Premio San Francisco Javier
de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Número 119 Noviembre 2022

www.pymeseguros.com

Mar Romero, directora de Distribución y Ventas de AXA España

Buenas perspectivas para el seguro de **VIDA AHORRO**

Visión de experto
Pablo Gaitán, director general de SCV Correduría de Seguros. "Vínculo estrecho con el cliente"

Punto de encuentro
Formación y gestión de procesos, esenciales para reducir la siniestralidad en los corredores

Más a fondo
La inflación amenaza el negocio de las pymes

In situ
Los corredores se preparan para el negocio internacional

Allianz

Worldwide Olympic and Paralympic Insurance Partner

Prepárate para alcanzar todo lo que la vida te ofrece.

Juliette Lacome
Surfista Profesional

¿Por qué sube la siniestralidad de los corredores de seguros?

La crisis económica, el auge de la cultura de la reclamación, la vertiginosidad con la que se trabaja... Muchos son los factores que están influyendo para que la RC de corredores haya aumentado su frecuencia de siniestralidad. Ante ello, los profesionales del sector abogan por una mayor formación en riesgos y una mejor gestión de los procesos (ver **Punto de encuentro**).

Otro punto de agravación del riesgo para los corredores es su internacionalización. En el XXV Foro de Gestión de Correduría, organizado por Adecose, se aclararon los límites de la autorización de la DGSFP cuando un corredor quiere ampliar su negocio fuera de la UE. Además, se advirtió de que, si no se cumplen los requisitos necesarios, se puede incurrir en sanciones administrativas, con multas de hasta el 3% del volumen de negocio anual o un millón de euros. En cuanto a la actividad de mediación en seguros desde España respecto de bienes y responsabilidades situados en Estados distintos al Espacio Económico Europeo se dijo que no está prohibida, pero carece de una regulación específica, por lo que podría sustentarse en las normas relativas al arrendamiento de servicios y la comisión mercantil (ver **In situ**).

Como pequeña y mediana empresa, las correduría también se enfrentan a la fuerte subida de precios causada, en su mayor parte, por el conflicto en Ucrania, que ha disparado los costes de manera preocupante. Además, tienen que hacer frente a la pérdida de clientes porque la mitad de las pymes españolas creen que sus negocios se verán notablemente afectados por la inflación, y un tercio hasta teme por su continuidad (ver **Más a fondo**).

Otra consecuencia de la inflación es la subida de tipos de interés que, en este caso, beneficia al seguro de Vida porque está permitiendo la vuelta de la oferta de productos de ahorro con interés garantizado (ver **Hablando claro**).

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
Mar Romero, directora de Distribución y Ventas de AXA España. Buenas perspectivas para el seguro de Vida Ahorro

12 Visión de experto
Pablo Gaitán, director general de SCV Correduría de Seguros.
Vínculo estrecho con el cliente

PymeSeguros Revista online para corredores y corredurías
Número 119 { Noviembre 2022 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

CC BY NC ND

03 **Editorial**
¿Por qué sube la siniestralidad de los corredores de seguros?

40 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

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

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

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

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

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

16 **Punto de encuentro**
Formación y gestión de procesos, esenciales para reducir la siniestralidad en los corredores

22 **Más a fondo**
La inflación amenaza el negocio de las pymes

30 **In situ**
Los corredores se preparan para el negocio internacional

38 **Riesgos asegurados**
Cómo impacta en las pólizas de D&O el incumplimiento de las políticas de ESG

Mar Romero, directora de Distribución y Ventas de AXA España

Buenas **PERSPECTIVAS** para el seguro de Vida Ahorro

El ramo de Vida Ahorro tiene buenas perspectivas de futuro, según Mar Romero, directora de Distribución y Ventas de AXA España. Por un lado, la subida de tipos de interés provocada, en parte, por la inflación, ha permitido la vuelta de la oferta de productos de ahorro con interés garantizado. Por otro, existe la posibilidad de incorporar los seguros de ahorro colectivos como parte de las opciones para flexibilizar el salario de los empleados. "Este modelo de retribución flexible es el que está haciendo que las empresas estén tomando un rol activo de fomento del ahorro voluntario entre sus empleados".

¿Cómo está influyendo la inflación en el ahorro?

Este año está muy marcado por la volatilidad en los mercados, como consecuencia de factores económicos y políticos que están generando incertidumbre en ahorradores e inversores. La inflación tiene un efecto doble. Por un lado, hay una repercusión negativa por el incremento del coste de la vida o la subida de las cuotas hipotecarias. Pero, por otro lado, la subida de tipos de interés ha permitido la vuelta de oferta de productos de ahorro con interés garantizado, especialmente dirigido para ahorradores tradicionales.

¿Se puede decir que ahorrar para la jubilación ha dejado de ser una opción, para convertirse en una necesidad?

Las posibles consecuencias que puedan tener las políticas del gasto público a la que nos enfrentaremos en el futuro cercano, tendrán su impacto en la 'Hucha' de las pensiones. Esto, unido al envejecimiento de la población, tal y como señalan los expertos, tensionará el sistema público de pensiones con más pensionistas y pensiones.

Por tanto, ahorrar para la jubilación es una necesidad desde hace muchos años y uno de los aspectos clave es empezar pronto. Aquí es donde más trabajo de concienciación tenemos que hacer entre todos.

¿Cómo ve el futuro de este ramo?

Tiene mucho futuro. Los productos de ahorro son un instrumento que, junto a los planes de pensiones, forman parte del sistema complementario que puede hacer frente a contingencias como la jubilación.

Si usamos como referencia la crisis de 2008 y luego la pandemia, podemos comprobar que el comportamiento de los clientes es refugiarse en el ahorro

En materia de ahorro tenemos que distinguir entre dos tipos de productos: los productos de inversión y los de ahorro. En los de inversión, hemos experimentado un crecimiento sostenido en los últimos 3 ejercicios, con un fuerte avance de aquellos vinculados a activos. Si usamos como referencia la crisis de 2008 y luego la pandemia, podemos comprobar que el comportamiento de los clientes tiende a refugiarse en el ahorro.

Por otro lado, tenemos los productos de ahorro tradicionales que han cambiado de ciclo tras la subida de tipos, ya que las entidades podemos ofrecer nuevamente alternativas de ahorro garantizadas.

Adicionalmente, existe la posibilidad de incorporar los seguros de ahorro colectivos como parte de las opciones para flexibilizar el salario de los empleados. Este modelo de retribución flexible es el que está haciendo que las empresas estén tomando un rol activo de fomento del ahorro voluntario entre sus empleados.

Las insurtech están promoviendo el ahorro ligado al consumo. ¿Realmente es relevante este tipo de aportaciones?

El ahorro para el consumo es una de las posibilidades que ofrecen las insuterch. Otra es aquellas destinadas a construir un plan de ahorro enfocado a cubrir objetivos personales o familiares y que proyectan en un horizonte temporal el capital consolidado de ese ahorro. Gracias a los algoritmos que hay detrás de las

apps destinadas al ahorro y alineado con el marco regulador recogido en la normativa legal vigente, existe la posibilidad de ofrecer a los clientes más jóvenes una proyección del ahorro que puedan tener para alcanzar sus objetivos personales en el medio y largo plazo. Por ejemplo: estudios universitarios o de postgrado, la entrada para comprar viviendas o la misma jubilación usando el principio de "hormiguitas", se trata de concienciar y adquirir hábito.

¿Cómo ve la complementariedad de las pensiones públicas?

En los próximos años, existe un reto en España con respecto a la sostenibilidad del sistema porque al basarse en un sistema de reparto, y dada la realidad demográfica de España, la cuantía de las pensiones será inferior a la actual, si nada cambia. Por lo tanto, cobra aún más importancia nuestra proactividad como ahorradores de cara a realizar esa adecuada planificación financiera. Nuestro futuro como jubilados debería pasar por conducir nuestra capacidad de ahorro hacia las opciones de seguros o planes de pensiones, tanto a nivel individual como colectivo, vía las empresas y asociaciones profesionales, que permita encontrar la famosa complementariedad de ambos sistemas.

¿Qué opina del fortalecimiento del segundo pilar (empresarial) propiciado por el Gobierno?

Se trata, sin duda, de un acercamiento positivo a la previsión social complementaria a autónomos y profesionales que, hasta ahora, veían muy limitada su posibilidad de ahorro ligada a su actividad empresarial y profesional.

A nivel sectorial, tenemos el reto de dar un impulso en la constitución de Planes de Empleo hacia las pymes

Por otro lado, el fomento de las aportaciones voluntarias de los trabajadores al plan de pensiones de empleo de su empresa impulsará las decisiones de ahorro para la jubilación, ya que el trabajador contará con la confianza y simplicidad que le da el plan de su propia empresa.

No obstante, queda aún recorrido en el segundo y, sobre todo, en el tercer pilar. De modo que se retomen los incentivos a las aportaciones y se incrementen los límites actuales y, por otro lado, se pueda mejorar el tratamiento fiscal a término de las cantidades acumuladas en estas tipologías de producto.

Por otro lado, ¿cómo valora el hecho de que se haya rebajado de 2.000 a 1.500 euros los límites anuales de aportación a sistemas de previsión social individuales?

La reducción de los limites no favorece que los ahorradores busquen la complementariedad en planes de pensiones individuales. De hecho, este cambio ha supuesto una disminución importante en el total de las aportaciones realizadas a esos planes. Sólo una parte de ese volumen de aportaciones no realizadas se está canalizando hacia Planes de Empleo, ya que sólo los trabajadores que en su empresa tienen abierto un plan de empleo, pueden trasladar allí sus aportaciones.

A nivel sectorial, tenemos el reto de concienciar para dar un impulso en la constitución de Planes de Empleo hacia las pymes. Una ventaja adicional es que aquellas empresas que tengan implementado un plan de retribución flexible

que incluya un seguro de ahorro colectivo voluntario, están ofreciendo a sus trabajadores una vía de ahorro fiscal que complementa y amplifica el ahorro derivado de las aportaciones a planes de pensiones.

¿Qué tipo de medidas cree que serían necesarias para fomentar el ahorro privado por parte del Gobierno?

Las medidas más demandadas suelen ser aquellas que comprenden el ahorro fiscal. Actualmente, tenemos la recuperación de la deducción de las aportaciones a planes de empleo en el impuesto de sociedades. Se trata de una deducción limitada que, de mejorarse, puede dar un mayor impulso del ahorro, vía planes de pensiones de empleo.

Asimismo, otra medida que puede fomentar el ahorro privado es revisar el tratamiento fiscal que impacta a la prestación, ya que el patrimonio ahorrado viene a ser el resultado del esfuerzo a lo largo de los años y que contribuye a la sostenibilidad del sistema de pensiones.

Desde Unespa se ha informado sobre las ventajas de los seguros de Rentas Vitalicias ¿Qué opina de ellos?

Los seguros de Renta Vitalicia son una alternativa más que el sector puede ofrecer. Al tratarse una prestación en forma de renta, el tratamiento fiscal se puede considerar más armónico hacia los beneficiarios. El contexto actual de subidas de tipos de interés hará que recuperen el atractivo, en cuanto al retorno financiero que ofrecen al ahorrador, más allá de su tratamiento fiscal.

¿Qué incentivos propone para que se desarrolle las aportaciones de las pymes a los planes de ahorro previsión de sus empleados?

Una medida que puede fomentar el ahorro privado es revisar el tratamiento fiscal que impacta a la prestación

Los incentivos fiscales son medidas efectivas y en muchos casos bien resueltos, aunque la temporalidad y los posibles cambios legislativos, a futuro, puedan tener su impacto. De poderse alcanzar un pacto de estabilidad de las mismas a largo plazo, sería un aspecto valorado positivamente.

Considero que los incentivos deberían considerar tres aspectos: fiscalidad que apoye el ahorro individual y empresarial, tanto en las primas y aportaciones como en las prestaciones; accesibilidad a los diferentes vehículos de ahorro vía simplificación normativa y operativa; educación financiera; e incentivar el ahorro a medio plazo (no vinculado a la jubilación) para poder generar mejores políticas de retención del talento y nuevos esquemas de promoción que determinados sectores de actividad están activamente reclamando.

¿A qué retos se enfrenta el ramo de Vida ahorro?

Los retos son diversos. Desde el punto de vista de la sociedad, debemos llevar a cabo una buena planificación de nuestros ingresos, nuestros gastos y el ahorro e inversión de la que necesitaremos disponer en el corto, medio y largo plazo; y dar la importancia que tiene al hecho de construir un ahorro en nuestra vida, tanto para cubrir imprevistos como para cumplir objetivos, además de fomentar el ahorro en los más jóvenes.

Desde el punto de vista sectorial, el principal reto es proporcionar en cada momento soluciones de ahorro e inversión que respondan a estas necesidades que tenga cualquier tipo de cliente, trabajando adecuadamente la diversificación, trasladando transparencia sobre los riesgos de cada inversión y, lógicamente, teniendo siem-

JUNTO AL CORREDOR, EN EL DESARROLLO DE SU NEGOCIO

"En AXA somos una compañía por y para la mediación, por lo tanto, el corredor tiene en nosotros a un *partner* que le acompaña en el desarrollo de su negocio. Y dentro de este planteamiento, queremos, porque estamos convencidos de ello, que el corredor crezca también en Vida Ahorro", afirma Mar Romero, directora de Distribución y Ventas de AXA España.

La aseguradora tiene a disposición del corredor una herramienta especializada en ahorro e inversión llamada 'Atlántida', una oferta de productos de Ahorro "adaptados a las necesidades de los clientes, con condiciones muy competitivas, que maximizan el rendimiento de sus ahorros, y que cubren los diferentes perfiles de riesgo que puedan tener. Como ejemplo, me gustaría poner nuestras carteras de 'Gestión delegada', con la posibilidad de proteger las inversiones a través de nuestro producto 'iprotect'. Contamos con el corredor en todo momento, con el acompañamiento y conocimiento experto de los equipos, que en AXA ponemos a su disposición", explica Romero.

En este momento, el volumen de negocio aportado por los corredores en Vida Ahorro representa un tercio del negocio total y de la nueva producción en Vida. "Este resultado confirma la gran importancia que este ramo tiene en el negocio, tanto para los corredores como para AXA. Nuestro objetivo es seguir creciendo de la mano de los corredores", comenta su directora de Distribución y Ventas en España.

pre actualizada la oferta a disposición de los clientes. Como ejemplo, podríamos citar tener en el potafolio de productos inversiones socialmente responsables (ESG), con criterios éticos y medioambientales alineados con el marco regulador establecido en la Directiva sobre Mercados de Instrumentos Financieros.

¿Qué estrategia está desarrollando AXA en el ramo de Vida Ahorro?

Desde hace años, basamos nuestra oferta en tres tipologías de productos, complementarios entre sí y que tienen un mayor encaje en función de la evolución que vamos viendo en los mercados: ahorro con productos garantizados, productos de inversión con o sin protección y planes de pensiones. Como muestra, podemos citar la gama de producto 'Asigna', que ofrece tanto carteras de gestión delegada, que se adaptan y gestionan de forma proactiva por parte de nuestros equipos de gestión de inversión; como otro tipo de soluciones aseguradoras como 'iProtect' (una modalidad donde el cliente tiene protegido como mínimo el 85% de su inversión, y que puede ir consolidando niveles de protección superior, todos los meses, en caso de revalorización positiva).

¿AXA tiene pensado sacar algún nuevo producto de Vida Ahorro próximamente?

Nuestros equipos de oferta trabajan cada día para lazar nuevas soluciones adecuadas y atractivas para todos los perfiles de clientes. Por ejemplo, recientemente, hemos incorporado fondos de inversión que invierten en tecnología innovadora como el metaverso o en recursos naturales como el hidrógeno. De igual forma, hemos

añadido nuevas emisiones de 'Primactiva': que son notas estructuradas con rentabilidades atractivas para el cliente y tipo de interés garantizado a vencimiento que, en el entorno actual, son capaces de ofrecer retornos anuales superiores al 2%, con gran aceptación por parte de los ahorradores. En ahorro, estamos desarrollando nuevas líneas de producto que nos permitirán seguir proponiendo rentabilidades atractivas y recurrentes.

En AXA llevan años apostando por el canal corredores. ¿Qué respuesta están teniendo?

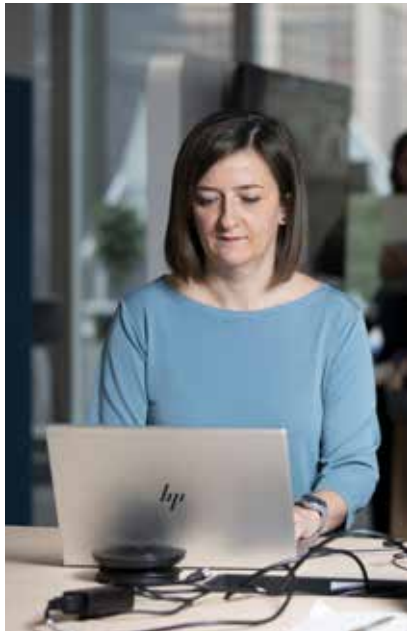
Siempre hemos creído en la importancia de ofrecer los productos de ahorro dentro de nuestra oferta de valor para los corredores. Entendemos que el corredor necesita disponer de las soluciones que mejor se adapten a las necesidades de sus clientes, para que puedan alcanzar sus objetivos de ahorro e inversión, incorporando además las ventajas fiscales que estos productos conllevan.

¿Por qué a los corredores les cuesta apostar por la venta de los seguros de Vida Ahorro?

Esta dinámica ha cambiado en los últimos años. Ahora, se aprecia una evolución hacia ramos más estratégicos, donde el corredor incorpora, en el análisis de riesgos de sus clientes, ramos de alto valor como Vida Ahorro, Vida Riesgo y Salud.

Por lo tanto, existe una gran oportunidad para que el corredor pueda potenciar el negocio con sus clientes particulares y de empresa, reforzando su oferta de valor. Vida Ahorro Individual y Colectivos, forman parte de esta oferta.

AXA tiene fondos de inversión que invierten en tecnología innovadora como el metaverso o en recursos naturales como el hidrógeno



¿Qué hay que hacer para convencer a los corredores de las ventajas que aportan los productos sin garantía de tipo de interés?

Los seguros de Ahorro sin garantía de tipo de interés, o Unit Linked, suponen una excelente oportunidad para aquellos clientes con perfil de riesgo menos conservador y que buscan alcanzar un mayor rendimiento de sus ahorros. Son productos que incrementan el poder adquisitivo del inversor, que están gestionados por entidades especializadas y sujeto a supervisión pública, cumpliendo todos los requerimientos normativos, ofreciendo soluciones flexibles y adaptadas a cada cliente, que además conlleva importantes ventajas financiero-fiscales.

¿Que ventajas e inconvenientes se derivan del hecho de que los corredores sean agentes vinculados en la venta de Unit Linked?

Los pasados cambios normativos han puesto en valor la figura de las agencias vinculadas como medios que permiten la comercialización de productos IBIP y, por lo tanto, de los Unit Linked en pleno cumplimiento con la legalidad vigente. Además, la agencia vinculada tiene autorizado el cobro de comisiones por la venta de estos productos. Esta figura permite la creación de divisiones de negocio enfocadas plenamente hacia el servicio financiero para los clientes, reforzando la especialización, la diferenciación y el valor añadido que, como especialista en ahorro e inversión, se puede ofrecer en cada momento.

Carmen Peña
Fotos: Irene Medina

Pablo Gaitán, director general de SCV Correduría de Seguros, que pertenece a la red E2K

VÍNCULO estrecho con el cliente

La situación económica por la que atravesamos, obliga a los corredores a redoblar esfuerzos para alcanzar sus previsiones. Pero, a pesar de eso, Pablo Gaitán, director general de SCV Correduría de Seguros, apuesta por el ramo Vida Ahorro porque crea un vínculo más estrecho con el cliente. "Cuando tienen los productos de previsión y ahorro contigo, los demás ramos no tardan en contratarlos", afirma.

En los dos últimos años, explica Pablo Gaitán, director general de SCV Correduría de Seguros, "la contratación de seguros de Ahorro ha crecido notablemente, fruto de la incertidumbre del entorno económico debido, especialmente, a la pandemia". Ahora, explica, "observamos que, en 2022, el crecimiento en la contratación es diferente, incluso en su tipología de cliente y productos. Creo que se trata de un cambio provocado por la brecha social y económica que se está produciendo en la población, como consecuencia de la situación convulsa a nivel mundial. Hemos detectado un aumento de la solicitud de rescates en los seguros de Ahorro contratados con anterioridad. Si bien, posteriormente, estos clientes siguen ahorrando y se siguen contratando seguros de Ahorro".

Con motivo de la inflación, "las primas de Ahorro han disminuido en su importe, debido a la menor capacidad del ahorrador. Por otro lado, los tipos de productos que se contratan son algo más agresivos, apareciendo los productos en el que el tomador asume algo más de riesgo, pasando de ser un ahorrador a ser un inversor. La elevada inflación ha supuesto un aumento de los tipos de interés con el objetivo de frenar la demanda y, por lo tanto, el consumo. Entendemos que, al igual que en escenarios pasados, los productos de ahorro garantizado aumentarán su rentabilidad", comenta Gaitán. Esta situación económica obliga a los corredores a redoblar esfuerzos para alcanzar sus previsiones.

APUESTA DECIDIDA POR VIDA

A pesar de la incertidumbre económica, la correduría SCV apuesta decididamente por el ramo de Vida. En la actualidad, el volumen total de negocio de la correduría en Vida Ahorro supone el 15%. Si a esto se añade el volumen de Vida riesgo, se llega al 25%.

Pablo Gaitán recuerda que "mi carrera profesional en el mundo del seguro comenzó en un equipo de ventas de Vida en los años 90. Por eso, desde que comencé, he tenido como prioridad el ramo de Vida, tanto los productos de Ahorro como en Planes de Pensiones, PPA y, sobre todo, seguros de Vida Riesgo. Me di cuenta de que cuando un cliente confía en ti, lo más importante de su vida que es el bienestar de su familia y el suyo propio, hace que fidelices mucho más a ese cliente. Su antigüedad en tu cartera es mucho mayor y, además, crea un vínculo más estrecho con el cliente y su familia y la visión que tiene de ti, como corredor de seguros, es diferente. Cuando los clientes tienen los productos de previsión y ahorro contratados contigo, los demás ramos no tardan en contratarlos".

Ofrecer rentabilidades netas por debajo del 1% no es un reclamo excesivamente interesante para los clientes

Uno de los principales problemas con el que se encuentra, se queja Gaitán, "es la bajada de los tipos de interés en estos productos, pues aun ofreciendo una rentabilidad muy superior a la banca tradicional a través de sus productos de ahorro y depósitos, hace que estemos ofreciendo rentabilidades netas por debajo del 1%. No es un reclamo excesivamente interesante para los clientes. Tampoco la inflación ayuda en estos momentos. Eso, junto a la remuneración que las aseguradoras nos ofrecen en este tipo de productos, piensa que son los principales problemas a los que se enfrenta el corredor actual en la comercialización de Vida Ahorro".

No obstante, cree en el valor añadido que aporta el corredor "en cualquier producto, pero en Vida Ahorro aún más, por la cercanía al cliente y el conocimiento de su perfil. Eso hace que pueda asesorarle y ayudarle a planificar su futuro y el de los suyos, creando junto con él, fórmulas de ahorro que le permitan comple-

Entre todos, aseguradoras y corredores, tenemos que poner en valor el ramo de Vida por todo el beneficio social que aporta una buena gestión del mismo

mentar, en su justa medida, sus ingresos en el momento de su jubilación. Además, y no menos importante, acompañándolo en ese largo camino para rectificar dicha planificación si cambia su estado o situación económica, para llegar en la situación más beneficiosa para él, con una importante rentabilidad financiero fiscal. En el caso de los Unit Linked, productos que están dando unas rentabilidades muy atractivas (el cliente puede obtener rentabilidades de dos dígitos), debemos conocer el riesgo que soporta. Por lo tanto, deberemos tener claro el perfil del cliente para poder ofrecer el producto que se adapte a él y que él mismo sepa, en todo momento, el riesgo que soporta. En el caso de los seguros de Rentas Vitalicias, actualmente tienen una baja rentabilidad, pero su tratamiento fiscal resulta interesante porque, dependiendo de la edad del asegurado, pueden llegar a tributar solo por el 8% de la renta. Quizás, si tenemos un capital insuficiente o bajo, igual no es muy aconsejable o no merece la pena constituirla".

EL ASESORAMIENTO ES VITAL PARA EL AHORRO

Sin embargo, se muestra reacio al ahorro ligado al consumo: "Entiendo que puede ser un sistema que permita implantar una cultura ahorradora en el perfil personal del usuario de las insurtech. Como punto de partida puede ser valido, pero a futuro debe estar asesorado por expertos profesionales".

También muestra sus dudas sobre el hecho de que se ponga en práctica el segundo pilar (empresarial) propiciado por el Gobierno, porque "no es la primera vez que surgen este tipo de iniciativas que luego no se ponen en práctica, precisamente por las dificultades que para las empresas implica hacer un esfuerzo económico más", afirma el director general de SCV.

Para intentar desarrollar las aportaciones de las pymes a los planes de ahorro previsión de sus empleados, Pablo Gaitán propone "incentivos fiscales/económicos. Las empresas apostamos por el bienestar económico de nuestros trabajadores, pero siempre y cuando este sea compatible con la realidad económica de cada empresa".

Asimismo, cree que para los corredores ha sido muy negativa la rebaja de 2.000 a 1.500 euros de los límites anuales de aportación a sistemas de previsión social individuales en 2022. "Si los motivos principales para la contratación de Planes de Pensiones era la mejora 'indirecta' de la rentabilidad por el impacto fiscal de estos en el IRPF, obviamente la reducción del importe del límite de las aportaciones, perjudica sobremanera el sistema. Otra cosa es que, para las arcas del estado la recaudación se haya incrementado. Como corredores, cada vez contratamos menos con este tipo de productos y el

ahorrador deja de creer en el mismo, buscando otras alternativas de ahorro", explica Gaitán.

En los últimos años, el mercado está dando a conocer otro tipo de productos que pueden complementar los ingresos de cara a nuestra jubilación, por ejemplo, la Hipoteca Inversa (ver la revista Pymeseguros 118), que, aunque en nuestro país le queda mucho recorrido, Gaitán entiende que "puede ser una muy buena solución para un determinado perfil de cliente. Entre todos, aseguradoras y corredores, tenemos que poner en valor el ramo de Vida por todo el beneficio social que aporta una buena gestión del mismo".

SUPERANDO TRABAS

Para poder comercializar los productos Unit Linked cobrando comisiones, los corredores se han convertido en agentes vinculados solo para la venta de ellos. El principal inconveniente ha sido "tener que constituir una nueva figura que pueda mediar este tipo de productos para seguir percibiendo las comisiones por la venta de este. No en todos los casos se podría llevar a cabo, sobre todo en personas físicas. Además, como sabemos, el cambio de figura de corredor/correduría a agente vinculado provoca un cambio en la titularidad de la cartera a favor de la entidad".

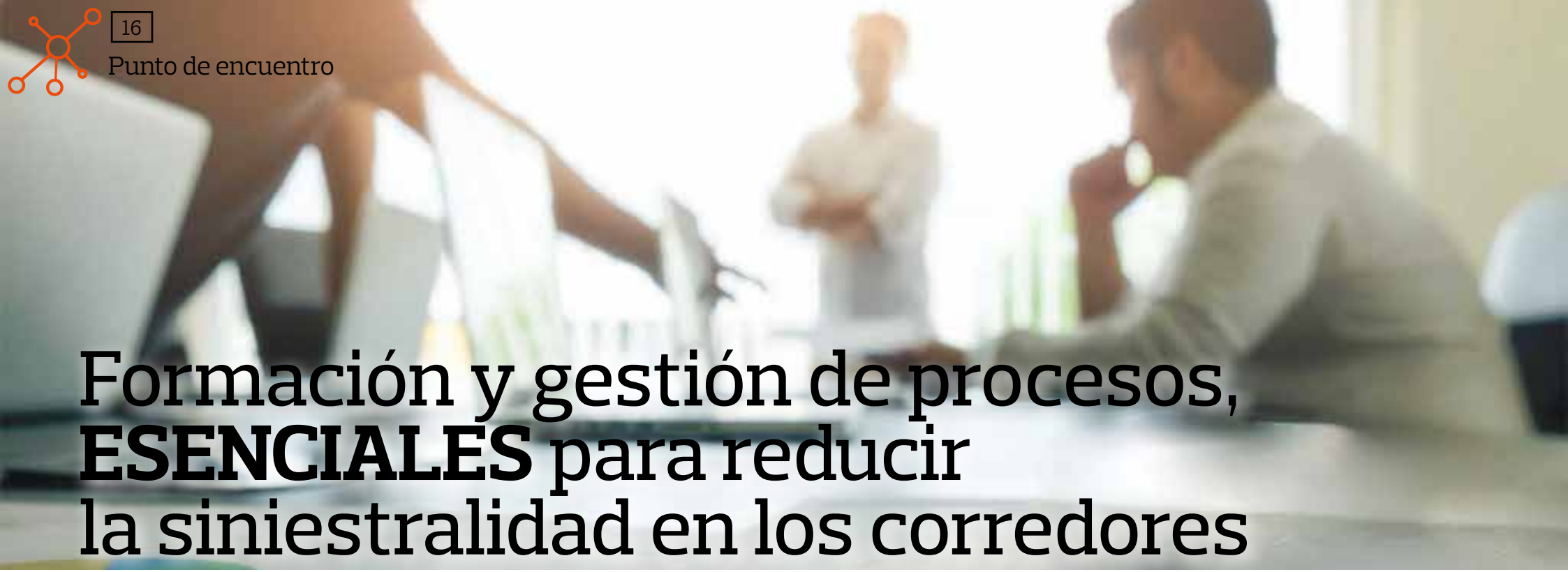
Por otro lado, la Mifid II ha impuesto muchas exigencias para poder distribuir el producto de inversión. Algo que Pablo Gaitán considera que son buenas y necesarias: "Todo lo que suponga mayor transparencia, rigor y formación implica beneficios para los clientes. Dicho esto, nuestra percepción es que, para muchos corredores, es una sobrecarga de trabajo que hace que algunos no estén dispuestos a esta adaptación y, por lo tanto, dejan de trabajar este ramo".

El tratamiento fiscal de las Rentas Vitalicias resulta interesante porque, dependiendo de la edad del asegurado, pueden llegar a tributar solo por el 8% de la renta

Los productos de Vida Ahorro no son productos que, normalmente compran los clientes, los tienen que vender los corredores, con el mayor esfuerzo que eso implica. Hay que tener mucha formación, conocimientos y, sobre todo, estar al día de los cambios normativos, fiscales, entorno económico… "Eso no es fácil, implica una labor constante y diaria, en la que tienes que sentirte a gusto. En cuanto a las retribuciones por comisiones del producto, hay que decir que son bajas y no hay retorno económico", comenta el director general de SCV.

Sin embargo, apunta que "si, a las comisiones sobre primas, incluyes las comisiones por saldos y se genera un cierto volumen de cartera, aumenta notablemente la remuneración y si, además, añadimos el cobro de honorarios profesionales por nuestra gestión, el escenario cambia mucho, hasta el punto de que puede ser un ramo interesante para los corredores".

Carmen Peña



Formación y gestión de procesos, **ESENCIALES** para reducir la siniestralidad en los corredores

La crisis económica, el auge de la cultura de la reclamación, la vertiginosidad con la que se trabaja... Muchos son los factores que están influyendo para que la RC de corredores haya aumentado su frecuencia de siniestralidad. Ante ello, los profesionales del sector abogan por una mayor formación en riesgos y una mejor gestión de los procesos.

Como ocurre en el resto de RC, la de corredores se encuentra en una tendencia alcista en cuanto a siniestralidad, como reconoce Carlos Montesinos, CEO y socio director de CGPA Europe Underwriting. Algo que no se debe, como destaca, a que "el corredor hoy lo hace peor que antes", ya que hay otras muchas cuestiones que están en juego y muchas situaciones que se están empezando a dar, "como puede ser el cambio normativo, la transposición de la IDD, la mayor cultura de la reclamación por parte de los clientes y el aumento de la carga administrativa trasladada por las aseguradoras a los corredores y que inevitablemente es foco de errores".

Una dinámica que Óscar Bustos, gerente del Pool de RC de Corredores, viene observando desde 2015-2016, sobre todo en el incremento en el número de reclamaciones, en la que está incidiendo notablemente la situación económica global: "En momentos de crisis económica los ramos de responsabilidad civil son los que más se ven afectados", asegura.

Carlos Montesinos también hace referencia a la novena edición de su Observatorio de Mediadores de Seguros, en el que se analizan casos de responsabilidad civil profesional de mediadores de toda Europa y se compara la diferencia que existe de siniestralidad entre los diferentes países: "Al final, te das cuenta de que las reclamaciones son muy similares". La diferencia es que, en España, el cambio normativo viene con cuatro años de demora, porque la transposición de la IDD se hizo en plena pandemia, hubo un parón y prácticamente el corredor todavía no ha podido ver cuál ha sido la consecuencia real de la misma.

"Lo que pasa es que la IDD nos afecta más en cuanto a cumplimiento normativo que a reclamaciones, porque el asesoramiento ya lo teníamos antes", matiza Néstor Díaz, presidente de la Asociación Cántabra de Corredores de Seguros. "El problema de la RC es que, muchas veces, te dirimes entre el interés comercial y el interés de ser responsable real del daño, pero eso no pasa solo en la mediación", aprecia Néstor Díaz.

"La clave no solo pasa por una correcta formación, sino por una formación enfocada en gerencia de riesgos aplicada a la propia actividad del corredor de seguros".
Carlos Montesinos

De hecho, Enrique Schoch, miembro de Comité de Senda y director de Filhet-Allard MDS, pone el acento en que en España no existía esa litigiosidad que había en Europa o en Estados Unidos, y eso, poco a poco, se ha ido trasladando a nuestro mercado. "Anteriormente esa litigiosidad aquí se arreglaba con un café o una comida con tu cliente y ya hemos pasado esa barrera", resalta.

INSATISFACCIÓN EN LOS SINIESTROS

En cualquier caso, Bustos aprecia que la reclamación a un corredor no es porque este lo haga mal, sino porque su cliente se siente insatisfecho por la resolución de un siniestro y lo reclama al corredor, que termina trasladándolo a la aseguradora. A ello hay que añadir la situación actual: "No es que el mediador realice peor su actividad, es que está sometido a mucha más presión, porque gestiona un cliente con una situación económica complicada que quiere ajustar de muchas partidas", resume.

Sin embargo, Díaz cree que "es por la cultura de la reclamación, que en España no existía y ahora sí".

En este sentido, el CEO y socio director de CGPA Europe Underwriting asegura que desde su compañía se intenta judicializar al mínimo posible los siniestros: "Al final sabes si existe responsabilidad y lo que tienes que pagar y vale la pena llegar a un mal acuerdo antes que esperar 2 o 3 años, lo que al final supone al corredor perder su cliente", confiesa. En cualquier caso, considera que la IDD ha venido a profesionalizar y dejar muy claro, qué es lo que tiene que documentar el corredor de seguros.

Sin embargo, para el presidente de la Asociación Cántabra resulta muy complicado dejar por escrito todo lo que conlleva un contrato de seguro, porque es muy complejo.

DIRIMIR RESPONSABILIDADES

Además, como señala Carlos Montesinos, CEO y socio director de

CGPA Europe Underwriting, hay situaciones en las que la responsabilidad no se aprecia tanto y depende del riesgo que se está asegurando. "Imagínate que el cliente te pide cambiar de compañía y tú le remites un programa diferente con la nueva compañía y resulta que el texto de las garantías no es exactamente igual, y tiene un siniestro que no está cubierto en la nueva, pero sí que lo estaba en la antigua. ¿Quién ha tenido ahí el error? ¿La aseguradora por no decirle al cliente que no le da la misma cobertura exactamente igual que la compañía anterior o el mediador, que es el que gestionaba esa póliza y el que ha movido a ese cliente de una entidad a otra y no le ha advertido?"

"O el asegurado que no se ha leído la póliza y que es el que la ha firmado", apunta Néstor Díaz, para quien es imposible que haya dos pólizas iguales. Con lo cual, se puede ofrecer menos en una garantía, pero algo mejor en otra, que es lo que realmente interesa al cliente. Lo que pasa, es que el siniestro se puede dar en algo que tenía menos importancia.

"Deberíamos saber analizar nuestro propio riesgo, porque luego salimos a la calle a analizar los riesgos de los clientes".
Néstor Díaz

"Pero esto no influye en el aumento de siniestralidad porque pasaba igual antes", aprecia Enrique Schoch, para quien la cuestión es que ahora hay una falta de tiempo mayor de la que había antes. "Todo el mundo va al cien por cien y eso hace cometer errores", afirma.

En cualquier caso, el gerente del Pool de RC de Corredores coincide en que el asegurado debe revisar las condiciones para asegurarse de que son las adecuadas y en caso de disconformidad comentarlo con su mediador: "Yo creo que a veces queremos quitarle a nuestro cliente todo tipo de obligaciones y también tiene obligación dentro de la póliza, porque en el contrato una parte es la compañía, pero la otra es él y el mediador está alrededor como intermediario", asegura.

PRIMAS Y LÍMITES

Otro aspecto a resaltar, es que las primas deben de responder siempre a la realidad del riesgo y al resultado de siniestralidad por lo que lógicamente la evolución de las primas deberá de evolucionar atendiendo al incremento de las reclamaciones, en definitiva, responde a la misma realidad que en el resto de riesgos, precia Carlos Montesinos.

Con todo, Óscar Bustos, gerente del Pool de RC de Corredores, asegura que llevan mucho tiempo con un criterio uniforme de primas: "Lo único que buscamos es la viabilidad del programa y entendemos que eso puede dar a futuro una estabilidad en cuanto a los criterios de fijación de primas", precisa.

"Más que los precios hay que hablar de la necesidad de establecer unos límites reales", arguye Schoch. "No tiene sentido que a nuestros clientes les estamos diciendo que tengan unos límites adecuados para el tipo de empresa que tienen y nosotros el obligatorio lo tenemos en algo más que un millón", señala. En su opinión, muchos corredores no entienden que se puede tener un volumen pequeño de negocio y "te-

ner un siniestro de una enorme magnitud". Un problema que, para Néstor Díaz, tiene que ver mucho con el papel de las aseguradoras: "Cuando vas a una compañía y le pides una RC de fontanero, como factura 100.000 euros, te dan una RC de 150.000 y no te quieren dar más", protesta. "¿Qué tendrá que ver lo grande o pequeño que sea su negocio para generar un daño?" Y argumenta que, si los límites que se están ofreciendo a sus clientes son bajísimos, a la hora de asegurarse a sí mismo hacen lo mismo.

"No es que el mediador ahora realice peor su actividad, es que está sometido a mucha más presión, porque gestiona un cliente con una situación económica complicada".
Óscar Bustos

FORMACIÓN EN RIESGOS

En esta línea, Díaz aboga por una mejor formación, pero no solo de los propios corredores, sino de los equipos para evitar esta siniestralidad o dar un mejor asesoramiento. De ahí que no esté conforme en que la IDD rebaje las horas de formación del corredor, dada la complejidad de un contrato. "Deberíamos saber analizar nuestro propio riesgo, porque luego salimos a la calle a analizar los riesgos de los clientes", arguye.

Para Montesinos no falta formación en el sector, tanto de aseguradoras como de entidades públicas y privadas, "pero te encuentras con infinidad de información técnica en producto y muy poco destinada a conocer los riesgos de la actividad del corredor de seguros y a tratar de reducir las reclamaciones o el impacto de estas".

"Hay una formación, pero es una formación centrada en productos, en operativa, pero formación en cuanto a la actividad de gerencia de riesgos dentro de la mediación no hay", se queja Óscar Bustos. "Nadie explica a un corredor qué riesgos debe asumir o la relación con su cliente, y eso es algo que echamos en falta", concluye.

Para él uno de los mayores problemas que hay es que lo corredores tienen la percepción de que no hay reclamaciones "y la realidad es que las hay". "El error de un corredor no es solo de él, es un error del sector asegurador, en el cual se incluyen corredores y compañías.

Debería ser una preocupación general, porque al final el deterioro lo tiene el sector", precisa. En su opinión, falta esa concienciación del corredor de que debe ser un profesional y muchas de las asociaciones lo que están buscando es la consideración del corredor como un asesor serio. "Eso supone una serie de protocolos y una serie de actuaciones que no van a ser unas trabas, sino una profesionalización", zanja.

LABOR DE CONCIENCIACIÓN

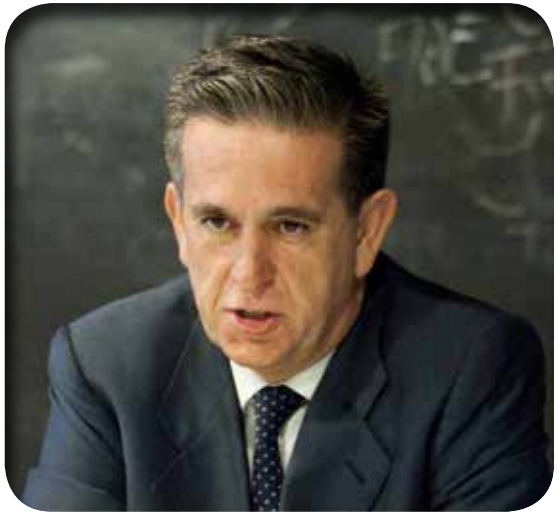
Para paliar esta situación, el, miembro de Comité de Senda y director de Filhet-Allard MDS propone hacer mucho trabajo de concienciación desde las asociaciones a los propietarios y directivos de correduría, para establecer unos sistemas de trabajo más adecuados a la realidad actual.

"Nosotros apostamos cien por cien por la formación e información, pero en todos los ámbitos. Es el único camino", corrobora Bustos, para quien el mediador es un profesional

y tiene todas las herramientas, "pero debe conocer qué es lo que pasa en su sector, aunque no haya tenido nunca un siniestro".

Para Carlos Montesinos, CEO y socio director de CGPA Europe Underwriting la clave no solo pasa por una correcta formación, sino por una formación enfocada en gerencia de riesgos aplicada a la propia actividad del corredor de seguros. Para ello cree que las aseguradoras juegan un papel fundamental, "porque somos los que conocemos el riesgo de los corredores y los podemos identificar, analizar y, posteriormente, aplicar las medidas oportunas para tratar de reducir la siniestralidad".

El presidente de la Asociación Cántabra de Corredores de Seguros, Néstor Díaz, cree que todo se resume en un tema de profesionalidad, que engloba formación y, sobre todo, proceso: "Las agrupaciones de empresas están dando capacidad en todos los ámbitos a las corredurías, lo cual genera que se establezcan unos procesos que creo que en cualquier empresa moderna son fundamentales, porque cuando se da un siniestro, es un fallo en los procesos", aduce. De ahí que le parezca importante que las corredurías tengan más entidad y mayor capacidad de destinar recursos.



"Tiene sentido que las compras y fusiones de corredurías ayuden porque permiten generar unos procesos establecidos más efectivos". Enrique Schoch

EL VALOR DE LOS PROCESOS

Sobre las corredurías que integran otras más pequeñas, Carlos Montesinos considera que eso puede llevar a dos puntos: puede ser una situación compleja de gestionar o controlar porque haya colaboradores de colaboradores de colaboradores; o a un sector mucho más profesionalizado, en el que esté todo mucho más controlado, con mecanismos informáticos y administrativos con sistemas de control que las pequeñas corredurías no pueden incorporar.

"Tiene sentido que estas compras y fusiones ayuden porque permite generar unos procesos establecidos más efectivos y que todo esté mucho más reglamentado. El corredor pequeño tiene muchos problemas en su día a día como para hacer ciertas cosas", sostiene Enrique Schoch, miembro de Comité de Senda y director de Filhet-Allard MDS.

De hecho, como reconoce Montesinos, si bien no hay mayor siniestralidad entre las pymes, es cierto que el corredor pequeño y mediano es mucho más sensible a la pequeña reclamación, porque para un gran broker reclamaciones del orden de los mil euros la asume como un gasto operacional, pero a uno pequeño le cuesta incluir ese gasto contra su cuenta de resultados, además del daño que le puede causar en su cartera la pérdida de ese cliente.

"Hay que buscar una solución porque hay que prevenir un problema a futuro. Un incremento de inestabilidad significa un incremento en insatisfacción del cliente. Si mejoran los procesos, mejorará todo", corrobora el gerente del Pool de RC de Corredores.

Aitana Prieto / Carmen Peña

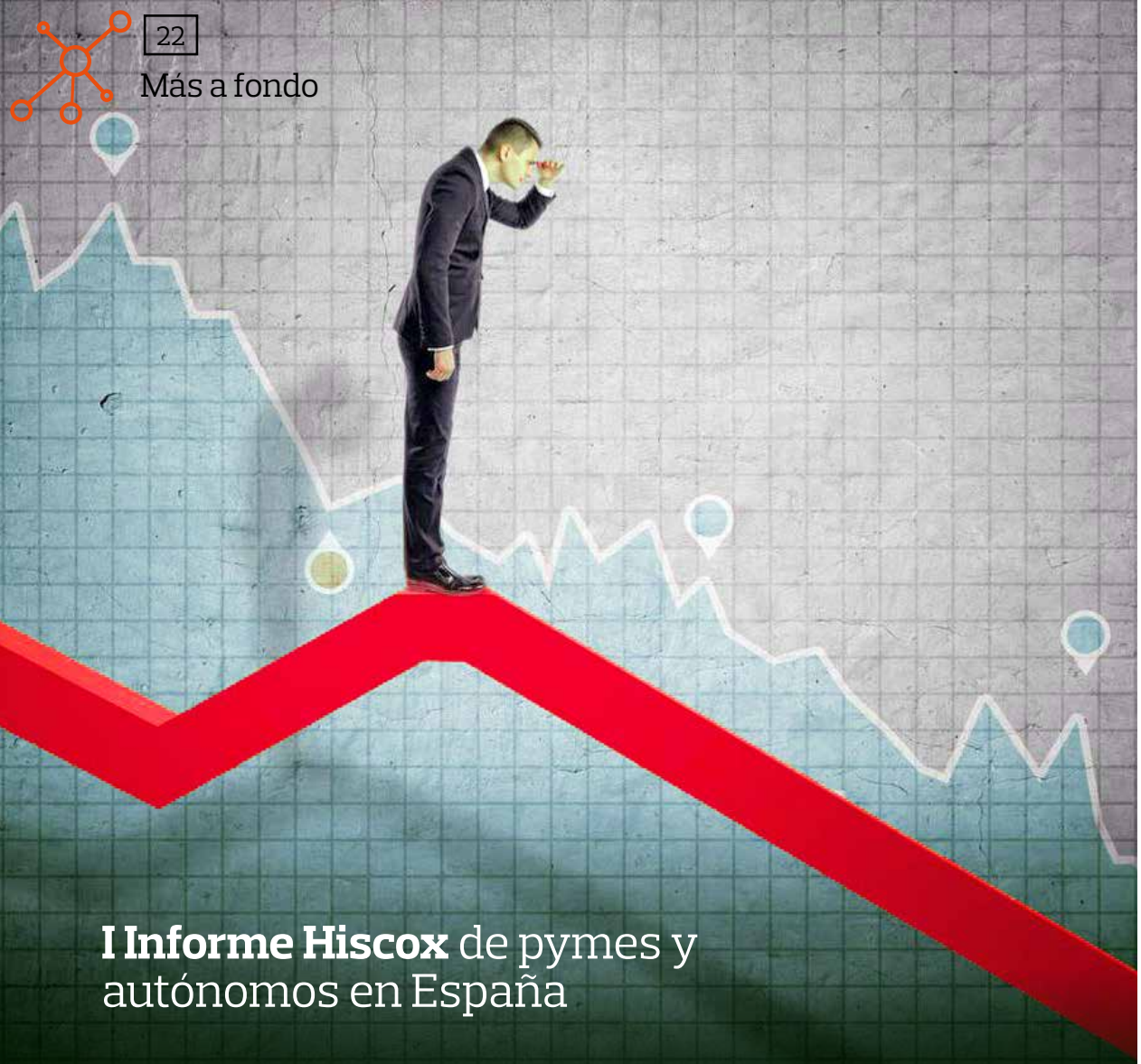
Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

beazley

Insurance. Just different.

Perspectiva

Es maravillosa.
Da igual por
donde lo mires



I Informe Hiscox de pymes y autónomos en España

La inflación **AMENAZA** el negocio de las pymes

La fuerte subida de precios causada, en su mayor parte, por el conflicto en Ucrania, ha disparado los costes de manera preocupante. Hasta el punto de que la mitad de las pymes españolas creen que sus negocios se verán notablemente afectados por la inflación, y un tercio hasta teme por su continuidad. Así lo revela el I Informe Hiscox de Pymes y Autónomos en España, realizado por KPMG.

Un estudio que, como menciona David Heras, CEO de Hiscox Iberia, pretende ayudar a entender las preocupaciones de unas pymes que "apenas han superado la crisis de la Covid, y ahora se les avecina un escenario de incertidumbre por la inflación". Comprender su evolución en los últimos años, analizar las oportunidades y exponer los diferentes retos a los que se enfrentan, son otros de los objetivos.

De lo que no cabe duda es de que la inflación las ha golpeado fuerte. Tanto es así, que el 50,5% de las pymes creen que sus negocios se verán muy o bastante afectados por la subida de precios, hasta el punto de que el 61% creen que se incrementarán sus costes de producción, lo que provoca que la actividad de estas empresas sea cada vez menos rentable. De hecho, el 36,4% cree que sus beneficios empeorarán, el 39,4%, que habrá una caída en el número de pedidos por la falta de demanda o la subcontratación y el 33,8%, que tendrán problemas para seguir adelante con el negocio.

La industria manufacturera, con un 84%, es el sector en el que mayor porcentaje de compañías creen

que se verán afectadas por este motivo, seguida de educación y sanidad (76%) y construcción (71%).

Y, aunque la principal preocupación de los encuestados respecto a los riesgos sistémicos es el precio del dinero, seguidamente se encuentra la inestabilidad geopolítica, que preocupa sobre todo por su efecto sobre la inflación.

"La escalada de precios está repercutiendo en los hábitos de consumo con una reducción drástica y creciente del gasto y efectos directos sobre la producción. La inflación ya venía experimentando un crecimiento durante 2021, gracias al ascenso de los precios de las energías, pero, debido a la guerra de Ucrania, y su efecto sobre estos mismos precios y sobre los de las materias primas, esta subida se ha intensificado y la inflación ha crecido exponencialmente", resume el informe.

El 61% de las pymes creen que la inflación incrementará sus costes de producción, lo que restará rentabilidad a sus negocios

Eso sí, las expectativas generales se mantienen positivas, pues hasta un 68,5% considera que su facturación continuará igual o mejorará y el 76,2% cree lo mismo sobre la conservación de puestos de trabajo, siempre y cuando sacrifiquen sus márgenes de beneficios. Entre las pymes que consideran que la facturación mejorará, un 54% tiene más de cinco años de antigüedad, un 58,5% son empresas pequeñas y medianas y un 64,1% factura más de cinco millones. Ese mismo tipo de pymes son también las más optimistas sobre el desarrollo de los márgenes (46%) y del empleo (35%).

Las empresas más pesimistas, en cuanto a la evolución de ingresos, márgenes y empleo son las más jóvenes y de menor tamaño y facturación. La actual y futura subida de los costes está llevando a un estrechamiento de los márgenes que, para este tipo de empresas que operan con ganancias más estrechas, significa una reducción de los beneficios.

PREVISIÓN EVOLUCIÓN DE NEGOCIO DE LOS ENCUESTADOS

		Mejorará algo/mucho (%)		
Facturación	<5	34,1%	27,2%	20,3%
(mil. €)	>5	64,1%	46,1%	34,9%
Empleados	Sin asalariados	27,6%	24,5%	16,4%
	Resto micros	42,3%	30,1%	24,8%
	PYMEs	58,5%	43,6%	37,6%
Sector	Industria	37,2%	34,0%	32,8%
	Comercio	29,4%	19,0%	17,0%
	Otros servicios	37,9%	32,0%	19,9%
Antigüedad	<5	54,9%	46,3%	31,4%
	>5	27,0%	20,4%	16,5%

Fuente: elaboración KPMG con datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

ASEGURAMIENTO FRENTE A RIESGOS

El principal riesgo percibido por las empresas es la incertidumbre económica que se atraviesa actualmente y los cambios que se puedan producir en la demanda. Aunque la mayor parte de las empresas se consideran ya cubiertas antes esos riesgos, la posibilidad de escenarios más negativos (otra pandemia, aumento de la inflación, prolongación de inestabilidad geopolítica, etc.) hace que la demanda de posibles nuevos seguros se oriente a la atención de sus posibles efectos (pérdida de clientes, impagos, etc.). También existe un gran interés en los seguros completos, para cubrirse totalmente ante la incertidumbre del entorno, un seguro que agrupe todo.

En este sentido, el 54,4% de las pymes españolas cuenta con un seguro de Responsabilidad Civil General, convirtiéndose así en el tipo de cobertura más contratada entre las pequeñas y medianas empresas. En segundo lugar, se encuentran los de Responsabilidad Civil Profesional (37,3%) y en tercero, los Multirriesgo centrados en los daños a materiales (36,8%).

Otro detalle significativo es que los autónomos sin asalariados muestran las menores proporciones en cuanto a los seguros contratados, solo superando al resto de pymes en el de autónomos, en el de ILT y en el de pensiones complementario.

"Muchas pymes se encuentran infra aseguradas, especialmente las que son más pequeñas y nuevas. Además, muchos productos existentes son demasiado complicados y rígidos para cubrir las necesidades de las empresas más pequeñas. La naturaleza cambiante de las pymes plantea a los aseguradores el reto de crear productos a su medida", propone el estudio.

Según los encuestados, el canal de comunicación preferido para contratar y gestionar los seguros es la llamada telefónica (53,7%), seguido por la asistencia personal (32,5%). Los medios digitales tienen también mucho peso, destacando el envío de correos electrónicos (30,8%). "Después de la pandemia del Covid-19, el mercado asegurador de las pequeñas y medianas empresas se enfrenta a una serie de retos que se han de abordar como la cobertura de nuevos riesgos originados en estos últimos años, no solo sanitarios sino de diversos tipos como, por ejemplo, los generados por eventos como la alta volatilidad de los precios o la crisis en la cadena de suministros", se concluye.

El 54,4% cuenta con un seguro de RC General, el más contratado por las pymes, seguido de RC Profesional y Multirriesgo

SEGUROS MÁS CONTRATADOS POR LOS ENCUESTADOS

	Total	<5M€	>5M€	Sin asalariados	Resto micros	PYMEs	Industria	Comercio	Otros servicios
RC general	54,4%	54,0%	70,3%	43,8%	68,3%	64,9%	53,3%	67,9%	44,8%
RC profesional	37,3%	36,9%	55,4%	34,7%	40,1%	46,5%	12,4%	29,0%	50,5%
Multirriesgo (DM)	36,8%	36,2%	62,9%	27,3%	48,5%	54,0%	33,0%	48,5%	29,3%
Accidentes colectivos/individuales	30,4%	29,8%	58,6%	17,7%	45,3%	60,6%	39,8%	34,1%	25,1%
Médico/salud	27,4%	26,9%	50,8%	24,5%	29,9%	43,0%	27,8%	22,6%	30,8%
Autónomos	25,0%	25,3%	8,7%	25,0%	27,0%	6,9%	15,2%	22,8%	29,4%
Defensa jurídica	22,6%	22,0%	53,2%	18,1%	26,7%	44,5%	19,7%	30,1%	18,0%
Vida empleados o socios	17,0%	16,5%	40,1%	11,1%	23,4%	35,7%	18,9%	17,9%	15,8%
Equipos portátiles (DM)	16,0%	15,9%	19,6%	14,6%	17,5%	20,4%	29,0%	14,4%	13,4%
Flotas/vehículos comerciales	15,3%	14,9%	34,8%	7,2%	25,0%	32,9%	33,6%	14,1%	11,0%
Plan de pensiones complementario	12,9%	12,6%	26,2%	13,3%	11,5%	20,1%	19,7%	6,5%	15,6%
Responsabilidad civil para administradores y directivos	10,5%	9,9%	38,0%	3,4%	18,1%	35,4%	13,9%	10,1%	9,9%
ILT	10,0%	9,9%	14,6%	7,7%	13,2%	11,4%	11,4%	10,5%	9,3%

DESARROLLO DIGITAL

"En un mercado en el que los clientes son cada vez más digitales, las pymes deben serlo también. La manera en la que éstas llegan a sus clientes debe estar cada vez más digitalizada, disponiendo de las herramientas tecnológicas adecuadas para ello", explica el informe.

De ahí que también se haya analizado el proceso de transformación digital de las pymes, impulsado por la pandemia. El 47,4% ya ha tomado medidas para digitalizar su empresa y el 23,4% tiene previsto tomarlas. De hecho, durante el año 2022, las pymes han destinado el 18,3% del presupuesto anual a implementar su estrategia digital y prevén destinar cerca del 20% el próxi-

mo año, lo que supone un incremento del 9,3%.

Teniendo en cuenta estas cifras, y que el 30% de las pymes creen que se verán afectadas por los cambios tecnológicos, la transformación digital es una tendencia al alza entre las pequeñas y medianas empresas españolas.

Entre las medidas adoptadas para digitalizar el negocio, las más destacadas han sido la implementación del marketing digital y la presencia en redes sociales (61,9%), el teletrabajo (45,8%) y el comercio electrónico (40,6%). Según las pymes españolas, la incorporación de estos elementos al día a día ha mejorado la eficiencia del trabajo en un 52,5% y un ahorro en los costes del 43,5%.

En el caso del teletrabajo, ha contado con un importante empuje por parte de la pandemia; las posibilidades de teletrabajar y la flexibilidad horaria han aumentado en un 44,8% y 35,3%, respectivamente. Han sido las empresas más jóvenes y de mayor facturación en las que más ha evolucionado la capacidad de teletrabajo y el entendimiento de la conciliación familiar. Tras dos años de pandemia y las mejoras tecnológicas acometidas, algo más de un tercio de las pymes (exceptuando a los autónomos) ha aumentado mucho o bastante las opciones de teletrabajo, flexibilidad y conciliación. Casi la mitad de las empresas ha implantado el teletrabajo, y en siete de cada 10 de esas empresas se puede teletrabajar desde una población distinta a la de la ubicación de la empresa.

"La innovación debe ser el faro que guíe a las pymes en su desarrollo; existen muchas maneras de mejorar a través de ella. Hay nuevas formas de trabajo, como los métodos *agile*, que ayudan a mejorar la eficiencia operativa y nuevas formas de análisis de negocio que permiten entre otras cosas, a través de la analítica de datos y los modelos predictivos, predecir variaciones en la demanda o segmentar clientes y mejorar la relación con cada uno de ellos. La innovación también posibilita mejoras en los procesos de gestión de atención al cliente para lograr una mayor fidelización, obteniendo la oportunidad de convertir algo malo en algo bueno", se añade.

COMPARATIVA PYMES Y AUTÓNOMOS PARA LOS ENCUESTADOS

Aspectos encuestados	Pymes sin autónomos	Autónomos
Acogidos a préstamos ICO	32,3%	9,9%
Fondos NextGen (solicitados)	2,7%	2,1%
Fondos NextGen (solicitarán)	16,9%	5,2%
Estrategia digital establecida	62,1%	49,9%
Utiliza marketing digital	68,4%	56,9%
Utiliza comercio electrónico	42,7%	39,0%
Realiza prácticas sostenibles	57,7%	32,3%
Tiene un plan de igualdad	46,0%	n/a

La digitalización, poco a poco, va calando entre las pymes, pero la sostenibilidad y la igualdad aún no logran asentarse entre el empresariado español

SOSTENIBILIDAD E IGUALDAD

Si bien la digitalización, poco a poco, va calando entre las pymes, otros asuntos como la sostenibilidad y la igualdad aún no logran asentarse entre el empresariado español. Las principales barreras que encuentran las compañías a la hora de buscar la sostenibilidad empresarial son la falta de ayudas públicas, el alto coste de implementar políticas de desarrollo sostenible y la falta de consultores especializados que ayuden en la implantación de estrategias sostenibles.

Todo ello provoca una escasa concienciación, hasta el punto de que un 48,8% de los empresarios creen que se verán poco o nada afectados por el cambio climático y casi el 40% afirma que la escasez de recursos no tendrá conse-

RADIOGRAFÍA DE LA PYME ESPAÑOLA

El tejido empresarial español se conforma en un 99,8% de pymes, que aportan el 65% del PIB y emplean al 64% de los trabajadores, lo que supone 2.943.159 de sociedades y 16.893.019 de empleos. Del total de compañías, un 55% son autónomos (no tienen asalariados), dando trabajo a 1,6 millones de personas. Las que cuentan con trabajadores a cargo, el 45% restante, emplean a 9 millones de personas, lo que supone el 54% del total de la población activa. Un 38% son micropymes (con hasta 9 trabajadores en plantilla), mientras que las pequeñas empresas (con menos de 50 empleados) y las medianas (con menos de 250 empleados) aglutinan el 6%, pero el 52% de los empleados.

Por sectores, las pymes españolas están fuertemente concentradas en el de servicios, donde se sitúan el 73,3% de ellas y para el que trabajan el 75% de los empleados, especialmente en temas de comercio y hostelería. El 12,4% corresponde a la construcción y el 5,7%, a la industria.

En España, las pymes convergen sobre todo en cinco comunidades autónomas: Andalucía (19%), Cataluña (16,5%), Madrid (13,6%), Comunidad Valenciana (11,2%) y Galicia (6,1%). En total, estas regiones reúnen más del 65% de las pymes.

En términos demográficos, en España, por cada 10.000 habitantes, hay una gran empresa y 710 pymes, de las cuales 396 son pymes sin asalariados y 284 son microempresas.

cuencias negativas en sus negocios. Esta falta de mentalización por el medio ambiente conlleva que solo el 25,2% haya tomado medidas para adoptar estrategias de sostenibilidad y que casi la mitad (45,6%) no tenga previsto implantar una.

Con todo, el 49,4% ha incorporado o piensa hacerlo algún tipo de prácticas sostenibles, principalmente las que afectan al medio ambiente (70,5%) y, en menor medida, destacan también las prácticas destinadas a aspectos sociales (41,5%) y las de responsabilidad social corporativa (31,9%). Y aunque la mayoría de las pymes no las llevan a cabo, el 37,8% de los empleados de las pymes creen que las políticas sostenibles tienen como resultado la reducción en el consumo de energía y en materias primas contaminantes y el 27,2% que mejoran la imagen y reputación de la empresa.

Del mismo modo, la adopción de políticas de igualdad e inclusión tampoco están en la agenda de las pymes y el 56,6% no tiene previsto tomar medidas para adoptarlas. De hecho, el 79,2% afirma no tener registrado ningún plan de igualdad y solo el 17,1% dice que está en proceso de desarrollar uno. Además, del 20% de aquellas que sí lo tienen registrado, aún hay un 12,2% que no lo está aplicando. Además, un tercio de las pymes no contrató a ni una sola mujer el año pasado y si hablamos de cargos directivos, seis de cada diez pymes no incorporaron a ninguna mujer.

El perfil de empresa con mayor previsión para adoptar planes de igualdad corresponde con aquellas empresas de menos de cinco años (74,6%), en pymes (83%) y en aquellas con una facturación superior a los 5 millones de euros (82%), es decir, aquellas empresas más jóvenes que tienen el tamaño y los recursos suficientes para hacerlo.

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

SOLICITUD DE SUBVENCIONES

Otro de los aspectos analizados en el informe tiene que ver con las ayudas gubernamentales ofrecidas para superar la crisis por la pandemia. Solo el 15,7% de las pymes han estado acogidas a un ERTE, en algún momento, con motivo de la Covid (apenas el 3,2% de los autónomos), afectando en más de la mitad de ellas a más del 75% del total de la plantilla; no obstante, la mayoría de los trabajadores afectados (73,9%) se pudo incorporar de nuevo a la empresa una vez finalizado el periodo de ERTE. Por sectores, los negocios que más se han acogido a ERTE han sido los de comercio (37,3%) y, en mayor medida, en pequeñas y medianas empresas (51%) de alta facturación (34,7%).

Cuantitativamente, en términos de empleo, durante 2020, el 25,2% de las pymes disminuyó su número de empleados, el 62,5% lo mantuvo y sólo el 12,5% lo aumentó. "Es necesario resaltar que esta caída en el empleo se vio fuertemente contenida por la posibilidad de acogerse a los ERTE y a financiación a través de los préstamos ICO", recoge el estudio. No obstante, autónomos y empresas recibieron ese año más de 114.000 millones de euros de financiación a través de la Línea de Avales del ICO.

En concreto, se han distribuido para pymes y autónomos 67.500 millones de euros, con un periodo de carencia de dos años. De hecho, dos de cada 10 pymes cuentan con un préstamo ICO y la mitad de ellas (54,4%) tiene previsto devolverlo en tiempo y forma, cuando se cumplan los plazos establecidos; no obstante, un tercio presenta bastantes dudas sobre cómo podrá hacer frente a su devolución.

La línea de avales ICO distribuyó 67.500 millones de euros a autónomos y pymes

Porcentaje similar (2,4%) han solicitado los Fondos *Next Generation* que ofrece la Unión Europea, pero hay una gran diferencia en la intención de solicitar estas ayudas: únicamente un 5% de los autónomos pretende pedirlas, mientras un 17% del resto de pymes lo hará. Las empresas que las han solicitado las han utilizado para digitalizar el proceso productivo (38,1%), mejorar la eficacia y sostenibilidad (32,7%), atraer talento (29,8%) y potenciar la ciberseguridad (29,5%).

Eso sí, en la presentación del estudio se recalcó que estos datos habrán variado notablemente, toda vez que se realizaron las encuestas entre mayo y junio de este año, cuando aún no se había producido la segunda convocatoria de las ayudas de Kit Digital para empresas de 3 a 9 empleados.

Aitana Prieto

UN SEGURO COMO TU CASA, A TU MEDIDA.

REALE HOGAR, un seguro de hogar flexible que cuenta con tres gamas en las que tú eliges qué coberturas y qué packs de valor añadido contratar.

DESCÚBRELO EN **REALE.ES** O EN **TU AGENCIA REALE** MÁS CERCANA

900 455 900 / reale.es

REALE SEGUROS

REALE GROUP

TOGETHER MORE

Los corredores se **PREPARAN** para el negocio internacional

En el XXV Foro de Gestión de Corredurías, organizado por **Adecose**, se aclararon los límites de la autorización de la DGSFP cuando un corredor quiere ampliar su negocio fuera de la UE. Además, se advirtió de que si no se cumplen los requisitos necesarios, se puede incurrir en sanciones administrativas, con multas de hasta el 3% del volumen de negocio anual o un millón de euros. La actividad de mediación en seguros desde España respecto de bienes y responsabilidades situados en Estados distintos al EEE no está prohibida, aunque carece de una regulación específica y podría sustentarse en las normas relativas al arrendamiento de servicios y la comisión mercantil.

Para hablar de la distribución internacional de seguros, se contó con Fernando Blanco, socio director de Blanco & Asociados Abogados, y con Óscar Bustos, gerente de la Agrupación del Convenio de Responsabilidad Civil de Corredores. Entre los dos expusieron las claves sobre la distribución internacional de seguros, según las autorizaciones, limitaciones y responsabilidades para el corredor de seguros.

Blanco dejó claro que no es lo mismo querer trabajar en los 27 países de la Unión Europea que en los 171 países del resto del mundo. Entre otras cosas, porque cuando la Dirección General de Seguros y Fondos de

Pensiones (DGSFP) te concede la autorización para ejercer como corredor de seguros, te está permitiendo trabajar en los 27 países de la EU, en libre prestación de servicio o por medio de establecimiento.

Hay que tener en cuenta, que si no se cumplen los requisitos necesarios, se puede incurrir en sanciones administrativas: "Si es un ejercicio reiterado de la actividad sin comunicación previa, es constitutivo de infracción grave y la sanción puede abarcar desde: la cancelación de la inscripción en el registro administrativo; las suspensión por un plazo máximo de 10 años para el ejercicio de la actividad; multa por importe de hasta el 3% del volumen de negocio anual total según las últimas cuentas disponibles aprobadas por el órgano de dirección o un millón de euros; o el doble del importe de los beneficios obtenidos; o dar publicidad a la conducta constitutiva de la infracción muy grave, indicando quién es la persona responsable y cuál es la naturaleza de la infracción, así como a la sanción impuesta. Y si la actividad de distribución es puntual, sería constitutiva de infracción grave y la sanción puede abarcar desde: suspensión por un plazo máximo de un año para el ejercicio de la actividad; multa por importes del 1% del volumen de negocio anual total según la últimas cuentas disponibles aprobadas por el órgano de dirección o medio millón de euros; o el doble del importe de los beneficios obtenidos; o dar publicidad a la conducta constitutiva de infracción grave y de la sanción impuesta. En ningún caso, la infracción afectaría a la plena validez del contrato de seguro mediado".

David de la Cueva, Fernando Blanco y Oscar Bustos.

En la estructura jurídica tradicional, se suelen utilizar la clausura DIC/DIL

Blanco aclaró que "la actividad de mediación en seguros desde España respecto de bienes y responsabilidades situados en Estados distintos al Espacio Económico Europeo (EEE) no está prohibida, aunque carece de una regulación específica, por lo que podría sustentarse en las normas relativas al arrendamiento de servicios y la comisión mercantil".

MODALIDADES DE GESTIÓN DE SEGUROS INTERNACIONALES

Hay dos modalidades de gestión: programas de seguros internacionales; o a través de pólizas de seguro con clausuras de ámbito de cobertura internacional. Los sistemas tradiciones son: póliza master contratada por la sociedad holding o matriz; más una póliza local suscrita por la compañía filiar o participada, integradas con la póliza master: coberturas de seguros homogéneas a nivel mundial y, de ser posible, con el mismo asegurador de la póliza master; y/o también con pólizas locales suscritas por la compañía filiar o participada, no integradas con la póliza master: contratación de coberturas de seguro estándar que permita el mercado local, con aseguradores distintos al asegurador de la póliza master".

En la estructura jurídica tradicional, se suelen utilizar la clausura DIC/DIL, con diferencia en condición (la póliza máster complementa las pólizas locales otorgando cobertura a los riesgos y daños no amparados por estas, pero sí garantizados por aquellas) y con diferencias en límites (la póliza máster complementa las pólizas locales otorgando límites de indemnización a la cober-

tura de los riesgos y daños no amparados por estas, pero sí garantizados por aquella, o ampliando los límites indemnizatorios establecidos en las pólizas locales).

Un segundo modelo que se suele utilizar, son las cláusulas de interés financiero o clausula FIC (la póliza indemniza directamente a la sociedad matriz el interés financiero en el importe de los daños y pérdidas de beneficios sufridos por la sociedad filiar o participada). También se usa la diferencia de la cláusula FIC con la cláusula DIC/DIL (la cláusula DIC/DIL indemniza los bienes y pérdidas de la sociedad filiar en la diferencia no cubierta por la póliza local, mientras que la cláusula de interés financiero indemniza el valor para que el patrimonio de la compañía matriz supone el daño sufrido por la filial, cuyo activo patrimonial ha quedado minorado por el acaecimiento del siniestro).

Hay países que admiten que sus riesgos puedan estar asegurados con pólizas de aseguradoras que no estén autorizados a trabajar en el país y hay otros que no lo permiten. En la base de datos que hay en Axco Insurance Information Services (www.axcoinfo.com) están todos los países que son admited y no admited.

RC SOLO DENTRO DE LA UE

Por su parte, Bustos explicó que, según la ley, la DGSFP se reserva el derecho de no dar la autorización para operar como distribuidor de seguros "si no se tiene la capacidad organizativa para desarrollar su actividad o se carece de las garantías financieras de poder desarrollar ese programa. El corredor tiene que valorar si tiene la capacidad de gestionar un siniestro fuera de España". La mayoría de las reclamaciones vienen por no haber gestionado bien un siniestro y si se opera fuera de España se produce una agravación del riesgo que hay que comunicar al seguro de RC.

Martín Navaz, Mirenchu del Valle y Manuel Mascaraque.

El corredor tiene que valorar si tiene la capacidad de gestionar un siniestro fuera de España

El gerente de la Agrupación del Convenio de Responsabilidad Civil de Corredores dejó claro que "la autorización que se tiene como corredores es para la UE y la póliza de RC de corredores solo cubre los negocios que se realicen dentro de este ámbito, porque fuera de la UE seréis otra figura distinta de corredor". ¿El mediador español puede operar en todos los países del EEE o fuera de Europa? No, salvo que tenga la habilitación legal concedida en el país en el que va a operar, si no pertenece a la UE. Este es el caso, ahora, de Gran Bretaña. Oscar Bustos contó que el Brexit ha traído problemas para los corredores que aseguraban a ingleses, que viven en España, sus riesgos de Inglaterra, porque dejaron de tener autorización para hacerlo.

ACCIÓN VERSUS REACCIÓN

En la segunda mesa del foro, Mirenchu del Valle, secretaria general de Unespa; y Manuel Mascaraque, director del área de Seguros Generales de Unespa, informaron sobre las novedades en las sentencias sobre pérdidas de beneficios como consecuencia de la pandemia.

Mirenchu del Valle, comenzó explicando lo que sucedió fuera de nuestras fronteras (como en Reino Unido y Francia). Destacó las diferencias sustanciales, sobre todo, en 3 elementos: porque el supervisor esta-

bleció una intervención rápida; se analizaron las cláusulas de los condicionados que se estaban distribuyendo en esos países y se vio qué cláusulas requerían de interpretación y debería ser dilucidadas en sede judicial. "Eso generó una seguridad sobre los casos que deben ir a sede judicial y cuáles no".

Sin embargo, en España, la DGSFP tuvo una respuesta reactiva, después de que se presentaran una serie de reclamaciones. "Nosotros solicitamos a la DGSFP que hiciera un análisis de los condicionados parecido al que se hizo en Reino Unido y Francia y se estableciera un estado de situación, pero prefirió ver qué iba pasando en los juzgados. Hemos tenido que esperar hasta el 28 julio de este año a que la DGSFP, en su memoria de reclamaciones, incorporara un criterio relativo a pérdida de beneficios", se queja Del Valle. En él viene a decir que "cuando no hay una vinculación con un daño material, no se puede esperar una indemnización por Covid 19 y que esa cláusula, en su opinión no es limitativa de los derechos de los asegurados, sino que es delimitadora".

Teniendo en cuenta que en las sentencias que se ha dado la razón al cliente ha sido por un criterio formal, la secretaria general de Unespa comparte dos reflexiones: "es necesario que el supervisor, en situaciones de esta naturaleza, intervenga de manera temprana para tranquilizar al mercado; y tenemos la necesidad de recabar la firma de toda la información contractual".

Hasta el 31 de agosto de 2022 se habían rechazado 8.767 reclamaciones por pérdida de beneficios debida al Covid 19 y se habían judicializado 787 reclamaciones

NO SE PUEDE LIMITAR ALGO QUE NO SE CUBRE

"No se puede limitar algo que no se cubre y la pérdida de beneficios no se cubría porque no existía un daño material directo", así de contundente comenzó su intervención Manuel Mascaraque. Hasta el 31 de agosto de 2022 se había producido en las 32 aseguradoras monitorizadas (el 94% de la cuota de mercado), se habían rechazado 8.767 reclamaciones y se habían judicializado 787 reclamaciones (el 9%). En Barcelona, 88; en Madrid, 51; en Asturias, 51; en Alicante, 43; y en Valencia, 40.

Hasta ahora, hay 111 sentencias conocidas por Unespa, aunque haya 787 judicializadas. De las que conoce la patronal, 20 son de las Audiencias Provinciales y 16 son favorables (el 80%); y 91 de Juzgados de 1ª Instancia, de las que 80 son favorables (88%).

Las desfavorables se han basado en defectos de forma en la suscripción de los contratos como: la no recepción por parte del asegurado del condicionado general o la ausencia de su firma, llegando a la conclusión de que este no tenía conocimiento de su contenido. Y que el carácter limitativo debería haber sido específicamente aceptado por escrito.

En las sentencias favorables, se establece que las garantía por pérdidas de explotación/beneficios tienen una función delimitadora y, por tanto, no se tratan de cláusulas limitativas de los derechos de asegurado. La garantía de lucro cesante solo se activa por los siniestros de daños materiales previstos en la póliza, no siendo indemnizables los siniestros derivados de la paralización de la actividad a causa del Covid 19. Se estima que la cláusula es delimitadora del riesgo y no limitativa de los derechos del asegurado y que es suficientemente clara, frecuente y usual en las pólizas de seguro.

Mascaraque se congratuló de que "la nota técnica realizada por Unespa ayudara a los jueces a entender cómo funciona el seguro de pérdida de beneficios en España".

ENTRE EL METAVERSO Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

En la parte final de la jornada, se dio paso al acto de entrega de diplomas a los alumnos que han cursado la V Edición del Programa de Desarrollo Directivo Fundación Adecose-Universidad Europea de Madrid. Martín Navaz, presidente de Fundación Adecose; y Nuria Beltrán, responsable de Formación Colectivos Profesionales de la Universidad Europea, han hecho entrega de los diplomas a los 30 profesionales de las correduría que han cursado esta formación. Además, los dos equipos ganadores presentaron sus proyectos académicos sobre nuevos modelos de negocio para las correduría basados en el metaverso (Versurance) y en la inteligencia artificial (Insubot).

El proyecto Versurance, que asegura las experiencias virtuales y reales, aporta una visión de cómo podrá evolucionar el modelo de negocio de las correduría de seguros teniendo en cuenta el metaverso. Para ello, es necesario adaptar los productos actuales y desarrollar nuevos productos para distribuirlos en el metaverso.

El metaverso es una tecnología emergente con alto potencial de crecimiento, se calcula que, en 10 años, el 2,8% del PIB mundial se moverá en el metaverso y el 25% de las empresas ven su futuro en el metaverso. Versurance cuentan con la ventaja de que "aún no está ocupado el metaverso por ninguna aseguradora ni correduría", afirmaron. Por su parte, Insubot es una solución para dar servicio 24/7 a los clientes de las correduría a través de wasap, por medio de una plataforma chatbot. Así se consigue pasar de un correduría tradicional a una con inteligencia artificial. "No es un producto, sino un servicio. La diferencia con otros chatbot del mercado es que este está desarrollado para una correduría", explicaron.

¿ESTAMOS ENTRANDO EN UN MERCADO DURO?

Posteriormente, tuvo lugar la tradicional mesa redonda de Renovaciones, que contó con Esteban Manzano, CEO de Markel España y Portugal; Fernando Salazar, presidente ejecutivo de Cesce; Ignacio Eyriès, CEO de Grupo Caser; y Pedro Herrera, CEO de Nacional de Reaseguros.

Manzano, puso el acento en los dos obstáculos que existen en este momento para el sector: una elevada inflación y un repunte continuado de la siniestralidad, que no afectan por igual a todos los ramos. A nivel global, las tarifas están creciendo en torno a un 9% de media, aunque en el mercado norteamericano está en el 10% y en Inglaterra, en el 11%. En cambio, en la Unión Europea ronda el 6%. En las renovaciones, "en D&O se está incrementando la capacidad", indica. Por el contrario, en Cyber, "la capacidad va bajando y las primas creciendo". Mientras que Caución, puede verse perjudicado "por la potencial recesión", al igual que "todas las líneas financieras".

Salazar explicó que Crédito, tradicionalmente, vivía sin sobresaltos. Es un ramo que, en España, mueve 600 millones de prima, por lo tanto, "relativamente pequeño". En 2019 "teníamos una siniestralidad del 60%, precios estancados, poco crecimiento, penetración razonable, con pocas empresas aseguradas… y, entonces, estalló el Covid 19, que lo cambió todo. En los primeros meses, la siniestralidad se disparó por encima del 100%". Afortunadamente, señala, "llegó San ICO y Santa ERTE" que nos ayudaron a salir de la situación. A esto se añadió el dinero que aportó al mercado "san BCE (Banco Central Europeo)". En su opinión, "el Covid-19 provocó un susto entre las empresas y entre las aseguradoras, con retirada

PlusUltra Seguros

Seguridad que se comparte

Comercio Plus

Porque sabemos lo importante que es tu comercio para ti, te ayudamos a protegerlo con un seguro a la medida de tu negocio, que se adaptará perfectamente a las necesidades de tu actividad y ofreciéndote la cobertura necesaria.

www.plusultra.es

de coberturas. Pero 'San ICO' hizo que la siniestralidad se desplomase hasta niveles nunca vistos y redujera el apetito del seguro de Crédito por las empresas».

En la actualidad, "la siniestralidad está subiendo", reconoce el presidente ejecutivo de Cesce. De hecho, en los tres primeros trimestres de 2022 se han registrado 4.983 concursos, lo que significa un aumento del 15% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. Solo en septiembre, se han producido 865. "La mayor cifra desde 2013", según Fernando Salazar.

A pesar de la inflación, la morosidad empresarial y el poco crecimiento económico que existe, el ramo de Crédito goza de buena salud. "Hay mayor apetito al riesgo, aunque vaya muy despacio". Por regla general, "las empresas no suelen cambiar de aseguradora". Por eso, piensa que no habrá subidas de precios para el cliente final: "habrá estabilización de precios y seguirá incrementando la siniestralidad, con ratios combinados en torno al 90%. Crédito no será un seguro muy rentable", explica.

Carmina Homs, Esteban Manzano, Fernando Salazar, Ignacio Eyriès, Pedro Herrera y Alfonso Valera.

La nota técnica realizada por Unespa ayudó a los jueces a entender cómo funciona el seguro de pérdida de beneficios en España

SE REVITALIZARÁ EL NEGOCIO DE VIDA AHORRO

Ignacio Eyriès dio la visión de una aseguradora generalista. "Estamos obligados a subir las tarifas por el aumento de costes y la inflación. Pero esa subida se hará con cautela". Augura que "la siniestralidad seguirá aumentando en 2023".

En cuanto a las renovaciones de los riesgos particulares, piensa que hay que estar muy atento a lo que pase en Salud, en donde está creciendo la siniestralidad y el IPC Sanitario está repuntando, "aunque no tanto como la inflación".

En los seguros de Empresas, parece que "el mercado se endurecerá", habrá que seguir "siendo selectivos en los riesgos" e incrementar las tarifas. En opinión de Eyriès, en el negocio de Vida habrá un gran cambio porque se revitalizará el negocio con la subida de tipos de interés (el precio del dinero ya está en el 1,25%). En Vida Ahorro se prevé unas perspectivas "muy buenas" por el regreso de los productos garantizados.

Pedro Herrera, CEO de Nacional de Reaseguros, completó la visión futura del sector con las perspectivas del reaseguro. Para 2023, no se descarta que ciertas reaseguradoras reduzcan capacidades en los riesgos catastróficos. Algunas han decidido salir de este tipo de riesgos y otras han limitado su capacidad. Aunque Nacional de Reaseguros se mantiene, será "más restrictiva".

En España, tanto el Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) como el Baremo, "son dos estabilizadores" que permiten a las reaseguradoras españolas "no tener el mismo nivel de exposición a los riesgos catastróficos". Pero, desafortunadamente, con mayor frecuencia, "son riesgos que sí hay que atender" porque están fuera del CCS (por ejemplo, la Tormenta Filomena). "Mantenemos la capacidad, pero de forma selectiva en riesgos catastróficos", afirma Herrera.

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.

Cómo impacta en las pólizas de D&O el **INCUMPLIMIENTO** de las políticas de ESG

Héctor de la Huerta, responsable de Líneas Financieras de Berkley España

Los ejecutivos y directivos de las compañías deben tener cada vez más en cuenta los criterios ESG en la gestión de su organización, ya sea en lo relacionado con la estructura productiva, con la administrativa o con las políticas y prácticas laborales. Por lo tanto, pone de manifiesto el surgimiento de nuevos riesgos que afectan directamente al seguro de D&O. De hecho, ya se ha registrado un aumento de las reclamaciones y demandas judiciales vinculadas a este tipo de cuestiones.

Los gobiernos de la mayoría de los países del mundo están tomando cartas en el asunto de manera decidida en políticas de ESG (Enviromental, Social and Governance), puesto que cuestiones relacionadas con el cambio climático, la igualdad y diversidad en las empresas y las buenas prácticas en la gestión y el gobierno de las compañías han empezado a estar muy presentes en la conciencia de la ciudadanía.

Las empresas ya no pueden ignorar las políticas ESG dentro de su estrategia, puesto que las consecuencias pueden tener efectos devastadores, no solo para la salud del medioambiente, sino también para la propia supervivencia de la compañía, que se arriesga a fuertes sanciones y las demandas, tanto de personas como de organizaciones, que se consideren perjudicadas por las actuaciones de la empresa. Bajo el término ESG hoy se agrupan riesgos muy diversos que, al ser relativamente nuevos, las empresas pueden caer en la tentación de minusvalorarlos. Pero lo cierto es que una mala gestión de las políticas ESG puede derivar no solo en un importante perjuicio financiero, sino ocasionar también graves daños reputacionales para la empresa.

Todo ello, hace que los ejecutivos y directivos de las compañías deban tener cada vez más en cuenta los criterios ESG en la gestión de todos los ámbitos de su organización, ya sea en lo relacionado con la estructura productiva, con la administrativa o con las políticas y prácticas laborales. El panorama, por lo tanto, pone de manifiesto el surgimiento de nuevos riesgos que afectan directamente al seguro de D&O. De hecho, ya se ha re-

gistrado un aumento de las reclamaciones y demandas judiciales vinculadas a este tipo de cuestiones.

PRINCIPALES RIESGOS ASOCIADOS A LA NORMATIVA ESG

A la hora de valorar el riesgo de una empresa y de sus directivos, las aseguradoras tienen ya muy presentes las políticas de cumplimiento de la regulación ESG. Aquellas organizaciones que no hayan instaurado las políticas adecuadas en esta materia o las empresas en las que se detecten evidentes deficiencias en la aplicación de dichos criterios, pueden ver cómo las compañías de seguros las consideran como un riesgo agravado, lo que se traduciría en mayores dificultades para encontrar cobertura y/o en un incremento sustancial del importe de la prima del seguro.

El aumento de los procesos judiciales causados por incumplimientos en el campo ESG se ha acelerado en los últimos años y todo apunta a que seguirán creciendo en el futuro. Algunos de los casos más habituales son: Procesos judiciales por actuaciones que tengan un efecto sobre el cambio climático, incluyendo prácticas que vayan en detrimento de la transparencia sobre la huella medioambiental que genera la empresa; demandas por realizar el llamado *greenwashing*, es decir, llevar a cabo campañas o divulgar información no veraz con el fin de aparentar que la empresa opera de manera sostenible; pleitos por la falta de medidas de prevención por parte de los directivos ante un posible percance medioambiental; reclamaciones por falta de diversidad; denuncias relacionadas con la transparencia y los criterios de retribución a los directivos; y litigios causados por no implementar las suficientes medidas de prevención para garantizar la ciberseguridad.

Bajo el término ESG hoy se agrupan riesgos muy diversos que, al ser relativamente nuevos, las empresas pueden caer en la tentación de minusvalorarlos

Frente a este tipo de situaciones, los seguros de D&O, como el de Berkley España, protegen a los directivos frente a posibles demandas judiciales impulsadas por quien se pueda haber sentido perjudicado por la actividad de la empresa o por las decisiones tomadas por sus altos cargos. El universo de posibles demandantes es amplio y puede incluir a los clientes de la empresa, a los trabajadores, organismos públicos, los proveedores, empresas competidoras e, incluso, la propia entidad y sus accionistas.

Mascotas con reembolso de gastos de asistencia

Caser ha lanzado un nuevo seguro para mascotas dirigido a todos aquellos propietarios de perros y gatos que quieran estar protegidos ante posibles situaciones imprevistas de sus mascotas, como enfermedades o accidentes, sean de la raza que sean, con reembolso de gastos de asistencia.

El seguro 'WeCAN Live' tiene como objetivo dar solución a los imprevistos veterinarios de alto coste y garantiza que los propietarios puedan seguir cuidando de sus perros y gatos de entre cuatro meses y hasta los ocho años incluidos.

Los usuarios de este producto tendrán el reembolso de los gastos de asistencia, que incluye la cobertura del 100% de los gastos veterinarios, como pruebas diagnósticas, análisis clínicos, medicación administrada en la clínica, cirugías y consultas, hospitalización, entre otros, cuando la mascota sufra cualquier enfermedad o accidente, y siempre que la totalidad de los gastos superen 800 euros. No hay franquicias ni copagos. Además, eligen su propio veterinario sin miedo a exclusiones ni a tener que pagar gastos adicionales

A su vez, los asegurados podrán disfrutar del nuevo servicio de atención veterinaria 24/7, en el móvil, para resolver dudas y urgencias sin tener que desplazarse.

Por otra parte, 'WeCAN Live' ofrece las coberturas opcionales clásicas de un seguro para mascotas como responsabilidad civil o la defensa jurídica.

PPSE con interés garantizado

Avanza Previsión ha lanzado su plan de previsión social empresarial (PPSE) a tipo de interés garantizado, dirigido a las empresas que velan por complementar y fomentar el ahorro para la jubilación de sus trabajadores.

El PPSE satisface así las necesidades de ahorro complementario para la jubilación de los empleados a través de una póliza colectiva que instrumenta los compromisos por pensiones asumidos por la empresa, garantizando siempre una rentabilidad al vencimiento. Esta solución permite preservar las aportaciones realizadas y evitar perjuicios en momentos de inestabilidad en los mercados financieros, además de implicar ventajas fiscales para la empresa y sus empleados.

Getlife ha lanzado un nuevo seguro de Vida especialmente diseñado para los pilotos aéreos que no supone un incremento en la prima a este colectivo y garantizan 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 su jornada laboral.

Seguro de Vida para pilotos

El seguro de Vida para pilotos 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.

Nueva emisión del unit linked 'Primactiva Plus'

AXA ha lanzado una nueva emisión de 'Primactiva Plus: Eurostoxx Top Dividend', un unit linked, referenciado al Eurostoxx Select Dividend 30 Price EUR, formado por una selección de 30 empresas de 11 países de la Zona Euro que generan altos dividendos.

Elena Aranda, directora de Vida, Protección y Ahorro de AXA asegura: "se trata de una atractiva rentabilidad y una exposición al riesgo muy controlada, que ofrece una liquidez a valor de mercado en caso de necesidad". Ya es la 37 edición del producto.

'Eurostoxx Top Dividend', es una inversión a 5,5 años que cuenta con la protección a vencimiento del 100% del capital invertido y que está respaldada por la deuda pública italiana. El producto generará un cupón fijo a vencimiento del 11,6% y cupón variable anual del 1,5% para cada observación en la que el índice se encuentre por encima de su nivel de referencia inicial.

La inversión puede realizarse a partir de 3.000 euros antes del 12 de diciembre de 2022 o hasta agotar emisión. Además, no tiene gastos de suscripción ni de reembolso y cuenta con una garantía de fallecimiento adicional de 600 euros.

Nueva modalidad de hipoteca inversa

Caser Seguros ha mejorado su oferta de hipoteca inversa, con el lanzamiento de una nueva modalidad de este producto, mediante el que el beneficiario tendrá ahora la posibilidad de elegir entre recibir una paga única, una paga mensual o una combinación de ambas en el momento de formalizar la operación.

'Caser Hipoteca Inversa' cuenta con servicios asistenciales opcionales, como la ayuda a domicilio y selección de personal, durante los diez primeros años, y asesoramiento telefónico y ayudas técnicas (asesoramiento, alquiler y venta con descuentos) durante toda la duración del contrato de este producto.
Para poder acogerse a este producto financiero, hay que tener una edad comprendida entre los 65 y 100 años, nacionalidad española o residente en España y poseer una vivienda habitual en propiedad. Asimismo, se trata de un producto que puede cancelarse parcial o totalmente en cualquier momento.
Nuria López, directora de Hipoteca Inversa de Caser, explica que "con esta actualización de Caser Hipoteca Inversa, nos adaptamos a otro tipo de necesidades que puedan tener los mayores de 65 años. Ahora es posible elegir una única disposición inicial más elevada para hacer frente a cargas vigentes o ayudas a familiares".
Caser, que lanzó este producto en el año 2019, ha ido alcanzando diferentes acuerdos de distribución, con entidades como Óptima Mayores, Grupo Retiro, Premium Quality (PQI Seguros), Aún Mas Vida o Finteca, entre otros.

Seguro de Hogar para propietarios e inquilinos

Cleverea está comercializando un seguro de Hogar para propietarios e inquilinos, que atenderá las necesidades de tres colectivos diferentes: propietarios de vivienda que viven en ella, propietarios de vivienda que la alquilan a terceros e inquilinos.

El nuevo producto protege las viviendas y pertenencias ante siniestros tales como incendios, robos o goteras y humedades; y ofrece coberturas personalizables para cada persona, que podrá escoger entre el pack básico –daños por agua, fenómenos meteorológicos, eléctricos y por impacto, gastos por evento de pérdida y responsabilidad civil, entre otros-, el pack intermedio –que también cubre el robo en la vivienda– o pack completo –con servicio de cerrajería urgente incluido-.
El seguro de Hogar también cuenta con: una experiencia de cliente 100% digital, pago mensual sin permanencia y flexibilidad absoluta a la hora de la contratación. La prima media anual es de 150 euros para los propietarios y de 90 euros para los inquilinos.

www.fiatc.es

MEDIFIATC

TU SALUD CON TODA TRANQUILIDAD

OBSEQUIO A ELEGIR:

2 MESES GRATIS

o Estudio molecular

SEGURO DE SALUD

FIATC SEGUROS

5 LETRAS QUE DAN TRANQUILIDAD

Capital totalmente protegido y con buena rentabilidad

Generali amplía su gama de productos de inversión con el lanzamiento de 'Generali Index100 2028', ofreciendo una protección del 100% del capital invertido a vencimiento y maximizando la rentabilidad.

'Generali Index 100 2028' ofrece un cupón fijo del 1,3% pagadero anualmente, más un cupón condicional del 3% por cada observación anual en la que el índice de referencia (Stoxx Global Select Dividend 100) se encuentre en un nivel igual o superior respecto de su nivel de referencial inicial, que se abonará al vencimiento. 'Generali Index 100 2028' se puede suscribir con una aportación mínima de 1.500 euros y podrá contratarse a partir del 6 de octubre de 2022. Los ahorradores que se decanten por este producto podrían obtener una rentabilidad máxima total del 24,95% acumulada al vencimiento, fijado para junio de 2028.

Pólizas de Financiación de Inversiones Estratégicas

Cesce ha presentado sus nuevas pólizas de Financiación de Inversiones Estratégicas. Estas pólizas están destinadas a proyectos enmarcados en sectores estratégicos, inicialmente, todos ellos relacionados con la lucha contra el cambio climático.

Las pólizas de Financiación de Inversiones Estratégicas nacen con la vocación de convertirse en un instrumento adicional del Estado para apoyar la transformación del tejido productivo hacia sectores en los que España pretende ser referente mundial y origen de exportación. El objetivo fundamental es facilitar a empresas nacionales o extranjeras la financiación de inversiones en nuestro país en áreas estratégicas con impacto en la exportación. El porcentaje de cobertura máximo será del 80% y las primas estarán basadas en los márgenes de riesgo en los precios que cobren los bancos a sus clientes. Al igual que en las 'Pólizas Verdes', se realizará una bonificación de los gastos de estudio en el momento en que se cierren las operaciones.

Tu propiedad
100% protegida
Asegúrate ante los impagos y añade protección ante la ocupación ilegal
ARAG
Alquiler Viviendas
Ocupación Ilegal
Para más información:
Consulta a tu mediador
93 485 89 05 - 91 599 82 87 | www.ARAG.es

Los salarios de hasta 35.200 euros tendrán menos retención en 2023

El Gobierno anunció en octubre, dentro del paquete fiscal para combatir los efectos de la crisis energética e inflacionaria, una extensión de las reducciones por rendimientos del trabajo en el IRPF para los trabajadores con rentas de hasta 21.000 euros. Es un cambio tributario que implica, por un lado, elevar desde los 14.000 hasta los 15.000 euros el mínimo exento de tributación. Por el otro, una reducción de las retenciones para las rentas de hasta 35.200 euros anuales durante el año 2023.

El borrador, sometido por el Ministerio de Hacienda a audiencia pública, explica que "el alargamiento de los umbrales para la aplicación de la reducción por obtención de rendimientos del trabajo", que ahora se extiende hasta un salario bruto anual de 21.000 euros, "obliga a ampliar el umbral de rendimientos a los que resulta aplicable el límite de la cuota de retención previsto". Por ello, se eleva a 35.200 euros la cuantía total de retribución prevista para la fijación del límite de cuota de retención de rendimientos del trabajo.

La cuota de retención, tendrá como límite máximo el resultado de aplicar el porcentaje del 43% a la diferencia positiva entre el importe de la cuantía total de retribución y el que corresponda, según su situación, de los mínimos excluidos de retención previstos.

El próximo 1 de enero los autónomos estrenarán un nuevo sistema de cotización a la Seguridad Social según el cual él mismo deberá estimar cuáles serán sus ingresos netos del ejercicio y, a partir de esa cuantía, encuadrarse en un esquema de tramos y pagar la cuota que corresponda a su tramo. Para facilitar esta operación la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS) está preparando un simulador que podrá utilizar el autónomo para calcular su estimación de ingresos y la cuota que deberá aportar mensualmente.

Se creará un simulador para calcular las nuevas cuotas de autónomos

Este simulador se ubicará, previsiblemente a partir de noviembre, en el portal web Importass de la TGSS desde donde ya se gestionan, por ejemplo, todas las altas bajas y modificaciones de cotización de las trabajadoras del hogar por parte de este colectivo y de sus empleadores.

Además de calcular la cuota que deberán ingresar estos trabajadores, también le orientará sobre si debe modificar la cuota a lo largo del año. De momento, la futura Calculadora de cuotas para los autónomos 2023 solicitará al autónomo que índice el rango en el que estimará que estarán sus ingresos netos mensuales en 2023 y, para ello, podrá consultar en este simulador cómo calcular dichos ingresos netos. Una vez hechos estos pasos, el autónomo deberá escoger el tramo de ingresos en el que se encuentra y la calculadora le estimará su cuota mensual.

Las pymes de menos de 3 empleados y los autónomos, puede solicitar el Kit Digital desde el 20 de octubre

Está publicada en el BOE la resolución por la que se convocan las ayudas destinadas a la digitalización de pequeñas empresas de entre 0 y menos de 3 empleados (segmento III). La cuantía del bono digital que se otorgue a las pequeñas empresas, microempresas y autónomos del segmento III tendrá un importe de 2.000 euros con el que podrán adquirir las soluciones de digitalización que ofrece el programa Kit Digital.

En la convocatoria se detallan los requisitos para solicitar las ayudas, las obligaciones que contraen los beneficiarios, los importes máximos de ayuda por cada categoría de soluciones de digitalización, la justificación, el pago y control de la implantación de las soluciones, entre otras materias importantes. Esta tercera convocatoria cuenta con un presupuesto inicial de 500 millones de euros y tiene por finalidad la mejora de la competitividad y del nivel de madurez digital de empresas de este segmento.

La cuantía de la ayuda será de 2.000 euros y con ella las pymes y autónomos podrán adquirir las soluciones de digitalización para áreas clave como: sitio web y presencia en internet, gestión de redes sociales, comercio electrónico; la gestión de clientes; servicios y herramientas de oficina virtual, inteligencia empresarial y analítica, gestión de procesos, factura electrónica, comunicaciones seguras, ciberseguridad, y las dos nuevas soluciones de digitalización que se añadieron con la modificación de la orden de bases: presencia avanzada en internet y Marketplace. Se puede solicitar a través de la sede electrónica de Red.es (https://sede.red.gob.es). El plazo para presentar las solicitudes se mantendrá abierto durante 12 meses.

El beneficiario podrá consultar en www.acelerapyme.es el catálogo de soluciones básicas de digitalización que ofrece el programa Kit Digital y el catálogo de agentes digitalizadores. Deberá seleccionar uno o varios agentes digitalizadores con los que desarrollar las soluciones de digitalización que mejor se adapten a las necesidades de su negocio y suscribir los "acuerdos de prestación de soluciones de digitalización". Las ayudas son de concurrencia no competitiva y se otorgarán de forma directa y por orden de llegada, una vez realizadas las comprobaciones del cumplimiento de los requisitos exigidos en la convocatoria.

Las empresas interesadas en esta tercera convocatoria podrán consultar las bases reguladoras y todas sus novedades en https://www.boe.es/boe/dias/2022/07/29/pdfs/BOE-A-2022-12734.pdf.

Con el fin de facilitar al máximo el acceso a las ayudas, se ha habilitado la figura del "representante voluntario", es decir, que cualquier tercero sea persona física o jurídica, debidamente autorizado, puede solicitar la ayuda por cuenta de la empresa.

Además, Red.es ha diseñado un sistema de tramitación usando herramientas de robotización e inteligencia artificial automatizado que reduce la carga burocrática, disminuye el número de documentos a presentar y acorta los plazos de concesión. La empresa podrá solicitar la ayuda sin aportar ninguna documentación. Será suficiente con que el empresario autorice a Red.es a consultar de oficio los requisitos y obligaciones requeridos para obtener la condición de beneficiario.

El Gobierno refuerza la lucha contra el fraude fiscal y laboral

El Gobierno va a reforzar, el próximo año, las actuaciones de lucha contra el fraude fiscal y laboral. Para ello, ha incrementado las transferencias tanto a la Agencia Tributaria (AEAT) como a la Inspección de Trabajo. Según se desprende del proyecto de presupuestos generales del Estado para 2023, presentado en octubre en el Congreso de los Diputados. La AEAT contará con una partida presupuestaria de 1.397 millones de euros, el 15,2% superior a la de 2022, gracias en parte al aumento en 167 millones de las transferencias del Estado.

Dentro de las principales actuaciones, la AEAT destinará 1.290 millones a la lucha contra los incumplimientos tributarios y el fraude fiscal, más de 30 millones de euros más que lo presupuestado este año. Para ello, realizará 1,5 millones de controles sobre tributos internos y otro medio millón de controles aduaneros, de impuestos especiales y medioambientales. El Gobierno prevé incrementar la plantilla de la AEAT en más de 300 personas, hasta los 6.829 trabajadores.

Se espera recaudar 1.100 millones de euros en 2023 mediante actuaciones de control del cumplimiento de las obligaciones en materia de Seguridad Social y para ello tiene previsto realizar 400.000 actuaciones en materia de economía irregular.

Además, se investigará el fraude en la contratación a tiempo parcial, marcándose como objetivo ejecutar 40.000 ampliaciones de jornada. La Inspección también aumentará a 93.000 las visitas planeadas para prevenir riesgos y siniestralidad laboral, revisará 4.000 contratos de posibles falsos becarios, controlará la eventual irregularidad de 10.000 falsos autónomos y luchará contra la desigualdad de género y por discapacidad.

ICO lanza nuevos bonos sociales para pymes y autónomos por 500 millones de euros

El Instituto de Crédito Oficial (ICO) ha lanzado nuevos bonos sociales para pymes y autónomos. Estos bonos, que vencerán el 31 de enero de 2028, tendrán un importe de 500 millones de euros.

El ICO ha manifestado su compromiso con los inversores para apoyar proyectos que generen un impacto social y medioambiental positivo, según lo que se persigue con el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Esta institución está canalizando fondos con estas operaciones hacia el tejido empresarial a través de sus programas de financiación directa, las Líneas ICO de Mediación y fondos gestionados por AXIS, su filial de capital riesgo. El ICO se ha centrado en reforzar su compromiso con el desarrollo del mercado de bonos sostenibles. Para ello ha asegurado su consolidación como emisor de referencia al realizar nueve emisiones de bonos sociales y cuatro de emisiones verdes, con un volumen de 6.550 millones de euros. Hasta la fecha, esa emisión ha permitido 30 proyectos de energías renovables.

Somos ese impulso que te acompaña siempre.

Somos soluciones a tu medida en seguros de Crédito, de Caución y gestión del riesgo comercial. Somos flexibilidad y transparencia para ayudarte en todo momento. Somos la fuerza de un gran equipo en el que puedes confiar. Siempre.

Seguros de Crédito • Caución • Recobro • Gestión de Riesgos

Para todo tipo de empresas, desde pymes a grandes corporaciones.

915813400 solunion.es

solunion
SOMOS IMPULSO

Mapfre pone en valor la labor de sus corredores

Mapfre ha celebrado una jornada que reunió a corredores de toda España para exponer la importancia y valor de este canal para la compañía, así como generar más oportunidades de colaboración y negocio.

Luis Carlos Tortajada, director del canal corredores de Mapfre España, posicionó a la aseguradora como socio estratégico del corredor. Además, destacó el máximo cuidado que tiene la compañía en la gestión de los datos y la fortaleza que supone la confianza mutua y la transparencia en la información.

Por su partee, José Manuel Inchausti, CEO de Mapfre Iberia, destacó la importancia que los corredores tienen para la compañía. También realzó el compromiso de la aseguradora con los corredores para adecuarnos a sus necesidades, fortaleciendo nuestras estructuras, evolucionando en herramientas, conectividad y transparencia y destacando nuestra capacidad de suscripción.

Durante la jornada se llevó a cabo un homenaje a Ferrer & Ojeda Asociados Correduría de Seguros, a la que se le hizo entrega del puente Mapfre, el máximo galardón que concede la aseguradora, en reconocimiento a su trayectoria y sólida relación con Mapfre.

Por otro lado, la aseguradora ha presentado su nueva estrategia comercial en Decesos con el objetivo de convertirse en la aseguradora de referencia en España en estos seguros. Su propuesta contempla la renovación de su seguro de 'Decesos Siempre', que incluye servicios funerarios adaptados al deseo de cada asegurado y a las costumbres locales, asistencia a personas (coordinación de las prestaciones, consulta jurídica familiar, tramitación de documentos por fallecimiento), ayuda psicológica, traslados (libre elección del lugar de inhumación y cementerio en España), Asistencia en Viaje, así como otros gastos extraordinarios. Además, desde el pasado abril, la compañía ha realizado un cambio en sus tarifas, adaptándolas a las circunstancias y edad de cada cliente. De esta forma, los más jóvenes pueden beneficiarse de mejores condiciones en los primeros años de contratación.

En otro orden de cosas, Mapfre ofrece a los clientes particulares y empresas, hasta el 31 de enero de 2023, un descuento de hasta el 41%, lo que supone que el cliente podrá ahorrar hasta 5 meses en su seguro de Salud.

Por su parte, las pymes que contraten los seguros de Salud colectivos de asistencia sanitaria o reembolso obtendrán una tarjeta regalo de Amazon por valor de 100 euros y podrán conseguir hasta un 16% de descuento adicional, según los productos que tengan contratados con la aseguradora.

Por otra parte, la aseguradora ha renovado el programa de gamificación dirigido a sus asegurados de Automóviles, ofreciendo más y mejores beneficios para premiar a los conductores que tengan buenas prácticas al volante. Para ello, los usuarios sólo tienen que seleccionar la opción CaReward en su seguro de coche Mapfre, descargarse la aplicación y ya pueden empezar a aprovechar sus viajes para ahorrar y beneficiarse de las ventajas que la aseguradora tiene para ellos. A partir de ese momento, el cliente puede empezar a sumar puntos, con los que conseguirá una serie de beneficios (por ejemplo, hasta 2 meses gratis en la renovación de la póliza).

Asimismo, la aseguradora ha lanzado una campaña para bonificar con hasta 6.000 euros a aquellos clientes que trasladen sus planes de pensiones de otras entidades a 'Programa Tu Futuro'. El programa cuenta con 8 carteras de planes de pensiones Mapfre, que se adaptan a cada cliente en función de su edad, perfil de riesgo y otras variables.

También ofrece esta bonificación a aquellos clientes que tengan un EPSV, si lo trasladan de otra entidad al programa Ciclo de Vida de Mapfre Vida Uno EPSV Individual.

En otro orden de cosas, el presidente de Mapfre, Antonio Huertas, ha defendido la necesidad de crear "fórmulas de colaboración público-privadas, donde los Estados también se impliquen, creando una legislación trasnacional que proteja a las empresas y los ciudadanos" frente a la creciente amenaza de la ciberdelincuencia.

Huertas ha explicado que las aseguradoras y las reaseguradoras están modelizando cada vez mejor este tipo de riesgos, pero aun así existen límites a la capacidad que tienen estas compañías por sí solas para asumirlos, entre otras razones, porque detrás de estos ataques se encuentran no solo redes criminales cada vez más sofisticadas y profesionalizadas, sino también unidades paraestatales en algunos ataques. Esto ha llevado a que, recientemente, el sindicato asegurador británico Lloyd's haya recomendado dejar de ofrecer cobertura de ciberriesgos, a partir del próximo año, cuando se trate de ciberataques respaldados por Estados.

Por otro lado, la aseguradora ha comunicado que en 2021 superó las 25.000 pólizas de viaje contratadas en España. La póliza más demandada sigue siendo la temporal, con más de 21.000 contrataciones en los meses de verano de 2022.

Por último, señalar que Mapfre Global Risks ha celebrado dos encuentros con brokers locales e internacionales, en Lisboa y Barcelona, para analizar los riesgos y desafíos a los que se enfrenta el sector en este momento de incertidumbre. En ambas reuniones quedó patente la importancia de la labor que desarrollan los brokers y los gerentes de riesgos, más en momentos como los actuales de incertidumbre y mercado duro.

Caser se anticipa a las necesidades del cliente

Caser Seguros ha lanzado una nueva campaña de publicidad con la tenista Garbiñe Muguruza como protagonista. Junto con el *claim* 'En Caser nos anticipamos para que tu vida sea más fácil', la pieza muestra la anticipación de la aseguradora para desarrollar productos y servicios que mejoran la vida de las personas.

En esta ocasión, la deportista española ha demostrado sus cualidades protectoras, cuidando de sus compañeros de aperitivo y salvándoles de algún que otro accidente. Embajadora de Caser desde 2018, Muguruza ha colaborado con la organización de distintas acciones enfocadas a incrementar la notoriedad de marca de la compañía.

El IES lanza una línea formativa sobre prevención de blanqueo de capitales

El **Instituto e-Learning del Seguro (IES)** ha incorporado a su catálogo formativo, una nueva línea de formación con contenidos sobre prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo. Se dirige, principalmente, a todos los distribuidores de seguros que sean activos en el ramo de Vida.

Esta nueva línea formativa arranca con seis píldoras con más de 10 horas en total: 'Nociones elementales sobre Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo' (2 horas), 'Medidas de obligado cumplimiento en materia de Prevención de Blanqueo de Capitales' (2 horas), 'Régimen de Infracciones y Sanciones en materia de Prevención de Blanqueo de Capitales' (1 hora), 'Operaciones de Riesgo en Blanqueo de Capitales en las actividades aseguradoras' (1 hora), 'Las Criptomonedas y su impacto en la Prevención de Blanqueo de Capitales'' (2,5 horas) y 'La V Directiva de Prevención de Blanqueo de Capitales y su adaptación a la Ley española' (2 horas).

Por otro lado, IES viene apoyando la formación financiera y desde hace un año, cuenta con una nueva sección formativa sobre 'Economía y finanzas para no financieros' que actualmente cuenta con ocho píldoras formativas, acumulando un total de 20 horas. En este primer año, se han recibido más de 1.000 matriculaciones en esta sección de educación financiera, habiendo certificado hasta la fecha un total de 2.500 horas de formación financiera.

Por último, señalar que **Avanza Previsión** ha lanzado la píldora formativa online 'Sostenibilidad para mediadores de seguros', de 2,5 horas de duración.

'Meridiano Protección Familiar' incluye, desde el mes de octubre, la asistencia psicológica/emocional y el apoyo al duelo, para intentar prevenir complicaciones derivadas de la pérdida de un ser querido mediante ayuda profesional.

Meridiano incluye asistencia psicológica y apoyo al duelo en su seguro de Decesos

Tras el fallecimiento de un ser querido Meridiano pondrá a disposición de los familiares un teléfono atendido por psicólogos especializados, 24 horas al día, 365 días del año. Además, desde la plataforma de asistencia psicológica se llevará a cabo un protocolo de llamadas proactivas a todas las familias que han sufrido una pérdida donde se les informará del servicio de atención psicológica que tienen a su disposición videollamadas o, incluso, sesiones presenciales para el familiar directo que se designe.

Por otro lado, la aseguradora se ha propuesto acercarse al público joven con su nuevo canal de Tik Tok. Con el perfil meridianoseguros pretende ser una nueva plataforma que acerque la compañía al público más joven y sirva para hacer más visibles y accesibles, sobre todo, sus herramientas y consejos de salud emocional y ayuda psicológica.

MetLife relanza su distribución a través de corredores

Óscar Herencia, vicepresidente para el Sur de Europa y director general de MetLife Iberia, explicó ante los medios de comunicación, que la aseguradora vuelve a apostar por los corredores en España. En parte, motivado porque comprobaron que en Italia y en Portugal, el negocio que más creció durante la pandemia fue el del 'face to face'. El 1 de enero de 2023 será la fecha elegida para este relanzamiento y se espera llegar a trabajar con 3.000 corredores en un par de años. La aseguradora va a comercializar con este canal, productos diferentes a los que distribuyen a través de otros canales.

La invasión de Ucrania por parte de Rusia, la inflación disparada y la subida de precios, la crisis energética o la subida del euribor configuran una realidad mucho más compleja e inestable de lo habitual. Por tales motivos, MetLife se ha comprometido a intentar reducir la incertidumbre y generar confianza, con innovación en productos y coberturas que protejan frente a las nuevas

amenazas y nuevos usos y costumbres.Esta nueva situación ha conducido a una aceleración digital forzosa que, en el caso de las aseguradoras se ven obligadas a implementar la digitalización durante todo el proceso, desde la contratación hasta la prestación del servicio; pero sin perder de vista el contacto humano o lo que, desde MetLife han denominado: revolución Phygital.

Este espíritu de sofisticar, personalizar y humanizar el proceso de contratación, donde el asesoramiento personal tiene un papel clave, es lo que ha llevado a MetLife a relanzar el canal de corredores en España con una propuesta de valor para la nueva era de los seguros. En este contexto, es clave para MetLife contar con el canal de corredores, ofreciendo un asesoramiento personal, aspecto muy valorado por los clientes españoles, para asegurar una relación de confianza. A fin de fomentar esta relación, la compañía está invirtiendo en una propuesta de valor para la mediación a quienes acompañará durante todo el proceso, facilitándoles el acceso a recursos y materiales de apoyo a la venta, así como formación continua a través de colaboraciones con escuelas de negocio de primer nivel.

Los corredores contarán con productos diferentes a los de otros canales porque quieren potenciar su asesoramiento y la posibilidad de adaptar los seguros a las necesidades del cliente.

En otro orden de cosas, la aseguradora participó en el Día de la Educación Financiera, uniéndose a diferentes iniciativas. Entre ellas, 'Finanzas para todos' la iniciativa de divulgación de la cultura financiera emprendida por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, el Banco de España y la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y con la que colabora Unespa a través de Estamos Seguros. En esta ocasión, la iniciativa centró su atención en uno de los problemas derivados del reto de la digitalización: estafas y fraudes a través de Internet.

Cercanía y experiencia del cliente, ejes de la convención comercial de Aegon

Aegon ha celebrado su convención comercial anual dirigida a las redes de venta comerciales: agentes, corredores y colectivos. La jornada ha contado con una serie de sesiones de formación en las que se han comunicado todas las mejoras en la campaña comercial del curso 2022–2023, así como sus planes y novedades para preparar la nueva campaña, acorde con los pilares estratégicos de la compañía: digitalización, valor, cultura, excelencia en el servicio y desarrollo de negocio.

Durante la convención, varios directivos de la aseguradora comentaron las últimas novedades sobre los productos para el inicio de la campaña que arrancó en septiembre, junto a los detalles sobre la campaña de renovación y retención como uno de sus ejes estratégicos.

El encuentro, que desde hace años organiza la aseguradora, forma parte de la estrategia de Aegon centrada en ofrecer un servicio al cliente único, cercano y personal.

Por otro lado, la aseguradora ha sido galardonada por cuarta vez consecutiva con el reconocimiento al Servicio de Atención al Cliente del Año 2023 en la categoría de seguro de Salud, y por segunda ocasión para Vida. El premio otorgado por la asociación **Sottotempo** es un reconocimiento a la innovación y la calidad en el servicio de atención que ofrece la ent5idad a sus clientes.

Cigna crea una herramienta para medir el estrés a través de la voz

Cigna España ha presentado el test 'CignaStressWaves', la primera herramienta que puede medir los niveles de estrés de las personas a través de la voz. Gracias a la tecnología de machine–learning, la máquina solo necesita 60 segundos para escuchar el tono de la voz, la elección de palabras y las pausas realizadas para generar una lectura del nivel de estrés actual.

Según el estudio 'Cigna Well-Being 360', actualmente, un 78% de los españoles sufren niveles de estrés constantes que afectan a su salud y bienestar generándoles dolores físicos, fatigas, bajos estados de ánimo e irritabilidad. Entre las principales causas del estrés, un 42% señala al coste de la vida actual; un 36% a la incertidumbre acerca del futuro; un 29% a las finanzas personales, y otro 29% a la alta carga de trabajo. Los grupos que representan mayor porcentaje de estrés son las mujeres trabajadoras, los millennials (entre 25 y 34 años) y las personas trabajadoras con hijos.

Agroseguro presenta las novedades de los seguros agrarios de otoño

Agroseguro ha celebrado en Zaragoza y en Sevilla sendas jornadas de divulgación sobre el seguro Agrario. Las jornadas se han centrado en las líneas de seguro cuya suscripción se realiza durante el otoño.

En las jornadas se recalcó el contexto actual de alta siniestralidad, especialmente "en este año en el que hemos padecido prácticamente todos los riesgos".

De cara al Plan 2022, se ha destacado la mejora aprobada por Enesa de los precios máximos de aseguramiento, que crecen de media un 23%, destacando el incremento del trigo duro (50%) y la colza (52%). También experimentan aumentos el trigo blando, la cebada, la avena, el centeno, el triticale, el girasol, el maíz, el sorgo, garbanzo, lenteja, judía y arroz, entre otros, lo que repercutirá directamente en la cuantía de las indemnizaciones en caso de siniestro, y ajusta el valor de la producción a la realidad del mercado, que en los últimos meses se ha visto muy influenciada por la situación económica y los efectos de la invasión rusa de Ucrania. El incremento del presupuesto aprobado por Enesa en 2022, se traduce en un aumento en 10 puntos porcentuales de la subvención base para todas las líneas que inicien su periodo de suscripción hasta el 30 de agosto de 2023.

Además, Agroseguro ha renovado en la actual campaña la posibilidad de acogerse a la bonificación del 5% para aquellos productores que renueven sus pólizas con los módulos 1 y 2. Estos módulos ofrecen coberturas frente a la totalidad de los riesgos climáticos, incluyendo protección ante la sequía, la helada o el pedrisco.

Por otra parte, Agroseguro ha realizado una jornada en Cantabria en la que se han difundido las líneas de seguro de relevancia para la región, como los seguros ganaderos o los cultivos forrajeros. En total, cada año se gestionan 30.000 siniestros en Cantabria, principalmente pecuarios, con una indemnización que se sitúa —de media— en los 5 millones de euros anuales.

Por último, señalar que se estima que Agroseguro indemnizará por los siniestros producidos entre enero y septiembre de este año, 695 millones de euros (un 11% más que en todo el año 2021). Ya se ha abonado casi el 80% del total de indemnizaciones, hasta sumar 550 millones. En 2022, el plazo medio de pago de indemnizaciones tras la tasación definitiva del siniestro se sitúa en 23 días en seguros agrícolas y 26 días en seguros pecuarios.

Lo anterior anticipa que 2022 podría batir —de nuevo— el récord de siniestralidad y constata cómo la realidad climática actual cada vez pone más en riesgo el futuro de las explotaciones, lo que refuerza la importancia del seguro como garantía para los productores.

Los seniors, eje de muchas estrategias empresariales

En la Europa de 2050, aproximadamente uno de cada tres habitantes será mayor de 65 años, cobrando cada vez más una especial relevancia en el mercado. Jordi Rivera, CEO de DAS Seguros asegura que "la personalización, un modelo de atención focalizado en toda la familia y el acompañamiento apoyado en la tecnología serán claves en el diseño de productos y servicios".

Multitud de compañías están desarrollando servicios especializados para el colectivo silver que, de media, se caracteriza por tener un poder adquisitivo más elevado y una esperanza de vida mayor que las anteriores. Además de demostrarse ser fiel a sus marcas, consumen más que los jóvenes y demandan productos y servicios más específicos y personalizados. Y así lo refleja la Unión Europea que tasa el volumen de esta economía silver en el 25% del PIB de Europa aportando el 30% de los empleos.

DAS Seguros, consciente de este reto, ya ha empezado a dar los primeros pasos en este sentido con la creación de un nuevo seguro de protección jurídica pensado tanto para este colectivo como para sus familias.

En otro orden de cosas, la entidad ha alcanzado un acuerdo con Tauro, plataforma de creación y gestión de facturación y páginas web para pymes y autónomos, con el fin de proteger a las pequeñas y medianas empresas del impago de facturas.

'DAS Factura Asegurada' es un seguro embebido en el que el usuario puede asegurar sus facturas de forma individualizada en el momento de su emisión desde la propia plataforma de facturación de Tauro y por un importe inferior al 1% del valor de la factura. Además, el seguro incluye una cobertura de asesoramiento ilimitado que dotará a las empresas tomadoras de la póliza de una cobertura legal y de consultas ilimitadas en todo lo relativo a obligaciones contractuales, formas de pago, clientes deudores o ficheros impagados.

El Congreso Agers aborda la ciberresistencia, la sostenibilidad y la transición ecológica

El 33º Congreso Agers, celebrado bajo el lema 'Agers gira a la velocidad del mundo', contó con más de 60 ponentes que, a través de un enfoque multidisciplinar, realizaron un análisis de temáticas de actualidad como el metaverso, la ciberresistencia, la sostenibilidad y transición ecológica, las autopistas del hidrógeno o la comunicación de los riesgos, entre otros.

Asimismo, se organizaron cuatro talleres simultáneos, en los que se presentaron en exclusiva los dos nuevos manuales y una nueva guía realizados por los Grupos de Trabajo de Agers sobre Programas de Seguros Internacionales y Riesgos Operacionales, que ya están disponibles en la web de Agers para todos aquellos que quieran conseguirlos.

Inade aborda la planificación financiera de los autónomos

Fundación Inade se sumó a la conmemoración del Día Mundial de la Educación Financiera, organizando una jornada de Foro Inade en colaboración con la Asociación de Educadores y Planificadores Financieros (AEPF) bajo el título 'La planificación financiera del autónomo'.

Los riesgos personales de los autónomos: invalidez, incapacidad laboral, dependencia, jubilación, etc. "causan graves impactos en su economía" y la educación financiera, junto con la cultura de la previsión del ahorro, "son claves a la hora de estar preparados si se producen".

Teniendo en cuenta que el 86% de los autónomos cotiza por la base mínima, se podría afirmar que la mayoría de los autónomos estarían desprotegidos ante sus riesgos personales, siempre y cuando no los gestionen o transfieran de otra manera.

Por otro lado, Fundación Inade celebró un Foro Inade bajo el título 'La gestión del riesgo en las empresas medioambientales', en la que se ofreció una visión más amplia sobre los riesgos que afectan a las empresas medioambientales y cómo se encuentra el apetito de la industria aseguradora a la hora de transferirlos".

Adolfo Campos explicó cómo se estructura el programa de seguros de una empresa dividiéndolo en cinco bloques (responsabilidades, bienes, finanzas, autos y personas) y matizó que, en esa sesión, se centrarían en dos de ellos: las responsabilidades y los bienes. Concretamente, quiso destacar la responsabilidad civil por contaminación y la responsabilidad ambiental, conceptos diferentes y en muchas ocasiones confundidos por los empresarios.

En la jornada, se resaltó que las compañías no tienen apetito para asegurar a las empresas medioambientales. La solución ante esta falta de cobertura es la prevención. Los empresarios deben asesorarse sobre cómo gestionar sus riesgos y, una vez que tengan un plan, consensuarlo y validarlo con la aseguradora. Se recomienda contactar con el asegurador desde el primer momento y adaptarse a lo que pide, antes de construir la planta de reciclaje.

Seis de cada diez españoles teme no contar con pensión cuando se jubilen

El 48% de españoles teme estar solo al hacerse mayor y, aunque un 44% cree que el soporte de la familia a los mayores es fuerte en nuestro país, un 27% afirma que es responsabilidad de cada persona garantizar su calidad de vida durante ese periodo.

Estas son algunas de las conclusiones de las conclusiones del informe 'Los españoles ante la vejez', elaborado por la **Fundación Mutua de Propietarios**, en colaboración con la **Universidad de Barcelona**, que ha analizado las percepciones sobre esta etapa de la vida desde las ópticas de quienes conviven con familiares de más de 75 años y de quienes proyectan su futura vejez.

De acuerdo con el informe, ante una futura vejez, los problemas de movilidad (68%), la salud (67%) y la falta de recursos económicos (59%) son las principales preocupaciones de los españoles, seguidas de la posibilidad de no contar con una pensión de jubilación (60%) y de sufrir soledad (48%).

Aunque un 58% de las personas mayores asegura que no tiene dificultades para llegar a fin de mes con los ingresos del hogar, un 24% manifiesta tener problemas económicos de forma ocasional; un 8% admite que son frecuentes y el 5% señala que siempre los tiene. De hecho, un 34% de los mayores afirma que tendrá dificultad para mantener la calefacción encendida y un 43% para hacer frente a imprevistos superiores a 750 euros.

Las mujeres son el 55% de las tomadoras de seguros de Autos y Hogar

El papel de la mujer ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años en cuanto a la contratación de seguros: suponen ya el 55,3% de quienes poseen un seguro de Automóvil, cuando en 2018 eran el 40,2%. Se trata, por tanto, de un incremento del 37,8% en tan solo 3 años, tal y como pone de manifiesto el 'Estudio Anual de Abandonos del Sector de los Seguros en 2021', realizado por **Gain Dynamics**.

Esta tendencia es acusada en el ramo de los seguros de Hogar, donde el 55,4% de los clientes son mujeres, con un crecimiento del 21,5% en ese mismo periodo. Partiendo de unas cifras más equilibradas que en el ramo de Autos, a partir de 2020 (el año de la pandemia), la mujer superó, por primera vez, al hombre como tomador de seguros de Hogar, tendencia que no ha hecho más que acentuarse.

Las aseguradoras aprecian en el metaverso un entorno propicio para generar más negocio

Minsait ha sido la primera empresa de su sector en lanzar la oficina de seguros del futuro en el metaverso y es socio de referencia para el desarrollo de modelos de negocio y operaciones en el ámbito virtual. Por ello, la compañía tecnológica ha presentado, junto a **ICEA**, el estudio 'Insurance *Metaverse*: nuevas realidades, nuevas oportunidades', en el que aborda los retos que plantea a las aseguradoras su entrada en este entorno digital; las herramientas que facilitarán su rentabilidad en el mismo; así como los posibles retos y desafíos que implica crecer en el metaverso y garantizar su convergencia con el mundo real.

Según Andrés Duque, senior manager de Servicios Financieros en Minsait, "es importante analizar su impacto en productos y procesos. Aspectos como la propiedad privada dentro del metaverso, la transferencia de valor al plano digital en forma de criptoactivos y NFT's, la nueva responsabilidad civil o los modelos de relación con clientes, propiciarán una adaptación de la oferta y de la propia gestión del negocio, que las aseguradoras deberán empezar a abordar".

Según refleja el informe, tres de cada cinco entidades no han llevado a cabo aún ningún planteamiento relacionado con los entornos virtuales y solo una entidad de la muestra analizada ha superado la fase inicial de planteamiento. Premisas como el desconocimiento de los nuevos modelos de negocio a implementar, la falta de prioridad que estas iniciativas tienen entre los equipos de dirección, la inmadurez de las firmas en materia de tecnología y seguridad o la ausencia de personal con conocimiento especializado son algunas de las causas.

En el corto plazo "se ve como un entorno donde lograr un mejor posicionamiento de la marca y llevar a cabo acciones de publicidad más innovadoras y llamativas", admite el responsable de Minsait. No obstante, "en el medio-largo plazo estos objetivos se extenderán a más ámbitos, convirtiéndose en un canal de venta que forme parte de la estrategia interna y permita la llegada a más públicos".

Cuestiones como la responsabilidad civil, la evolución de las regulaciones para asegurar la privacidad y la seguridad de la información; o el uso de la propia legislación no solo identifican riesgos alternativos, sino que, en sí mismos, son grandes oportunidades para el sector asegurador. Por ejemplo, hoy en día, los productos aseguradores involucrados en estos universos son los nuevos productos digitales y los seguros de Hogar, si bien esta oferta aumentará a medida que se generalicen otros usos e inversiones en el mundo virtual.

Mutua Levante ofrece a sus clientes un servicio de aviso de fenómenos naturales

Mutua Levante acaba de lanzar el servicio 'ClimAlert' para sus clientes, de la mano de Europ Assistance. Este servicio, destinado a los productos de Hogar y Comercio, se encargará de mandar un aviso por mensaje de texto sobre ciertos fenómenos naturales extremos como: lluvia, viento, tormentas, olas de calor y frío...

El servicio que ofrece Europ Assistance, pronostica los fenómenos que considera extremos a través de la Aemet, y advierte a los tomadores de las viviendas o comercios asegurados tomando como referencia los códigos postales que se puedan ver envueltos por dichos fenómenos, 24 horas antes de que se produzcan.

No solo da avisos por mensajes, sino que también ofrece al asegurado consejos y recomendaciones sobre cómo poder actuar y reducir o minimizar los daños que puedan producirse en sus viviendas o comercios.

Sanitas ha creado un nuevo servicio digital para atender y gestionar la salud mental. A través de 'Cuida tu mente', el paciente podrá cuidar y promover su salud mental y emocional en todo momento. Gracias a la app, es posible realizar una valoración psicológica online que servirá al paciente de punto de partida personalizar su experiencia, evaluar su estado emocional y la necesidad de intervención psicológica.

Sanitas crea un servicio digital para gestionar la salud mental

La plataforma online de BluaU da acceso a contenidos y terapias digitales autoguiadas (videos, audios, podcast…) con las que trabajar su bienestar emocional, mejorar áreas específicas y prevenir el malestar. En el caso de necesitar asistencia psicológica, la app hará un seguimiento y acompañamiento personalizado, supervisado por su psicólogo.

Su objetivo es ayudar a cuidar, prevenir y promocionar la salud mental de las personas a través de cuatro pilares: orientación diagnóstica, es decir, entender cómo se encuentra el cliente, sus preocupaciones y su entorno; terapias digitales autoguiadas (videos, audios, podcasts, libros, etc.) para mejorar su situación; acompañamiento y detección de todo lo que sucede en la vida del paciente (registro emociones, actividad física, sueño, etc.) para tratarle con toda la información posible; y soporte profesional a cargo del mejor cuadro médico en acceso mixto, videoconsulta y presencial, cuando el cliente lo necesita.

Codeoscopic lanza una nueva aplicación de gerencia de riesgos para los mediadores

Innova Ibérica, empresa perteneciente al grupo **Codeoscopic**, ha lanzado Bcover, la aplicación que permite a mediadores y aseguradoras simplificar, automatizar y perfeccionar el análisis y la gestión de riesgos de sus clientes empresas. Bcover está enfocada tanto a corredores de seguros como a compañías y ofrece un análisis inteligente de los riesgos, basado en big data y en el uso de la tecnología y los modelos de predicción más avanzados.

Bcover permite una caracterización semiautomática de cada empresa y la identificación de los riesgos a los que está expuesta sobre la base de la actividad CNAE, eliminando cuestionarios sectoriales y afinando la eficiencia de la información que debe facilitar el usuario.

"Con Bcover, el mediador se convierte en un gerente de riesgos integral para sus clientes pyme y comercio -explica el CEO de Innova Ibérica, Sergio Gómez-. A través de los modelos y matrices de análisis que incorpora la aplicación, podrá detectar los riesgos más relevantes a los que esté sometida la empresa y ofrecer soluciones a medida". Las aseguradoras, además, podrán identificar con Bcover aquellas garantías sobre las que actuar, calculando los factores de riesgo a usar en las diferentes soluciones aseguradoras.

Pero, además, Bcover forma parte del entorno Codeoscopic Workspace, lo que garantiza su integración con el resto de soluciones del grupo tecnológico. "Esta conexión va a posibilitar al mediador ofrecer un servicio integral de gerencia de riesgos -indica Sergio Gómez-: una vez haya analizado los riesgos a los que esté sometido su cliente, Bcover le permitirá proponer soluciones aseguradoras y, mediante la conexión con Avant2 Sales Manager, cotizar y emitir esas pólizas en el multitarificador".

Bcover también tiene conexión directa con Tesis Broker Manager, el ERP para corredurías de seguros que incluye Codeoscopic Workspace. "Toda la información del cliente que esté registrada en el ERP podrá ser visualizada y consultada desde Bcover", detalla Gómez.

Por otros lado, Codeoscopic Academy celebra un nuevo ciclo de jornadas formativas con **SACS** sobre los daños atmosféricos y los siniestros que se pueden derivar de ellos, así como su importancia en las pólizas de Multirriesgo, ya que suponen casi un 30% de los siniestros declarados en ellas.

Durante las tres jornadas, se presentan las sutiles diferencias que hacen que un siniestro sea consorciable, las principales causas de exclusión, la importancia de la fecha del siniestro y la acreditación del carácter anormal de estos fenómenos.

Arag ofrece consejos para protegerse de los falsos seguros de alquiler

Al rebufo de la rápida expansión de los seguros de Impago de Alquiler, con crecimientos anuales superiores al 20% desde 2017 según Oesa, han proliferado otros productos que carecen de las garantías que la ley exige a los productos aseguradores por lo que, en caso de impago, no garantizan el cobro de las mensualidades vencidas, ni ofrece una indemnización en otros supuestos que sí incluyen los seguros reales como el vandalismo.

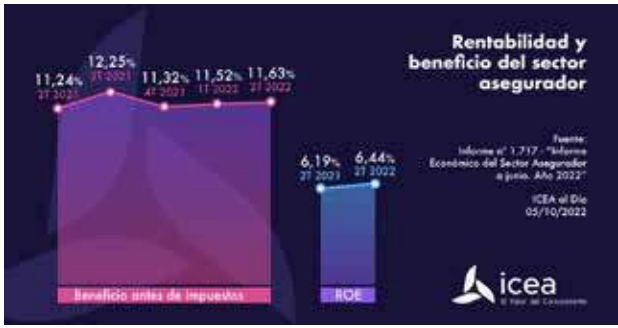
Arag recuerda que la primera forma de detectar un seguro falso es determinar si quien lo ofrece tiene la capacidad legal para hacerlo. Cualquier ciudadano puede comprobarlo con una sencilla consulta online en la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, ya que solo las aseguradoras y los agentes y corredores de seguros que figuran en el registro de este organismo oficial están acreditadas legalmente para operar en el mercado asegurador. Precisamente, una de las garantías que se les exige -a diferencia de lo que sucede con otro tipo de empresas- es contar con el nivel suficiente de solvencia económica para hacer frente a las indemnizaciones pactadas con sus clientes.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha realizado una formación en el **Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona** hablando de la gran oportunidad que suponen los seguros de Asistencia en Viaje para particulares y empresas.

En la presentación, se hizo un repaso de la situación actual, de los potenciales mercados y clientes y de los productos que ofrece Arag, como 'Viajeros Plus' o 'Viaje de Negocios Plus'.

El beneficio antes de impuestos del sector se sitúa en el 11,63% de las primas

En el segundo trimestre de 2022, el beneficio antes de impuestos sobre primas imputadas se situó en el 11,63%, un 0,39% más respecto al mismo periodo del año anterior, según datos de **ICEA**.



Por su parte, la rentabilidad sobre recursos propios (ROE) fue del 6,44%, 0,25 puntos porcentuales por encima, respecto al segundo trimestre de 2021. En cuanto a la solvencia, el Ratio de Solvencia (SCR) se situó en el 241,9%.

Multiasistencia presenta una forma de gestionar los siniestros de Hogar mediante analítica avanzada

La combinación de la última tecnología y del factor humano en la gestión de los siniestros del hogar, permite alcanzar una eficiencia operativa y una experiencia del cliente superior. Esta ha sido una de las conclusiones de Ricardo Calvo, director general de clientes de Multiasistencia, durante su participación en el VII Congreso de Big Data e Inteligencia Artificial en el sector asegurador, organizado por ICEA.

Bajo el título 'Tecnología con un toque humano para incrementar la calidad de la asistencia', Calvo ha subrayado la importancia de contar con "nuevas herramientas digitales basadas en analítica avanzada que permitan ofrecer una asistencia personalizada a cada cliente y den un soporte extra a los tramitadores para que puedan focalizarse en aquellas tareas en las que aporten mayor valor añadido. Además, estas herramientas combinadas con la empatía de los tramitadores, permiten dar respuesta a los asegurados de manera más transparente, ágil y sencilla, e incrementar exponencialmente la satisfacción del cliente durante la gestión de su siniestro".

La nueva forma de gestionar los siniestros de Hogar se basa en cuatro ámbitos de actuación claves. En primer lugar, la posibilidad de ofrecer una experiencia omnicanal real y sin fisuras, ofreciendo respuesta inmediata allí donde se encuentre de manera natural. Todo ello, sin olvidar los canales tradicionales, para atender así a todo tipo de clientes y niveles de digitalización.

En segundo lugar, la aplicación óptima de la última tecnología para brindar una mayor transparencia en la gestión y posibilitar la trazabilidad inteligente del siniestro por parte del propio cliente. Además, gracias a las nuevas técnicas de análisis presentes durante toda la gestión, se detectan en tiempo real los llamados "puntos de dolor" para actuar sobre ellos de manera inmediata, gestionando las expectativas del asegurado y acompañándole con una comunicación proactiva durante todo el proceso.

Como tercer pilar, la inmediatez y la disminución de la duración del trámite del siniestro, obteniendo un importante impacto positivo en los ratios de calidad.

Por último, adaptar en tiempo real las decisiones que se toman durante el proceso de gestión del siniestro y poder así responder de manera personalizada a cada asegurado.

El **Instituto Santalucía**, plataforma de investigación y debate del **Grupo Santalucía**, ha publicado la actualización de su manual 'Las 50 preguntas clave sobre planes y fondos de pensiones', que pone a disposición de los ciudadanos el conocimiento adecuado para poder tomar decisiones financieras responsables.

Manual con las 50 preguntas y respuestas claves sobre planes y fondos de pensiones

Este documento da respuesta a las principales dudas que los españoles afrontan sobre un tema clave en estos momentos: el ahorro de cara a nuestra jubilación dentro del marco del Plan de Educación Financiera. Tiene como objetivo poner a disposición de los ciudadanos el conocimiento adecuado para poder tomar decisiones financieras responsables.

Las 50 preguntas pivotan desde conceptos básicos, hasta a aspectos relativos a las aportaciones, el funcionamiento de los planes o información sobre el cobro de las prestaciones, entre otros.

En otro orden de cosas, Santalucía ha nombrado a Juan Gallego como nuevo director Territorial Sur de la compañía. Con este nombramiento se quiere impulsar el crecimiento, los resultados y tener un mayor acercamiento con los mediadores, incrementando la satisfacción con el servicio prestado con ellos y sus clientes.

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Jaén y con un máster 'Total Quality Management' de la Universidad Carlos III de Madrid, Gallego comenzó su trayectoria profesional en Santalucía en el año 2003, desempeñando distintos puestos de responsabilidad dentro de la compañía.

Plus Ultra Seguros pone en valor el papel de la mediación

Plus Ultra Seguros y el **Colegio de Mediadores de Seguros de Almería** han celebrado la jornada 'El aporte de valor de la mediación', una actividad con la que la aseguradora de Grupo Catalana Occidente manifestó su apoyo a la figura del mediador en esa región y reafirmó la importancia de la formación continua en el sector.

En la jornada, el socio de la consultora Eutropia Co, Javier Sierra, realizó una ponencia sobre las ventajas competitivas de la mediación, así como su propuesta de valor y su gestión comunicativa ante el cliente.

Alberto Bartolomé, director de la zona de corredores de Andalucía Oriental y Murcia de la aseguradora, dijo que "Plus Ultra Seguros es consciente de lo esencial que es la figura del mediador para atender a nuestros clientes de una manera cercana y profesional".

Más de 600 mediadores y empleados de Allianz obtienen la certificación MiFID

Ha culminado la edición 2022 del programa tutelado por Allianz Seguros para promover la certificación de sus agentes y corredores en la MiFID (Markets in Financial Instruments Directive). En total, 517 profesionales de la mediación y 113 empleados de Allianz han conseguido esta acreditación.

En las cuatro ediciones impulsadas por Allianz, 1.981 profesionales (1.804 mediadores y 177 empleados) han superado las pruebas que les cualifican para realizar venta asesorada de productos financieros a sus clientes.

La compañía pone a disposición de los ahorradores desde productos unit link pasando por planes de pensiones, fondos de inversión o productos garantizados a largo plazo. Con su producto *unit linked* 'Allianz FondoVida Plus', Allianz gestionó en 2021 unas reservas de 1.172 millones de euros, con una rentabilidad media ponderada de un 15,52%. Además, la compañía amplió el pasado año su oferta con tres planes de pensiones diseñados para distintos perfiles de ahorradores, gestionando más de 192 millones de euros. Por otra parte, la agencia de valores de la entidad, Allianz Soluciones de Inversión, comenzó su actividad comercializando tres carteras de fondos de Allianz Global Investors para atender a las diferentes necesidades de los inversores e irá ampliando su oferta.

Las pymes de la distribución, las menos capaces de hacer frente al reto de la ciberseguridad

Las pymes dedicadas a la distribución son las menos capaces de hacer frente al reto de la ciberseguridad en España. Esta es una de las principales conclusiones del Ranking de la Ciberseguridad de las Pymes elaborado por Hiscox, (ver revista PymeSeguros 118).

Para la elaboración de este ranking, la aseguradora ha tenido en cuenta los datos de su 'Informe de Ciberpreparación 2022 de Hiscox' y ha medido la preparación de cada uno de los sectores en diez variables diferentes: el porcentaje de ciberataques recibido por las empresas de cada sector, su nivel de ciberpreparación, el coste que tienen los ataques para cada una de ellas, el tiempo medio que tardan en recuperarse de un incidente ciber, su gasto en ciberseguridad, la posesión o no de una póliza ciber, la pérdida de clientes y de reputación tras un ataque, la amenaza de estos incidentes a su viabilidad y cómo se preparan para mejorar su preparación ante ciberataques.

Cesce lanza una plataforma para optimizar y digitalizar la gestión del crédito comercial

Ya está disponible Cesnet Integral, la plataforma global para los clientes de Cesce que les permitirá gestionar toda su cartera de clientes (estén o no asegurados por la compañía), sus pólizas, riesgos de impago y cobros de forma unificada.

Cesnet Integral permite tener, en una sola aplicación, toda la información necesaria para la gestión de sus pólizas y su cartera global de clientes, así como sus cuentas a cobrar. Además, la herramienta es totalmente gratuita.

Entre sus servicios, destaca su capacidad de elaborar análisis detallados e informes analíticos integrados con filtrado de datos multicriterio, la posibilidad de crear alertas y monitorizar el cobro de las facturas al tiempo que se controla el riesgo de exposición de la cartera de clientes, estén o no asegurados.

Todo ello, además, en un entorno personalizable y multiusuario.

MGC Mutua crea una oficina virtual para los mediadores

MGC Mutua reafirma su apuesta por el canal mediado creando una oficina virtual exclusiva para mediadores. De esta manera, MGC confirma que éste será un canal prioritario para el crecimiento y expansión de la aseguradora en los próximos años.

La nueva herramienta digital permitirá comercializar sus productos mediante un asesoramiento personalizado, garantizando la calidad de las prestaciones y cubriendo las necesidades reales de los clientes.

"La comercialización de seguros de Salud tiene que realizarse por medio de un profesional cualificado, debido a que en ocasiones se producen sorpresas en copagos desconocidos, limitaciones en prestaciones, derivaciones a centros que el cliente no desea, falta de libertad de elección de médicos, sobre todo en pediatría o ginecología o en tratamientos importantes en oncología o prótesis traumatológicas, que son las que determinan, cuando se produce la necesidad, la conciencia del asegurado de que ha tomado una decisión acertada", ha manifestado Xavier Plana, director general adjunto de MGC Mutua.

En cuanto a las ventajas que ofrece la oficina virtual, cuenta con una tarificación guiada en la realización de un presupuesto, donde se explican los tipos de productos, tarifa y campaña a escoger, con las características y detalles. Se genera un presupuesto que explica coberturas, servicios, coste del seguro y condiciones de contratación.

Las primas de Autos y Hogar, en crecimiento

Versus Insurance Data ha presentado las cifras de cierre del tercer trimestre de 2022 del barómetro de **Avant2 Sales Manager**, periodo en el que se han vendido más de 135.000 nuevas pólizas en todos sus ramos. El análisis muestra un leve crecimiento interanual en emisiones del 2%. En cuanto a primas medias, se observan aumentos continuados en el seguro de Autos y Hogar, con unos incrementos interanuales superiores al 6% que se correlacionan con la inflación subyacente.

Con respecto al ramo de Autos, el tercer trimestre se cierra con 100.000 emisiones, cifra que se mantiene estable desde el segundo trimestre de 2021, con un crecimiento interanual del 4%. Sin embargo, tal y como se detectó desde principios de año, la evolución de la prima media ha aumentado de forma continuada a lo largo de estos 9 meses hasta superar los 350 euros este último trimestre. A nivel interanual, hay una subida del 6,2% en prima media. Para encontrar valores similares hay que retroceder al año 2019 que mostró una media superior a los 350 euros.

En Hogar, el tercer trimestre alcanza las 15.000 emisiones, cifra inferior a los trimestres anteriores debido al menor volumen del mes de agosto, que disminuye la media. Su crecimiento interanual es de un 10% y al igual que ocurre con el ramo de Autos, la prima media no ha dejado de escalar en precio, con excepción del mes de mayo, hasta superar los 225 euros. Esto queda reflejado en una subida interanual del 6,4% en prima media.

Por último, motos alcanzó las 12.000 emisiones, con un crecimiento interanual próximo al 3,8%. La evolución de la prima media se ha recuperado a final del trimestre, abandonando la estacionalidad de verano en su camino hacia su máximo que supone tradicionalmente diciembre.

Con el objetivo de reforzar el área Técnica Actuarial, **Iris Global** ha nombrado a Nuria Bosch como nueva directora técnica para el departamento de Soluciones de Protección Seguros y Reaseguros.

Nuria Bosch dirigirá el área Técnica Actuarial de Iris Global

Esta área dedicada, principalmente, a la aplicación de modelos y metodologías y la correcta evaluación y comprobación de las provisiones técnicas, cuenta a partir de ahora con Nuria Bosch a la cabeza, quien se encargará de liderar y asumir la responsabilidad de la Dirección Técnica, supeditada a la Dirección Financiera y en colaboración con la Dirección General Aseguradora de la compañía.

Es licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Carlos III y cuenta con un Máster en Ciencias Actuariales y Financieras por la UCM. Desde 2017 ha sido parte del equipo del Grupo Santalucía en el puesto de Coordinadora de Modelos y Reservas Patrimoniales. Anteriormente, había trabajado como Técnico Actuarial No Vida en empresas como Mutua Madrileña o BBVA.

Mirenchu del Valle imparte la clase magistral en la inauguración del Nivel 1 del Cecas

La secretaria general de Unespa, Mirenchu del Valle, inauguró la nueva edición del Curso Nivel 1 de Distribución de Seguros de los Colegios de Mediadores con una clase magistral sobre la situación actual del sector asegurador 'Reflexiones en torno al seguro español', en el marco de actividades del Club Cecas.

Del Valle realizó un análisis de un sector que se encuentra actualmente en un momento clave de transformación y de retos por asumir y que está haciendo frente a una situación compleja.

La secretaria general de Unespa hizo un llamamiento a la necesidad de reforzar los sistemas de previsión social individual para garantizar un bienestar social y económico llegado el momento de la jubilación.

Para Del Valle, se trata de "una de las asignaturas pendientes de nuestro país y donde el seguro puede contribuir notablemente para que los ciudadanos, en el momento de su jubilación, puedan complementar la pensión pública con determinado ahorro, que les permita vivir mejor, más teniendo en cuenta que pueden plantearse situaciones sobrevenidas como enfermedades o dependencia que pueden requerir de un mayor uso de recursos".

Durante su intervención, se ha referido a países de nuestro entorno destacando que "todos tienen tasas de ahorro interesantes. Son países en los que se ha producido una decidida apuesta de los poderes públicos en pro del ahorro-previsión, que en España ha faltado".

Del Valle ha destacado también la importancia de la figura del mediador tanto por su capacidad de asesoramiento y acompañamiento, como por su conocimiento y capacidad de formación continuada y, especialmente, por su capilaridad y capacidad para llegar a cualquier punto de la geografía española.

Uno de cada cuatro usuarios ya cuenta con un seguro de pago por uso

Guidewire revela en su estudio '2022 EMEA *Insurance Consumer Insight Study*' el crecimiento que están experimentando los llamados servicios UBI (Usage-Based *Insurance*, o servicios de pago por uso) en el sector asegurador en España. En concreto, un 25% los usuarios españoles ya disponen de un seguro de este tipo.

"Son seguros personalizados y tienen tirón entre jóvenes, ya que, además, permiten acceder a coberturas con un precio muy reducido, porque sus coberturas pueden activarse o desactivarse en función de sus necesidades", destaca Sebastià Company Mas, Senior Product Marketing Manager para EMEA de Guidewire.

La razón principal para contratar seguros de pago por uso es que se ajustan al estilo de vida del cliente (el 41%). Otro 36% considera que aportan mayor flexibilidad, y el 28% cree que las primas son más económicas que las de los seguros tradicionales.

AXA inicia negociaciones para adquirir Groupe Assurances du Crédit Mutuel España

AXA España ha entrado en negociaciones exclusivas con Crédit Mutuel Alliance Fédérale (GACM SA) para la potencial adquisición de su filial Groupe Assurances du Crédit Mutuel España (GACM España), aseguradora principalmente de No Vida y Salud en España.

Según los términos de la transacción, AXA adquirirá GACM España por una contraprestación de 310 millones de euros, lo que representa un múltiplo de precio sobre fondos propios de 1,0x. El múltiplo precio-beneficio estimado es de, aproximadamente, 9x, después de la aplicación de las sinergias de capital y de los costes previstos.

"Esta operación refleja nuestro enfoque disciplinado en las fusiones y adquisiciones, en línea con nuestra estrategia, reforzando nuestro posicionamiento en uno de nuestros principales mercados europeos, con foco en las líneas técnicas", afirma Frédéric de Courtois, Deputy Chief Executive Officer del Grupo AXA. "Esta adquisición reforzará nuestra posición de liderazgo en España y esperamos hacer crecer nuestro negocio a la vez que aseguramos una transición adecuada, tanto para los asegurados como para los empleados", añadió Olga Sánchez, CEO de AXA España.

La transacción propuesta está sujeta a las condiciones habituales de cierre, incluyendo la culminación del proceso de información y consulta de la representación de los trabajadores correspondientes, así como la obtención de las autorizaciones regulatorias necesarias. Se espera que la operación se cierre en el tercer trimestre de 2023.

En otro orden de cosas, desde el 1 de enero de 2023, todos los asegurados de Salud de AXA España, tendrán a su disposición nuevas coberturas de alta tecnología de forma gratuita y automática en sus pólizas.

Los mutualistas de Purísima Concepción eligen nueva Junta Directiva

El pasado 4 de octubre fueron convocados los mutualistas de **Purísima Concepción MPS** a Asamblea General Extraordinaria para elegir nueva Junta Directiva. Allí se reunieron casi dos mil mutualistas, entre asistentes y representados, y fueron elegidos seis nuevos miembros de Junta.

Los mutualistas depositaron su confianza en ellos para construir el futuro de la mutualidad con pasos firmes y de la mano del regulador. Numerosas intervenciones de mutualistas mostraron su apoyo a esta nueva Junta para trabajar en la continuidad e incidieron en una mayor fluidez en las comunicaciones.

Alejandra Barba y Jordi Arnalot se unen a Fiatc

Fiatc Seguros ha presentado dos nuevas incorporaciones a su equipo profesional: Alejandra Barba, como subdirectora del área Legal y Cumplimiento Normativo; y Jordi Arnalot, como responsable de Caución.

Barba es licenciada y Máster en Derecho en Esade, PDD en IESE y ha ejercido como profesora de prácticas en la Universidad Autónoma de Barcelona y en Esade. Su experiencia profesional se ha desarrollado en el despacho Uría Menéndez y como jefe del área Jurídica Corporativa de la constructora Comsa Infraestructuras.

Arnalot es licenciado en Administración y dirección de empresas y MBA en Esade, con especialización en finanzas. Fue auditor en PricewaterhouseCoopers, analista de riesgos en Avalis y en Generali Seguros fue responsable de Caución.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha mejorado su seguro de Salud de cara a 2023, ampliando sus coberturas y renovando su campaña de captación de clientes. Los clientes de 'Mediafiatc' podrán disponer de drenaje linfático terapéutico (por prescripción médica) y pruebas genéticas para el diagnóstico de la celiaquía.

'Mediafiatc Start', su seguro básico de copago reducido, también se ampliará con la incorporación de nuevas coberturas en enero de 2023. Por último, cabe destacar la mejora de los descuentos por número de asegurados.

Además, 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*.

Por último, señalar que la aseguradora estuvo presente en el Salón Náutico de Barcelona, con un stand propio, por quinto año consecutivo, para presentar su propuesta de embarcaciones a mediadores y público en general. Fiatc considera el seguro de embarcaciones como uno de sus productos estratégicos, con su marca Metromar.

Las inversiones del sector alcanzaron los 282.513 millones en el segundo trimestre

El volumen estimado del total de las inversiones del sector asegurador español en el segundo trimestre de 2022 se sitúa en 282.513 millones de euros, según datos de **ICEA**.

La cartera de Vida representa el 51,91% de dicho volumen, el 13,96% corresponde a la inversión de No Vida, un 3,71% a los fondos propios y el 30,42% restante lo acapara la cartera general.

Generali y **Sanitas** han llegado a un acuerdo estratégico para que los más de 150.000 clientes asegurados en las pólizas de salud de Generali y sus nuevos clientes, accedan a una oferta ampliada de su seguro de Salud. El acuerdo entrará en vigor a partir del 1 de enero de 2023 y tendrá una duración de 10 años.

Generali y Sanitas alcanzan un acuerdo estratégico en Salud

Sanitas, que opera en el mercado español desde 1954, ofrecerá a los clientes de Generali un cuadro médico con 51.000 profesionales, 240 hospitales concertados y 4.100 centros médicos concertados, además de una red propia que incluye cuatro hospitales (tres en Madrid y uno en Barcelona, además de un quinto centro en construcción en la capital), 20 centros médicos multi especialidad y 16 centros de bienestar.

Generali continuará comercializando su oferta de salud propia a través de su red de mediadores, como hasta la fecha. Sanitas fortalece su posición en el ramo de Salud, en el que ya cuenta con más de 2 millones de clientes, y apuntala su apuesta por la digitalización en el sector.

En otro orden de cosas, Generali GC&C Iberia Latam ha reunido a sus principales clientes durante sus jornadas estratégicas para compartir y debatir temas y situaciones de actualidad que afectan en la gestión de los riesgos y su cobertura.

Los profesionales de GC&C, en colaboración con varios expertos externos, analizaron la gestión de riesgos globales y la deslocalización o cómo la inflación afecta al negocio y la cadena de suministro de muchas industrias, incluida la aseguradora. La gestión de los ciberriesgos en este contexto o la influencia de las políticas ESG también centraron varias de las intervenciones.

Zurich Seguros destacó el valor de la innovación y la sostenibilidad en la Semana Mundial

Sonia Calzada, directora de negocio segmento personas de **Zurich**, trasladó a los participantes de la Semana Mundial 2022 del **Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona** la forma en la que la compañía apuesta por la sostenibilidad.

Zurich afronta el futuro a partir del compromiso de garantizar el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar de las personas. Calzada asegura que "sí hemos logrado afrontar los nuevos desafíos que nos plantea un mundo cambiante". Destaca la importancia de tener "una actitud positiva para conseguir adaptarnos sin importar la inmediatez de los cambios y consiguiendo los mejores resultados" y resalta "el papel clave del mediador en esta transformación".

Los alumnos del curso de Nivel 1 de Campus Asegurador pueden acceder gratuitamente a más de 150 cursos

Los alumnos matriculados en el curso de Nivel 1 de Campus Asegurador tienen acceso, durante un año, a los más de 150 cursos de la plataforma de formación continua Seguros School.

Este beneficio implica el acceso durante un año de suscripción gratis valorada en 99 euros en la plataforma online de formación continua para distribuidores de seguros. Además, los alumnos del Nivel 1 cuentan con otros beneficios y descuentos como el acceso a la herramienta de gestión de riesgos GestionRisk de Área XXI, un amplio programa de becas o descuentos en servicios de las entidades colaboradoras del curso.

Por otro lado, Campus Asegurador cuenta con Rafael Bonilla para desarrollar un taller sobre 'La venta invisible del corredor de seguros empresario'. Conocer los secretos de la venta invisible y cómo tangibilizar esa invisibilidad dentro de una estrategia comercial en el asesoramiento y venta de seguros, han sido los ejes del taller práctico.

Rafael Bonilla ha sido corredor de seguros con importantes casos de éxito como su proyecto de ElSegurodemiBarco.com y es actualmente creador del Método MAIO, mentor de profesionales del seguro, conferenciante y experto en técnicas comerciales para corredores de seguros.

Grupo Catalana Occidente afronta el fenómeno de la innovación a partir de dos premisas: todos podemos ser innovadores; y es necesario definir una metodología para que la innovación aflore y poder ponerla al servicio del cliente. La Semana Mundial 2022 del Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona permitió conocer los mecanismos en los que se apoya este grupo asegurador para afrontar el reto de ser cada vez más competitivo.

Catalana Occidente expuso cómo impulsa su espíritu innovador en la Semana Mundial

Antonio Gutiérrez, director de Prepersa, entidad que gestiona las redes de colaboradores que intervienen en los siniestros de las compañías de Grupo Catalana Occidente, fue el encargado de explicar algunas de las iniciativas en las que se han apoyado las empresas del grupo para poner en valor el talento interno y externo y vehicular el caudal de ideas que se generan.

MPM explica a los mediadores cómo aprovechar las ayudas de Kit Digital

MPM Software ha impartido una sesión informativa online dirigida al sector de la mediación para mostrar cómo aprovechar las ayudas de los fondos Next Generation para la digitalización de sus negocios con el software de gestión segElevia.

En ella se ha hablado de qué son los Fondos **Next Generation** y en qué consiste el Kit Digital para la subvención de la implantación de soluciones que contribuyan a la transformación digital del negocio; cuál es el procedimiento para beneficiarse de la subvención y aplicarla en la adquisición de la solución segElevia; y los principales beneficios, características y ventajas del ERP de gestión en la nube segElevia.

En otro orden de cosas, señalar que **Ilunion Correduría de Seguros** ha apostado por la implantación de la solución tecnológica segElevia para la gestión de su negocio.

La facturación del sector crece un 5,7% hasta septiembre

Los ingresos de las aseguradoras por primas, a cierre de septiembre, se situaron en 47.481 millones de euros, un 5,67% más que un año atrás. De la facturación lograda en los primeros nueve meses del año, 30.060 millones de euros correspondieron a los ramos de No Vida y los 17.422 millones restantes al de Vida, según muestran los datos provisionales recabados por **ICEA**.

La facturación de No Vida anota un repunte interanual del 5,72% si se compara con el final del verano de 2021. Los seguros de Salud crecen un 7,30% y aportan 7.915 millones. Los seguros empresariales, englobados en la categoría "resto No Vida", suman 7.251 millones de euros y repuntan otro 6,89% en los últimos 12 meses. Mientras que las coberturas de Multirriesgos suben un 5,94% en términos interanuales, hasta los 6.374 millones.

Los seguros del Automóvil, al cierre del pasado septiembre, aportaba 8.520 millones de euros, un 3,19% mayor que la anotada al finalizar el tercer trimestre del año anterior.

El negocio de Vida, reflejado en los ingresos por primas, aumentó un 5,59% en términos interanuales. El volumen del ahorro gestionado por parte de las aseguradoras disminuye, sin embargo, un 0,85% de un año para otro. Las provisiones técnicas se situaron en 191.531 millones, al acabar el pasado septiembre.

El precio del seguro de Autos en el canal corredores continúa estable en el tercer trimestre

El precio del seguro de Autos en el canal corredores se sitúa en 345 euros con apenas un incremento del 0,3% en relación con el mismo trimestre de 2021.
En lo que respecta a la nueva producción, el precio del seguro asciende a 351 con un incremento de 1,2% y en renovación de cartera se sitúa en 327 con un descenso de los precios del 0,3%, respecto al mismo periodo.

Como consecuencia de los análisis efectuados por Prisma, se puede inferir que los motivos que pueden haber influido en la estabilidad de los precios son: la caída de las matriculaciones (19,24% en el periodo enero-septiembre 2022) por el descenso en la venta de vehículos nuevos; y por la competitividad del mercado.

En Automóviles, en nueva producción, Aragón es la comunidad con un mayor incremento con una subida de un 3,89%, mientras que el mayor descenso se produce en la Comunidad Valenciana con un - 0,51%. En renovación de cartera, País Vasco tiene un mayor incremento con una subida del 2,25%, mientras que Islas Canarias soporta el mayor descenso de los precios (-4,29%).

En Hogar, en nueva producción, Castilla La Mancha tiene el mayor incremento (9,58%), mientras que Extremadura el mayor descenso (-3,64%). En renovación de cartera, no desciende en ninguna comunidad autónoma, situándose el incremento más notable en la Rioja, con un 4,46%.

El ramo de Comercios es el único en el que el precio medio general no ha fluctuado. Se sitúa en 443 euros.

MGS instruye a sus mediadores sobre las adicciones relacionadas con la tecnología

La Fundación MGS ha organizado la primera jornada del segundo semestre de su Ciclo de Jornadas Formativas dirigidas a empleados, mediadores y clientes de MGS Seguros, con la ponencia titulada '¡Yo controlo a la tecnología! ¿Seguro?'.

José Miguel Gaona, doctor especializado en neuropsicología forense, investigador y profesor, que además codirige el centro Neurosalus, puso de manifiesto la importancia de la salud mental para el equilibrio personal y cómo las adicciones se han convertido en un obstáculo para muchas personas que se enfrentan al reto de superarlas para recuperar su calidad de vida. Posteriormente, se centró en el fenómeno del crecimiento de las adicciones relacionadas con las nuevas tecnologías, sus características, tipologías e impacto. Para finalizar, dio algunos consejos sobre cómo evitarlas o enfrentarse a ellas bajo la perspectiva de que "las adicciones no tienen cura, pero sí solución".

Solunion inaugura sede en Barcelona

Solunion ha presentado su nueva oficina en Barcelona, situada en la Avenida Diagonal, 682.

La inauguración contó con Daniel Caverzaschi, tenista paralímpico y embajador de Solunion desde 2021, quien mantuvo un coloquio con David Piaget, director de Zona Cataluña y Baleares de Solunion España, en el que repasó su trayectoria vital y deportiva, los valores y la ambición de crecimiento que comparte con la compañía, y algunas de las guías que aplica para afrontar los desafíos del día a día.

De los aproximadamente 20 millones de titulares de un seguro de Vida que hay en España, el 60% son hombres y el 70% tienen entre 35 y 55 años, el 17% menos de 35 y solo un 12% supera los 55 años. Estos y otros datos, que permiten hacer una radiografía del asegurado de Vida en nuestro país, son resultados del Informe de **Getlife** 'Análisis de la percepción y la adopción del seguro de Vida en España', elaborado con más de 2.000 encuestas.

Hombre de entre 35 y 55 años, perfil medio del asegurado de Vida

El 55% de quienes tienen contratado un seguro de Vida tiene hijos y cerca del 30% afirma que protegerlos a ellos y/o a su pareja fue la razón de contratar una póliza de Vida. Algo más del 35% reconoce, sin embargo, que lo hizo porque se lo exigía su entidad bancaria para firmar una hipoteca, y el 80% de los que lo contrataron por esta razón lo hicieron directamente con su entidad financiera.

Un 15% de los encuestados titulares de una póliza de Vida decidió suscribirla por ejercer una profesión considerada de riesgo, de los que un 22% son profesionales relacionados con la seguridad, bien privada bien porque pertenezcan a las fuerzas armadas o cuerpos de seguridad.

Según el informe de Getlife, el capital medio asegurado en España por las pólizas de Vida es de 100.000 euros. En concreto, un 42% tiene asegurados 100.000 euros o menos; un 25% entre 100.000 y 150.000 euros y menos de un 15% afirma tener un importe asegurado superior a los 150.000 euros.

En cuanto a la inversión que realiza un español en su seguro de Vida, un 72% de los encuestados paga anualmente 500 euros o menos por su póliza, un 20% entre 500 y 700 euros y solo el 10% invierte más de 700 euros a este concepto.

International SOS lanza su Unidad de Información e Inteligencia de Seguridad en España

International SOS continúa creciendo en España con la puesta en marcha de su nueva Unidad de Información e Inteligencia de Seguridad. Esta área ayudará a las empresas a tener un mayor conocimiento de los riesgos a los que están expuestos y a tener más visibilidad sobre la evolución de posibles conflictos o eventos disruptivos que puedan afectar a sus operaciones internacionales.

Esta unidad ofrecerá informes estratégicos y tácticos a través del estudio de los factores que afectan al nivel de contingencia de las regiones en las que las empresas de nuestro país tienen empleados. Información sensible de gran utilidad para actuar en situaciones de riesgo, que van desde la asistencia sanitaria, evacuaciones en conflictos armados, guerras o golpes de estado, hasta la preparación de guías, análisis y recomendaciones en casos más sencillos.

Reale Vida ha reunido a un grupo de 30 corredoras de su territorial de Madrid en una jornada en la que se ha hablado de seguros, arte y salud. Esta jornada se enmarcó dentro de las iniciativas que la aseguradora llevó a cabo con motivo del Día Internacional de lucha contra el Cáncer de Mama.

Reale Vida convoca a 30 corredoras en una jornada sobre seguros, arte y salud

Tras esta presentación de la parte cultural de la Exposición de Arte y Salud, la jornada se centró en la parte de seguros. La directora de área y Producto de Reale Vida, Yaiza Holgado, ofreció una visión general sobre Reale Vida; y María de Blas, gerente Territorial de Seguros Personales de la territorial de Madrid, Castilla-La Mancha y Extremadura, explicó cuáles son los productos y garantías especiales dentro del producto Reale Vida Global relacionadas con el cáncer femenino.

En otro orden de cosas, dentro del marco de colaboración de la aseguradora con los colegios de mediadores de Galicia, este año se han organizado 3 jornadas orientadas a dar visión a la gestión interna que se realiza en los centros de siniestros, para que los mediadores puedan disponer de unos conocimientos básicos que les permitan mejorar su interlocución en los siniestros tanto con los asegurados como con las propias compañías.

El primer taller se centró en lesionados en pólizas Diversos; en el segundo, sobre la gestión emocional en los siniestros en las pólizas de Diversos; y el tercero sobre daños eléctricos.

Campus Formación amplía 50 cursos su oferta de formación continua

Campus Formación ha elevado la oferta de formación continua hasta 50 cursos, con metodología 100% online, para cumplir con los requisitos que la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones establece para los mediadores.

Los cursos abarcan las siguientes materias: Productos aseguradores; Novedades legislativas y IDD; Fiscalidad; Gestión empresarial; Marketing; Habilidades directivas; Idiomas; Informática/ofimática; Web/digitalización; Comunicación-Comercio electrónico; Protección de datos de carácter personal; Sistemas de calidad; Propuesta de valor para mediadores; Blanqueo de capitales; y Responsabilidad social corporativa.

El 47% de la población tiene un seguro de Decesos

El seguro de Decesos goza de una amplia aceptación en España. Más de 22 millones de personas tiene su sepelio cubierto en el país. O lo que es lo mismo, un 47% de la población. Esta es una de las conclusiones del informe 'El seguro de Decesos en 2021', elaborado por **Estamos Seguros**, la iniciativa de divulgación de la cultura aseguradora puesta en marcha por **Unespa**.

Las provincias donde este servicio tiene una mayor aceptación son Cádiz, Ávila, Badajoz y Ciudad Real. En cada uno de estos territorios, siete de cada 10 ciudadanos tienen su entierro asegurado. Los lugares donde la gente es menos propensa a asegurar su adiós definitivo son la ciudad autónoma de Melilla y las provincias de Soria, Teruel y Huesca. Sin embargo, incluso en estas demarcaciones, una de cada cinco personas tiene un seguro que se ocupará de los trámites tras su fallecimiento.

El seguro de Decesos destaca por ser un producto de carácter familiar. Una misma póliza suele dar cobertura a varias generaciones de una misma familia. Esto se hace patente echando un vistazo a los tramos de edad de los asegurados. La mitad de las personas de más de 50 años tiene un seguro de Decesos en España y, en edades particularmente avanzadas, son casi el 60%. Pero es que, además, un tercio de los adolescentes y el 40% de los veinteañeros cuentan con esta protección.

Confluence Group realiza una serie de entrevistas a personalidades del sector

'La humanidad del buen profesional' es el lema elegido por la red de corredores Confluence Group para dar visibilidad al recorrido personal que ha acompañado el crecimiento de los personajes clave en el sector de los seguros, a través de una serie de entrevistas. La primera ha correspondido a Javier García–Bernal, presidente de Apromes.

Experiencias, anécdotas, aprendizajes que desde el punto de vista humano han gestado profesionales que representan a los mediadores desde los distintos puntos más estratégicos del sector: asociaciones, aseguradoras líder, corredores…

García-Bernal explica con qué otras actividades compaginan su trabajo como presidente de la asociación, abogado y escritor, entre otras muchas facetas.

En otro orden de cosas, Apromes ha reconocido el esfuerzo y trabajo en formación a la alumna cordobesa, Lourdes Mangas del Pino, quien ha finalizado su curso de Nivel 1, con una calificación merecedora del primer puesto de su promoción.

Coseba 1986 ha celebrado en Marrakech su XIII Convención Premier bajo el lema 'Todos juntos ganamos', una cita que ha reunido en la ciudad marroquí a la red de franquicias que la correduría tiene repartidas por toda España.

Coseba convoca a su red premier en su XIII Convención

Durante estas tres jornadas, que han contado con la colaboración de Reale Seguros, Coseba ha presentado a su red premier los resultados del balance estratégico 2021-22 así como los objetivos a medio-largo plazo de la compañía, entre los que se encuentra triplicar el volumen de negocio en 2030.

La correduría ha anunciado, dentro de su estrategia de expansión, una importante inversión para la captación de nuevas oficinas premier. Por otro lado, presentó el Observatorio Coseba, Deva y CRM Coseba. "El Observatorio Coseba es un mecanismo propio que nos ayudará a permanecer en continua vigilancia y observación del mercado, tanto de las aseguradoras como de la competencia, para adaptarnos rápida y eficazmente a todas las nuevas tendencias y también mantener nuestras ventajas competitivas", ha indicado Ana Muñoz, directora general de Coseba.

Además, se ha anunciado el inminente lanzamiento de CRM Coseba, un exclusivo software que permitirá a la red premier organizar, segmentar y gestionar todos los parámetros relacionados con sus carteras de clientes, favoreciendo, así, la venta cruzada y el grado de fidelización de los mismos.

Howden da su visión de cómo serán los seguros del futuro

David Howden, CEO de Howden Group, ha adelantado cómo serán los seguros del futuro durante una conferencia en el Foro Ferma (Federación de Asociaciones Europeas de Gestión de Riesgos) 2022.

David Howden expuso su visión sobre los seguros para 2030-2060 y destacó que han desempeñado un papel importante en la aceleración de la transición hacia un mundo más sostenible. Asimismo, participó en un animado debate sobre cómo hacer que los seguros sean relevantes para los riesgos del futuro. "Tenemos que estar ahí para la próxima revolución. Tenemos que estar ahí apoyando a las industrias y al capital, garantizando que esta transición se produzca realmente y que desempeñemos un papel significativo en ella", subrayó.

En otro orden de cosas, Howden Broking Group está detectando una transición hacia un mercado blando en D&O, según su informe sobre las perspectivas de este ramo para 2022 en la región de Emea (Europa, Oriente Medio y África). El broker constata que durante el primer semestre de este año se han estabilizado los precios de las primas de Responsabilidad Civil de Administradores y Directivos (D&O) por el incremento de la competencia a causa, entre otros factores, de la incorporación de nuevos operadores al mercado.

Además, observa signos de suspensión en las restricciones en el porcentaje del riesgo asumido. Un aspecto que considera que también generará competencia. "La renovación para el periodo 2022-2023 será una buena oportunidad de que los clientes renueven los límites de sus pólizas y valoren soluciones más innovadoras como una cobertura adicional solo de Side A y un límite de reserva de fondos para los administradores principales", agrega el informe.

Asimismo, el estudio muestra que las reclamaciones a las aseguradoras por pólizas de D&O continúan siendo elevadas a pesar de la disminución por las reclamaciones de valores estadounidenses y la reducción de demandas contra administradores y directivos. Concretamente, Howden gestionó un 120% más de reclamaciones en 2020 respecto al año anterior y en 2021 un número similar. La causa más habitual de estas fueron las investigaciones reglamentarias, que supusieron un 18% de las notificaciones de reclamaciones de D&O en 2021 y el 53% del total de reclamaciones de ese año. De cara a los próximos años, prevé un repunte de las reclamaciones contra quienes dirigen las empresas por cuestiones relacionadas con el ESG, es decir, medioambientales, sociales y de gobernanza.

Otro gran motivo de preocupación es el continuo impacto de las ciberamenazas para las empresas. Así, el informe destaca que el *ransomware* (secuestro de datos) y los incidentes de denegación de servicio, si bien no constituyen un riesgo directo para los administradores y directivos, pueden suponerlo para los consejos de administración, "ya sea debido a las violaciones de la seguridad de los datos o a la falta de medidas de protección adecuadas contra las amenazas, así como al posterior impacto en las operaciones, si tuviera lugar un ataque de denegación de servicio".

Por último, señalar que Howden Pesca, área especializada de Howden Iberia, ha participado en la XIII edición de Conxemar, la Feria Internacional de Productos del Mar Congelados, con un stand propio.

Acrisure se convierte en la sexta correduría del mundo de la mano de Summa

"Tener un objetivo muy claro, un plan estratégico para conseguirlo y mucho tesón". Así es cómo explican desde la dirección de Summa el gran logro de Acrisure que empezó en 2006 desde cero y que, actualmente, con su última adquisición en Brasil, se ha colocado en la sexta posición a nivel mundial.

José Antonio Vargas, CEO de Summa, explica que el proyecto que están poniendo en marcha desde la División de M&A de Summa es exactamente el mismo que el que ha llevado a Acrisure a alcanzar estos números. Un proyecto donde las personas y los equipos de los mediadores, con el apoyo de la tecnología, son clave para el éxito.

En otro orden de cosas, la correduría Hispalloyd, situada en Mondéjar, se ha incorporado al Grupo Summa como franquiciado. Con más de 30 años de experiencia, es un referente tanto en La Alcarria como en toda la provincia de Guadalajara. Con la incorporación de Hispalloyd, Grupo Summa consolida su presencia en Guadalajara, provincia en la que ya cuenta con 3 oficinas.

Los socios de Senda Vivir integrarán completamente la marca en los próximos 5 meses

Senda Vivir Seguros ha celebrado una asamblea extraordinaria en la que los socios decidieron y aprobaron la campaña de publicidad para 2023 a nivel nacional, dirigida al cliente final. Además, se han comprometido a que, durante los próximos 5 meses, se incorporarán totalmente a la marca Senda Vivir Seguros.

"En esta nueva apuesta de Senda Vivir Seguros por 'el año del cambio', hemos desarrollado muchos proyectos: inteligencia artificial, formación, gestión gerencial, pero nuestro mayor proyecto ahora es que nos conozca directamente el cliente final. Gracias al esfuerzo de nuestros socios que, bajo las bases de Senda estamos remando juntos y nos hacemos cada vez más fuertes, ahora también nos vamos a hacer más visibles ya que con esta campaña y la involucración de todos los socios en la implantación de marca en sus oficinas, vamos a crecer con nuevos clientes y también fidelizaremos más a nuestros clientes actuales", ha declarado Joaquín Tabernero.

Por otro lado, Aenor ha certificado nuevamente que la organización Senda Brokers dispone de un sistema de gestión de la calidad conforme con la Norma ISO 9001:2015.

Por último, señalar que Senda Vivir ha firmado un acuerdo con la Universidad Nebrija para desarrollar el Programa Executive para el Desarrollo de Negocio de las corredurías de seguros.

Adecose propone que los corredores queden excluidos de prestar servicio 24 horas de atención al cliente

Adecose ha presentado una propuesta de enmienda al Proyecto de Ley de Servicios de Atención al Cliente en relación con la modificación que se propone a la Ley 44/2002, de 22 de noviembre de Medidas de Reforma del Sistema Financiero sobre el departamento de atención a la clientela y Defensor de la Clientela. Su propuesta es que los corredores queden excluidos de prestar servicio de atención al cliente las 24 horas del día.

El Proyecto de Ley establece, entre otras novedades importantes, la obligación de "garantizar la prestación de un servicio de atención de forma continuada las 24 horas del día todos los días del año, cuando sea necesario para atender las quejas o reclamaciones derivadas de la desatención de las incidencias relativas al mantenimiento de aquellos servicios que exijan una prestación continuada".

Adecose, ante las dudas interpretativas que pueda generar lo que se entiende por ser-

vicios que exijan una prestación continuada, ha presentado una propuesta de enmienda que excluya expresamente a los corredores de seguros de esta obligación.

La asociación sostiene que esta iniciativa legislativa debe de contener la regulación imprescindible para atender la necesidad a cubrir, guiada por los principios de proporcionalidad y eficiencia. Además, recuerda el bajísimo número de reclamaciones recibidas por el colectivo según la última Memoria del Servicio de Reclamaciones de la DGSFP (81 reclamaciones).

Por otro lado, la Fundación Adecose ha celebrado dos jornadas de formación sobre problemas habituales en la peritación de siniestros industriales de daños y responsabilidad civil. Los socios han podido esclarecer dudas tanto jurídicas cómo prácticas sobre problemáticas habituales que concurren en la peritación de siniestros industriales de Daños y de Responsabilidad Civil desde el punto de vista del asegurado y el corredor.

En otro orden de cosas, Adecose ha actualizado la Guía Práctica de Cumplimiento Normativo para adaptarla a los cambios normativos que han tenido lugar durante este año y que afectan directamente a las correduría de seguros.

Asimismo, la Junta Directiva de la asociación ha aprobado la incorporación de dos nuevas correduría: **Tourist Broker** y Aguirre Vila-Coro, con las que suma doce nuevas correduría desde comienzos de año.

Por último, señalar que Adecose ha presentado su informe 'Protección de los clientes en la distribución de seguros: El caso Banca-Seguros' a distintas instituciones entre las que se encuentra la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), al Comité de directores de Bipar y al secretario de Política Económica y Transformación Digital del PSOE y portavoz de Economía en el Congreso de los Diputados.

Los colegiados de Castellón conocen en profundidad los seguros de Crédito como herramienta de gestión del riesgo comercial

El Colegio de Castellón ha acogido la jornada 'Seguros de Crédito, herramienta de gestión del riesgo comercial', en la que se ha dado a conocer en profundidad un producto que permite a las empresas gestionar el riesgo comercial derivado de las operaciones a crédito y así proteger su actividad y su crecimiento rentable y sostenible.

Enrique Rueda, acompañado de Alfredo Redondo, ejecutivo de Cuentas de Solunion en Castellón, explicó su gama de productos y servicios, y las diferentes soluciones que proponen en materia de seguros de Crédito, de Caución y de gestión del riesgo comercial, para acompañar a las empresas a lo largo de todo el ciclo de vida de su negocio.

Durante la presentación, los representantes de Solunion subrayaron su compromiso con los 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de Naciones Unidas.

Asimismo, el Colegio de Castellón ha acogido una jornada formativa de Mapfre sobre previsión social empresarial con el título 'Objetivo: garantizar la viabilidad futura de los negocios', en la que se revisó la actualidad de estas soluciones de previsión social empresarial, fórmulas de retribución flexible de cara al ahorro efectivo hacia la jubilación, soluciones para el ahorro a través de la empresa, soluciones en materia de reestructuración de plantillas y rejuvenecimiento, novedades para la implementación de los planes de pensiones de empleo, y soluciones globales en busca de la optimización fiscal de los recursos desde RRHH y Dirección financiera.

Rosillo Hnos. ha adoptado modelos de implementación SaaS, híbrido o autogestionados de la mano de Damantia Technologies para ofrecer todas las posibilidades para la transformación digital a través de la automatización de procesos en la correduría.

Rosillo Hnos. se alía con Damantia Technologies para desarrollar su transformación digital

La sencillez de este tipo de tecnologías permiten adaptarse muy fácilmente a ellas y obtener grandes resultados en un corto espacio de tiempo.

Rosillo Hnos. seguirá apostando por la RPA (Automatización Robótica de procesos), para automatizar procesos, lo que conllevará un ahorro de costes, incremento de eficiencia, minimización de errores y aumento de la satisfacción del cliente.

E2K apuesta por la diversificación de negocio y especialización en Vida

Bajo el eslogan 'El futuro está en nosotros', se celebró a finales de septiembre el E2K Day, en el que se dio a conocer que la asociación se va a abrir a la diversificación del negocio, empezando a comercializar la electricidad y el gas, con Total Gas, y la gerencia de riesgos, respaldados por Agers. Asimismo, apuesta por la especialización en Vida con un proyecto que aporta recursos a sus asociados para entrar en este nicho de mercado.

Tras la inauguración de la jornada por parte de Pedro Vera, presidente de E2K, indicando que "El futuro será el resultado de las decisiones que tomemos hoy, porque todo está cambiando a velocidad de vértigo", tomó la palabra el ex político Josep Piqué, vinculado hoy al seguro como consejero de Mapfre y en su niñez como hijo de corredor de seguros.

Piqué dio una visión amplia de la situación geopolítica del mundo y el nuevo orden bipolar al que estamos yendo. Asimismo, resaltó 5 macrotendencias: la evolución demográfica, la evolución digital, la transición energética y medioambiental, la globalización y el desplazamiento del centro de gravedad del planeta del Atlántico hacia el Índico.

Sobre la posibilidad de abrirse a otros sectores como la energía, la primera diversificación de E2K, Piqué dijo que, dado que los clientes confían en los corredores, eso les ayudará a poder vender otros servicios básicos para la familia, como la energía o las telecomunicaciones. "Otras empresas están entrando en seguros y vosotros podéis vender otros productos ajenos a él", dijo.

Una vez presentada la empresa Total Gas, con la que E2K ha firmado un acuerdo de distribución, Paloma Arenas, directora general de E2K dio a conocer las novedades de la asociación, que se basan en la diversificación del negocio y en la especialización en Vida.

La diversificación se producirá con la comercialización de la electricidad y el gas y con la formación en gerencia de riesgos, respaldados por Agers, con los que han montado un plan de formación.

Asimismo, se apuesta por la especialización en Vida con un proyecto que aporta recursos a sus asociados para que puedan entrar en este nicho de mercado, con acompañamientos diseñados a medida de cada correduría. Para el desarrollo del negocio de Vida se ha reforzado el departamento con las incorporaciones de dos expertos senior procedentes del sector de seguros y con una dilatada experiencia en este campo. Se trata de José Ramón Arce y Alfredo Schiavelli. Para los corredores de la Red que deseen incrementar su presencia en este ramo, les van a facilitar una solución de especialización con más servicios innovadores, herramientas de apoyo a la venta, formación, marketing y comunicación, productos y condiciones para competir en el mercado.

Por último, Higinio Iglesias, consejero delegado de E2K, recordó la estrategia de la asociación que se basa en: datos, comunicación, comercialización y eficiencia operacional, siempre con la base tecnológica.

Por último, señalar que E2K ha incorporado a su red dos nuevas corredurías en Zaragoza: **Guerrero y Sanz**, especializada en seguros personales y empresas; y **Trébol Salduba**, que pertenece a un grupo de Administradores de Fincas, especializados en seguros de comunidades.

Hispania coloca a Bernardo Alpalhão al frente de Líneas Financieras

Bernardo Alpalhão se ha incorporado a Hispania, agencia de suscripción y broker de seguros y reaseguros, como director global de Líneas Financieras y miembro del Comité Ejecutivo. Su objetivo principal es impulsar el negocio de líneas financieras y consolidar el equipo de suscripción.

Alpalhão proviene de Tokio Marine HCC, donde trabajaba desde 2013 y en los últimos años había desempeñado el cargo de Financial Lines Senior Underwriter. Anteriormente, había trabajado en Banco Santander, asumiendo diversas responsabilidades en banca corporativa. Es licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Católica Portuguesa de Lisboa y Máster en Finanzas por la Universidad de Barcelona.

Espabrok ha intermediado 270 millones de euros en primas, en 2022

Durante el acto de entrega del X Premio Solidario Espabrok, tanto Domingo Elena como Luis López Visús, presidente y director general, aprovecharon para hacer un balance de la situación de la asociación que ha adherido 19 correduría en lo que va de año, llegando a 114 en total, que han intermediado 270 millones de euros en primas (el 13% en Vida y 87% en No Vida).

Las cinco últimas incorporaciones han sido: Asada Internacional, Masterbrok, New Risk, Peñarrubia y Riesgo y Gestión, ubicadas en Sevilla, Málaga, Barcelona, Ciudad Real y Madrid, respectivamente. En la actualidad, están presentes en 44 provincias de las 55 y han entrado en 18 nuevas provincias en 2022. En dos o tres años, se espera llegar a 120-125 correduría.

En el acto, se anunció la creación de Espabrok Inversiones, que ya está operativa, para operaciones de inversiones o de unit linked.

En cuanto a la iniciativa Mujeres Espabrok, se dijo que 34 correduría de la red habían conseguido el sello 'Compromiso', por su respaldo y trabajo por la igualdad y la promoción de las mujeres. Domingo Elena reivindicó la figura del mediador porque, entre otras cosas, "las pólizas que se venden a través de los corredores, son las más rentables".

El presidente de la asociación pidió a las aseguradoras medidas de flexibilización con las correduría, como las que existieron en la Covid. Además, demandó un compromiso para asegurar ciertos riesgos que ahora se están rechazando: "No puede haber empresarios que no puedan asegurar los riesgos de sus negocios. Se tienen que buscar soluciones, bien negociando con el reaseguro o aumentando la franquicia".

ACS-CV presenta su campaña 'El misterio de los seguros' durante su XXVI Congreso

'El misterio de los seguros' es el lema de la campaña que la Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV) lanzará durante las próximas semanas en los medios de comunicación de la región. Así se desveló en la celebración del XXVI congreso de la asociación.

La campaña pone en valor el papel de los corredores de seguros de ACS-CV en el asesoramiento de sus clientes, con un vídeo ambientando en el cine negro de los años 50, e incidiendo en que, en el mundo de los seguros, los corredores de seguros son garantía de asesoramiento y de lenguaje claro. Además, la campaña también tendrá una fuerte presencia en redes sociales y en la web http://elmisteriodelosseguros.com/.

Su objetivo es conseguir unas correduría más eficientes y competitivas por las que las aseguradoras apuesten realmente y con mayúsculas.

Por su parte, Aurelio Gil, director mercantil de ACS-CV, realizó un balance del trabajo llevado a cabo en el área mercantil de protocolos, "en el que se ha trabajado con buenos resultados de los corredores", marcando los aspectos en los que se debe avanzar como son "los tres puntos VIP: comunicación con los clientes, incremento del ratio de póliza y la ampliación en la composición de productos en las carteras".

Asimismo, Gil subrayó la necesidad de que los corredores de seguros "cambien las formas de hacer las cosas, modernizándose con las herramientas tecnológicas", algo en lo que ACS-CV "les va a ayudar para que cambien sus correduría".

El reto de los corredores de seguros es formar a sus equipos para aportar el valor añadido que ofrecen presencialmente también de manera digital.

En otro orden de cosas, ACS-CV recomienda a las personas o empresas que requieran de un seguro de alquiler contratarlo con su corredor de seguros de confianza, "que sabrá asesorar con profesionalidad y conocimiento profundo del cliente y del producto", subraya Miguel Sánchez, presidente de la asociación.

ACS-CV, asimismo, manifiesta su sorpresa tras el comunicado remitido hace unos días a los medios de comunicación sectoriales por el Observatorio Español del Seguro de Alquiler (OESA). En este texto se recomienda contratar este tipo de seguros a través de otros canales que, en ningún caso, pasan por la mediación profesional de seguros, aduciendo una protección extra que, sin embargo, solo pueden ofrecer los corredores de seguros tanto desde la contratación del seguro adecuado a las necesidades concretas de cada cliente al servicio postventa.

Por último, señalar que la asociación sigue apostando por la formación de las plantillas de sus correduría asociadas con la celebración de los cursos formativos de Nivel 2 y 3, que dieron comienzo respectivamente el 3 de octubre y el 30 de septiembre.

El alta de corredores cae un 52% en el tercer trimestre

Según el informe que ha realizado el portal especializado en gestión y tramitación de altas de corredores y correduría, quierosercorredordeseguros.es, en el tercer trimestre de 2022 se han registrado 28 nuevas altas en la Dirección General de Seguros , lo que supone un descenso del 52% frente al mismo periodo del año anterior, en el que se registraron un total de 59 nuevas altas.

Del total de estas 28 altas registradas en el tercer trimestre del año, el 33% (9) han sido personas físicas (corredores individuales), mientras que el 67% (19) han sido de sociedades (correduría), lo que viene a confirmar, una vez más, la ya tradicional proporción de "un nuevo corredor individual por cada dos nuevas sociedades de correduría".
Se da la circunstancia de que ya son dos trimestres consecutivos en los que hay menos altas que el mismo periodo del año 2021.

En el I Encuentro Empresarial Aemes, celebrado en Bilbao, se debatió sobre diversos temas de actualidad, como la negociación colectiva de cara al próximo convenio de trabajo, a cargo de la asesora jurídica de la asociación, Lucía Relanzón.

Aemes celebra su I Encuentro Empresarial en Bilbao

Otro de los puntos relevantes de la jornada fueron los servicios y acuerdos de colaboración con terceros, que comentaron Juan José Ruiz Maguregui, tesorero de Aemes, e Iñaki Durán, vocal de la Junta Directiva. Al finalizar, tanto el presidente, Jorge Benítez, como los ponentes atendieron a las preguntas de los asistentes, sobre todo, respecto a la aplicación del convenio.
La opinión unánime allí reflejada coincidió en la importancia de dotar a la patronal de una mayor representatividad para que realice su función de representatividad y defensa de los intereses legítimos empresariales frente a un futuro preocupante.
Aemes continuará desarrollando su objetivo de realizar estos encuentros por toda España para conocer las necesidades de las empresas de un modo más cercano y acercar la labor de Aemes a las empresas de mediación.
En otro orden de cosas, Jorge Benítez ha asistido a la segunda reunión anual de CIMA, representando a la patronal e invitado por Rosa de Oña, presidenta de la Comisión. Desde su experiencia en la transformación de su propia empresa, Benítez alabó la sencillez del proceso. En conjunto, se valoraron cuestiones como la firma digital y la bidireccionalidad, el estado de la desconexión formatos/conectividad propietarios de las aseguradoras, o la seguridad y calidad de los datos intercambiados.

Los mediadores valencianos se forman sobre siniestros

El **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia** ha acogido la jornada anual de formación en siniestros de **Allianz Seguros**.

Esta actividad, realizada de forma presencial, fue la primera de las cinco que se van a realizar a lo largo de toda la dirección comercial. Fue impartida por Teresa Ruiz, responsable de la Oficina de Soporte Técnico y Formación del área de siniestros de Allianz Seguros, y coordinada por Alex Solla, responsable de formación de la DC Este.

Como en ediciones anteriores, la temática de la sesión fue diseñada a partir de las peticiones realizadas por la red de mediación en diferentes foros, centrándose, este año, en la explicación detallada de la operativa de los procesos que el mediador puede realizar desde la herramienta de gestión (E-Pac) que la compañía pone a su disposición.

En otro orden de cosas, **Plus Ultra Seguros** ha sido escogida por los colegiados valencianos como la entidad merecedora del Premio l'Estimat Distribuidores del año 2022.

Durante el acto también se concedió a Bernardo Bonet, expresidente del Colegio de Valencia y miembro de su junta de gobierno durante casi tres décadas, el premio l'Estimat Distribuidores en reconocimiento a su prolongado trabajo colegial.

Jorge Benítez, presidente del Colegio, destacó que "ahora, que estamos en el ecuador de la legislatura, podemos decir que nos sentimos satisfechos del trabajo realizado, aunque todavía queda mucho por hacer. Las relaciones con las compañías están muy consolidadas, y con el apoyo de la Generalitat Valenciana con el Observatorio estamos desarrollando iniciativas como el Curso de Gestión Empresarial, que era una de las patas que nos faltaba potenciar desde el Colegio". Asimismo, avanzó como primicia el inicio de la Formación Profesional dual en Valencia adaptada al sector asegurador, que será impartida en el IES Abastos de la capital, "algo que nos permitirá hacer cantera en nuestros negocios".

Al final del acto, se entregó el tradicional donativo del Colegio a una ONG valenciana, este año fue a parar a la Asociación Valenciana de Trastornos de la Personalidad (ASVA TP).

Por último, señalar que el Colegio de Valencia ha renovado el protocolo de colaboración con la **Policlínica Fisiomés** para que ofrezca servicios relacionados con los lesionados que han sufrido un accidente de tráfico.

Agacose celebra su congreso anual

La Asociación Gallega de Corredores y Correduría de Seguros (Agacose) ha celebrado su congreso anual en el que se presentaron, entre otras cosas, las claves del futuro del seguro vinculado a la inteligencia artificial.

Asimismo, se profundizó en el concepto de 'blockchain', daños asegurables y contratación de seguros en la era del metaverso.

En la mesa de debate, se habló de las obligaciones, deberes y aspectos jurídicos en el ejercicio de la profesión; las diferencias notables entre canales de distribución; y los retos a los que se enfrentan los corredores para evidenciar el valor añadido de su labor independiente, cercana y su profesionalidad. Comunicar convenientemente esta realidad es el objetivo de la campaña corporativa de la que Rubén López, responsable del gabinete de comunicación de Agacose, mostró un adelanto gráfico y el lema que aglutinará todas las acciones que se desarrollarán en los medios en próximas fechas de cara a incrementar la visibilidad de la profesión y de la propia corporación: 'Comprometidos contigo', que responde a la clara vocación de los corredores enfocada siempre al cliente y no a la compañía.

Grupo Bárymont organiza el I Congreso de Educación Financiera

En el Primer Congreso sobre Educación Financiera en Santander, organizado por el Grupo Bárymont, quedó patente que la educación financiera es un medio que ayuda a las personas a alcanzar su bienestar económico.

A lo largo del Congreso se sucedió "un viaje" en el que el hilo conductor fue en todo momento la educación financiera desde diferentes perspectivas.
En la mesa de debate, se plantearon las diferentes medidas que ya implantan empresas y otras que deberían implantarse para mejorar la calidad de vida de las personas trabajadoras. La educación financiera debe fundamentarse en normas técnicas de calidad y debe formar parte de las acciones del plan de bienestar corporativo de la empresa.

Para concluir con el Primer Congreso de Educación Financiera en Santander, se trató el emprendimiento desde diferentes perspectivas y experiencias personales. "Un emprendedor debe ser un líder, una persona que permita que todo su equipo sea también emprendedor, fomentando que desarrollen y lleven a cabo todas sus ideas y su potencial", expuso Emilio Montaraz, presidente del Grupo Bárymont. Además se planteó una nueva vía de emprendimiento a través de la educación financiera.
Por otro lado, el Grupo Bárymont y la Asociación Nacional de Estudiantes de Economía y Empresa (Anecoe) han acordado promover y acercar la educación financiera de manera preferente a todos los miembros de la asociación que lo soliciten.

WTW refuerza el liderazgo de tres de sus directivos de Inversiones

WTW ha reforzado las funciones de liderazgo de tres de sus directivos en el área de Inversiones en España. Se trata de Raúl Mateos, Oriol Ramírez-Monsonis y Alejandro Olivera que, respectivamente, asumen los cargos de responsable del Advisory Portfolio Group de WTW para Europa Continental; Growth Leader de WTW Investments España y Clients Leader de WTW Investments España.

Mateos se unió a WTW en 2008 y ha sido nombrado Responsable del Advisory Portfolio Group de WTW para Europa Continental (Europa excluyendo Gran Bretaña e Irlanda) desde su anterior posición como Head of Investment Advisory Services de WTW Investments España. Será responsable de armonizar las capacidades de asesoramiento de WTW en la región y adaptar el conocimiento de la compañía a las necesidades de sus clientes en Europa Continental.

Ramírez-Monsonis, hasta ahora Head of Delegated Investment Services de WTW Investments España, pasa a asumir el liderazgo de los esfuerzos de crecimiento del área en España como Growth Leader, con el objetivo de impulsar el desarrollo del negocio de WTW conectando la demanda de los clientes con el capital intelectual de la firma para maximizar el impacto de WTW en el sector del ahorro español. Se incorporó al área de inversiones de WTW en 2017 aportando más de 20 años de experiencia profesional desarrollada en entidades financieras y de consultoría de inversiones de primer nivel.

Por su parte, Olivera toma el liderazgo de los esfuerzos de gestión de clientes del área de inversiones de WTW en España como Clients Leader, con el objetivo de garantizar una gestión excepcional como responsable último de las relaciones con los clientes de Investments de la compañía, abarcando todos los modelos de servicio del área y aportando las mejores soluciones. Se unió a las filas de WTW en 2017 y llega a su nuevo cargo desde su anterior responsabilidad como consultor senior en el área de Inversiones para clientes institucionales. Antes de fichar por WTW desarrolló su carrera en Mercer como consultor de inversiones.

En otro orden de cosas, una de las principales conclusiones de la XXII edición del Fórum anual de la **Alianza WTW Networks** ha sido la necesidad de colaborar entre las correduría en un mercado en el que la tendencia a la concentración crece de forma exponencial.

Dentro de las jornadas de trabajo, se dedicó un espacio a la plataforma tecnológica Willplatine, que aporta beneficios a los corredores asociados mediante herramientas que, además de cotizar, permiten gestionar de forma unificada todas las oportunidades comerciales y definir procesos de trabajo acordes a las exigencias normativas.

En estos momentos, WTW Networks intermedia un volumen de primas superior a 240 millones de euros en España y cuenta con representación de 55 asociados, está en la mayoría de las provincias españolas y prevé continuar con su expansión de forma selectiva.

Albroksa y BBVA alcanzan un acuerdo de financiación para las delegaciones franquiciadas

Albroksa, con más de 140 delegaciones franquiciadas por todo el territorio nacional, y **BBVA** han firmado un acuerdo de colaboración para ofertar productos y condiciones de financiación para sus franquicias.

El banco ha diseñado un plan específico para que las delegaciones franquiciadas de Albroksa puedan disfrutar de las mejores condiciones financieras.

La venta telefónica de seguros a través de teleoperadores o mediante el uso de prescriptores en negocios alejados del sector "está provocando un perjuicio para el usuario", según denuncian los colegios de mediadores a través de su **Consejo General** que ha hecho llegar su queja a la DGSFP.

El Consejo General denuncian el auge de vendedores telefónicos sin la formación

"Dejar en manos de personas sin la capacitación necesaria, alguna fase de la venta de seguros es una grave irresponsabilidad que, además, incumple la Ley", afirman los mediadores.

Por otro lado, el presidente del Consejo General ha participado en el acto de clausura del día de la patrona del Colegio de Valencia donde ha hecho un llamamiento a la profesión para aprovechar la oportunidad que da la asesoría financiera, para mejorar el negocio y captar nuevos clientes. Javier Barberá ha recordado que "las compañías están aumentando su papel como motores de desarrollo de la gestión de activos y la mediación no puede, ni debe, quedarse atrás. Frente a la falta de confianza que puede provocar la banca, el sector asegurador, mucho más valorado, y especialmente el mediador, son la alternativa más atractiva para el ahorrador y el inversor.

En otro orden de cosas, los colegios de mediadores han acogido con satisfacción la advertencia emitida por el supervisor europeo de seguros, Eiopa, en la que se insta a la banca a modificar su comercialización de pólizas para evitar sanciones. Eiopa explica en su análisis que ha detectado "prácticas de suscripción y ventas deficientes" al tiempo que afirma que las practicas generalizadas de venta cruzada impiden que los consumidores tengan libertad para combinar un producto bancario con una póliza de cualquier aseguradora, diferente a la que ofrece le entidad. Según Eiopa, "el 83% de los bancos vincula estas coberturas a su principal producto crediticio".

El volumen de negocio de las correduría, importante para negociar con las aseguradoras

El socio fundador y presidente del Consejo de Administración de Coseba 1986, José Clavellinas, aseguró, durante el pasado Encuentro Asegurador 2022 organizado por el Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla, que "la concentración es una característica que se ha impuesto en el mercado asegurador en los últimos años" y, para poder seguir manteniendo una situación de privilegio con las aseguradoras, "el volumen de negocio de las correduría es una variable cada vez más importante, por lo que, cuanto mayor es este volumen, mayores son el poder de negociación y la ventaja competitiva".

Clavellinas fue uno de los ponentes que participaron en la mesa redonda 'Otras opciones de continuidad de negocio' que organizó en sus jornadas el colegio andaluz en las Setas de Sevilla. Esta mesa abordó diferentes opciones de continuidad del negocio para el corredor de seguros como pueden ser la franquicia, la integración en otra correduría o la colaboración entre corredores.
Clavellinas recordó que "los requerimientos legales son cada vez más exigentes, por lo que las correduría de seguros necesitan contar con una estructura fuerte y consolidada dentro de la propia organización que les permita cumplir con dichos requisitos". De hecho, una correduría pequeña "no puede hacer frente a los costes que le supone incorporar personal encargado del cumplimiento de las exigencias legales", concluyó.
Por otro lado Colmedse ha celebrado una nueva edición del #ColmedseCiaDay con Asisa como protagonista. La evolución del negocio de vida, el análisis del riesgo, la situación actual del mercado, los canales de venta y las bondades de la propuesta aseguradora de Asisa, fueron los temas que abordó el jefe de Ventas Zona Sur, Vida Seguros.

En otro orden de cosas Colmedse ha celebrado su Encuentro Asegurador 2022. Su presidente, José María Moreno, habló sobre los principales retos que afronta el sector.
El jefe del Servicio del Sector Financiero de la Junta de Andalucía, Juan Manuel Nieto, abordó la situación del decreto que hace referencia a los mediadores de seguros en el que se trabaja desde la Junta de Andalucía.
Entre otras ponencias, destacó la mesa redonda "Colmedse. Otras opciones de continuidad de negocio" contó con: Javier Castilla, director de Expansión de Grupo Pacc; Davinia Herrera, responsable de Gestión de Negocio de Aico; José Clavellinas, presidente de Coseba y José Antonio Buzón, CEO de Cohebu. En ella se debatió sobre las ventajas y posibilidades de la continuidad de negocio como la franquicia, la integración o la colaboración para corredores y agentes.

El Colegio de Asturias colaborará con los graduados sociales

El Colegio de Mediadores de Seguros del Principado de Asturias y el Colegio de Graduados Sociales de Asturias (GSA) han suscrito un acuerdo de colaboración para fomentar diferentes iniciativas en el ámbito de la formación.

Entre otras acciones, se planificarán actividades de manera conjunta y, se promoverá el intercambio de información y el desarrollo de actividades formativas y de asesoramiento en materia de seguros y en materia laboral. Esta alianza supone un paso adelante en la cooperación institucional en el ámbito regional, al tiempo que reconoce la necesidad e importancia de promover y fomentar acciones que faciliten la cultura aseguradora con el fin de mejorar el grado de conocimiento y comprensión de los seguros por parte de los graduados sociales. Igualmente, el acuerdo contempla contribuir al asesoramiento técnico y estimular sinergias entre ambos sectores.

Inés Montenegro, nueva directora de transformación de Grupo Concentra

El Grupo Concentra refuerza su equipo directivo corporativo con la incorporación de Inês Montenegro como Chief Transformation Officer, una función trasversal para facilitar la transformación de la compañía en todos los ámbitos.

Montenegro procede de Aegon, donde trabajó siete años como responsable de desarrollo de negocio y M&A y, más tarde, como responsable de la alianza de bancaseguros con Banco Santander y su desarrollo en España. Anteriormente, había trabajado varios años en consultoría estratégica. Es licenciada y máster en ingeniería industrial por la Universidad de Oporto y tiene un MBA de Insead.

Unipóliza aumenta un 30% su producción

Unipóliza ha aumentado su producción un 30% en el último trimestre. Gracias a la implantación de diferentes estrategias de marketing y expansión, así como nuevos productos que ofrecer a los clientes, la correduría ha conseguido desarrollar su producción con mayor efectividad.

Ahora, la correduría busca continuar desarrollando su actividad y espera aumentar aún más la producción en el próximo ejercicio, manteniendo siempre al cliente como prioridad.
Por otro lado, la correduría ha comenzado su nueva campaña de Salud de fin de año y ha reforzado su departamento de salud.

Alpha Brokers nombra a Vidal Aguirre nuevo director gerente

Vidal Aguirre, hasta la fecha director de Estrategia y Consultoría Interna de Alpha Brokers, ha asumido la dirección de la correduría.

Ingeniero técnico de telecomunicaciones y titulado superior de seguros con un postgrado en dirección de corredurías, tras 15 años en el sector, se incorporó al proyecto a finales de primavera para trabajar en su nuevo plan director 2023-2024.
Por otro lado, Juan Manuel Medina ha sido también nombrado presidente de la entidad, sucediendo en el cargo a Francisco José Sánchez Ortega.
El proyecto de expansión de Alpha Brokers pisa el acelerador y, tras sus últimas compras, está estudiando nuevas adquisiciones para los dos próximos ejercicios.

Los colegiados ilerdenses se forman en riesgos de RC en la empresa

El Colegio de Mediadores de Seguros de Lérida ha iniciado un curso sobre 'Riesgos de responsabilidad civil en la empresa y su aseguramiento'.

El objetivo es que los profesionales del sector asegurador tengan una metodología para identificar los principales riesgos de la RC en la empresa y realizar un diseño de la cobertura aseguradora.

Fecor y CIAC se fusionan

Ciac (Coordinadora Independiente de Asociaciones de Corredores) y **Fecor** (Federación de Asociaciones y Organizaciones Profesionales de Corredores y Correduría de Seguros de España) han decidido unir sus fuerzas con el objetivo de beneficiar a las pequeñas y medianas correduría de seguros y representar con mayor peso, a las más de 800 correduría de seguros que forman parte de las asociaciones que integran ambas organizaciones.

Tras esta fusión, Fecor se posiciona como la organización con mayor número de asociaciones y organizaciones de corredores y de correduría de seguros en el territorio español. De hecho, se amplía la representatividad a nivel geográfico, ya que tendrá presencia en prácticamente, todas las comunidades autónomas, situándose como la organización con mayor implantación geográfica en el ámbito de los corredores de seguros.

"Esta decisión consensuada tiene como objetivo beneficiar a la pequeña y mediana correduría. Juntos vamos a mantener y reforzar el trabajo que estamos realizando en la defensa de los intereses de los corredores de seguros, poniendo en valor su imagen, y asesorando y defendiendo al consumidor frente a prácticas abusivas", ha asegurado Juan Antonio Marín, presidente de Fecor

Por su parte, el presidente de CIAC, Paco Hoya, ha querido agradecer el esfuerzo realizado hasta el momento por las asociaciones que forman parte de la coordinadora e invitarlas a continuar con esta labor en esta nueva etapa: "La unión garantizará la buena salud de la profesión en el futuro, gracias a su mayor peso, y servirá para hacer llegar la voz y las preocupaciones de nuestro colectivo más lejos, poniendo sobre las mesas de diálogo las principales preocupaciones de nuestros asociados".

La correduría LaVieta conmemora su 30º aniversario

LaVieta Correduría de Seguros y Asesoría ha celebrado sus tres primeras décadas de actividad con un acto que reunió a clientes, colaboradores y representantes de aseguradoras.

Jesús Valiente, gerente de LaVieta, puso en valor todo el trabajo desarrollado en estos 30 años. "Un periodo de aprendizaje constante junto a nuestros clientes". Por este motivo, los clientes más fieles de LaVieta, los que han confiado y siguen confiando en sus servicios desde hace 30 años, fueron obsequiados con un regalo.

Abundando en su compromiso de innovación, LaVieta incorporará durante 2022 una nueva vertiente, la de servicios financieros. Estos nuevos servicios se prestarán bajo la forma de agencia vinculada, tal como establece la legislación.

La correduría Aenus se adentra en el metaverso

Aenus Correduría de Seguros se ha aliado a **Uttopion** para desarrollarse en el metaverso. De esta forma busca oportunidades para fomentar el progreso del nuevo mundo virtual y crecer con este.

La alianza permitirá la revolución de la distribución de seguros tal y como se conoce hasta el momento: el metaverso representa un canal para dinamizar la interacción habitual con el cliente, así como un vehículo para la identificación de los aspectos más vulnerables de las personas y los bienes en el contexto actual.
"La entrada de una correduría de seguros como Aenus en Uttopion nos demuestra, una vez más, que el metaverso es algo real y que detrás de cada avatar existe una persona que tiene necesidades reales. Juntos exploraremos nuevas coberturas y productos para aportar mayores garantías a nuestros usuarios", ha indicado Soraya Cadalso, cofundadora de Uttopion.

Cohebu estrena web

En los últimos meses, **Cohebu** ha estado desarrollando la nueva web corporativa con el fin de poder ofrecer al cliente una navegación más ágil.

Para ello, ha utilizado lo último en tecnología sin olvidar, por supuesto, la seguridad en el acceso y en el manejo de los datos. Cualquier empresa podrá acceder a un test de análisis de vulnerabilidades de forma gratuita para evaluar su nivel de protección de cara a un ataque cibernético.
Otro de los objetivos, ha sido crear una intranet operativa para su red comercial, incluyendo un campus online para que puedan realizar la formación continua obligatoria cómodamente. También incluirá áreas específicas para todos los cadistas, ya que, Cohebu es patrocinador esta temporada del Cádiz C.F.

S4 reúne a empresarios de Vigo en un afterwork

Empresarios de Vigo y el Val Miñor se han dado cita en un afterwork con Teresa Portela 'Empresa y deporte, dos mundos paralelos', organizado por el Grupo S4.

"Nuestro objetivo es ser útiles a las empresas en la gestión de sus riesgos y siniestros, intentando aplicar los valores que nos transmite Teresa Portela: dedicación, capacidad de sacrificio, rigor, humildad y honradez", afirma Alfredo Blanco, director general de S4.

Avanza Previsión forma a los mediadores madrileños en seguros de ahorro

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid y Avanza Previsión han organizado el primer encuentro de formación sobre productos de ahorro. En ella se habló de las singularidades de los seguros de ahorro que la compañía tiene especialmente diseñados para la labor mediadora de seguros.

Los aspectos que más interesaron a los colegiados fueron el interés garantizado, la flexibilidad y la liquidez desde el momento de la contratación, sin penalización ni costes de los productos que Avanza Previsión tiene en el mercado. La aseguradora cuenta "con un ahorro gestionado de 172,4 millones de euros y un volumen en primas de 54,3 millones de euros, más de 58.000 clientes y es un socio de una valía inestimable", indica Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Madrid.

Se indicó que el producto de ahorro aporta valor a la cartera del mediador, pues lo fideliza por encima de cualquier otro seguro. Durante la jornada de formación se examinaron cuatro productos de ahorro dirigidos a los particulares y un Plan de Previsión Social Empresarial (PPSE) para pymes. Entre los que más centraron la atención destacan 'Ahorro Flexible' por su sencillez y adaptabilidad a cualquier tipo de cliente y el 'Plan de Previsión Asegurado' (PPA) por ser una opción garantizada para consolidar los ahorros de cara a la jubilación.

Por otro lado, los mediadores de Madrid conocieron las coberturas del Consorcio de Compensación de Seguros en una jornada de formación organizada junto a Apcas.

Entre los temas que más interesaron, fueron aquellas cuestiones de compensación de capitales, persistencias y también reglamento en cuanto a cobertura y exclusiones. Los peritajes más difíciles, suelen ser cuando las inundaciones afectan a industrias donde se almacenan mercancías o maquinaria. Principalmente, la pérdida de beneficios en cuanto a la variada casuística que rodean estos fenómenos.

El Colegio de Alicante pondrá en valor a los corredores frente a otros canales en su 48º Congreso

El Congreso de la Mediación de Seguros 2022 organizado por el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante y la Fundación Mediaseguros que llega a su 48º edición pondrá en valor, el 10 de noviembre, el trabajo de los mediadores profesionales colegiados frente a otros distribuidores que "venden" seguros sin importar ni a quien, ni como, ni el después.

Los mediadores profesionales son la parte humana de los seguros y, por tanto, un elemento indispensable para que el sector no se convierta en un mercado frío en el que acaben los clientes por no confiar. Las personas, cada día más, quieren ser tratadas como personas y no como números, quieren que se las escuche y aquí es donde el trabajo de los mediadores profesionales cobra una importancia capital.

'Creemos en ti' es el lema del Congreso de Mediadores de Seguros de Alicante que señala directamente a los verdaderos profesionales del sector que son la referencia y el futuro del mismo. De igual modo creemos en ti señala directamente a los potenciales clientes en el mercado que cada día rechazan con más fuerza "cantos de sirena" en seguros que con apariencia de baratos al final salen caros.

El mercado asegurador de crédito está más preparado que nunca para enfrentarse a un entorno inestable y volátil. Esta es una de las principales conclusiones de la jornada 'Aon España Credit Solutions Conference 2022. Seguro de Crédito: situación actual y perspectivas', organizada por Aon España.

El mercado asegurador de Crédito, preparado para afrontar un entorno inestable y volátil

En la primera mesa redonda, se estuvo de acuerdo en la importancia de escuchar las necesidades del cliente y mostrar empatía en esta situación, considerando el seguro de Crédito como un partner estratégico para el crecimiento y la expansión. Con una petición al sector asegurador: Apostar por las soluciones a medida y la innovación.

En la segunda mesa redonda, dedicada a analizar las tendencias, soluciones y herramientas del mercado asegurador de crédito en este contexto inestable y volátil, se destacó la utilidad del seguro de Crédito como herramienta de prevención y apoyo al crecimiento y afirmaron cómo, a pesar del escenario complicado que se prevé para los próximos meses, las aseguradoras han hecho sus deberes y están mejor preparadas que en 2008 para afrontar un escenario complejo con inversiones importantes en digitalización, data & analytics y solvencia.

Los colegiados navarros aprenden sobre neuroventas aplicadas al seguro

El Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra ha acogido un curso organizado por Fiatc sobre neuroventas aseguradoras, en la que se explicó cómo aplicar al ámbito de las ventas aseguradoras el conocimiento de nuestro cerebro.

Las neuroventas permiten aplicar todo el conocimiento de las neurociencias sobre el cerebro humano y las emociones del consumidor. La venta de seguros cada vez es más exigente y competitiva y, en este contexto, las técnicas de venta han evolucionado hacia el neuromarketing.
Las neuroventas enseñan, entre otras muchas cosas, qué quiere oír la mente de nuestro cliente, cómo influye la percepción en el ser humano o la importancia de los sentidos, las palabras y los gestos. El valor diferencial en la póliza de seguros son los corredores delante de los clientes.
El 85% de las veces que compramos, lo hacemos desde el inconsciente o el subconsciente. El reptil manda.

Juan Ramón Plá cesa en su cargo del Grupo Concentra

Juan Ramón Plá ha materializado la venta de acciones que ostentaba en el Grupo Concentra, a través de la sociedad Corporación de Mediadores de Seguros, y su cese como directivo de dicho grupo.

A este respecto, Plá manifiesta su satisfacción por el trabajo que ha desempeñado durante los últimos 5 años, en los que ha participado activamente en el desarrollo de Concentra, y desea a este grupo mucho éxito en la andadura que ha comenzado con motivo de la entrada en su capital del fondo Blackfin Capital Partners.
Plá inicia un nuevo período en su vida profesional, aún pendiente de concretar, pero que le mantendrá activo en la distribución de seguros sin merma de sus esfuerzos por continuar defendiendo la legítima promoción de los intereses de las corredurías de seguros, a través de sus posiciones actuales como responsable del área internacional de Adecose, vicepresidente (presidente saliente) del Bipar y miembro del IRSG de Eiopa.

RibéSalat amplía la cobertura de seguros para los farmacéuticos valencianos

RibéSalat y el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Valencia (Micof) han llegado a un acuerdo de colaboración para ampliar la oferta de distribución de seguros para sus colegiados.

Los 4.993 profesionales inscritos al Micof que lo deseen podrán disponer de seguros de Salud y de protección de personas, así como acceder a planes de retribución flexible para sus empleados, más allá de la oferta aseguradora de la que disponían.

Markel instruye a los colegiados barceloneses sobre la nueva ley concursal

Markel España ha impartido una jornada de formación en el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona, en la que se abordó la nueva ley concursal y el impacto en la D&O, así como el seguro de Caución en el sector de las energías renovables.

Markel España informó de las novedades legales derivadas de la nueva normativa concursal, la situación del mercado de D&O e informó sobre la respuesta que el seguro de Caución puede dar a las subastas de capacidad del sector de energías renovables que llevarán a cabo a finales de este año para que los mediadores puedan asesorar a sus clientes.

Pedro Rodríguez se incorpora a Sáez de Montagut & Moreno como director comercial

La correduría Sáez de Montagut & Moreno ha decidido incorporar a Pedro Rodríguez como nuevo director comercial.

Entre sus responsabilidades estará "la de contribuir a desarrollar rentablemente nuestro negocio y la de seguir prestando un servicio y asesoramiento de alto nivel a nuestros clientes", indican desde la correduría.
Rodríguez cuenta con una amplia experiencia en el sector asegurador, desarrollando puestos de responsabilidad en aseguradoras, muy relacionados con la mediación y, especialmente, con el canal de corredores.

Grupo Bárymont patrocina el Foro Internacional del Deporte en Santander

La plantilla del Real Madrid de la 'séptima', el exentrenador Toni Nadal o el exatleta Fermín Cacho, entre otros, participaron en la primera edición del Foro Internacional del Deporte, 'FID Santander Grupo Bárymont'.

Ruth Beitia, Fermín Cacho, Gervasio Deferr y Javier Sotomayor fueron los protagonistas de la jornada inaugural, que llevaba por título 'Olímpicos de Oro'. Gemma Mengual, Lydia Valentín y Sara Andrés participaron en la mesa redonda.

Javier Montaraz, director general del Grupo Bárymont, patrocinadores oficiales del evento, afirmó sentirse sumamente orgulloso de "transmitir los valores que tanto el FID como Bárymont comparten".

RibéSalat, patrocinador de la Primera Nacional Femenina de Castilla-La Mancha de baloncesto

RibéSalat ha extendido su compromiso con la Federación de Baloncesto de Castilla-La Mancha para seguir dando nombre a la máxima competición femenina regional de baloncesto: la Liga RibéSalat, formada por siete equipos de Castilla-La Mancha y tres de Extremadura.

Albert Tomás, director de Deportes & Corporate de la correduría, ha resaltado que "el balance de esta primera temporada de colaboración conjunta ha sido muy positivo y, por ello, queremos seguir acompañando esta competición". Además, ha recordado que "para RibéSalat, el apoyo al deporte femenino forma parte de nuestra voluntad de promover un cambio real en el sector".

Nupa Nutrición recibe el X Premio Solidario Espabrok

Nupa (Nutrición parenteral, por vía intravenosa) fue la fundación elegida de entre los 411 proyectos de ONGs que se presentaron a la décima edición del Premio Solidario Espabrok.

La asociación entregó a Nupa un cheque válido para 60 talleres psicológicos y afectivos para cambiar la vida de 30 madres. De esta forma, Espabrok ha querido contribuir en la labor a favor de lo que representa la mujer en nuestra sociedad que, en ocasiones, tienen que dedicarse en exclusiva a los hijos con patologías importantes.

PymeSeguros

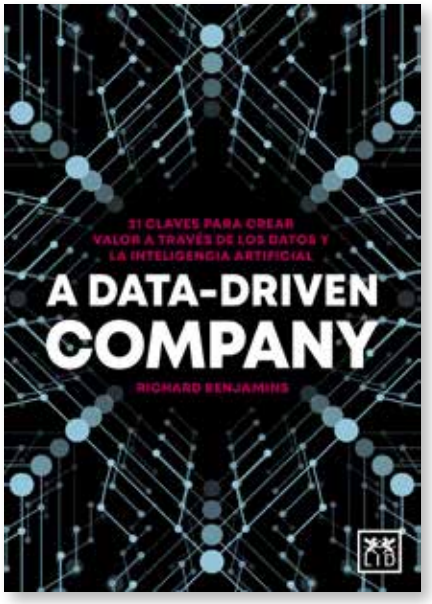
Revista online para corredores y corredurías

Información relevante para pymes y autónomos

A diario

Accede a las noticias que te interesan en

www.pymeseguros.com



A Data-Driven Company

21 claves para crear valor a través de los datos y la inteligencia artificial

Richard Benjamins

Editorial: LID
Precio: 23,93 € libro impreso

A Data-Driven Company analiza 21 decisiones clave a las que se enfrenta cualquier organización cuando recorre su camino para convertirse en una empresa orientada hacia los datos y la IA. En este libro aprenderás sobre las diferentes etapas de este viaje; las típicas decisiones organizativas, tecnológicas, empresariales, de personal y éticas que las organizaciones deben afrontar en este camino, y las distintas opciones disponibles, junto con los correspondientes pros y contras. Incluye ejemplos prácticos de diferentes estrategias de data y las perspectivas de expertos y profesionales de organizaciones como AXA, BBVA, Engie, KPMG, Mapfre, MTN, O2, ODI, OdiseIA, Rabobank, Repsol, Santander, Scalian, Telefónica y Vodafone.

Posiciónate Tú Primero

Estrategias de marketing para hacer crecer tu negocio de forma sostenible

Ana Pedroche y Fran de Vicente

Editorial: Gestión 2000
Precio: 16,10 € libro impreso
7,59 € libro electrónico

Google es el mayor buscador de información y el sitio más visitado en todo el mundo. Saber cómo funciona permite usarlo para captar potenciales clientes. Una posición privilegiada en el buscador equivale a visibilidad, reputación, credibilidad y confianza. Pero ¿cómo aparecer en la parte superior de los resultados cuando alguien hace una búsqueda? Ana Pedroche y Fran de Vicente te enseñan la mejor estrategia para que tu negocio triunfe en internet y crezca de forma sostenible. Sigue el ejemplo de pymes, autónomos y emprendedores que han incrementado su facturación en más del 80% al mejorar su visibilidad aplicando el método y cuya experiencia encontrarás en estas páginas.

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

REVITALIZA TU NEGOCIO
A TRAVÉS DEL MARKETING EMAIL

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

El video marketing al alcance de las pymes y emprendedores

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

La fuga de información empresarial crece un 32%

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

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

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

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

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

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

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

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