad, protección y tranquilidad.

"Hemos querido imprimir con este cambio de imagen, nuestra forma de adaptarnos a las nuevas realidades, nuestra pertenencia a Madrid y, sobre todo, nuestros valores", afirma Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid.

Vázquez, CEO de Proyectos y Seguros Correduría de Seguros; y Elena Jiménez de Andrade. En ella se habló de las acciones que se están practicando en sus compañías para impulsar el cambio respecto a las personas, al negocio y a la sociedad.

Respecto a las personas, Óscar Herencia y Sonia Calzada, hicieron hincapié en las ventajas de la mediación, del teletrabajo, los planes de igualdad, la formación digital y la gestión del talento. Herencia declaró que quieren potenciar el uso del seguro y, por eso, revisan la siniestralidad del cliente y, si es escasa, contactan con él para informarle de las cobertura que tiene, por si hay siniestros que no se están declarando. Asimismo, resaltó la importancia que tuvo la mediación durante la pandemia porque "todas las operaciones de la compañía en las que hubo un mediador, fueron las que mejor resultado tuvieron". En este sentido, destaca que "la tecnología tiene que estar al servicio de las personas. La tecnología es instrumental, pero la parte personal es diferencial".

Calzada destacó la acción de Mentorización Mentic entre los senior y los jóvenes. Supone un "cambio espectacular que tu mentor pueda ser el CEO de Zurich". Asimismo, afirmó que "en seguros, podemos hacerlo

El mago More.

Javier Barberá.

mejor que los bancos. Sobre todo, en los pueblos pequeños porque la mediación, lejos de perder presencia, ha ganado en asesoramiento allí donde los bancos han cerrado sucursales".

Navarro recordó la solidez de sector que está afrontando bastante bien las situaciones de incertidumbre. Pero señaló la necesidad de que "todos debemos cumplir las reglas de juego". Sobre la distribución de seguros en AXA, dijo que "el 95% viene a través de corredores y agentes. Por ejemplo, en Salud por cada póliza de directo entran 3 de corredores".

En las acciones dirigidas al negocio y al cliente, Javier Espinosa enfatizó el valor del canal de mediación, y las herramientas que facilitan la gestión del día a día (como la vídeoperitación) "somos una compañía de personas, creemos en la digitalización, pero siempre con personas detrás".

Respecto a las acciones dirigidas a la sociedad, Ángel Vázquez destacó la necesidad de conocer la mentalidad y los nuevos hábitos del cliente para asesorar y mantener la relación personal con él. Puso el énfasis en la necesidad de que exista una colaboración entre las corredurías. "Tenemos que mejorar la tecnología destinada a la venta, uniéndonos a corredores que sean expertos", anima Vázquez.

Los corredores tienen que mejorar la tecnología destinada a la venta, uniéndose a corredores que sean expertos

Jiménez de Andrade destacó que en el sector asegurador "se potencia a la mujer y se la quiere implicar más en los órganos directivos, tanto en compañías como en la mediación". Aunque Calzada recordó que en los altos cargos, aún no hay muchas mujeres.

Tras la mesa redonda, Mago More pronunció una conferencia sobre el poder positivo del cambio. En distribución, ha traído una gran variedad de productos que provoca que el consumidor esté perdido. Ahí entra la labor de un buen vendedor porque "el cariño que te da el vendedor, no te lo pueden cambiar".

El acto terminó con la entrega de premios anuales del Colegio de Madrid: Zurich recogió el Premio Madrid Seguro en reconocimiento a su apuesta por Madrid y a sus políticas de compromiso con la sostenibilidad, la diversidad y la inclusión social; Reale Seguros recibió el premio Azucarillos, que el Colegio de Mediadores de Madrid concede a las compañías que apuestan por la mediación y consideran al mediador un compañero de viaje indispensable; y la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid ha resultado galardonada con el Premio Madrileño destacado del año por su gestión durante la pandemia. Además, se entregaron los premios a los colegiados que han cumplido 25 años de colegiación. La entrega de estos galardones correspondió al presidente del Consejo General de Mediadores, Javier Barberá, quien dijo que "las decisiones basadas solo en la cuenta de resultados, tienen poco recorrido".

Fotos: Fernando Núñez, cedidas por el Colegio de Madrid.

DKV INTEGRAL permite "cuidarse más, por menos"

DKV Seguros pone a disposición de sus clientes y mediadores nuevas campañas de descuento que permiten "cuidarse más, por menos".

"Cuidar tu salud por mucho más" significa elegir el seguro de Salud que mejor se adapte a las necesidades de cada uno, ganando tranquilidad e inmediatez, y con hasta un 36% de descuento. Podrá contar con:

- Más de 40.000 profesionales médicos que prestarán su experiencia profesional y 1.000 centros donde asistir. Entre estos están accesibles 7 de los 10 mejores hospitales privados de España, como Quirón o Clínica Universidad de Navarra, entre otras.
- Cobertura dental gratuita, incluida en la póliza sin tener ningún coste adicional. Y más de 50 actos gratuitos, como limpiezas de boca ilimitadas o fluorizaciones, y el resto a precios especiales.
- Asistencia mundial en viaje, en caso de urgencia y con amplios límites en el mercado: hasta 180 días y 20.000 euros.
- Las pólizas serán vitalicias a partir de la tercera renovación: a partir de ese momento, desde DKV nos comprometemos a no anularla.
- Incluimos la app de salud digital 'Quiero Cuidarme Más', con multitud de funcionalidades para cuidar la salud: videoconsultas, chat pediátrico 24 horas o chequeador de síntomas, entre muchas otras.
- Líneas médicas telefónicas como el Médico DKV 24 horas, también accesible por chat o videoconsulta, una línea pediátrica 24 horas y otras con especialistas más específicas como la psicoemocional, con un equipo de psicólogos, la de la mujer, del embarazo, deportiva, nutricional, etc.
- 'Quiero Cuidarme Más' también per-

mite consultar los datos de salud, y ofrece servicios como *coaches* o la comadrona digital.

CAMPAÑA ACTIVA HASTA FINAL DE AÑO

DKV Integral es una campaña con aplicación en todo el país, excepto Pamplona, que estará activa entre el 1 de octubre y el 31 de diciembre de 2022, ambas fechas incluidas.

La aplicación de descuentos funcionará de la siguiente manera: en 2022 y 2023 se aplicará un 36%, en 2024 un 30%, en 2025 un 24%, en 2026 un 18% y en 2027 un 12%. Además, hasta la fecha final del seguro este no sufrirá aumentos de prima a 31 de diciembre de 2022, pero sí los años posteriores, con los límites de subida establecidos en cada renovación. Aun así, el precio nunca sufrirá un incremento en función del uso que se haga del seguro, ofreciendo así una sensación de tranquilidad al utilizar los servicios.

El precio del seguro nunca sufrirá un incremento en función del uso que se haga del seguro

Asimismo, todos los suplementos realizados en pólizas de esta campaña hasta 2027, inclusive, tendrán sus descuentos correspondientes. La promoción está sujeta a la misma normativa de contratación del producto en periodo ordinario.

Se aceptarán cambios de póliza, incluyendo un *upgrade* del producto, siempre y cuando se cumplan las siguientes condiciones:

- Provengan de cualquier modalidad de DKV Modular.
- La nueva prima de promoción nunca podrá ser inferior a la prima actual del cliente.
- No están contemplados para esta promoción los cambios de modalidad en pólizas de Integral.
- En caso de querer comercializar la campaña, ponemos a tu disposición esta pieza comercial haciendo clic **aquí**.

Del seguro de **SALUD** al seguro de bienestar

La salud ha pasado a encabezar el listado de prioridades de los ciudadanos, quienes valoran, más que nunca, poder cubrir sus necesidades más urgentes de asistencia y cuidado con un servicio de calidad. Más allá de las lecciones de la pandemia, cada vez más personas vinculan también su salud a su bienestar y entienden que, además de curar, también es importante cuidar. Con esta idea, 'Medifiatc' evoluciona para responder a las necesidades de sus clientes. Para reforzar la labor comercial de los mediadores que colaboran con la entidad, Fiatc ofrece a las personas que contraten sus seguros de Salud antes del 14 de febrero de 2023 un obsequio a elegir entre 2 meses gratis o un estudio molecular de *Made of Genes.*

PREVENCIÓN

La prevención, los hábitos de vida saludables, que incluyen el ejercicio físico y la nutrición, y el cuidado del bienestar emocional son elementos clave para mantenernos sanos.

Por este motivo, más allá de las revisiones pediátricas, ginecológicas y los chequeos médicos generales, los seguros médicos como 'Medifiatc' ofrecen numerosos servicios de prevención y bienestar a sus asegurados.

YOGA, RUNNING, PILATES...

Aquellos que realizan ejercicio físico de forma habitual, aunque sea de forma moderada, agradecen un buen servicio de fisioterapia, rehabilitación y el acceso directo a expertos en medicina del deporte y traumatología. Pero, pensando en el "antes", 'Medifiatc' también incluye pruebas de esfuerzo (ergometría) especiales para deportistas y 'Tu experto en nutrición' un servicio vía App atendido por nutricionistas para todas aquellas personas que desean cuidar su alimentación, con pautas de alimentación y ejercicio físico adaptadas a cada objetivo.

BIENESTAR EMOCIONAL

La pandemia ha evidenciado la importancia de cuidar también la salud mental. En esta línea, 'Medifiatc' pone a disposición de sus clientes servicios específicos de psicología, psiquiatría y cuidado de trastornos alimentarios para sus asegurados.

SALUD FÁCIL

Bienestar también es disponer de tiempo libre y acceder de forma rápida y fácil a los servicios. En esta línea,

los asegurados de 'Medifiatc' disponen de atención 24 horas para consultas médicas y pediátricas telefónicas, servicio de videoconsultas médicas y la posibilidad de realizar todas sus gestiones como prefieran, con atención personal presencial, telefónica o a través de su App para clientes.

'MEDIFIATC' AMPLIADO

Tal y como comentábamos, la realidad social cambió radicalmente a raíz de la pandemia, lo que ha llevado a la población a reformular y ampliar la visión de la salud como un concepto vinculado a la prevención, el bienestar y la salud emocional.

Conscientes de este nuevo paradigma, con el objetivo de seguir garantizando el bienestar de sus clientes, Fiatc refuerza su gama de seguros de Salud incorporando nuevas coberturas.

Estos son los servicios y coberturas más destacados que incluye 'Medifiatc' para todos sus clientes a partir 2023:

- Drenaje linfático terapéutico (por prescripción médica).
- Pruebas genéticas para el diagnóstico de la celiaquía.

RESPUESTA A NUEVOS SEGMENTOS DE MERCADO

El pasado año, Fiatc lanzó el nuevo 'Medifiatc Start', el seguro que destaca por ofrecer primas altamente competitivas, a partir de una fórmula de seguro extrahospitalario con copagos reducidos y hasta tres servicios al año por asegurado exentos de copago, además de facilidades en la contratación. Todo ello con el objetivo de acercar la excelencia en salud a nuevos segmentos del mercado. En 2023, Fiatc amplía las coberturas y servicios disponibles para esta modalidad de seguro, haciéndolo aún más completo y competitivo.

Más allá de las revisiones y los chequeos médicos generales, 'Medifiatc' ofrece numerosos servicios de prevención y bienestar a sus asegurados

CAMPAÑA A CLIENTES

Para reforzar la labor comercial de los mediadores que colaboran con la entidad, Fiatc ofrece a las personas que contraten sus seguros de Salud antes del 14 de febrero de 2023 un obsequio a elegir entre 2 meses gratis o un estudio molecular de *Made of Genes*.

En relación con estos últimos, los clientes que contraten podrán escoger entre 2 estudios según sus intereses y prioridades:

- 'Focus Bienestar emocional', el cual proporciona pautas para cuidarse de otra forma en aspectos como la gestión del estrés, la ansiedad, las emociones, la motivación, la duración y calidad del sueño o la alimentación emocional entre muchas otras.
- 'Focus Gestión del peso', el cual proporciona estrategias individualizadas para controlar el peso y aconseja los alimentos y las pautas nutricionales más adecuadas para cada usuario.

¿EN QUÉ CONSISTEN LOS ESTUDIOS MOLECULARES?

Los estudios moleculares de *Made of Genes* ofrecen información de alta precisión para mejorar la salud y calidad de vida de las personas. A partir de una innovadora aproximación en la combinación e integración de datos moleculares que permiten el análisis, la integración y la interpretación de los datos genéticos y bioquímicos de cada usuario, los estudios proporcionan recomendaciones personalizadas únicas y fácilmente aplicables en el día a día para un estado óptimo de salud.

Mascotas protegidas

NorteHispana Seguros ha lanzado 'Mascotas', una nueva póliza personalizable cuyo objetivo es brindar una protección completa a los animales de compañía y garantizar la tranquilidad de su dueño.

Este producto, especialmente diseñado para perros y gatos, ofrece una gran flexibilidad en su contratación. En el ámbito de la salud, los animales domésticos estarán cubiertos por garantías que tienen en cuenta los gastos médicos por causa accidental o enfermedad, y permiten acceder a visitas presenciales al veterinario o mediante un servicio de asistencia telefónica.
Además, si el cliente desea extender la atención veterinaria con nuevos supuestos, se contemplan los problemas más frecuentes que pueden sufrir perros y gatos, como son la ingestión de cuerpos extraños, los traumatismos y lesiones internas o las peleas con otros animales. De manera opcional, la compañía se puede hacer cargo de los gastos de desplazamiento si la mascota se tiene que someter a un tratamiento especializado.
La póliza también pone a disposición de los clientes una red de residencias para mascotas a precios concertados y, si el dueño sufre un accidente y no se puede hacer cargo de su animal, la estancia del perro o del gato en este tipo de centros. Asimismo, mediante la cobertura de reembolso por extravío o robo, se incluyen los gastos para localizar al animal a través de medios escritos (cartelería) o audiovisuales (televisión y radio), y también una indemnización en el supuesto de

que la mascota sea robada.
Igualmente, en el ámbito de la defensa jurídica y de la responsabilidad civil, se cubren si la mascota causa un accidente, daños o lesiones a terceros, y también la defensa y la reclamación de las lesiones que pueda sufrir el propio animal de compañía por otro animal o vehículo.
Asimismo, la póliza ofrece servicios complementarios, como la cobertura de viaje, que garantiza el abono de hasta de 1.000 euros en caso de cancelación por enfermedad grave o extravío de la mascota.

Ahorro para la jubilación sin riesgo

Mapfre ha lanzado una solución de ahorro para la jubilación. El nuevo producto de la aseguradora, 'Mapfre Puente Garantizado II Fondo de Pensiones', está destinado especialmente a aquellos clientes conservadores, que buscan un ahorro para su jubilación sin riesgo.

Este producto asegura una rentabilidad mínima del 11% a un plazo de tiempo determinado y, además, participar de un 20% de la posible subida del principal índice bursátil de la zona euro.

Seguro de Vida para bomberos

Getlife ha lanzado un nuevo seguro de Vida especialmente diseñado para los bomberos, que no supone un incremento en la prima a este colectivo y garantiza una indemnización por valor del capital asegurado para el usuario, familiares o seres queridos en caso de fallecimiento o invalidez permanente absoluta por accidentes durante actos de servicio.

El seguro de Vida para bomberos de Getlife se beneficia del modelo de negocio desarrollado por la insurtech, que cuenta con un método de contratación 100% online, sin papeleo y sin exámenes médicos, ni cadencias.

El seguro entra en vigor de forma inmediata, la prima se abona cada mes y, además, la póliza se puede gestionar y modificar online, en cualquier momento, para adaptar las coberturas a las necesidades del usuario. Desde 5 euros al mes, los usuarios pueden asegurar 150.000 euros de indemnización.

Los seguros de Vida de Getlife también permiten cobrar por anticipado el 10% de la indemnización, hasta 6.000 euros, en caso de fallecimiento del asegurado, para cubrir los gastos del sepelio.

Asistencia en Viaje de Estudios

Iris Global lanzó hace un mes un seguro de Asistencia en Viaje de Estudios, que cubre tanto a estudiantes que viven en España y se van al extranjero o bien cambian de provincia, como a los que vienen de fuera a estudiar a nuestro país.

Con este nuevo producto, Iris Global atiende las necesidades concretas de las personas que se trasladan para estudiar (grados universitarios, Erasmus, Masters, Doctorados, Investigaciones, o cursos/intercambios de idiomas), hasta los 60 años de edad y en un periodo de hasta 12 meses, con coberturas como las siguientes: indemnización por pérdida de matrícula; indemnización por pérdida de clases por enfermedad o accidente; infortunio familiar (fallecimiento por accidente del padre, madre, tutor o persona de la que dependa económicamente el estudiante); reincorporación al plan de viaje de estudios, a causa de un accidente o por una enfermedad grave; gastos de anulación del programa de viaje de estudios, por los motivos asegurados en la póliza; interrupción del curso, como consecuencia de la conclusión anticipada del viaje programado, que implique obligatoriamente el regreso del estudiante a su lugar de residencia habitual, por: accidente o enfermedad del estudiante, hospitalización de un familiar no asegurado, una vez iniciado el viaje, que exija un ingreso mínimo de 24 horas, fallecimiento durante el viaje del estudiante o de un familiar no asegurado y daños graves en el hogar o despacho profesional del estudiante.
Estas coberturas específicas de Asistencia en Viaje Estudios se unen a las ya clásicas de viaje tales como asistencia médica, repatriación en caso de hospitalización o fallecimiento; teleconsulta médica; robo o pérdida de equipaje o cancelaciones de vuelos.

Nueva emisión de 'Maxiplan Inversión Premium'

Santalucía ha decido comercializar una nueva emisión de su producto estructurado, 'Maxiplan Inversión Premium', con mejores condiciones para el cliente. Este producto de inversión ofrece un cupón del 11,60% para el cliente, pagadero al vencimiento y, además, el 100% de la revalorización del índice en el periodo.

'Maxiplan Inversión Premium mantiene un nivel de riesgo moderado en mercados de inversión sostenible. Se trata de un producto a prima única que vincula la inversión del cliente a la evolución del índice - Solactive BQIS ESG Global Leaders RC 6% y a la Deuda Pública Italiana.

ASISA **VOCACIÓN PYMES**

Aseguramos la tranquilidad de tu empresa

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

ASISA **SALUD PYMES / SALUD PYMES PLUS**

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

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

Desde
39,20 €
persona/mes*

Desde
47,90 €
persona/mes*

* Primas válidas para 2022 y para asegurados de 0 a 64 años. 5% de recargo en Barcelona, Gerona y Baleares. Impuestos no incluidos (0,15% a favor del Consorcio de Compensación de Seguros).

Videoconsultas | Chat Médico | Apoyo Psicoemocional

TEATRO REAL
CERCA DE TI

asisa.es/pymes
900 10 10 21

asisa

Entra en vigor la Ley Concursal con las insolvencias empresariales al alza

La simplificación del proceso para las empresas de menor tamaño y un sistema de alerta temprana son las claves de la reforma de la ley concursal que entró en vigor el 26 de septiembre.

La norma incide en tres aspectos: la reestructuración temprana de empresas viables, la posibilidad de exoneración de deudas para los deudores de buena fe -que se ha ampliado también a los consumidores- y la necesidad de elevar la eficiencia de los procedimientos de reestructuración de insolvencia.

Su entrada en vigor llega en un contexto marcado por la amenaza de recesión y con los concursos empresariales al alza tras el fin de la moratoria decretado a raíz de la pandemia. Los concursos de acreedores en España subieron en julio un 25% respecto al mismo mes de 2021, hasta los 774 procedimientos.

Uno de los puntos clave es el protagonismo que se da a los sistemas de alerta temprana, para lo que se han fijado unos indicadores que avisen a las empresas antes de tener problemas financieros para que puedan acudir a preconcursos preventivos. Asimismo, el texto introduce un procedimiento de insolvencia único para autónomos y microempresas de menos de 10 trabajadores, más rápido, digitalizado y con coste reducido, que incrementa la posibilidad de continuidad de las empresas viables. En cuanto a la exoneración del pasivo insatisfecho, se ha establecido en 20.000 euros.

El crédito a las empresas se encarece hasta un 22% por el euríbor

Crece la presión financiera para las empresas por el aumento de los tipos de interés, y con éstos, del euríbor. El interés medio del crédito a empresas se ha encarecido entre un 11% y un 22% en lo que va de año, dependiendo del volumen de financiación concedida.

Concretamente, para los préstamos de hasta 250.000 euros, el tipo medio ha subido un 11% hasta situarse en el 2,56%. Para los créditos de entre 250.000 euros y un millón, se ha encarecido un 19,4%, rozando el tipo el 1,7%. Para los de menos de un millón de euros, se ha encarecido hasta un 22% (1,37%).

Precisamente, el tramo donde más se han encarecido los intereses de los préstamos (hasta un 22%) es el más demandado, el que supera el millón de euros de financiación y tiene un vencimiento más corto. El 49,48% del total fue a préstamos por un importe superior al millón de euros; el 38,49% fue para créditos de hasta 250.000 euros y el restante 12% fue para aquellos que oscilan entre los 250.000 euros y el millón.

Fedea pone en evidencia los puntos negros en la nueva cotización de los autónomos

La reforma del sistema de cotización a la Seguridad Social de los trabajadores autónomos publicada este verano, tiene algunos efectos negativos, según el economista investigador de Fedea y profesor de la Universidad Rey Juan Carlos, Miguel Ángel García.

García ha realizado un trabajo sobre ese modelo de cotización, alertando de varios puntos negros que podría fomentar la figura del falso autónomo; aumentar la inequidad entre los asalariados y los autónomos, favoreciendo a estos últimos, o resultar neutra en términos de ingresos, pero no de gastos en el medio y largo plazo.

Así, este profesor explica que los afiliados al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (Reta) "reciben un mejor trato que los del Régimen General de asalariados" ya que quienes trabajan por cuenta propia y se encuadren en los tramos inferiores serán tratados como trabajadores a tiempo completo cuando declaren rendimientos inferiores al SMI a jornada completa. De esta manera, este economista denuncia la decisión de establecer para una buena parte de los trabajadores autónomos bases y cuotas inferiores a los mínimos del Régimen General de asalariados para un contrato a tiempo completo, "puede generar competencia desleal con las empresas y profundiza el riesgo del uso de la figura del falso autónomo disminuyendo la calidad del empleo".

Se refiere con ello a que muchas empresas pueden verse tentadas por la práctica fraudulenta de instar a sus empleados que se den de alta como autónomos, aun pagándoles el empleador las cotizaciones, porque estas serán más bajas que las que le correspondería ingresar por ese mismo sueldo teniéndolo como asalariado.

Además, hace otra advertencia ante otro fraude susceptible de llevarse a cabo: "la ocultación de ingresos por los autónomos para pagar menos cuota, afectando a la recaudación del IRPF y el IVA".

Asimismo, cree que existe trato de favor hacia los autónomos porque con rendimientos netos superiores a la pensión máxima los autónomos cotizan siempre por debajo de ésta y, por tanto, no están obligados a realizar el esfuerzo exigido a los trabajadores asalariados.

Otra pega que puede encontrarse en este nuevo sistema es que la relación entre los rendimientos netos declarados por los afiliados al Reta y la base mínima de cotización de cada tramo es decreciente a medida que aumentan los rendimientos.

El trabajo realizado para Fedea consiera que "no es posible calcular el impacto sobre los ingresos del sistema de Seguridad Social al no disponer de información pública suficiente sobre la situación actual, y no haber presentado el Ministerio de Inclusión y Seguridad Social la necesaria Memoria Económica con el adecuado detalle". La aproximación realizada con información indirecta apunta a que, en el mejor de los casos, "puede tener un mínimo impacto en el actual nivel de ingresos", indica este documento, por lo que si no aumentan las bases de cotización —y, por tanto, la recaudación— del colectivo, tampoco recibirán mayores prestaciones, tal y como se ha argumentado desde la Seguridad Social.

Si finalmente ocurriera lo contrario y sí aumentaran las bases en mayor medida y, por tanto, los ingresos del sistema, "el efecto sobre la sostenibilidad financiera del sistema no sería positiva, por la alejada relación actuarial entre aportación y pensión".

La convocatoria de Kig Digital para microempresas de hasta 2 trabajadores, disponible en octubre

El último tramo del Kit Digital estará disponible desde octubre. Nadia Calviño, vicepresidenta de Asuntos Económicos, no ha precisado si será la primera o la segunda quincena del mes. En cualquier caso, los autónomos y microempresas de hasta dos trabajadores podrán echar sus solicitudes para digitalizarse.

Hasta ahora, ya se han abierto las convocatorias de dos tramos. El primero para empresas de entre 10 a 49 empleados y, el segundo, para compañías de entre 3 a 9 trabajadores. En total cuentan con un presupuesto total de 1.000 millones (500 millones cada uno). Por lo que esta última subvención -destinada a las microempresas y los autónomos- contará con algo más de 2.000 millones de euros.

Se espera que el tercer tramo sea el que más empresas abarque. Según datos del INE, casi 2 millones de empresas o el 56% de ellas cuenten con uno o dos asalariados.

La segunda convocatoria lleva abierta desde septiembre. Según confirman los responsables del programa, ya se han recibido más de 34.000 solicitudes para recibir esta ayuda digital. El ministerio ha indicado que estas cifras son muy buenas. No obstante, todavía queda una asignatura pendiente -e importante- en dicho plan de digitalización: que los fondos acaben llegando. De hecho, y sin ir más lejos, las subvenciones del primer tramo solo han llegado a un 31% de las compañías que lo pidieron.

España, Alemania, Francia, Italia y Países Bajos, las grandes economías de la eurozona, se comprometieron el 10 de septiembre a implementar, en 2023, un tipo mínimo del impuesto de sociedades si no se logra en las próximas semanas un acuerdo por consenso en la Unión Europea, que de momento permanece bloqueado por el veto de Hungría a la propuesta.

España aplicará un tipo mínimo de Sociedades en 2023

"Nuestro primer objetivo sigue siendo lograr un consenso. Si la unanimidad no se logra, estamos listos para implementar una tributación mínima efectiva global en 2023 y por cualquier medio legal posible", dijeron los ministros de Economía y Finanzas de estos países en una declaración conjunta firmada en los márgenes de la reunión informal que los titulares económicos comunitarios mantuvieron en Praga.

Se pone el acento en que esta medida es "clave" para una mayor justicia fiscal y para luchar de forma más eficiente contra la evasión y optimización fiscal.

La medida, acordada por más de 130 países, prevé fijar un tipo mínimo efectivo del impuesto de sociedades del 15% para las empresas que facturen más de 750 millones de euros anuales.

Aprobada la Ley Crea y Crece que favorecerá el crecimiento empresarial

El Congreso de los Diputados ha aprobado de forma definitiva a mediados de septiembre la Ley de Creación y Crecimiento Empresas (Crea y Crece) dirigida a facilitar la creación de empresas, reducir obstáculos regulatorios, luchar contra la morosidad e impulsar su crecimiento y expansión.

La Ley Crea y Crece es una de las principales reformas del Plan de Recuperación dirigida a fomentar el dinamismo del tejido productivo y da respuesta a las demandas y recomendaciones de los diferentes organismos internacionales.

Con la Ley de Creación y Crecimiento empresarial (Crea y Crece) se impulsa la creación de empresas y facilita su crecimiento y expansión, especialmente de las pymes, poniéndolas en el centro de la política económica. Con este objetivo, la ley reduce y agiliza los trámites y condiciones para la constitución de una Sociedad de Responsabilidad Limitada, fomenta su crecimiento a través de la mejora regulatoria, generaliza el uso de la factura electrónica, establece medidas para luchar contra la morosidad en operaciones comerciales e impulsa la financiación alternativa potenciando mecanismos como el crowdfunding, la inversión colectiva o el capital riesgo.

Se establece la posibilidad de constituir una Sociedad de Responsabilidad Limitada con un capital social de 1 euro, frente al mínimo legal de 3.000 euros establecido hasta el momento. Asimismo, se facilita la constitución telemática de empresas a través de la ventanilla única del Centro de Información y Red de Creación de Empresas (Circe), lo que garantiza una reducción en los plazos para su creación y de los costes notariales y registrales. Se modifica la Ley de medidas de liberalización del comercio, ampliándose el catálogo de actividades económicas exentas de licencia. Se incorporan al listado de la normativa básica estatal las actividades que hayan sido consideradas inocuas por al menos una comunidad autónoma. También se modifica la Ley de Garantía de Unidad de Mercado para reforzar la cooperación entre las diferentes Administraciones Públicas y los mecanismos de protección de empresas y consumidores frente a medidas que no respeten los principios de proporcionalidad y necesidad.

La norma incluye medidas para avanzar en la lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales, una de las causas que más incidencia tiene en la liquidez y rentabilidad de muchas empresas españolas, con particular incidencia en las pymes.

En el ámbito del crowdfunding, la Ley Crea y Crece adapta la regulación nacional a la normativa europea, introduciendo más flexibilidad para que estas plataformas presten sus servicios en Europa. Además, se refuerza la protección de los inversores y se permite la creación de vehículos para agrupar a los inversores y así reducir costes de gestión. Para ampliar el universo de proyectos empresariales elegibles se elevan los umbrales de inversión por proyecto (de 2 a 5 millones de euros) y se modifican los límites de inversión por proyecto para inversores minoristas, que pasan a ser el más alto entre 1.000 euros o el 5% de la riqueza.

TikTok crea una herramienta exclusiva para pymes

TikTok ayudará a las pequeñas y medianas empresas a hacer crecer su negocio con 'Sígueme', una experiencia educativa multicanal que se ha diseñado para ayudar a las pymes a aprovechar todo el potencial de esta plataforma.

A través de este programa, las pequeñas y medianas empresas contarán con recursos de todo tipo sobre cómo empezar a usar TikTok y les ayudará a compartir sus historias y a crear comunidad para que puedan alcanzar sus objetivos.

'Sígueme' se ha diseñado también para proporcionar una hoja de ruta específica de aprendizaje en función de los objetivos de la pyme. En ese sentido, las empresas que participen en el programa recibirán un correo electrónico durante seis semanas con las mejores prácticas para llevar a cabo una campaña en TikTok y poder integrar la historia de su marca en los vídeos.

Asimismo, TikTok ha preparado una guía explicativa sobre cómo se puede configurar la cuenta de empresa, cómo acceder a su centro creativo para obtener ideas de contenido y cómo pueden las empresas aprovechar el Ads Manager de TikTok.

Nuevas normas en la contratación de becarios para pymes y autónomos

El Estatuto del Becario, que se prevé aprobar en breve, provocará una serie de cambios en las empresas con el objetivo de incrementar la protección de los trabajadores a raíz de la reforma laboral.

Este estatuto recogerá la remuneración que los becarios tendrán que percibir por parte de las empresas por la labor que realizan en ellas. Además, también incluirá información sobre la cotización por las prácticas académicas.

La remuneración que perciba el becario deberá cubrir los gastos que genere la actividad de los estudiantes. Será imprescindible que las empresas les paguen por su trabajo y que les den de alta en la Seguridad Social.

Aunque no sean trabajadores de la empresa, durante el periodo de la beca, los becarios tendrán los mismos derechos que el resto de trabajadores. Esto significará que se deberán respetar sus descansos, incluyendo los días festivos y las vacaciones que les correspondan.

El Estatuto del Becario también establecerá el límite de horas que podrán realizar, así como el número máximo de becarios contratados en una empresa. No se podrán contratar a personas en prácticas de forma ilimitada.

Las empresas de hasta 10 trabajadores solo podrán tener un becario; las que tengan entre 11 y 30, dos becarios; tres, las que dispongan de entre 31 y 59 empleados; y las de más de 60 trabajadores podrán tener a un máximo del 5% de la plantilla como becarios.

Tu salud,
nuestro compromiso

asefa salud

Seguros de Salud adaptados a ti y a los tuyos

Sin copagos en ningún servicio

Extensa cobertura en **medicina preventiva**

Videoconsulta y receta electrónica

Unidad de Protonterapia

Amplio programa de **planificación familiar**

Descuentos familiares

91 781 22 23

www.asefasalud.es

Ya se puede suscribir el seguro de importantes producciones agrícolas

Agroseguro ha informado del inicio, el 1 de septiembre, del plazo para suscribir el seguro de importantes producciones agrícolas, como 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 2023 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 daños por sequía, incendio, pedrisco o fauna entre sus coberturas.

Desde Agroseguro se recalca que la ausencia de precipitaciones y sus efectos sobre los cultivos es un fenómeno que, de forma más o menos severa, se ha repetido de manera recurrente hasta representar el riesgo que –junto con los pedriscos– más daños ha generado en la última década.

En la cosecha actual, la estimación de indemnizaciones se eleva por encima de los 98 millones de euros, más del 70% a causa de la sequía. A falta de cerrar la cosecha de algunas producciones, como el girasol, esto representa un 52% más que los pagos abonados en 2021. La superficie siniestrada crece un 68% y rebasa ya los 1,3 millones de hectáreas. Por fortuna, el seguro de cultivos herbáceos está absolutamente consolidado en España, con un valor de la producción asegurada superior a 3.600 millones de euros en la última cosecha.

El 1 de septiembre también comenzó 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). En el caso del olivar, los módulos de otoño (módulos 1 y 2) permiten contratar dos cosechas consecutivas y protegen las explotaciones olivareras frente a daños por sequía, pedrisco, lluvia, helada, viento o incendio, entre otros riesgos.

Además, estas líneas de seguro cuyo periodo de suscripción son las primeras en incorporar la subida de 10 puntos porcentuales en la subvención base de la prima del seguro aprobada por la Entidad Estatal de Seguros Agrarios (Enesa). La medida, recogida en el Real Decreto-ley 11/2022, se aplicará a aquellas líneas que inicien su contratación entre el 1 de septiembre de 2022 y el 31 de agosto de 2023, por lo que abarcará el periodo de un año completo.

Por otra parte, Agroseguro ha abonado 1,17 millones de euros a viticultores asegurados que, a lo largo de la última campaña, han sufrido daños superiores al 85% en sus viñedos.

Asimismo, se ha abonado 6,2 millones de euros a los horticultores asegurados de tomate de Extremadura para compensar los daños de la última cosecha, que se estiman, por el momento, en 9,5 millones de euros en total. El resto de los pagos se realizarán una vez se cierren las tasaciones definitivas de los siniestros más recientes. Los daños han sido provocados principalmente por las altas temperaturas y los golpes de calor sufridos, que han provocado siniestros en dos ciclos diferentes de la producción de tomate: el que finaliza su desarrollo durante el verano y el que lo

comienza, ya que las temperaturas extremas han afectado a la floración de la planta. La superficie afectada total en Extremadura supera las 10.000 hectáreas (casi el 50% de la superficie asegurada), y se concentra en ambas vegas del Guadiana.

Por su parte, ya se ha realizado el pago de indemnizaciones por los siniestros registrados en las producciones de frutos secos, principalmente almendro. En total, la estimación de daños en la última cosecha se eleva por encima de los 45 millones de euros, un 137% más que en 2021 y casi ocho veces más que en 2020. En total, la superficie siniestrada ha alcanzado las 55.000 hectáreas, lo que supone que el 73% de la superficie asegurada han sufrido siniestro a lo largo de la última campaña.

AXA XL refuerza su equipo de liderazgo en Iberia

AXA XL Insurance ha anunciado promociones en Iberia, con nombramientos en su equipo de liderazgo local, desde el 1 de octubre: Iván Blanco será Underwriting Manager, Property, Construction & Energy-Iberia; Patrick Lee-Warner, Underwriting Manager, Financial Lines-Iberia; Mariano Fisac, Head of Claims-Iberia; y Clara Martínez, Middle Office Operations Lead-Iberia.

Además, Francisco Triviño, hasta ahora Underwriting Manager, Property, pasa a ser Executive Advisor de Enrique López Torrents, Country Manager-Iberia, antes de su jubilación en enero de 2023.

"Al comenzar un nuevo capítulo en nuestras operaciones en Iberia, hemos simplificado la organización de nuestro equipo de liderazgo para acercar aún más la toma de decisiones a nuestros clientes y corredores", ha comentado López Torrents.

Blanco cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector, comenzó su carrera en Vitalicio Seguros como Construction Underwriter y se incorporó a AXA XL en 2007, desempeñando su última posición como Energy & Construction Underwriting Manager.

Lee-Warner comenzó su carrera hace más de 20 años y desde entonces ha ocupado diversos puestos de suscripción en Liberty, ACE Europe y, desde 2014, en AXA XL.

Fisac lleva en AXA XL como Casualty Claims Leader desde 2017. Antes de incorporarse a AXA, estuvo 11 años en diferentes posiciones de responsabilidad de Claims en Zurich Seguros.

Martínez comenzó su carrera como Portfolio Manager en el Banco de Santander antes de incorporarse a AXA en 2011. Ocupó varios puestos dentro del Grupo y fue Head of Distribution Efficiency & Digital antes de incorporarse a AXA XL.

El seguro indemnizó 300 siniestros medioambientales entre 2010 y 2021

El seguro atendió 300 percances medioambientales entre 2010 y 2021, según el estudio 'El seguro ambiental en España', elaborado por Estamos Seguros, y que describe la labor del PERM.

La ley exige a los operadores económicos prevenir y, si se producen, indemnizar los daños de naturaleza medioambiental generados por su actividad. El informe resume la tarea del seguro para reparar esos daños. De acuerdo con las estadísticas del Poool Español de Riesgos Medioambientales (PERM), los siniestros medioambientales en España están protagonizados por acontecimientos muy cotidianos como vertidos de sustancias, la contaminación de suelos y acuíferos, la emisión de humos o gases tóxicos… El coste medio por reparar estos incidentes ronda los 30.000 euros.

Aunque la mitad de los percances de naturaleza medioambiental genera daños relativamente menores –en concreto, de menos de 1.000 euros–, no hay que subestimar este riesgo. Los siniestros más caros, aquellos que se sitúan en el percentil 99 de la muestra recogida por Estamos Seguros, rebasan los 370.000 euros de indemnización. En los años analizados se llegó a registrar, incluso, un incendio en una nave que conllevó el pago de más de dos millones de euros por parte del seguro, a causa de daños al medio ambiente.

En los últimos tres ejercicios, el PERM ha atendido, de media, unos 50 percances por año. La mayor parte de ellos fueron causados por comunidades de propietarios, embarcaciones, transporte, empresas dedicadas al tratamiento o almacenamiento de residuos o las estaciones de servicio.

Los territorios que acumulan más sucesos son los más poblados: la Comunidad de Madrid, Cataluña y Andalucía. Juntas, estas tres regiones albergan la mitad de los siniestros medioambientales ocurridos en España en 2019, 2020 y 2021.

Berkley España actualiza su plataforma online de gestión de cartera para los corredores

Berkley España ha actualizado BE-Net, la plataforma online de gestión de cartera que pone a disposición de sus corredores, incluyendo una nueva funcionalidad, 'Mi Correduría', que les permitirá: visualizar y modificar los datos de la correduría (nombres, direcciones, cuentas bancarias, documentación, etc.) y de los usuarios registrados en BE-Net.

Además, con la función 'Mi Correduría', los usuarios podrán descargarse la documentación DEC con la información de las primas que se han emitido durante el año seleccionado, y obtener informes mensuales del negocio que mantiene la correduría con Berkley España.

El sector asegurador tiene un papel estratégico en el nuevo entorno de mayor longevidad

Mapfre y la Asociación de Ginebra han organizado en Madrid una conferencia mundial sobre los efectos del incremento de la esperanza de vida. El envejecimiento acelerado de las pirámides de población es, sin duda, un gran reto al que nos enfrentamos socialmente en las próximas décadas, pero también supone una gran oportunidad en términos económicos y sociales.

Así lo ha explicado el vicepresidente de Mapfre, Ignacio Baeza, durante la inauguración de la conferencia: *'Reimagining Longevity: from risk to opportunity'*. Jad Ariss, director gerente de The Geneva Association, agregó en la apertura que "la longevidad no trata solo de vivir más, sino de prosperar, física, mental y financieramente. Aquí es donde la industria de seguros puede hacer una contribución significativa".

El sector asegurador, como experto en gestionar el futuro, está llamado a desarrollar un papel estratégico en este nuevo entorno de longevidad extendida, tanto administrando los recursos económicos que van a ser cada vez más necesarios para afrontar esa mayor esperanza de vida, como a través de la prestación de servicios relacionados con la protección aseguradora de esas personas que van a querer y poder seguir llevando una vida activa durante muchos más años después de su jubilación.

Como ha explicado Baeza, está previsto que "en 2050 el número de personas mayores de 65 será más del doble del número de niños por debajo de 12 años, con lo que ello supone para el número de personas en edad de trabajar por cada jubilado, es decir, para los sistemas públicos de pensiones".

Pero si se gestiona de manera planificada, el aumento de la longevidad también puede ser una poderosa fuente de crecimiento económico. Para ello, debe redefinirse para dar paso a una transformación social y económica poderosa y positiva. Las sociedades y los modelos productivos van a tener que adaptarse a esta revolución plateada. "La Silver Economy vendrá de la mano de jóvenes de 70, 80 o más años, que quieren y pueden seguir aportando, consumiendo y disfrutando de una vida activa. Y, además, necesitamos que sigan haciéndolo y contribuyendo al crecimiento económico".

En otro orden de cosas, Savia, la plataforma de salud digital de Mapfre, ha sido seleccionada como agente digitalizador. De esta manera, acompañará y asesorará a las empresas en su proceso de digitalización, y ayudará a las compañías interesadas a gestionar la petición para la subvención del Kit Digital, iniciativa del Gobierno de España para mejorar la digitalización en el entorno empresarial.

CAI incorpora ocho nuevos socios

En este ejercicio, ocho nuevos socios se han incorporado al Club de Aseguradores Internacionales (CAI): Anam Ibérica, AMG, Asitu, Atmira, Gabiper, Grupo TAT, Grupo VET+a y Risk Point.

El club ha celebrado el 50º aniversario del campeonato de golf CAI a finales de septiembre, en el que se realizaron varios reconocimientos a gente vinculada con el mismo y con el sector. Una de ellas, fue Pilar Gonzalez de Frutos, presidenta de Unespa, por su destacada contribución al sector asegurador. También se hizo un reconocimiento póstumo a Antonio Porras, presidente de Honor del CAI, fallecido en junio de este año.

Por otro lado, se han retomado las actividades presenciales, con visitas especiales para las familias de las empresas que forman parte del club, como la visita teatralizada al Palacio de Linares o la visita al Palacio de la bolsa.

Como se anunció, también se ha iniciado la actividad de un think tank sectorial del que el club irá informando.

AXA centra su estrategia comercial en la adaptación a la coyuntura y a cada cliente

El equipo comercial de AXA en España se ha reunido con el objetivo de reforzar la evolución del negocio en la recta final del año. La aseguradora presentó un plan de acción comercial centrado en la adaptación al cliente y a la coyuntura apostando por negocios clave como Vida, Salud, previsión social colectiva o empresas, sin abandonar los ramos fundamentales de Auto y Hogar.

La consejera delegada de AXA, Olga Sánchez, alentó al equipo de ventas a "seguir trabajando para que los clientes y los mediadores se queden con nosotros, con el objetivo de batir al mercado". Durante la jornada de trabajo, los equipos comerciales conocieron las novedades para afrontar la recta final del ejercicio basadas, principalmente, en la adaptación a la coyuntura económica y a los clientes.

"Queremos que los mediadores tengan todas las herramientas posibles para proteger a los clientes, reforzar nuestra relación y renovar la confianza en un momento marcado por la incertidumbre", afirmaba Mar Romero, directora de Distribución y Ventas de AXA España. En este sentido, avanzó que se van a ir dando pasos importantes en la adaptación de precios, servicios y coberturas en función de la vinculación de los clientes y de la propia coyuntura económica para "adaptar la oferta a lo que realmente el cliente quiere y necesita", insistía la directora de Distribución.

Carlos Fernández, nuevo subdirector general adjunto de Santalucía

El Consejo de Administración de Santalucía ha nombrado a Carlos Fernández nuevo subdirector general adjunto de la compañía. Tendrá la misión de colaborar estrechamente con el consejero director general de la entidad, Andrés Romero, a quien proporcionará el apoyo, asistencia y asesoramiento técnico y estratégico necesario para reforzar la gestión estratégica del Grupo.

Fernández cuenta con una dilatada experiencia en el sector asegurador. La mayor parte de su carrera profesional la ha desarrollado en la consultora Accenture, donde asumió diferentes roles de responsabilidad nacionales e internacionales y en los últimos años ayudó a Santalucía en su actual proceso de transformación.

Asimismo, la aseguradora ha nombrado a Charo García nueva directora corporativa de Personas del Grupo. Además de la coordinación de las direcciones de Recursos Humanos del Grupo, bajo su responsabilidad también estarán los equipos de Campus (Universidad Corporativa), Diversidad & Talento, Experiencia de Empleado y Compensación & Beneficios.

Es licenciada en Derecho por la Universidad de Alcalá, miembro de la Junta Directiva de la Asociación Española de Directivos de Recursos Humanos (AEDRH) y cuenta con veinticinco años de experiencia en el ámbito de la dirección de Recursos Humanos, los últimos 17 en Ballesol, compañía del Grupo Santalucía dedicada a la atención a personas mayores y dependientes.

Por otro lado, Santalucía anima a sus clientes a optimizar al máximo todos los servicios y coberturas de los seguros. Los clientes no sacan todo el partido a las pólizas, que incluyen muchos más servicios que las coberturas por las que se contratan.

En otro orden de cosas, la aseguradora continúa poniendo a disposición de sus clientes pymes, un servicio de asesoramiento gratuito sobre las ayudas para la digitalización derivadas del programa de fondos Next Generation EU.

Por último, señalar que la aseguradora ha registrado este verano un incremento del 900% de notificaciones por daños producidos por la ola de incendios forestales que ha tenido lugar en España con respecto al año pasado. Hasta la fecha, los siniestros provocados por el fuego y el humo, han producido daños directos en viviendas, muebles y electrodomésticos, instalaciones de luz y agua, jardines y paramentos.

Santalucía recuerda a los afectados que son las compañías de seguros las que gestionan directamente estos siniestros, ya que no están cubiertos por el Consorcio de Compensación de Seguros. Y también que las indemnizaciones pueden ser compatibles con otras ayudas que pueda ofrecer el Estado en territorios que hayan sido declarados zona catastrófica y según lo estipulado en cada comunidad autónoma.

Los seguros de ahorro se mantienen estables en el segundo trimestre

Las aseguradoras gestionaban, a cierre del pasado junio, 192.001 millones de sus clientes a través de todo tipo de seguros de Vida. O, lo que es lo mismo, un 1,41% menos que un año atrás. A esta cantidad hay que sumar otros 54.828 millones del patrimonio de los planes de pensiones, cuya gestión está encomendada a aseguradoras, que aumentó un 7,20% en términos interanuales. En total, el sector asegurador velaba por 246.829 millones de euros de sus clientes al acabar el segundo trimestre del año, una cantidad muy parecida a la registrada un año antes.

El negocio de ahorro canalizado a través de productos de seguro ha disminuido un 1,56% en términos interanuales, hasta los 184.731 millones. Los seguros unit-linked son los únicos que crecen, en comparación con el año anterior. Aumentan el patrimonio bajo gestión un 9,02%, hasta los 19.912 millones de euros. Las demás líneas de producto anotan descensos en el volumen de ahorro gestionado de distinta intensidad.

Los cambios más modestos corresponden a las rentas vitalicias (-1,79%) y los capitales diferidos (-2,64%). Después aparecen las caídas en los planes individuales de ahorro sistemático (-4,14%), los planes de previsión asegurados (-5,84%) y los seguros individuales de ahorro a largo plazo -Sialp- (-5,90%). El descenso más pronunciado corresponde a la transformación de patrimonio en renta vitalicia (-7,28%). Los ingresos por primas del negocio de Vida riesgo se situaron en 2.918 millones de euros al finalizar el primer semestre de 2022, un 1,50% más que el año anterior.

Getlife cierra su primer aniversario con más de 300 corredores con cuenta activa

Getlife ha celebrado el primer aniversario de su portal del mediador con más de 300 corredores con cuenta activa, mientras consolida su crecimiento y expansión por Europa. Con presencia en París y Berlín, la insurtech española prepara el aterrizaje en Portugal e Italia.

Desde esta plataforma, Getlife pone a disposición de los mediadores su tecnología que agiliza todos los trámites, además de un proceso gratuito de portabilidad con los seguros de Vida vinculados o asociados a las hipotecas de los bancos y supone una nueva forma de comercializar seguros.

Este año, Getlife ha llegado a varios acuerdos con diferentes instituciones del sector asegurador para poder brindar las máximas posibilidades a corredores y asegurados.

Nace la Asociación Española de Empresas Tecnológicas de la Mediación Aseguradora

La Asociación Española de Empresas Tecnológicas de la Mediación Aseguradora (Aetma) se ha puesto en marcha como una iniciativa empresarial de cooperación para la representatividad, basada en los valores del diálogo, el consenso, el progreso y la modernización de la mediación profesional de seguros. Quieren estar al lado de la mediación, involucrándose en su competitividad y en la voz que debe tener en el sector. "Nace para cooperar, no para enfrentarse a nadie", afirman desde la asociación.

La Junta Directiva de la asociación está formada por: Higinio Iglesias (Ebroker/E2K), como presidente; David Millet (MPM), como vicepresidente; Ángel Blesa (Codeoscopic), como secretario; Joan Benet (Gecose), como tesorero; y Antonio García (Software Quinto Sistema), como vocal. Estos son los 5 socios fundadores, pero están abiertos a que se puedan incorporar nuevos socios que sean tecnológicas dedicadas a cubrir la necesidades de los mediadores y que lleven más de 2 años en el mercado.

Gestión integral de la operación de negocio, estrategia CRM, automatización e implementación BPM, analítica de datos, movilidad, operaciones B2C, conectividad sectorial estandarizada... son algunos de los ámbitos funcionales en los que la industria TIC deberá permanecer al lado de la mediación aseguradora para alcanzar grandes objetivos asociados al reto de una inevitable y necesaria transformación, en búsqueda de una competitividad y eficiencia imprescindible para mantener su relevante posición sectorial.

Por eso, consideran que "no cabe la menor duda de que el consenso entre los distintos actores sectoriales, así como la visión del interés global de la aplicación de la tecnología al progreso de la distribución profesional de seguros, requiere de una actitud y visión abierta en torno a la cooperación, y muestra de ello es que una relevante representación de las empresas tecnológicas que operan en el mercado español ha decidido poner en marcha el presente proyecto de carácter asociativo, a través del cual manifiestan su firme compromiso para ejercer como institución representativa de una industria TIC, totalmente alineada e identificada con los intereses de los mediadores profesionales, así como de los intereses generales del sector asegurador".

Es una asociación sin ánimo de lucro, pero no se descarta que, si se necesita, todos los socios puedan llegar a trabajar juntos para conseguir una tecnología común.

En la presentación de la nueva asociación se recordó que España tiene la mejor tecnología para mediadores del mundo.

La prima media de Vida riesgo de las aseguradoras es un 91% más barata que la de los bancos

De media, los bancos ofertan los seguros de Vida riesgo un 91% más caros que las aseguradoras. Esta es una de las conclusiones del 'Estudio comparativo de primas del seguro de Vida riesgo 2022', de Inese y Global Actuarial, con diferentes rankings y comparativas de las primas anuales para ciertos capitales y perfiles de edad.

Según los datos del estudio, la prima media de los seguros de Vida temporal anual renovable con las coberturas de fallecimiento e invalidez permanente absoluta (IPA), para capitales de 30.000, y perfiles de 35, 40, 45 y 50 años, se ha situado en 2022 en una media de 115,91 euros, aunque en el caso de los bancos se eleva hasta los 191,18 y en el de las aseguradoras cae hasta los 100,07. Para esos mismos perfiles y coberturas, con capitales de 120.000 euros, la media sectorial crece hasta los 419,47 euros, con diferencias también ostensibles entre bancos (691,32) y aseguradoras (362,36).

El estudio ofrece las 3 mejores opciones de acuerdo con el promedio de las edades y de los capitales: Asisa, CA Life y Liberty Seguros; y en los bancos: Santander, Bankinter y BBVA.

Este informe se ha elaborado con las ofertas de 23 entidades (4 compañías de bancaseguros y 19 aseguradoras) obtenidas por supuestos clientes (*mystery shoppers*), una técnica que aporta información de mercado (precios ofertados a partir de simulaciones).

AIG reestructura Líneas Financieras con varios nombramientos

AIG ha apostado por el talento interno en varias promociones en el departamento de Líneas Financieras, adaptando así su estructura a las necesidades actuales para dar el mejor servicio a sus clientes.

Ha nombrado a Olivier Marcén como responsable de Cyber y Responsabilidad Civil Profesional para riesgos tecnológicos para España y Portugal; a Teresa de Andrés, que además de ser responsable de los productos de Responsabilidad Civil Profesional y de Administradores y Directivos de entidades financieras, así como del producto de Integral Bancaria, pasa a ser responsable del producto de Responsabilidad Civil Profesional de entidades comerciales; a Juan Madrid, que será el nuevo responsable de los productos de MLC, que, entre otros, engloba la cartera de D&O para entidades comerciales; a Gemma Hellín, que gestionará la suscripción del negocio del Sector Público; y a Mireia Galindo, que será la especialista en suscripción de los productos para Instituciones Financieras y liderará el negocio de K&R (Gestión de crisis).

Ruta Reale celebra su 18ª edición

Durante los días 9, 10 y 11 de septiembre se ha vuelto a celebrar en Granada la Ruta Reale, con una extensa variedad de vehículos de todas las décadas del siglo pasado.

Esta ha sido la 18ª edición, en la que la participación ha alcanzado los 100 vehículos y la afluencia de visitantes ha sido cuantiosa.

Los seguros de Asisa Vida, los más competitivos del mercado

Los seguros de Asisa Vida siguen siendo "los más competitivos del mercado español de Vida riesgo", según el 'Estudio comparativo de primas del seguro de vida riesgo 2022', elaborado por Inese y Global Actuarial.

El informe ha comparado los productos de 19 aseguradoras y 4 de bancaseguros en diferentes escenarios y utilizando las técnicas de investigación del '*mystery shopping*'.

Tras analizar los resultados, el estudio concluye que Asisa Vida ofrece las mejores primas medias para las diferentes edades y los capitales estudiados con las coberturas por fallecimiento e invalidez absoluta y permanente. En concreto, el estudio define cuatro perfiles en función de la edad de la persona que contrata la póliza (35, 40, 45 y 50 años) y unos capitales (capital mínimo de 30.000 euros y 120.000 euros). El ahorro de Asisa Vida respecto al precio medio de sus competidores supera los 130 euros anuales. Además, el estudio refleja que las primas de Asisa Vida Tranquilidad son especialmente ventajosas para los clientes de 50 años. Desde 2019, es una de las compañías con los seguros de Vida riesgo más competitivos en España.

Durante el primer semestre de 2022, Asisa Vida siguió incrementando sus primas más de un 26% respecto al mismo periodo del año anterior, según los datos de Icea, frente a un crecimiento medio del seguro de Vida riesgo del 1,5%. Este crecimiento sitúa a Asisa Vida entre las diez compañías que más han incrementado sus primas de Vida en la primera mitad de año. Ya supera los 85.000 asegurados (un 11% más que hace un año).

En otro orden de cosas, el Chat Médico de Asisa, la app para dispositivos móviles que permite a los asegurados contactar con un equipo de profesionales médicos de las principales especialidades en cualquier momento, ha incorporado una nueva funcionalidad para que los facultativos puedan emitir recetas electrónicas a través de la propia aplicación. Los asegurados podrán visualizar o descargar la receta e ir a la farmacia directamente a comprar el medicamento prescrito sin necesidad de imprimirla.

AXA Partners se alía con Trip.com para lanzar dos nuevos seguros de Viaje

Trip.com y **AXA Partners** lanzaron dos nuevas soluciones de seguros de Viaje para apoyar a los viajeros españoles durante este verano. Ambas ofrecen una gama de beneficios con cobertura de gastos médicos, de cancelación y de equipaje, y estaban disponibles al reservar un vuelo en Trip.com.

La solución de seguro 'Basic' solo para cancelación es especialmente popular en Europa Continental ya que ofrece, entre otras, cobertura a los viajeros que necesitan cancelar su viaje en caso de haber contraído el Covid-19. Mientras que la póliza de seguro de gastos médicos 'Travel Plus' cubre los costes médicos a los viajeros ante eventualidades que requieran asistencia médica, incluida la asistencia por coronavirus.

Desde la aseguradora se resalta que este verano ha aumentado el número de viajeros que, por primera vez, ha adquirido un seguro de Viaje. AXA Partners, en el mes de agosto, había registrado un aumento del 20% en su facturación, en comparación con el mismo periodo de 2019.

En otro orden de cosas, según datos recogidos por la aseguradora, este verano se ha producido un incremento del 11% de asistencias por carretera durante los meses de verano respecto a la cifra de 2021, alcanzando el mayor volumen registrado en los últimos 5 años. Cabe destacar que, asimismo, ha descendido el número de asistencias por accidentes un 7% respecto a 2021 y un 21% respecto a 2019.

Cesce se une a la Cámara de Madrid para impulsar la internacionalización de las empresas

Cesce ha firmado un acuerdo con la **Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid** para promover el impulso de la internacionalización de las empresas madrileñas. La institución y la aseguradora confirman su apoyo y asistencia técnica mutuos para la ejecución de actuaciones que potencien la salida a los mercados exteriores de las compañías de la región.

Dada su amplia experiencia y trayectoria en el asesoramiento a la actividad exportadora, las dos entidades se alían para ofrecer nuevas garantías y respaldo en las operaciones internacionales de las empresas madrileñas. Además, el convenio contempla la futura celebración de jornadas conjuntas que contribuyan a potenciar la digitalización e internacionalización de las empresas.

Codeoscopic imparte un curso para que los corredores aprendan a automatizar sus procesos

El 3 de octubre ha comenzado el Curso de Especialista en Codeoscopic Workspace, una formación enfocada a impulsar la eficiencia en la gestión operativa de una correduría de seguros a través de la tecnología. El curso muestra una metodología de trabajo para la estandarización de tareas y procesos críticos en el día a día de los mediadores.

"No se trata de un curso orientado a explicar cómo usar las funcionalidades de un programa: buscamos ir más allá y mostrar al corredor de qué forma puede aplicar la tecnología de Codeoscopic para ordenar, automatizar y ejecutar sus operativas diarias: los procesos complejos y también las tareas repetitivas", ha indicado Claudio Aros, responsable del área de Formación de la compañía.

Esta formación está enfocada principalmente a directores y gerentes de corredurías, así como a su personal comercial, administrativo y de gestión de siniestros. Pero además puede ser muy útil para directores y cargos intermedios de canal de cualquier aseguradora, así como para sus comerciales territoriales.

Las clases se prolongarán, con dos sesiones semanales, a lo largo de 12 semanas.

Por otra parte, la tecnológica, junto con Instituto e-Learning del Seguro, ha lanzado un nuevo curso online, 'CRM para la distribución de seguros', dentro del Canal de Tecnología by Codeoscopic.

Álvaro Maura se incorpora al equipo de Líneas Financieras de QBE

QBE ha anunciado la incorporación de Álvaro Maura como suscriptor sénior para su departamento de Líneas Financieras, puesto que asumió el pasado 1 de septiembre.

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, Maura ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional en AON, donde ha desempeñado diferentes cargos durante los ocho años que ha estado en la compañía. Tras más de dos años en esta correduría en Londres, trabajando como broker de Líneas Financieras, regresó a España como director de cuentas de Instituciones Financieras & Real Estate, puesto que ocupaba hasta la actualidad.

El IES recibe autorización permanente para impartir el curso del Nivel 1

El Instituto e-Learning del Seguro (IES) ha recibido la autorización por parte de la DGSFP para impartir el curso del Nivel 1. Se da la circunstancia de que esta autorización recibida es la primera "permanente" que otorga la Dirección General de Seguros a un curso del Nivel 1, ya que todas las otorgadas anteriormente eran solo para cada edición formativa, explican desde IES. Con esta autorización, la DGSFP cambia el modelo de autorización de los cursos del Nivel 1 que, a partir de ahora, se autorizarán ya de manera permanente.

El IES llevaba ya tiempo impartiendo la formación inicial y continua de los Niveles 2 y 3 a la que suma ahora también la formación inicial para los distribuidores de seguros del Nivel 1, un curso necesario para quienes quieran ejercer como corredores de seguros o quiénes tengan que ocupar el cargo de responsable de distribución en correduría, aseguradoras u operadores de bancaseguros.

El curso del Nivel 1 del IES contempla la posibilidad de aplicar convalidaciones del temario a alumnos que ya posean los anteriores títulos de Grupo B, Grupo C, Nivel 2 o Nivel 3, así como a quiénes acrediten haber cursado contenidos coincidentes en grados o licenciaturas universitarias.

Asimismo, también contempla posibles diseños del programa "a la medida" para casos especiales al aplicar reducciones del programa con relación al criterio los ramos y riesgos cubiertos que se distribuyen o las funciones y responsabilidades concretas que se van a realizar al amparo de lo permitido al efecto en la resolución de formación.

Las reservas matemáticas en Vida suman 192.001 millones

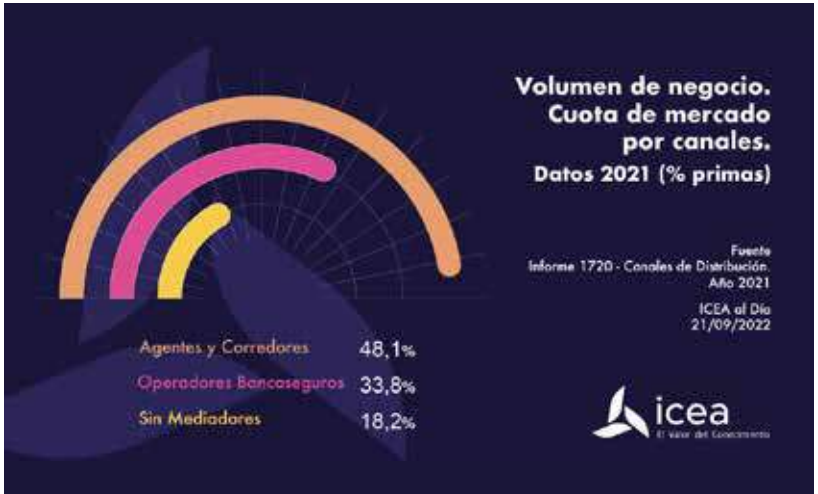
Icea informa que, a 30 de junio de 2022, la reserva matemática de los seguros de Ahorro ha decrecido en 3.943 millones respecto al año anterior.

Esa caída se debió en su totalidad a los seguros con garantías de interés, que decrecieron 4.099 millones, mientras que los seguros vinculados a activos aumentaron 156.

Los mediadores intermedian el 48% del negocio asegurador

Durante el año 2021, los agentes y corredores han intermediado el 48% del negocio y los operadores de bancaseguros el 34%, según datos de Icea. En la distribución de las nuevas ventas, juegan un papel importante los operadores de bancaseguros, con el 52% del total de primas, seguido de agentes y corredores con un 37% de las primas totales del nuevo negocio.

En Vida, el 62% del negocio esta intermediado por los operadores de bancaseguros, si bien en los últimos años adquiere mayor relevancia los agentes y corredores. En el total No Vida y respecto al año 2010 se aprecia un crecimiento en la cuota de mercado de agentes y corredores, aunque se viene observando un descenso de este canal desde el año 2000.



Solunion estrena posicionamiento comercial

Solunion ha lanzado su nuevo posicionamiento comercial, proporcionando al mercado una oferta integral de productos y soluciones para acompañar a sus clientes a lo largo de todo el ciclo de vida de su negocio.

"Nuestro nuevo posicionamiento comercial refleja nuestra vocación de servicio hacia nuestros clientes y es el resultado de una labor de escucha, de seguimiento y cercanía tanto con ellos como con nuestros colaboradores de la mediación, aliados fundamentales en nuestra estrategia de crecimiento por su profundo conocimiento de las necesidades del mercado", indica Felipe Buhigas, director Corporativo Comercial y de Marketing de Solunion.

Por otro lado, la agencia de calificación internacional A.M. Best ha confirmado de nuevo el rating de fortaleza financiera "A" (Excelente) de la aseguradora y su calificación crediticia de emisor a largo plazo de "a" (Excelente), ambos con perspectiva estable.

Esta calificación refleja la fortaleza del balance de Solunion, que A.M. Best califica de "muy sólido". Asimismo, se destaca el "adecuado desempeño operativo y la correcta gestión del riesgo empresarial" de la compañía.

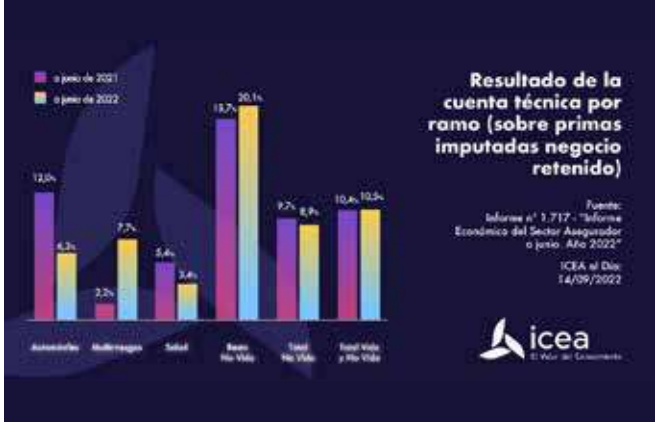
El 60% de los siniestros de Autos de Grupo Catalana Occidente se peritaron a domicilio

Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros y Seguros Bilbao pusieron a disposición de sus clientes de Automóviles el servicio de peritación a domicilio a finales del año 2019. Actualmente, los asegurados que hacen uso de este servicio para peritar su vehículo tras sufrir un siniestro, ya alcanzan el 60% del total. En concreto, el grupo asegurador realiza, de media, 6.500 peritaciones a domicilio al mes.

El servicio permite que el perito asesore directamente al cliente en la reparación de los daños, estando disponible para los clientes que tienen contratado el seguro de coche a todo riesgo, con o sin franquicia, y seguros de coche con cobertura a terceros en caso de que exista un compromiso de pago por parte de la compañía contraria cuando se produzca un daño y siempre que no se precise de asistencia de grúa.

Su funcionamiento es muy sencillo: tras declarar los daños del coche, el cliente debe indicar a su compañía dónde quiere que acuda el perito, que se desplazará hasta el lugar acordado para realizar la valoración de los mismos. Una vez analizada la situación, este profesional ofrece al asegurado la posibilidad de gestionar la cita con el taller más adecuado.

Un 87% de las peritaciones gestionadas a través de esta opción se realizan en el hogar del asegurado y un 1,5% en el lugar de trabajo del cliente, mientras que en un 11% de los casos se elige el taller como localización para que acuda el perito. En cuanto a la agilidad en la prestación del servicio, en un 76% de los casos el primer contacto se lleva a cabo en menos de dos horas desde la solicitud y un 65% de las peritaciones tienen lugar en las primeras 24 horas.



El resultado de la cuenta técnica del sector alcanzó el 10,5% en el primer semestre

El resultado de la cuenta técnica del seguro, si lo expresamos en base a las primas imputadas retenidas, fue del 10,5%, una décima superior al índice obtenido un año antes, según datos de Icea.

La tasa de siniestralidad del negocio directo, incluyendo el reaseguro aceptado, fue del 79,3% de las primas imputadas, seis puntos y seis décimas por debajo de la que hubo a junio de 2021.

Por su parte, el resultado de la cuenta técnica del ramo de Vida, para los negocios directo y aceptado, obtuvo un índice del 0,96% sobre las provisiones de Vida, dos décimas superior al existente un año atrás.

Francisco Ruiz y Luis Lázaro, nuevos directores de Caución y Construcción de Asefa

Asefa Seguros reorganiza dos de sus departamentos técnicos con el nombramiento de Francisco Ruiz, como director de Caución, y Luis Lázaro, como director de Construcción.

Ruiz, licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Almería, lleva 9 años en Asefa Seguros, como director del departamento de Responsabilidad Civil desde 2018, responsabilidad que compaginará ahora con la dirección del departamento de Caución.

Lázaro, es arquitecto técnico por la Universidad de Sevilla y grado de ingeniero de la edificación por la Universidad Camilo José Cela. Cuenta con una carrera de más de 15 años en Asefa Seguros en la que desarrolló funciones de suscriptor y, en la última década, como responsable comercial en Andalucía.

Avanza Previsión abre en Madrid su nueva sede central

Avanza Previsión ha inaugurado en Madrid su nueva sede central. Situada en el número 11 de la calle Villanueva, se trata de un espacio que ha sido diseñado para mejorar la experiencia de los empleados de Avanza Previsión y de sus diferentes interlocutores.

"La apertura de esta sede forma parte de la estrategia de posicionamiento y crecimiento de la compañía, y nos va a permitir tener un lugar de encuentro con nuestros principales grupos de interés en el que podrán disfrutar de un servicio de atención personal de manera cercana y con la máxima calidad y profesionalidad de nuestros equipos. Cumplir con las necesidades de nuestros profesionales ha sido también uno de los objetivos de este espacio, diseñado para que puedan desarrollar su actividad de una forma mucho más creativa y colaborativa", ha señalado Raúl Casado, director general de Avanza Previsión.

Mutua de Propietarios lanza su primera campaña por televisión

Mutua de Propietarios ha lanzado su primer anuncio en televisión, que se emitirá hasta mediados de octubre a nivel nacional para transmitir a la sociedad el valor de la compañía como especialistas en la protección integral para propietarios, inquilinos, comunidades de vecinos y sus inmuebles.

La aseguradora presenta una propuesta de valor centrada en la protección inmobiliaria, el mantenimiento del inmueble, la revalorización de la propiedad y la promoción de una vivienda sin barreras.

Aegon presenta su lado más humano en su última campaña

La nueva campaña de Aegon tiene como mensaje principal "personas que cuidan de personas" y muestra desde una nueva perspectiva la calidad del servicio que ofrece la aseguradora.

"Cuando ves que el mensaje de tu comunicación es una promesa que se cumple, lo mejor que puedes hacer es mostrar esa verdad a los consumidores. Por eso, decidimos entrevistar a trabajadores de Aegon y eso nos permitió trabajar con la misma sinceridad con la que ellas afrontan su trabajo todos los días", señala Jorge Tabanera, director creativo de la campaña.

Campus Asegurador crea un curso sobre finanzas para no financieros

La escuela de seguros Campus Asegurador ha sacado un curso online sobre finanzas para no financieros para acercar los principales aspectos de las finanzas a los que no son expertos en la materia.

En esta formación de 50 horas de duración y certificable como formación continua anual para distribuidores de seguros se abordan los principales conceptos contables, los ciclos contables de una empresa, la evaluación de la posición de una empresa y los resultados de sus operaciones a partir de la información obtenidas gracias a análisis económicos, patrimoniales y financieros, prestando mayor atención a las cuestiones relacionadas con los costes empresariales.

El coste de la revalorización de las pensiones podría superar el próximo año los 13.000 millones

La espiral inflacionista en la que estamos inmersos añade más incertidumbre a las cuentas de la Seguridad Social. Según los últimos análisis elaborados por el Observatorio de Pensiones de **WTW**, el coste de la revalorización de las pensiones para 2023 puede superar los 13.000 millones de euros con un IPC medio en el entorno del 8,5%, mientras que el efecto de la inflación sobre la recaudación por cotizaciones será probablemente inferior, ya que aumentos salariales del 8,5% no parecen realistas en este momento.

Como apunta Rafael Villanueva, manager del área de Retirement en WTW España, "El último valor del Índice de Revalorización de las Pensiones, derogado mediante la Ley 21/2021, calculado por nosotros tras la liquidación presupuestaria provisional de 2021, se situaba en el 0,47% para 2022, una revalorización muy alejada del 2,5% aplicado, lo que hace depender el equilibrio financiero de nuevas transferencias del Estado, y trasladando el déficit a la Administración central".

Con los datos actuales y los supuestos realizados por el Observatorio de Pensiones de WTW, el coste de la revalorización para 2023 se estima en 10.832 millones de euros. Esta estimación se refiere a la nómina de pensiones gestionadas por el Instituto Nacional de la Seguridad Social, con complemento a mínimos, complemento para la reducción de la brecha de género y otros complementos.

Utilizando una metodología similar, el coste de la revalorización de Clases Pasivas ascendería a 1.307 millones de euros y el de las pensiones no contributivas a 196 millones de euros. El coste total de la revalorización, sumando también estas pensiones, se elevaría a 12.334 millones de euros.

Para el Observatorio ha resultado interesante analizar también el coste medido en términos de Valor Actual Actuarial (VAA), porque la revalorización de 2023 no solo implica un aumento de coste para ese año, sino que se consolida y hay que seguir pagándolo a los pensionistas que sobrevivan. Bajo este criterio actuarial, los cálculos apuntan a un coste total debido a la revalorización de 2023 (suponiendo un 7,2%) de más de 165.000 millones de euros.

Quedan fuera de este cálculo otro tipo de prestaciones gestionadas por la Seguridad Social, como el Ingreso Mínimo Vital, la Incapacidad Temporal o las prestaciones familiares; así como las prestaciones del SEPE.

El déficit contributivo de la Seguridad Social ha continuado corrigiéndose en el segundo trimestre de 2022 hasta situarse en el 2,03% del PIB, frente al 2,13% del trimestre anterior y al 2,54% del segundo trimestre de 2021. Esta ligera mejoría se ha debido al buen comportamiento de las cotizaciones sociales que, de continuar a este ritmo, podrían registrar a finales de 2022 una tasa de crecimiento superior al 5% previsto para las pensiones contributivas.

En el conjunto del año se espera aumentar las transferencias del Estado en respuesta a la primera recomendación del Pacto de Toledo y que este déficit se sitúe sólo en el 0,5% del PIB para, posiblemente, desaparecer en 2023 si se sigue incrementando el volumen de transferencias al mismo ritmo.

Marsh crea un servicio de gestión de incidentes cibernéticos

Marsh ha creado un servicio de gestión de incidentes de ciberseguridad (CIM en sus siglas en inglés) para ayudar a sus clientes con sede en el Reino Unido y Europa continental a prepararse, responder y recuperarse de incidentes de ciberseguridad, así como a aumentar su resiliencia cibernética.

El servicio CIM de Marsh, ya en marcha en Estados Unidos, desde 2021, reúne los elementos clave que se requieren para capear con éxito los incidentes de ciberseguridad, centrándose en la preparación previa al incidente y el asesoramiento sobre las mejores prácticas a implementar durante un incidente, y una integración perfecta de la experiencia en reclamos de seguros cibernéticos de Marsh.

Además de los recursos dedicados internamente, Marsh ha creado una red de destacados proveedores especialistas independientes, que incluyen expertos forenses de Tecnologías de la Información, asesoría legal, especialistas en extorsión cibernética, recuperación de datos y comunicaciones de crisis, que tienen experiencia probada en la gestión de incidentes de ciberseguridad críticos y están disponibles para ayudar a los clientes en función de sus requisitos concretos, en caso de que ocurra un incidente.

Por otro lado, Marsh ha anunciado el lanzamiento de la primera facility de seguro y reaseguro que ofrece capacidad específica para proyectos nuevos y existentes de hidrógeno verde y azul.

Se estima que la inversión en iniciativas de hidrógeno verde y azul superará los 150.000 millones de dólares en el mundo, en 2025, a medida que los operadores tradicionales de energía, los gobiernos y las industrias más dependientes de combustibles fósiles vayan cumpliendo sus obligaciones de reducción de emisiones de carbono. Sin embargo, a los operadores les ha resultado especialmente difícil obtener una adecuada respuesta del mercado asegurador para estas tecnologías nuevas y emergentes.

El producto de Marsh está respaldado por un panel de aseguradoras mundiales con calificación A y ofrece una capacidad de hasta 300 millones de dólares por riesgo y está estructurado de forma flexible para que los clientes -desde pequeños operadores hasta organizaciones multinacionales- puedan elegir cobertura para la fase de construcción o de puesta en marcha exclusivamente, o una póliza que también incluya el primer año de operación. Además de ofrecer opciones de cobertura para los daños durante las fases de construcción y explotación, la facility incluye seguro de transporte marítimo, de pérdida de beneficios, de responsabilidad civil general y de pérdidas por retraso en la puesta en marcha.

En otro orden de cosas, la correduría ha anunciado cambios estructurales en su equipo de cara a la nueva etapa de la compañía

tras la entrada en vigor del nombramiento de Pablo Trueba como CEO de Marsh España, el pasado 1 de julio.
Javier Goizueta asume el liderazgo del segmento Corporate. Se incorporó en 2003 a esta área de la compañía en Madrid y hace 10 años asumió el liderazgo del área de PEMA (Private Equity and Mergers and Acquisitions).
Por otra parte, Beatriz Pavón asumirá el liderazgo del área de PEMA en sustitución de Goizueta. Se incorporó a Marsh en 2021 para liderar el área de Transactional Risks.
Además, Joaquín Monforte prosigue como responsable de Ventas para todo el segmento Corporate a nivel nacional. Se incorporó a Marsh en 2008, para liderar la oficina de Valencia y el desarrollo de nuevo negocio en el área de Levante y a lo largo de estos años ha ido ampliando responsabilidades geográficas en el área de Ventas.
Finalmente, Luis Cereceda amplía sus responsabilidades como director de Marsh en la Zona Norte de España, pasando a supervisar a los equipos de Corporate & Sales y Risk Management en la región norte. Se incorporó a Marsh en 2020 tras más de 20 años de carrera profesional en el sector liderando múltiples proyectos en la zona norte de España.

Las ventas del canal de corredores caen un 7,13% en el segundo trimestre

Prisma (Procesos y Recursos de Inteligencia al Servicio de la Mediación Aseguradora) ha publicado un nuevo IEV (Índice de Evolución de Ventas), en el que se muestra la evolución de la actividad comercial de nueva contratación en el segundo trimestre de 2022 del canal de corredores de seguros. En ese periodo se ha producido una caída generalizada de las ventas del –7,13% con respecto al mismo periodo en 2021.

Si se desglosa, el descenso ha sido de -8,94% en abril, -3,26% en mayo y un -8,89% en junio. La bajada es generalizada para los principales ramos y en todos los meses analizados en este IEV T2 2022, pero es especialmente reseñable la caída de las ventas en los ramos de Autos y Hogar en el mes de junio, con un -12,09% y -12,31% y en el mes de mayo, el ramo de Comercios, con un -26,05%.
Automóviles y Hogar, han disminuido las ventas de forma similar, con un -9,81% y -8,25%. Ambos han tenido un comportamiento equivalente a lo largo de los meses de este segundo trimestre.
Abril fue el mes con menor variación nega-

tiva para los ramos de Autos (-6,17%), Motos (-1,04%) y Hogar (-1,52%), y junio para Comercios (-9,33%).
El ramo con una mayor variación es Comercios, debido a una bajada del -26,05% en mayo. El que ha sufrido la menor variación respecto al mismo periodo del año anterior ha sido el de Motocicletas, decreciendo las ventas tan solo un -4,51%.

Los nuevos corredores se muestran predispuestos a la venta híbrida

Newcorred y Tatum han elaborado un estudio sobre la situación de la venta híbrida en los nuevos corredores de seguros, que superan a profesionales de otros sectores en su nivel de habilidades para la gestión comercial remota.

El estudio, en el que participaron cerca de un centenar de corredurías de seguros con menos de 5 años de actividad, se realizó a lo largo del mes de marzo con el objetivo de medir el nivel de adaptación y predisposición que tienen los nuevos corredores a un modelo de venta híbrido, que combine las gestiones comerciales presenciales y las remotas.

En cuanto a la adaptación a la venta híbrida, lo más destacable es su nivel de habilidades para la gestión comercial remota, sobre todo, para garantizar la seguridad frente a ciberataques, para manejar información a través de canales digitales y, algo en menor medida, para comunicarse con los clientes en remoto. Superando así las puntuaciones medias obtenidas por otros sectores en estas mismas variables.

Respecto al manejo de las herramientas que facilitan la venta en remoto y al uso de una sistemática comercial adaptada a entornos híbridos, aunque los corredores "aprueban", son áreas en las que pueden crecer.

La mejora puede ser mayor en cuanto al diseño de su imagen digital en redes sociales y a las habilidades para generar contenidos comerciales de interés para su público objetivo.

Finalmente, se ha observado que aquellos corredores y corredurías de seguros con menos de 5 años de actividad que tienen mayor predisposición a la venta híbrida manejan mejor las herramientas que permiten la venta en remoto; usan más una sistemática comercial para entornos híbridos y muestran mejores niveles en algunas habilidades de gestión comercial remota.

En otro orden de cosas, su presidente, Jorge Campos, y el director gerente, Álvaro Garzón, han mantenido en la sede de la DGSFP, una reunión con el director general de Seguros, Sergio Álvarez, y con la subdirectora general de Autorizaciones, Conductas de Mercado y Distribución, Eva María Lidón, a quienes han expuesto los servicios de ayuda y apoyo que brinda esta asociación al emprendedor que llega en España a la profesión de corredor.

Igualmente, se analizó el perfil del nuevo corredor de seguros actual, haciendo especial atención en la importancia de que cerca del 80% de los que llegan cada año, cuenta con experiencia previa en mediación, al venir de otras figuras. También se habló de la importancia de la formación permanente y continua de los corredores

de seguros, haciendo hincapié en la que reciben cuando están iniciando su andadura profesional.
Asimismo, Newcorred llevó algunas propuestas al supervisor, entre las que cabe destacar la modificación de los sujetos obligados a presentar la DEC anual, eximiendo de ello a quienes no tengan completa la anualidad de análisis de la DEC, bien por haber obtenido la autorización a lo largo de ese año o bien por haber dejado la actividad por la razón que fuera (cancelación, jubilación, venta, fusión, etc.) durante el año de análisis.
Newcorred también compartió con el director general y con la subdirectora general de Distribución algunos aspectos relacionados con otros asuntos como: la competencia autonómica – asunto del que ya obtuvo Newcorred una respuesta de la DGSFP a unas consultas a primeros de este año-, sobre las dificultades que siguen teniendo actualmente muchos agentes exclusivos que deciden dar el paso para hacerse corredores o sobre la problemática indirecta que ha originado para los corredores el nuevo redactado de la normativa de distribución respecto a la consecuencia de tener que pagar con IVA las comisiones a los colaboradores cuya actividad es limitada y no se enmarca dentro de lo que es "distribución de seguros".

El Colegio de Valencia se reúne con la Unidad de Mediación de la Generalitat

El presidente del Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia, Jorge Benítez, ha mantenido una reunión con Jesús Valero, jefe de la Unidad de Mediación en Seguros Privados de la Generalitat Valenciana, en el que hablaron de la actualidad del sector.

Durante el encuentro se hizo especial hincapié en las necesidades e inquietudes de los profesionales colegiados, para impulsar acciones que ayuden al sector, ya sean de tipo formativo o con acuerdos de tipo normativo.
Para Jorge Benítez estos encuentros "son de un gran interés para ambas partes, porque consolidan una relación de confianza y de apoyo mutuo que es un ejemplo para otras autonomías".
Jesús Valero trasladó su intención de convocar una reunión conjunta con todos los colegios profesionales valencianos y con las asociaciones representativas del sector.
Por otro lado, el Colegio de Valencia sigue con sus jornadas formativas. A finales de septiembre realizó un curso presencial sobre Pérdida de beneficios, impartida por el corredor y profesor del departamento de dirección de empresas de la Universidad de Valencia, Ángel Somalo. La jornada ayudó a "determinar el capital, el periodo de indemnización, qué garantías pueden dar lugar a la indemnización de lucro cesante, y entender cómo se perita y determina el importe a indemnizar. Peritar la pérdida de beneficios puede ser complicado, pero asegurarla y entenderla es fácil", señaló Somalo.
Asimismo, junto con **Allianz**, celebró una jornada en la que se dieron consejos de interés para analizar los riesgos de incendio. Se presentaron los factores más importantes a tener en cuenta para analizar un riesgo desde el punto de vista de la prevención y protección de las instalaciones contra incendios.

Howden Iberia cierra este año con un crecimiento orgánico del 25%

Howden Iberia ha cerrado el año con 60 millones de euros en comisiones y un crecimiento orgánico del 25%, según ha anunciado su consejero delegado, Salvador Marín.

Marín ha destacado que el volumen de negocio de la compañía se ha multiplicado por tres durante los últimos años, gracias a las adquisiciones de Artai, Assiteca y Compensa, "pero también de forma muy considerable -ha resaltado- debido al crecimiento orgánico". A lo que ha añadido que, "a pesar de nuestros satisfactorios resultados, no nos paramos, sino que trabajamos día a día de forma muy dura para seguir creciendo, y, algo de lo que nos sentimos muy orgullosos es de que lo hacemos integrando rápidamente estructuras y equipos gracias a que tenemos el foco puesto en mantener la esencia de nuestra cultura, basada en *People First,* y en buscar nuevos incentivos que motiven a nuestra gente, y esa, sin duda, es la clave del éxito".

Además, ha anunciado que el objetivo de Howden Iberia es cerrar el ejercicio de 2025 con 100 millones de euros en comisiones. El plan estratégico de la correduría, que cuenta ya con 24 oficinas entre España, Portugal y Marruecos, y cerca de 700 empleados, apuesta por la expansión territorial y por las *specialties* -Cyber Secutiry, Global Credit, M&A, Human Capital & Benefits, D&O o RC Profesional, entre muchas otras-.

En otro orden de cosas, Howden Iberia ha fichado a Fran Murcia, exjugador de baloncesto profesional y experto en *wellbeing* corporativo, para el cargo de Global Well-being Director. Junto con el equipo de Howden, desarrollará proyectos a medida para mejorar la salud de los empleados de los clientes. Antes de llegar a Howden, ha desempeñado durante 3 años el puesto de Wellbeing Manager y Responsable de RSC en WTW y, con anterioridad, fue socio fundador de Way to go Bienestar Corporativo. Postgrado en el IE y en la Universidad San Pablo CEU, también es Master en Coaching Directivo y Liderazgo.

Unit Seguros celebra su Convención Anual

La Convención Anual de **Unit Seguros** ha reunido a los directores de la correduría. En ella se insistió en el objetivo actual de expansión territorial de la correduría.

Su presidente, Antonio Huéscar, destacó el buen trabajo realizado durante estos últimos años, que ha llevado a la correduría a tener una fuerte presencia a nivel nacional, apostando siempre por un servicio personalizado y por la última tecnología.

Los distintos tipos de cliente y cómo llegar a ellos centrará el VIII Congreso Fecor

Bajo el lema 'Corredor, sueña en grande, enamora a tu cliente' Fecor celebrará su VIII Congreso los días 27 y 28 de octubre en el Palacio de Congresos de Cádiz. El Congreso se centrará en conocer y analizar los distintos tipos de consumidores de seguros. Se debatirá sobre el cliente como centro de experiencia e información, y la transformación continua a la que se enfrentan y en la que trabajan los corredores de seguros para poder dar respuesta según su tipología.

Será un evento presencial en el que el 25 aniversario de Fecor tendrá una presencia destacada y se conmemorará con diversas acciones como la presentación de un libro que hará un recorrido por toda la historia de la federación, la realización de un especial 'A Debate con corredores' y alguna sorpresa que se desvelará durante el Congreso.

Por segundo año consecutivo, se contará con el proyecto 300 segundos, que en esta ocasión y con motivo del 25 aniversario, pasará a denominarse 300 + 25 segundos y que se podrá escuchar tras el Congreso en el canal de podcast de Fecor en #FECORmelocuenta.

Volverá el ya tradicional Partido Solidario del Seguro, a través de El Corredor Solidario, la línea de RSC de Fecor, cuya recaudación se entregará a una organización benéfica.

Como en años anteriores, los premios del Partido Solidario y el cheque solidario se entregarán durante la cena que se organizará el 27 de octubre, en Bodegas Osborne y que se ha denominado Experiencia 25 Aniversario. "Estamos trabajando en un Congreso muy potente, en el que el cliente será el tema principal. Debatiremos sobre las últimas tendencias del sector, crearemos sinergias entre los asistentes y compartiremos estrategias que nos ayudarán a seguir creciendo profesionalmente", ha comentado Juan Antonio Marín, presidente de Fecor.

En otro orden de cosas, una representación del Pleno y de la Junta Directiva de la federación ha mantenido una reunión de trabajo con el Grupo Popular en el Congreso de los Diputados. Esta iniciativa se enmarca en las acciones que se están llevando a cabo para conmemorar el 25º aniversario.

Durante este encuentro, —en el que han participado representantes de la organización y Eloy Suarez, diputado del Grupo Parlamentario Popular y presidente de la Comisión de Hacienda— Fecor ha insistido en la necesidad de que los distintos canales de distribución operen con las mismas condiciones; ha explicado las características de la pequeña y mediana correduría y los problemas a los que se enfrentan. También ha querido constatar la preocupación de los corredores de seguros por el bienestar de los consumidores quienes, ante la difícil situación económica actual, pueden verse perjudicados, de manera grave, sin un correcto asesoramiento en la contratación de sus seguros.

Las reuniones que Fecor está manteniendo con los grupos políticos, abren nuevas vías de trabajo orientadas a seguir defendiendo los intereses de los corredores de seguros.

Los colegiados alicantinos se forman en sostenibilidad y RSC

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante ha iniciado la gira que le llevará por toda la provincia para presentar la jornada formativa 'Asegurar la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa', con la colaboración de la Generalitat Valenciana.

El objetivo es tratar la importancia de la sostenibilidad, los criterios ASG y la responsabilidad social corporativa, conocerlos y explicar cómo se pueden aplicar en el trabajo de la mediación profesional.
Trinidad Barberá, tesorera del Colegio, ha explicado cuáles son, a día de hoy, los compromisos sociales que mantiene el colegio con el conjunto de la sociedad y de los que son partícipes todos los mediadores que están colegiados.
Barberá ha puesto de manifiesto la importancia que supone desarrollar estos criterios de sostenibilidad en una estrategia de empresa que aporta un beneficio directo para la marca personal o empresarial. Ha destacado que como mediadores profesionales podemos mejorar nuestro sector asegurador ya que creamos empleo de calidad, generamos una buena formación y, sobre todo, trabajamos con unos principios y valores sólidos que nos distinguen de otros distribuidores.
La tesorera del Colegio de Alicante ha querido destacar entre los siete compromisos que ha presentado el Colegio dos: el compromiso firme e ineludible con los jóvenes y su incorporación a la mediación como garantía de futuro de la misma y el desarrollo de actividades, congresos y conferencias para mejorar el acceso de la mujer a puestos directivos en la mediación profesional y la garantía de que por el mismo trabajo, los hombres y las mujeres cobren lo mismo.

NB21 celebra su XVIII Convención Anual

NB21 ha celebrado su XVIII Convención Anual, bajo el lema 'Para ti, para todo' en la que se han juntado representantes de las 52 oficinas que la correduría posee en todo el territorio nacional.

Jose Manuel Piñeiro, consejero delegado de NB21, destacó la resiliencia que ha adquirido la organización tras dos años de pandemia, definiéndola como "la palabra que nos une y nos representa". En su discurso también hizo referencia al desarrollo tecnológico de la correduría: "en nuestro horizonte se ciernen nuevos desafíos, y para acometerlos con garantías debemos seguir avanzando hacia nuevos formatos en los que la tecnología pasará ineludiblemente por ser uno de los principales recursos para optimizar nuestro trabajo, y poder orientar de forma más efectiva nuestra oferta hacia las necesidades del cliente".

WTW refuerza su equipo de Crédito con cuatro nuevos fichajes

WTW Iberia ha realizado nuevos nombramientos en su equipo de Crédito. Mariano Villar se incorpora como responsable nacional de Crédito, con el objetivo de reforzar y potenciar la unidad. Un fichaje que se une a las contrataciones de Nieves Labernia, Mariano Moya e Israel Garea, como directores de Cuentas.

Con más de 20 años de experiencia en seguro de Crédito, Villar ha liderado equipos y el departamento de Crédito y Soluciones Financieras en distintos brokers. Entre los años 2004 y 2005 trabajó en Willis Iberia como Ejecutivo de Cuentas en el departamento de Líneas Financieras. Antes de su incorporación a WTW, ejerció el cargo de director de Soluciones de Crédito en Aon.

Desde su nueva posición, Nieves Labernia, será la responsable del desarrollo de negocio y servicio para grandes cuentas y programas internacionales. Cuenta con más de 13 años de experiencia en el sector asegurador y financiero en colocación de coberturas de riesgo de crédito y productos especiales en brokers con presencia internacional. Es, además, especialista en colocaciones complejas, internacionales y mercados alternativos de seguro de Crédito y financiación. Ha desarrollado su carrera profesional en Marsh y Aon.

Moya velará por el mantenimiento y servicio de los clientes en cartera del departamento de Crédito. Cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector del seguro de Crédito con distintas responsabilidades, tanto en aseguradoras como en broker. Antes de su incorporación a WTW, desempeñó el rol de director de Crédito Madrid/Canarias en Aon. Fue jefe de Canales de distribución en Solunion Seguros de Crédito y ejerció como director de Zona Madrid Sur en Euler Hermes, donde además fue responsable del departamento de Postventa.

Israel Garea liderará la gestión de grandes clientes, reforzando el posicionamiento de WTW en este segmento. Cuenta con una experiencia de más de 14 años en el sector asegurador, especializándose en el desarrollo de programas para grupos de afinidad desde el año 2008. En 2015 desarrolla y suscribe productos aseguradores a través de la Agencia de Suscripción de Aon y en 2017 se incorpora al equipo de crédito como ejecutivo de grandes cuentas del broker.

Asimismo, WTW ha incorporado a Andrés Gómez como nuevo Head de Operaciones de la filial española, procedente de EY- Parthenon, donde desempeñaba la función de socio del área de Estrategia y Ejecución de Transacciones, donde lideraba la práctica de Venta y Separación de negocios. Cuenta con más de 24 años de experiencia en consultoría multifuncional y multisectorial, centrada en la gestión de proyectos de transformación y en la ejecución de procesos operativos en el ámbito de las transacciones.

Desde su nueva posición en WTW, Gómez liderará los equipos de Proyectos y Mejora Operacional (P&OI), Soporte al Negocio y Control Operacional. Será, también, el responsable de la implementación del programa de transformación del segmento de CRB y de las funciones corporativas, y contribuirá al desarrollo de la estrategia de simplificación y crecimiento velando por la correcta prestación de servicios a los clientes.

El Colegio de Barcelona trata con el Govern las dificultades de aseguramiento

El Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona ha tratado con el Govern las dificultades de aseguramiento de las empresas de diversos sectores. Se trata de un problema que se inició en las empresas de tratamiento de residuos, pero se ha extendido a otros sectores muy relevantes de la economía catalana y española como el de la alimentación.

Tras mantener en la sede colegial diversas reuniones con miembros del gobierno de Cataluña a lo largo de los últimos meses, a primeros de septiembre, Francesc Santasusana, presidente del Colegio, acompañado por Carlos Galcerán, vicepresidente, y Sandra Serra, gerente, se reunieron con la consejera de la presidencia Laura Vilagrà. El propósito de este encuentro fue el de trasladarle la necesidad de buscar una solución a esta falta de aseguramiento.

"Los mediadores nos encontramos cada vez con más dificultades para ofrecer a nuestros clientes corporativos un seguro que han tenido contratado, en algunos casos, durante años", explicó Santasusana a la consejera. El incremento de la siniestralidad ha hecho que muchas compañías declinen asegurar a empresas de determinados sectores y "esta tendencia se está agudizando", destacó el presidente del Colegio.

Tras atender a las explicaciones de los representantes del Colegio, Laura Vilagrà se comprometió a analizar con los diferentes departamentos implicados, la manera de afrontar esta situación.

En otro orden de cosas, el Colegio de Barcelona ya ha abierto la inscripción a la Semana Mundial. Los interesados deben entrar en la web www.semanamundial.com y rellenar el formulario de inscripción para poder acceder el próximo 25 de octubre al Teatro Nacional de Cataluña (TNC).

Cobertis gestionará su negocio con el ERP segElevia de MPM

Cobertis y MPM Software han cerrado un acuerdo para la implantación del software segElevia para la gestión integral del negocio asegurador de la correduría.

De esta forma, Cobertis pretende alcanzar sus principales objetivos de transformación digital y trabajar con un sistema de gestión homogéneo, centralizado y basado en tecnologías que faciliten el desempeño de tareas de gestión y la optimización del flujo de trabajo mediante la automatización de los principales procesos de gestión y de intercambio de información con aseguradoras.

Adecose incorpora cuatro nuevas corredurías

La Junta Directiva de **Adecose** ha celebrado su reunión mensual, donde han aprobado la incorporación de cuatro nuevas corredurías: **ABR Correduría de Seguros**, **Cohebu Correduría de Seguros**, **Iati Seguros** y **Segresegur**, con las que la asociación suma diez nuevas corredurías desde comienzos de año.

Asimismo, durante esta reunión realizada tras el parón del verano, la Junta Directiva abordó otros temas de interés para la asociación. Destaca la programación de eventos que se realizarán hasta final de año, como el Foro de Otoño de Gestión de Corredurías, para el 20 de octubre, así como los avances y novedades en el Barómetro Adecose 2022. También se informó a la Junta Directiva de los avances en la renovación de las cartas de condiciones con las principales aseguradoras; así como las novedades en la actividad internacional en materia de legislación y normativa europea. Por último, se informó a la Junta Directiva del avance de las iniciativas que ha desarrollado Fundación Adecose en los últimos meses, entre los que destacan las iniciativas de formación como el Programa de Desarrollo Directivo, así como los cursos online de Transformación y Marketing Digital.
En el XXV Foro de Gestión de Corredurías se celebrarán tres mesas de debates en las que se hablará de: la distribución internacional de seguros, con la intervención de Óscar Bustos, presidente del Pool de Corredores; y de Fernando Blanco, socio director de Blanco & Asociados Abogados; las novedades en las sentencias sobre pérdidas de beneficios como consecuencia de la pandemia, en la que participarán Mirenchu del Valle, secretaria general de Unespa, y Manuel Mascaraque, director del área de Seguros Generales de Unespa; y de la política de renovaciones, en la que aportarán su opinión los líderes de las aseguradoras y reaseguradoras (Ignacio Eyries, CEO de Grupo Caser; Fernando Salazar, presidente ejecutivo de Cesce; Esteban Manzano, CEO de Markel España y Portugal; y Pedro Herrera, CEO de Nacional de Reaseguros).
Tras las ponencias tendrá lugar el acto académico de la V edición del Programa de Desarrollo Directivo Fundación Adecose-UEM, donde se presentará el proyecto ganador y se hará entrega de los diplomas a los alumnos de esta edición.

El Colegio de Albacete se suma al Centro de Alta Formación Aseguradora

El Colegio de Mediadores de Seguros de Albacete ha entrado a formar parte del Centro de Alta Formación Aseguradora (AFA).

El colegio manchego se convierte junto a Murcia, Málaga y Alicante en sede presencial de formación AFA y ofrecerá a todos sus colegiados el curso de formación aseguradora Nivel 1.
"En AFA se forman mediadores de seguros, no vendedores de seguros", ha señalado Florentino Pastor, presidente del Colegio de Alicante, quien ha recordado que, "mientras otros centros de formación, tras los cambios legislativos en el sector apostaron por una formación más light, AFA ha potenciado su profesorado, sus temarios y ha aumentado su nivel de exigencia académica".

Desde el comienzo del presente año, Apromes ha unido a su asociación a 27 nuevos asociados. "Estas nuevas incorporaciones, significan un desarrollo corporativo apreciable y, se espera que durante lo que queda de año se produzcan otras nuevas", han manifestado desde el organismo.

Apromes ha incorporado a 27 nuevos socios este año

Los siete últimos corredores y corredurías incorporados son: María Ángeles Rodríguez Díaz (Canarias), Proa Mediación Seguros XXI (Islas Baleares), Persegur (Canarias), JMarch Sant Antoni (Islas Baleares), Ernesto Leo Rodrigo (Extremadura), Vensur Mediadores de Seguros (Madrid) y SRC Europe (Madrid).
Por otro lado, la asociación ha firmado un convenio de colaboración con Euroins para ofrecer unas condiciones beneficiosas al colectivo de Apromes, por ejemplo, en la distribución del nuevo producto 'AutoXeguro'.
Por último, señalar que el Clube de Vida em Grupo de Río de Janeiro (CVG RJ) ha celebrado la 46ª edición de su evento anual, 'Destaques do seguro 2022', en el que se entregó a Apromes una placa distinguiéndola como socia de honor.

Elena Jiménez de Andrade muestra su preocupación ante el cierre del ejercicio, debido a la inflación

La presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, Elena Jiménez de Andrade, en la presentación de Madrid Seguro (ver la crónica de la jornada en In situ), mostró su preocupación ante el cierre del ejercicio, por la inflación que existe. Comentó que "se percibe la preocupación en el sector por cómo cerraremos este año y cómo nos enfrentaremos a los retos del año que viene".

En línea general, la venta de seguros está bajando, aunque Vida y ahorro está tomando un poco más de fuerza. Aunque aseguró que "no se está dando una reducción de cartera preocupante, sí que existe menos contratación de nuevas pólizas". Además, aboga por un fuerte incremento de las primas, puesto que está aumentado la siniestralidad. Así se expresó en la rueda de prensa con medios del sector en la que presentó Madrid Seguro.

Aon ofrece seguros para estudiantes internacionales en Europa, a través de Studyportals

Aon y Studyportals, plataforma global de opciones formativas y estudios, han anunciado su iniciativa de ofrecer un seguro para estudiantes internacionales a sus usuarios de todo el mundo, con acceso gratuito a asesoramiento personalizado y orientación por parte de Aon.

El seguro de estudiantes internacionales de Aon está diseñado específicamente para cubrir las necesidades de los estudiantes que estudian y hacen prácticas en el extranjero. Ofrece cobertura mundial a través de una plataforma online, así como un servicio de atención al cliente multilingüe. El programa es aceptado por cientos de universidades y cumple totalmente con la normativa de visados de Schengen para el Programa de Intercambio y Prácticas Erasmus+ en el extranjero.

El programa estará disponible para estudiantes de 29 países del Espacio Económico Europeo, así como de Suiza y Turquía. En 2023, Aon y Studyportals tienen previsto poner el servicio a disposición de los estudiantes que viajen a Estados Unidos y a Reino Unido, y en 2024 a los estudiantes que viajen a Canadá, Australia y Sudáfrica.

El Consejo de Cataluña recuerda la importancia de recibir asesoramiento ante el reciente temporal

El temporal que afectó a varias localidades catalanas a primeros de septiembre ha generado un gran volumen de actividad para los mediadores de seguros profesionales, según informó el Consejo de Colegios de Mediadores de Seguros de Cataluña (CCMAC).

La Bisbal d'Empordà, que sufrió los efectos de la granizada, y causó la muerte de un bebé, es uno de los municipios donde los efectos destructivos del temporal son más evidentes. Otras localidades del Baix Empordà, Pla de l'Estany y otras poblaciones catalanas fueron las más afectadas por un fenómeno sin precedentes en los últimos 20 años, según informa el Servicio Meteorológico de Cataluña. Las bolas de hielo llegaron a los 12 centímetros de diámetro y provocaron daños a edificaciones y a los vehículos. El temporal afectó con lluvias intensas y fuertes vientos en varias comarcas catalanas.

Jordi Triola, presidente de los mediadores catalanes, destaca la importancia de contar "con un mediador profesional a la hora de contratar un seguro". Recuerda que "la participación de un agente o un corredor no encarece el precio del seguro, pero sí que es una garantía de que la póliza cubrirá los riesgos principales. Además del apoyo que ofrecemos a los asegurados en el momento del siniestro".

Emilio de Navasqüés, nuevo director financiero de Grupo Concentra

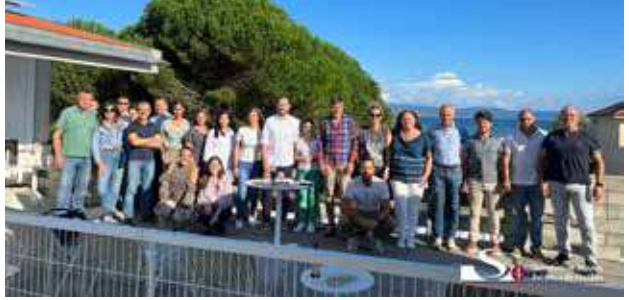
El Grupo Concentra ha reforzado su equipo directivo con la incorporación de Emilio de Navasqüés como director financiero.

De Navasqüés cuenta con una extensa trayectoria profesional y experiencia internacional en el sector de la mediación de seguros y reaseguros. Ha desarrollado su carrera en las áreas de auditoría y consultoría estratégica en Deloitte y KPMG. Desde 2017, era el director financiero de la compañía de seguros de viaje Intermundial. Es licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad San Pablo-CEU, posee un Máster en Auditoría y desarrollo directivo por Icade y un MBA por IESE Business School.

Instituto de Desarrollo Asegurador vende su negocio de seguro inmobiliario a Idealista

Instituto de Desarrollo Asegurador ha vendido su división inmobiliaria a Idealista, en la primera desinversión de la insurtech. Deja en manos de la plataforma de venta y alquiler de inmuebles sus 3 plataformas digitales desarrolladas para la mejora del servicio del seguro inmobiliario.

Idealista y el Instituto de Desarrollo Asegurador cierran así una alianza que aportará al primero una mejora de su negocio y del servicio prestado a sus clientes; a la vez que consolida al segundo como un Lab de innovación del sector asegurador dispuesto a incorporar permanentemente mejoras al sector asegurador español.
Idealista ha cerrado la adquisición de las plataformas inmobiliarias del Instituto de Desarrollo Asegurador, en concreto: protegetualquiler.com, protegetuinmobiliaria.com y lawebdelarrendador.com.



S4 Correduría de Seguros ha celebrado la reunión de directores del segundo semestre de 2022, en donde se analizó los resultados del año en curso y los retos de los próximos meses. Asimismo, se dio a conocer la creación de una nueva marca para el departamento de seguros de particulares.

S4 creará una nueva marca para el departamento de seguros de particulares

El equipo de directores de S4 Correduría de Seguros ha coincidido en que el mayor reto es la situación económica actual y la subida de primas generalizada en todos los ramos. Es por ello, que el cliente debe seguir siendo el centro y ofrecer el mejor asesoramiento posible, el objetivo del trabajo diario.
Entre las estrategias que se van a poner en marcha, destaca la creación de una nueva marca para el departamento de seguros de particulares, dirigido por Cristóbal Pascual. Dicha marca englobará seguros de Auto, Hogar y Comercio.
También cabe reseñar la incorporación de Rocío Fernández al departamento Legal y de *Compliance* para poner en marcha un programa de cumplimiento normativo de forma interna. Velar por la ética empresarial, establecer un protocolo de buenas prácticas con los colaboradores o impartir formación en materia de prevención frente al acoso, son algunas de las muchas acciones que ya se han puesto en marcha.
Finalmente, se ha registrado un crecimiento en el departamento de Previsión Social bajo la dirección de Miriam Campos.

Aemes inicia una gira de encuentros empresariales

Aemes ha iniciado una gira de encuentros empresariales por todo el territorio español con el objetivo de acercar la labor de la patronal a las empresas de mediación y conocer, de modo más cercano, los problemas y obstáculos a los que se enfrentan.

En esas citas se analizan las diferentes iniciativas y trabajos que Aemes viene desarrollando en temas como la negociación colectiva y próximo convenio de trabajo, seguro de convenio, soluciones tecnológicas para la transformación digital (Kit Digital), así como próximos proyectos y soluciones con las que impulsar la gestión de las empresas.
Por otra parte, Aemes y el **Consejo de Colegios Profesionales de Mediadores de Seguros de la Comunidad Valenciana** van a desarrollar el curso Progama de Dirección de Negocio y Riesgo en Empresas de Mediación de Seguros, con una duración de 168 horas equivalente a 7 ETCS, para formar en competencias directivas al mediador y sus equipos.
El programa aporta formación actualizada para dirigir con visión estratégica sus empresas y dar más valor a sus clientes, no solo en la comercialización de productos, sino en un asesoramiento integral de riesgos que a la vez posiciona al mediador como un asesor clave en sus decisiones más sensibles de protección diversa, desarrollando con ello su negocio.
Las sesiones serán impartidas en modalidad presencial/streaming por especialistas de cada una de las áreas que se abordarán, así como ponentes invitados para ilustrar las conferencias y coloquios.

Aunna crea nuevas web corporativa e intranet

Aunna Asociación ha lanzado una nueva web corporativa y una nueva intranet. Se trata de un web ágil e intuitiva que facilita y mejora la experiencia de usuario.

Una de las grandes novedades de la nueva web es la inclusión de una sección, 'Socios', donde se puede ver los corredores que conforman Aunna Asociación mediante un mapa o un listado inferior. El nuevo blog será otro de los protagonistas de la plataforma, con contenidos de interés para el usuario final. Éstos serán replicables para aquellos socios que cuenten con su web enmarcada en el proyecto 'Multisite Web', puesto en marcha por la asociación en 2020.
Por otro lado, la intranet de la asociación, con acceso privado para los miembros, también ha experimentado una renovación. El cambio de imagen en el área privada ha sido total para facilitar el día a día de las correduría que forman parte de Aunna, gracias a una restructuración de contenidos que facilitará la búsqueda de información por parte de los usuarios. La intranet alberga toda la información de interés que los miembros necesitan y deben conocer sobre los diferentes servicios: negocio, formación, tecnología, marketing, área legal…

Summa presenta su proceso de consolidación constructivo

Summa ha presentado a un grupo de corredurías madrileñas su plan de consolidación, que pasa por tener un proyecto constructivo donde los mediadores puedan desarrollarse profesionalmente, con capacidades para competir y así crecer de forma sostenida.

"En este sector hay mucho talento especializado en el negocio de mediación. En Summa somos positivos, creemos que estas personas, con el apoyo y herramientas adecuadas, pueden afrontar el cambio tan grande que se está produciendo, adaptarse y seguir aportando valor añadido al cliente. No creemos en proyectos donde el foco no este centrado en las personas", afirma José Antonio Vargas, CEO de Summa.

Por otro lado, Summa ha reforzado su división de M&A en España con la incorporación de **Acrisure**, para realizar 100 compras en los próximos años.

Acrisure, nació al igual que Summa en 2006 y, también desde cero, fue comprando corredurías de seguros, primero en Estados Unidos y luego en el resto del mundo, hasta posicionarse hoy en día como la 6ª correduría a nivel mundial con casi 1.000 compras realizadas.

Por su parte, Summa, con 24 compras de corredurías de seguros y más de 50 integraciones, cuenta con la experiencia de 16 años dedicados a la valoración de negocios de corredurías, además de tener un potente centro de servicios que le permite escalar en un proyecto a largo plazo.

"Estamos convencidos que, con el *expertise* de las dos empresas en compras de corredurías de seguros, junto con los recursos financieros y tecnológicos de Acrisure, vamos a ser capaces de llegar a ser el distribuidor de seguros más grande de toda España", explica Vargas.

Los asociados de ACS-CV ahondan en los seguros de Industria

La **Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV)** ha celebrado la primera parte de un curso sobre cuestiones relacionadas con el aseguramiento industrial, impartido por el perito de seguros Josep Sarrión.

Con este curso, tanto los corredores asociados como los integrantes de sus plantillas pudieron completar de una manera exhaustiva sus conocimientos en torno a todo lo que tenga relación con los seguros para la industria, resolviendo todas las dudas que se generan a la hora de tramitar un siniestro.

El Camino Cojebro Solidario humaniza el sector

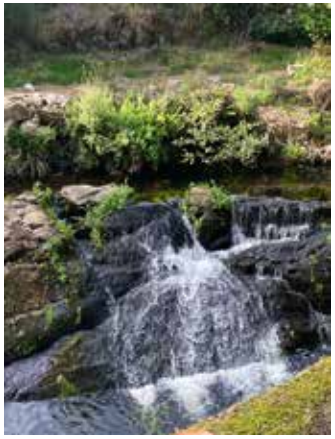
En un mundo cada vez más digital, Cojebro lleva 5 años apostando por una forma de reunión más humana: el Camino de Santiago, donde se deja a un lado el cargo profesional que tiene cada uno, para humanizar más la relación. Incluso permitiéndose ser vulnerables ante los estragos que el caminar va dejando y agradeciendo la ayuda o el apoyo de las personas que se tiene alrededor, sean de donde sean.

La V Edición del Camino de Santiago Cojebro Solidario, celebrada entre el 3 y el 7 de octubre, ha sido especialmente emotiva porque ha cumplido 5 años. Para conmemorar este hecho, ha otorgado una insignia de plata a las personas que han asistido durante 5 años a esta cita (Carmen Peña, la directora de PymeSeguros, ha tenido el honor de recibirla), y una estatuilla, edición limitada, en acero corten de la Cruz de Santiago para las entidades que han estado presentes en el Camino Solidario durante todo este tiempo.

A esto hay que añadir que, por segundo año consecutivo, 2022 es Año Jacobeo y "si cabe, todo se vive con mayor intensidad", afirma Antonio Muñoz-Olaya, presidente de Cojebro. Además, se ha conseguido reunir a 174 personas (de compañías, instituciones, medios de comunicación y una embajadora de excepción, la popular actriz Toni Acosta), que se han ido repartiendo en las diferentes etapas, llegando 115 personas juntas a la plaza del Obradoiro.

Como es tradicional, cada año se elige una ruta diferente del Camino y este año ha sido 'La Traslatio', que incluye 23 millas náuticas de navegación por la ría de Arousa y el río Ulla, conmemorando la llegada a Galicia, por mar, del cuerpo del Apóstol Santiago el Mayor, después de su martirio en Jerusalén. La ruta

comenzó en Santiaguiño de Antas, pasando por Pontevedra, Armenteira, Pontecesures y el Pazo de Faramello, hasta culminar el recorrido en la plaza del Obradoiro y la Misa del Peregrino de Cojebro en la Catedral de Santiago, donde se hizo la invocación al Apóstol Santiago y se disfrutó del vuelo del botafumeiro; una inolvidable vivencia que traslada a los peregrinos a enclaves históricos, mágicos, místicos a través de increíbles paisajes gallegos.



DE 35 A 174, EN CINCO AÑOS

Camino Cojebro Solidario comenzó en 2018, con 35 peregrinos que, emocionados, llegaron a la Plaza del Obradoiro, después de concluir los últimos 100 kilómetros del Camino Francés. En ese mismo momento, comenzó la preparación del Camino Inglés en 2019, año en el que el grupo llegó a 65 peregrinos. En 2020, y a pesar de la pandemia, una delegación, que representaba a todo el sector asegurador, emprendió el Camino Portugués hasta Santiago, transmitiendo online la peregrinación, "no podíamos consentir que se rompiera esta tradición del Camino Cojebro Solidario, convertida ya en cita obligada en la agenda de nuestro sector", comenta Antonio Muñoz-Olaya. En 2021 el número de participantes aumentó a 150 y, en esta edición, se ha superado de nuevo la cifra.

"Estamos muy orgullosos de que nuestra iniciativa haya sido secundada por algunas de las más importantes aseguradoras que participan en nuestro Camino Cojebro Solidario (el 90% de las que pertenecen al panel de aseguradoras de la asociación están presentes en él), atraídas por el valor emocional y de convivencia que despierta entre los peregrinos; compaginado con los componentes culturales, gastronómicos y paisajísticos, hacen del Camino de Santiago Cojebro Solidario una experiencia vital única. Nuestro Camino de Santiago Cojebro Solidario ya es un esperado punto de encuentro con compañeros aseguradores", ha comentado Muñoz-Olaya. Quién informa que el año que viene se celebrará del 23 al 29 de septiembre.

Este Camino traspasa el plano físico para llegar a todos los que no pueden acompañar a Cojebro en esta peregrinación y quieran hacerlo desde las redes sociales. A través de 'El Camino Virtual' y con el hashtag #CaminoCojebroSolidario se ha ido compartiendo el contenido de cada etapa.

Al igual que en el resto de las ediciones, Cojebro donará 1 euro por cada kilómetro que recorran los peregrinos. Además, como es costumbre, se ha habilitado la modalidad 'KM 0 Camino Cojebro Solidario' para todos los que quieran, a nivel personal o corporativo, hacer su donación a la ONG elegida. Este año irá a "la Fundación del célebre chef José Andrés, que está siempre donde se necesita un plato de comida caliente, en cualquier parte del planeta, donde se ha producido una catástrofe humanitaria", explica el presidente de Cojebro.

Instituto de Desarrollo Asegurador se vuelca con la Semana Europea de la Movilidad

Como cada año desde hace dos décadas, los países europeos se unen en la Semana Europea de la Movilidad, que esta ocasión se celebró entre el 16 y el 22 de septiembre. En el marco de esta celebración, la **Plataforma de Empresas por la Movilidad Sostenible** participó en actos y eventos para que las compañías fomenten en sus operaciones nuevos modelos de movilidad ecológicos.

El **Instituto de Desarrollo Asegurador** es miembro fundador de la Plataforma de Empresas por la Movilidad Sostenible, que acaba de lanzar la iniciativa Toolbox ZBE para fomentar la colaboración público-privada y facilitar la toma de decisiones por parte de los ayuntamientos para la implantación y mejora de las Zonas de Bajas Emisiones.

El Instituto de Desarrollo Asegurador patrocina los Premios Internacionales de Movilidad 2023, unos galardones que se entregarán el próximo 5 de mayo y que buscan reconocer a aquellas empresas que destacan por sus acciones directas en favor de una movilidad más humana. Los Premios Internacionales de Movilidad se dividen en varias categorías (grandes empresas privadas, pymes, ONG, fundaciones, asociaciones, municipios, servicios o productos, entre otras).

E2K patrocina el II Torneo de Pádel Feria de Albacete

E2K ha patrocinado el II Torneo de Pádel Feria de Albacete que se celebró a primeros de septiembre, organizado por Radio Albacete.

"Con este torneo también participaron en el arranque de la Feria de Albacete que tuvo lugar entre el 7 y el 17 de septiembre y de la que nos sentimos muy orgullosos por haber sido declarada de Interés Turístico Internacional desde 2008 y por haber sido reconocida cuatro veces por votación popular como la mejor fiesta popular de España. En 2019, la ciudad de Albacete durante los días de la feria recibió 2.500.000 de visitantes", ha señalado Paloma Arenas, directora general de E2K.

S4 vuelve a patrocinar el IES Coruxo Fútbol Sala de Vigo

S4 Correduría de Seguros ha renovado, por segundo año, su compromiso como patrocinador oficial del equipo de IES Coruxo Fútbol Sala de Vigo.

"Estamos muy orgullosos de ser patrocinadores del IES Coruxo Fútbol Sala, no sólo por los logros del primer equipo en la Liga Nacional, sino también por la gran labor que hacen en el resto de categorías, como los alevines", explica Alfredo Blanco, director general de S4.

Cohebu, nuevo patrocinador del Cádiz CF

Cohebu es nuevo patrocinador oficial del Cádiz CF para la temporada 2022-23. Este acuerdo posibilita que la marca de Cohebu esté presente en los partidos oficiales y amistosos.

Asimismo, ofrece la oportunidad a todos los seguidores Cadistas, de contar con un asesoramiento profesional en seguros, acceso a las principales aseguradoras y disponer de productos exclusivos.

RibéSalat, patrocinador del torneo de pádel solidario XAP Constant

RibéSalat se ha convertido en uno de los patrocinadores del XAP Constant, un torneo de pádel solidario que se celebró en Sant Cugat del Vallés (Barcelona) a mediados de septiembre.

Organizado por Grupo Constant, el torneo tiene como objetivo recaudar fondos para el Hospital Sant Joan de Déu (Barcelona), entidad beneficiaria de la iniciativa. Gracias al acuerdo de colaboración alcanzado con la organización, RibéSalat ha realizado una donación solidaria como empresa patrocinadora.

Propósito

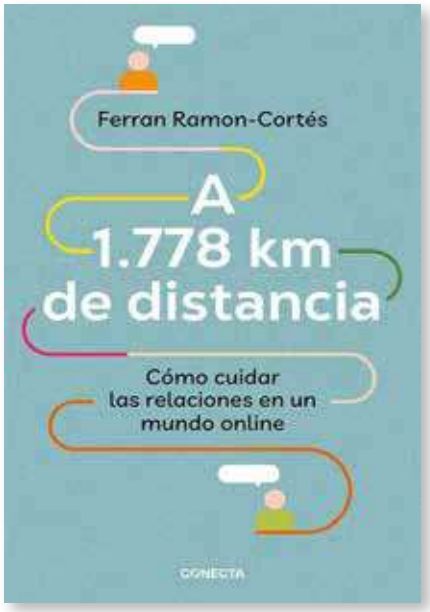
Por qué a las marcas con un propósito les va mejor e importan más

David Hieatt (Autor) / Eva Dallo (Traducción)

Editorial: Ediciones Koan
Precio: 14,16 € libro impreso
8,45 € libro electrónico

Este libro escrito por el experto en marketing David Hieatt es una guía práctica para crear marcas con un verdadero propósito. Las marcas más importantes del mundo nos hacen sentir algo, nos inspiran. Y esto es así porque quieren cambiar el mundo. Más allá de los resultados económicos, son empresas que persiguen un propósito.

En este libro, David Hieatt nos ofrece una guía esencial para crear una empresa con propósito. Sus reflexiones, propuestas y análisis de ejemplos prácticos te ayudarán a: Definir el propósito de tu marca; Testear tus ideas y pasar a la acción; Construir equipos de trabajo comprometidos; Convertir a tus clientes en fans…



A 1.778 km de distancia

Como cuidar las relaciones en un mundo online

Ferrán Ramón-Cortés

Editorial: Conecta
Precio: 17,95 € libro impreso
8,45 € libro electrónico

Ferrán Ramón-Cortés nos ofrece las claves para mejorar la comunicación virtual, fortalecer las relaciones y reconectar a las personas en un mundo online. Ferrán se embarca en un nuevo viaje con la intención de encontrar respuesta a cinco preguntas clave: ¿Funciona la comunicación online? ¿Cómo afecta la comunicación virtual a nuestras relaciones? ¿Trabajar online es una opción? ¿Cómo podemos comunicarnos mejor online? ¿Cómo podemos relacionarnos mejor? Este libro es una reflexión calmada, basada en investigaciones pioneras, en torno a los retos y las oportunidades de la comunicación virtual para las relaciones de hoy.

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

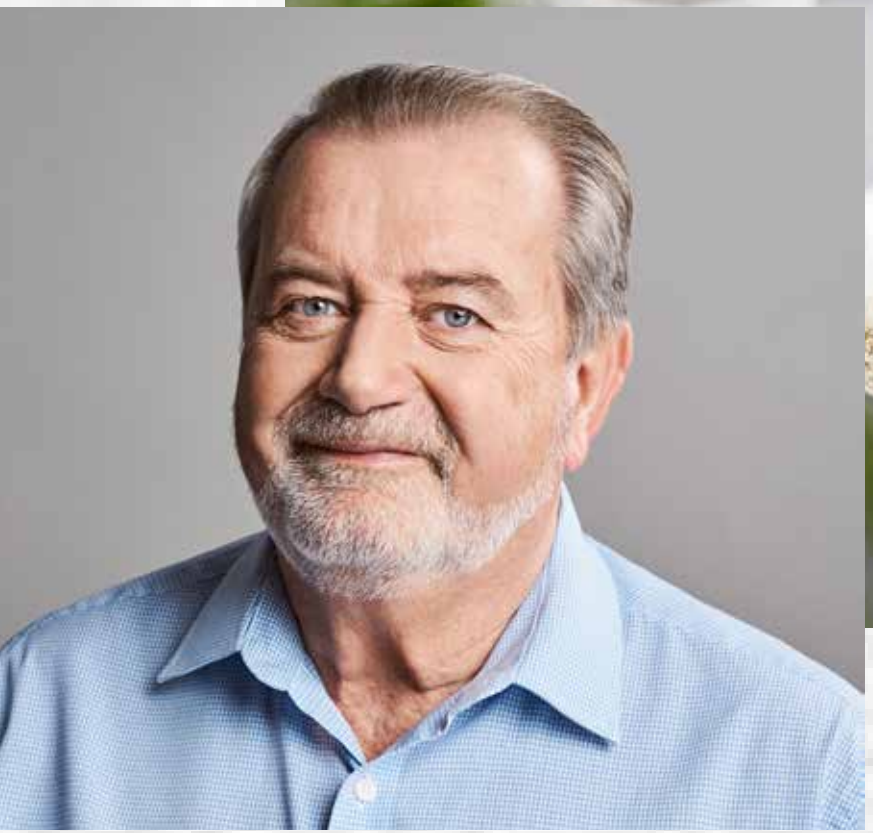
Buscamos la participación

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

SUSCRIPCIÓN GRATUITA

A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA WEB

WWW.PYMESEGUROS.COM



¿Qué es VIVO?

Es el Seguro de Decesos que tú y tu familia necesitáis, porque llegado el momento, es la forma de asegurarte que no tengan que preocuparse por nada. Con VIVO, tu tranquilidad y la de los tuyos es lo que más nos importa.

Infórmate en el 900 20 30 10

Preventiva Seguros | preventiva.com

Preventiva Seguros | VIVO DECESOS

DEJAR UNA RECETA FAMILIAR

Ese es Tu legado

Nadie puede elegir como irse, pero sí qué dejar a su seres queridos

Por tu tranquilidad, por su tranquilidad, contrata tu seguro de Decesos