Premio San Francisco Javier de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Número 120 Diciembre 2022

www.pymeseguros.com

Óscar Herencia, director general de MetLife en Iberia

Las personas necesitan estar **MÁS PROTEGIDAS** en los entornos económicos difíciles

Visión de experta

Inma Mayoral, responsable de desarrollo comercial del departamento de Turismo Activo y Accidentes de Urquía & Bas correduría: "Accidentes: altas comisiones y poco trabajo administrativo"

Punto de encuentro

D&O como medida de prevención de la insolvencia empresarial

Más a fondo

El impulso de No Vida sitúa al sector en niveles cercanos a prepandemia

In situ

El corredor enamora al cliente con cercanía, honestidad y credibilidad

beazley

Insurance. Just different.

Perspectiva

Es maravillosa.
Da igual por
donde lo mires

La respuesta del seguro en entornos convulsos

La pandemia, la guerra de Ucrania, el incremento de los costes de los productos... está provocando que las empresas se enfrenten a un entorno convulso en el que impera la incertidumbre económica. Ante este panorama, los profesionales del sector abogan por poner en valor el seguro de D&O como medida de prevención y protección, aunque precisamente esa inestabilidad, junto con la falta de concienciación empresarial, está ralentizando la penetración de este producto, especialmente entre los administradores de pymes (ver **Punto de encuentro**).

Para enamorar al cliente es vital trasmitir cercanía, accesibilidad, honestidad y credibilidad, dando un trato personalizado. Aunque no estamos en un momento sencillo, el futuro de las correduría se vislumbra prometedor. La tecnología les va a ayudar, pero será la profesionalidad la que salvará el negocio de los corredores de seguros (ver **In situ**).

Precisamente, la DGSFP acaba de publicar el Boletín de Información Trimestral de Seguros y Fondos de Pensiones, que destaca que el volumen de primas devengadas brutas en el segundo trimestre de 2022 ha crecido un 4% respecto al mismo trimestre del año anterior, porcentaje muy similar al crecimiento del 4,11% registrado en el primer trimestre, lo que viene a consolidar la recuperación iniciada en 2021 y la aproximación paulatina a los niveles prepandemia (ver **Más a fondo**).

Uno de los ramos que mejor comportamiento está teniendo es Accidente, porque en el entorno económico en el que estamos, la gente tiene que estar más protegida. Se trata de un seguro interesante para los corredores porque tiene un comisionado alto, poco trabajo administrativo y la vida media de estas pólizas supera los 15 años (ver **Hablando claro** y **Visión de experta**).

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
Óscar Herencia, vicepresidente de MelLife para el sur de Europa y director general de MetLife en Iberia. Las personas necesitan estar más protegidas en los entornos económicos difíciles

12 Visión de experta
Inma Mayoral, responsable de desarrollo comercial del departamento de Turismo Activo y Accidentes de Urquía & Bas correduría. Accidentes: altas comisiones y poco trabajo administrativo

PymeSeguros Revista online para corredores y correduría
Número 120 { Diciembre 2022 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

03 **Editorial**
La respuesta del seguro en entornos convulsos

38 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

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

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

77 **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**
D&O como medida de prevención de la insolvencia empresarial

22 **Más a fondo**
El impulso de No Vida sitúa al sector en niveles cercanos a prepandemia

28 **In situ**
El corredor enamora al cliente con cercanía, honestidad y credibilidad

34 **Empresa segura**
La importancia del crecimiento inclusivo (I)

36 **Negocio que surge**
Es el momento del ahorro

Óscar Herencia, vicepresidente de MelLife para el sur de Europa y director general de MetLife en Iberia

Las personas necesitan estar más **PROTEGIDAS** en los entornos económicos difíciles

El ramo de Accidente, como todos los seguros, se enfrenta al reto del entorno económico en el que estamos. Normalmente, en estos casos se produce un incremento de la siniestralidad y un descenso de la contratación y pérdida de cartera. Pero, Óscar Herencia indica una parte positiva de la situación: "En este entorno, la gente tiene que estar más protegida. El cliente necesita, sobre todo, flexibilidad, facilidad a la hora de contratar, y que el producto vaya verdaderamente al encuentro de sus necesidades, que no sea un producto general". Para seguir creciendo en el ramo, a partir del 1 de enero de 2023 MetLife llevará a cabo un relanzamiento de la distribución a través de los corredores y se espera llegar a trabajar con 3.000 corredores en menos de 5 años.

¿Cómo se está comportando el ramo de Accidentes este año?

En realidad, se ha comportado bastante bien, con la siniestralidad esperada.

¿En Metlife se considera que el ramo de Accidentes tiene margen de crecimiento?

Para nosotros es un ramo clave. En MetLife es la piedra angular de la compañía. Creemos que tiene recorrido y le vamos dando forma en función de las necesidades del cliente. Para nosotros, el crecimiento del ramo de Accidentes es una parte fundamental en el desarrollo de la operación.

¿La situación que vivimos en estos momentos, va a provocar una subida de primas en el ramo?

En MetLife no vamos a subir las primas. De hecho, en todos los seguros de Accidentes que vendemos por teléfono (en estos momentos, el 80%), nos comprometemos a mantener el mismo precio durante cinco años, a partir de la fecha en la que se contrata, y a no cancelar el seguro.

¿Qué oportunidades se detecta en los seguros de Accidentes?

El seguro de Accidentes tiene un componente puramente accidental y un componente de salud y es precisamente por lo que hay mucho recorrido para nosotros. Todo lo que tiene que ver con subsidios por enfermedad, subsidios por accidente, coberturas dentales… Todas estas coberturas tienen un recorrido muy grande, porque se puede llegar a productos más atractivos. Sobre todo, en productos más especializados. Priorizamos las necesidades del cliente ligado al momento vital en el que se encuentra y preparamos la solución más adecuada para cubrir lo que él necesita. Ahí existe un nicho de cliente importante.

El Gobierno debería de incentivar la contratación privada, como pasa en muchísimos otros países, porque es un complemento a la gestión pública

¿Qué importancia tienen las pymes y los autónomos como pilar del crecimiento del seguro de Accidentes?

Sin duda, los autónomos son un segmento que nos preocupa a todos. Junto a las asociaciones de autónomos, hemos hecho un análisis de cuáles son sus necesidades. Creo que esa es la clave para entender al colectivo y acceder a ellos para que conozcan los productos, que hemos trabajado con ellos, para cubrir sus necesidades. Para nosotros, es un colectivo fundamental, en el que vamos a seguir aportando productos nuevos. Estamos analizando coberturas nuevas para intentar cubrir todas sus necesidades.

Para las pymes, tenemos productos de colectivos con tarificaciones especiales para empresas pequeñas.

Algo más de la mitad de las pymes españolas tienen contratados seguros de Accidentes para sus trabajadores. ¿Qué se podría hacer para ampliar este porcentaje?

Los empleados valoran muchísimo este tipo de beneficios sociales que dan las empresas. Es importante

dar a conocer a la pyme que sus trabajadores valoran estar protegidos. Además, se pueden ir personalizando los productos para cada pyme, en función de su actividad. Tener, incluso, diferentes productos dentro de una misma empresa, porque no tiene las mismas necesidades una persona que está en administración que otra que está repartiendo por la calle.

Por otra parte, sería bueno que las empresas abrieran la posibilidad de que sus empleados complementen esos seguros con los seguros que les podemos ofrecer desde la aseguradora.

¿Cree que la situación económica en la que nos encontramos hace necesaria la creación de seguros flexibles para que el autónomo contrate solo aquellas coberturas que realmente necesite?

Sí. El autónomo, y en general el cliente, necesita, sobre todo, flexibilidad, facilidad a la hora de contratar, y que el producto cubra necesidades específicas de este segmento, que no sea un producto general. Durante muchísimos años se han vendido seguros que nosotros creíamos que la gente necesitaba, hoy en día, con los datos y la capacidad de escuchar al cliente que tenemos, estamos haciendo productos más personalizados.

Según un estudio realizado para Metlife España se indicaba que, para los encuestados, en 2021, era más importante tener un seguro de Accidentes personales (47%) que en 2020. ¿A qué cree que es debido?

Una de las cosas que nos ha enseñado la pandemia es nuestra vulnerabilidad y la necesidad de estar protegidos. Se hizo patente porque es muy raro que un cliente llame para ver qué le cubre su seguro y, sin embargo, en aquel momento recibíamos muchas llamadas preguntándonos si la pandemia estaba cubierta. Despertó, en parte, esa necesidad de tener un seguro. El mercado español y el portugués, en general, no son muy sensibles a la compra de seguros porque hemos vivido siempre en un estado muy garantista, que te garantizaba la sanidad, las pensiones… y hemos tenido la sensación de que nos protegía. Hoy en día, existe una incertidumbre sobre la situación de los sistemas públicos y eso está despertando la necesidad de contratar seguros. Soy un convencido de que el sector Seguros es el mejor del mundo.

El ramo de Accidentes es la piedra angular de la compañía

¿Cree que todos los sectores económicos deberían contar obligatoriamente, por convenio, con un seguro de Accidente?

Sí, yo apostaría, claramente, por eso. Cuando empecé a trabajar aquí, en las oficinas antiguas, había un cartel que decía 'Ningún cliente de Vida, sin un seguro de Accidentes'. Siempre he creído que tener la doble protección de Vida y Accidentes es lo mejor. Siguiendo ese planteamiento, en mi opinión, sí que sería necesario que en convenio estuviera el seguro de Vida y el seguro de Accidentes. Además, los convenios son muy bien valorados por los trabajadores. España es uno de los pocos países que yo conozco en el que los seguros colectivos de Vida y colectivos de Accidentes cubren exactamente lo que dice el convenio.

De hecho, en las pólizas hay cláusulas que dicen que se ajustarán a lo que dice el convenio.

¿Cree que sería factible establecer incentivos fiscales para la contratación de este tipo de seguros?

No solamente creo que sea factible, sino que debería de ser obligatorio. Teniendo en cuenta las dudas que generan los sistemas públicos, creo que el Gobierno debería de incentivar la contratación privada, como pasa en muchísimos otros países, porque es un complemento a la gestión pública. Se trata de tener una población mucho mejor protegida ante cualquier incertidumbre.

¿Qué política lleva Metlife sobre complementar los seguros de Accidentes con otras garantías y servicios?

Desde hace unos años, notábamos que el cliente apreciaba el seguro de Accidentes, pero quería una serie de beneficios más tangibles. Por eso, se los estamos dando. Este año, hemos abierto los ramos de Asistencia y de daños a otros bienes, precisamente, para complementar los seguros de Accidentes y de Vida con servicios mucho más tangibles. Por ejemplo, con asistencia en viajes, repatriación, atraco en cajero…

¿A qué retos se enfrenta el ramo de Accidentes?

Como todos los seguros, se enfrentan al reto del entorno económico. Normalmente, en estos casos se produce un incremento de la siniestralidad y un descenso de la contratación y mayor pérdida de cartera. Pero existe una parte positiva porque tenemos un entorno en el que la gente quiere estar más protegida. Por eso, es preciso observar el mercado, ver lo que está pasando.

Para las pymes tenemos productos de colectivos con tarificaciones especiales para empresas pequeñas

Accidentes sigue siendo un pilar angular para nosotros y está siempre en todas las discusiones estratégicas de la compañía, desde hace muchos años.

¿Por qué Metlife apuesta por el seguro de Accidentes?

Históricamente, para nosotros ha sido un ramo clave, y además hemos visto que tenía muy buena acogida, que se podía vender bien a través de varios canales. Somos flexibles y nos adaptamos a lo que viene. Por ejemplo, al seguro por uso (lo que llamamos microseguros o seguros de demanda) para que se pueda activar o no dependiendo de las necesidades y que el cliente esté protegido cuando realiza actividades en donde está asumiendo un riesgo mayor de lo normal (por ejemplo, cuando se viaja o se realizan actividades de esquí u otro deporte…). Hemos hecho un producto piloto para cubrir los desplazamientos en patinete. Creo que por ahí puede ir el futuro. Tenemos el desafío de crear un mayor valor añadido en este proceso de evolución.

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. ¿Prevé Metlife algún cambio o novedad en las coberturas de Accidentes próximamente?

Escuchamos al cliente a través de diferentes herramientas y puntos de contacto para hacer estudios y

OBJETIVO 2023: UN MILLÓN DE EUROS A TRAVÉS DE CORREDORES

En 2023, el objetivo que quiere alcanzar Metlife, a través de los corredores, es llegar a un millón de euros. "Tiene confianza en que "este primer año va a ser muy bueno". Para conseguirlo, ofrecen a los corredores "muy buenos productos, muy buena experiencia, muy buen servicio... En MetLife tenemos una sensibilidad enorme sobre la experiencia de cliente. Te pueden copiar el producto, pero no el trato al cliente. Que se le atienda con rapidez, que se solucionen los problemas con flexibilidad... nos esforzamos para que el broker se sienta cómodo trabajando con nosotros porque sabe que no le vamos a dejar en la estacada", indica Herencia.
A cambio, piden que "tengan muchas ganas de vender y que sientan la libertad de pedir lo que necesitan. Para llegar a trabajar con los 3.000 corredores que queremos, vamos a tener una variedad tremenda de ellos. Con cada perfil, trabajamos de una manera diferente porque hay corredores muy preparados que prácticamente no necesitan ni soporte administrativo ni tecnológico, pero hay corredores más pequeños a los que les podemos ayudar mucho. No existe facturación mínima para trabajar con nosotros. Pero para los corredores que tienen un volumen muy alto de producción, tenemos incentivos, negociamos acuerdos especiales con ellos, apoyados en el volumen", explica Óscar Herencia.

análisis de sus preocupaciones y de lo que necesita. Por eso, nos comprometimos a la flexibilidad, a desarrollar productos más adecuados para cubrir sus necesidades. A partir de ahí, todo lo que hemos desarrollado en los nuevos ramos de asistencia y de daños a otros bienes ha sido para intentar implementar nuevas coberturas. Por ejemplo, ahora estamos desarrollando un paquete para mascotas, dada la importancia que tienen en las familias y hogares actuales. Vamos a sacar muchas coberturas de ese estilo, que sean fáciles de contratar y de entender, con un precio muy ajustado. Estamos enriqueciendo el seguro de Accidentes para que la persona que lo compra vea que no es simplemente un capital por fallecimiento sino que tiene otras utilidades.

¿En qué consiste la promesa del cliente de Metlife?

La promesa del cliente se basa en cuatro pilares. El primero: puedes confiar en nosotros porque no te vamos a fallar. El segundo: vamos a hacerte las cosas fáciles. El tercero: vamos a estar siempre a tu lado, dándote soluciones para cada momento de tu vida. Y el cuarto: vamos a cuidar del futuro porque la sostenibilidad es la capacidad de conseguir tus objetivos hoy en día, sin perjudicar que se puedan seguir consiguiendo los objetivos de cada uno en el futuro. Esta promesa hacia el cliente está presente en cada desarrollo que implementamos tanto en soluciones aseguradoras, canales de contacto con los clientes así como en los procesos de la compañía.

¿Por qué Metlife vuelve a apostar por los corredores en España?

La realidad es que nunca dejamos de apostar por ellos. Lo que pasó es que hubo una decisión estratégica del gru-

po, desde Estados Unidos, para cerrar ciertos canales de distribución en Europa. En España entendieron que la red de agencias no estaba creciendo con la velocidad que pensaban y la redujeron. Como la parte de los brokers estaba integrada junto a las agencias, dentro de nuestra distribución *face to face*, se fue desacelerando la venta a través de corredores. Cuando llegó la pandemia, nos dimos cuenta que en Portugal y en Italia el canal de mediadores fue el que mejor se comportó, con la ayuda de la digitalización. Además, preguntamos a los clientes y el 33% de ellos dijeron que preferían el canal de especialistas y presencial. Entonces, decidimos que era el momento de volver a acelerar orgánicamente la distribución por este canal y es lo que vamos a hacer ahora. Para ello, nos pusimos en contacto con más de 30 personas referentes en el mercado de la distribución de brokers, con las que habíamos tenido relación en el pasado, y les contamos que queríamos acelerar la distribución a través de la mediación. Les explicamos la idea de propuesta de valor que teníamos, para que nos dijeran si estábamos en lo cierto o si íbamos por el camino equivocado. En esas conversaciones, fuimos afinando un modelo, que es el que estamos desarrollando y está funcionando bien. Ahora estamos trabajando con más de 250 corredores.

Se pueden ir personalizando los productos para cada pyme, en función de su actividad

El 1 de enero de 2023 es la fecha elegida para este relanzamiento y se espera llegar a trabajar con 3.000 corredores en 3 o 5 años. ¿Cómo lo van a conseguir?

Hemos diseñado un acercamiento a los brokers que está basado en cinco pilares: un producto verdaderamente competitivo; digitalización; la experiencia de cliente, para nosotros el cliente final es crítico pero nuestro primer cliente es el broker, que es al que le vamos a dar el servicio y quiero que sientan que tienen un tratamiento de excelencia; la formación, en Portugal tenemos la *Broker Academy* que la queremos implantar también aquí llegando a un acuerdo con una universidad específica, para que los corredores puedan tener un título de esa formación y así darle valor añadido a su carrera como mediadores; y la capilaridad, estamos diseñando un sistema en el que además de nuestra propia red, tengamos redes paralelas que nos puedan ayudar a llegar a los últimos rincones. La estrategia va bien, pero tenemos que acelerar el ritmo de implementación.

¿Por qué la aseguradora ha decidido comercializar con los corredores productos diferentes a los que distribuyen a través de otros canales?

Por la capacidad que tienen los mediadores de hacer una venta consultiva y mucho más alineada con las necesidades del cliente. Con el corredor, pretendemos tener productos más sofisticados. Pero eso no quita que, si el corredor necesita productos más básicos, también se los ofrezcamos. Los corredores reclaman productos diferentes porque están muy cerca de los clientes y entienden lo que necesitan.

Carmen Peña
Fotos: Irene Media

Inma Mayoral, responsable de desarrollo comercial del departamento de Turismo Activo y Accidentes de Urquía & Bas correduría

Accidentes: altas **COMISIONES** y poco trabajo administrativo

Accidentes es un ramo interesante para los corredores porque tiene "un comisionado alto y poco trabajo administrativo. Además, la vida media de estas pólizas supera los 15 años", explica Inma Mayoral. Sin embargo, se queja de que las aseguradoras cada vez se sienten más cómodas comercializando productos cerrados con unas garantías o capitales asegurados preestablecidas. Para ella, "la flexibilidad en la contratación es fundamental para lograr que un cliente pueda contratar el seguro de Accidentes con las coberturas y capitales que realmente necesita. En un entorno económico de incertidumbre, como el actual, si hay flexibilidad en la contratación podremos evitar que se generen costes por coberturas impuestas por el producto y que el asegurado no necesita".

Desde el punto de vista del producto en sí, Inma Mayoral, responsable de desarrollo comercial del departamento de Turismo Activo y Accidentes de Urquía & Bas, cree que "el seguro de Accidentes se está desarrollando de manera positiva. Con los años, se han ido incluyendo coberturas que antes no existían, como el infarto, la asistencia en viaje, la ampliación de la cobertura de traslados y de la edad asegurable, los baremos de incapacidad mejorados y las indemnizaciones progresivas, subsidios por baja temporal… También otras pequeñas coberturas como la adecuación de la vivienda o adaptación del vehículo en caso de invalidez, los gastos de sepelio, la ayuda en la tramitación del impuesto de sucesiones, los gastos de atención psicológica, etc.".

El ramo de Accidentes está maduro. En Urquía & Bas no se espera grandes cambios en su comportamiento, excepto que salga algún tipo de normativa para hacerlo obligatorio en algún sector concreto. En esos casos, explica Mayoral, "se abren nichos de oportunidad que hay que aprovechar: seguros de obligada contratación para actividades deportivas, federaciones, convenios colectivos, viajes, etc. Si no es el caso, seguiremos en la línea hasta ahora marcada".

La responsable de desarrollo comercial del departamento de Turismo Activo y Accidentes de Urquía & Bas piensa que debería ser obligatorio el seguro de Accidentes en todos los sectores económicos por convenio: "En una sociedad socialmente avanzada, no tiene sentido que protejamos a unos trabajadores por ser de un determinado sector y dejemos desprotegidos a otros, solo porque el convenio no lo exige. El seguro de Accidentes de convenio debería ser universal y su base igual para todas las empresa, pudiendo complementarse, posteriormente, por cada empresa, en función de sus pactos privados". Además, llama la atención sobre el hecho de que "en la mayoría de los convenios, los capitales asegurados no se han actualizado. Esto, en un entorno como el que hemos tenido entre 2012 y 2020, con la inflación prácticamente a 0, no generaba ningún prejuicio al empleado asegurado. Pero, con la actual inflación, se debería actualizar el capital asegurado en este tipo de póliza, para que el asegurado o sus herederos perciban la misma indemnización en términos reales. Este importe, debe entenderse como una prestación accesoria, que en mucho casos no garantizará la economía familiar o la cancelación de las deudas que el asegurado pueda tener. La recomendación es que, en base a las necesidades de cada persona, se complemente esta prestación con un seguro privado que se adapte a la necesidades de cobertura reales del asegurado".

En la mayoría de los convenios, los capitales asegurados no se han actualizado

En los tres primeros meses de 2022, la siniestralidad ha crecido "un 1,97%, pero —en su opinión— aún es pronto para saber si es coyuntural

(aumento de la actividad al salir de la pandemia) o será estructural. Por eso, todavía no se están tomando medidas de 'profilaxis' en las condiciones o tarifas del ramo".

EL DESPEGUE DE LOS 90'

"La correduría Urquía & Bas siempre ha comercializado seguros de Accidentes", indica su responsable de desarrollo comercial del departamento de Turismo Activo y Accidentes, "pero era un seguro que estaba muy encorsetado (pocas coberturas, capitales bajos y grupos de riesgo muy rígidos). Hubo un momento, en la década de los años 90, en el que las aseguradoras abrieron la mano. Se empezaron a ajustar las tasas (sobre todo las del grupo 1, el de menor riesgo) y se podían contratar capitales de 50 millones y hasta 100 millones de pesetas sin mucha dificultad. También aparecieron los seguros con baremos especiales para manos y dedos y las coberturas que multiplicaban la indemnización hasta el 350% del capital contratado. Fue un momento muy bueno, ya que, además de vender mucho, nos permitió entrar en un segmento de mercado de profesionales, con buena capacidad adquisitiva, que demandaban capitales asegurados altos. El caso de los médicos con el baremo especial de manos fue un ejemplo claro".

Urquía & Bas decidió potenciar la distribución de los seguros de Accidentes porque se dieron cuenta de que "era un seguro de poca gestión administrativa y muy pocos siniestros; y que, cuando tenías uno, te hacía quedar bien con el asegurado y, en los casos de fallecimiento, con los herederos. Es cierto que los siniestros de gastos de curación tienen una mayor carga administrativa por razón de los siniestros, pero habitualmente se ocupan las aseguradoras de su gestión". Su nicho de negocio está, sobre todo, en los directivos de empresas, con pólizas muy completas. También, están trabajando mucho los seguros de Accidentes deportivos para clubes y asociaciones; y los accidentes de deportes de aventura, que es un nicho muy especial que, por su elevado riesgo, hay que conocer bien.

Hay poca capacidad del mercado para dar capitales elevados y asegurar ciertas actividades complicadas

Actualmente, el ramo de Accidentes, con todas sus coberturas satélites (baja diaria, gastos de curación, asistencia en viaje) supone el 21% del total de ingresos de la correduría, por lo que "estamos satisfechos por el trabajado realizado hasta el momento. Queremos hacer crecer el ramo y, por eso, ahora estamos invirtiendo nuestros esfuerzos en comercializar nuestros productos de forma online y que nuestros clientes puedan comprar directamente en la web y obtener su póliza en menos de 5 minutos".

ABRIR LA SUSCRIPCIÓN DE CIERTOS RIESGOS A MÁS CORREDURÍAS

Los seguros de Accidentes pueden llegar a cubrir casi todos los riesgos y sumas aseguradas y, para

Inma Mayoral, el reto está en hacer que "esté al alcance de más corredores. Que la suscripción de ciertos riesgos se abra a más correduría y no quede restringido solamente a los grandes actores. Me estoy refiriendo a seguros para deportistas profesionales o artistas, seguros para profesiones de alto riesgo como buzos o pilotos de fumigación aérea, y a un largo etc. de casos que requieren mayores capitales asegurados y cláusulas que no son estándares, en donde las primas son mucho más elevadas".

En su opinión, "las pymes y autónomos son quienes más necesitan de la existencia del seguro de Accidentes. El peligro se percibe mucho mejor en los ámbitos laborales que en la esfera privada. La empresa por responsabilidad social y, en muchos casos, por imperativo legal, con los seguros de convenio; y el autónomo por necesidad imperiosa: una incapacidad le deja sin poder ganarse la vida ya sea, de manera temporal (no podrá hacer frente a sus necesidades cotidianas), o de manera permanente en cuyo caso se agrava la situación".

En los autónomos destaca "la importancia de asegurar la incapacidad total (conocida también como profesional) ya que la Seguridad Social cada vez es más reticente a conceder incapacidades absolutas, otorgando en dos de cada tres casos la incapacidad total; y ya sabemos que las aseguradoras siguen el camino de las resoluciones que dicta la Seguridad Social".

Las aseguradoras cada vez se sienten más cómodas comercializando productos cerrados con unas garantías o capitales asegurados preestablecidas. Sin embargo, Mayoral explica que "desde nuestra óptica de asesores profesionales, entendemos que la flexibilidad en la contratación es fundamental para lograr que un cliente, con independencia de si se trata de un autónomo, un asalariado o un empresario, pueda lograr contratar el seguro de Accidentes con las coberturas y capitales que realmente necesita. En un entorno económico de incertidumbre, como el actual, si hay flexibilidad en la contratación podremos evitar que se generen costes por coberturas impuestas por el producto y que el asegurado no necesita".

Las pymes y autónomos son los que más necesitan de la existencia del seguro de Accidentes

Los principales problemas con los que se encuentran los corredores que trabajan este seguro son "la poca capacidad del mercado para dar capitales elevados y asegurar ciertas actividades complicadas. El mercado, en esos casos, está muy restringido para los corredores medianos y pequeños. Casi siempre, para colocar este tipo de riesgos, nos acabamos aliando con corredores que tienen capacidad de buscar coberturas en los mercados internacionales", señala Mayoral. Además, indica "la reducción de la capacidad para asegurar capitales elevados por la póliza de Accidentes, con alguna excepción".

Sin embargo, considera que es un ramo interesante para los corredores porque tiene "un comisionado alto y poco trabajo administrativo. Además, nuestra experiencia nos indica que la vida media de estas pólizas supera los 15 años, lo que hace que sea atractiva su comercialización y el tiempo que se le dedica a ello".

Carmen Peña

D&O como medida de prevención de la insolvencia empresaria

La pandemia, la guerra de Ucrania, el incremento de los costes de los productos... Las empresas se enfrentan a un entorno convulso en el que la incertidumbre económica impera. Ante este panorama, los profesionales del sector abogan por poner en valor el seguro de D&O como medida de prevención y protección, aunque precisamente esa inestabilidad, junto con la falta de concienciación empresarial, está ralentizando la penetración de este producto, especialmente entre los administradores de pymes.

A todo eso, se unió el pasado 30 de junio la finalización del aplazamiento de la mora concursal por la pandemia, que, como resalta Carlos Peña, director de **Markel Global**, tuvo consecuencias inmediatas. Ese mismo mes aumentaron los procesos concursales un 3,9% con respecto al mismo periodo de 2020, mientras que a septiembre el incremento fue de 14% en el conjunto del año y un 103% comparado con el mismo mes de 2021.

Efectivamente, Francisco Antonio Alcaide, suscriptor y responsable de **Beazley Digital España**, ratifica que ha habido un crecimiento bastante exponencial: "En octubre, se han alcanzado niveles de concurso de acreedores del año 2013. Y en cuanto a acumulado, se han producido unos 6.000 concursos, que supone cerca de un 20% más que el año pasado a estas alturas".

Sin embargo, Carmelo Vega, socio de **Ponce y Mugar Correduría de Seguros**, cree que muchas de esas compañías ya estaban en esa situación. "Era una muerte anunciada, incluso antes de la modificación de la Ley Concursal. Muchas de ellas estaban ya en situación de preconcurso sin haberlo declarado previamente y ahora ya la situación es insostenible"

Además, Carlos Lluch, director técnico de **Lluch y Juelich Correduría de Seguros**, pone el acento en que en 2013 hubo 9.143 concursos y en 2020, 4.630. En 2021 crecieron y se contabilizaron 5.496, "y este año se calcula que vamos a rondar otra vez los niveles del 2013".

INSTRUIR AL ADMINISTRADOR

Francisco Antonio Alcaide recuerda que la nueva Ley Concursal, que entró en vigor el pasado septiembre, ha hecho una especial mención al tema de las microempresas, que son las que precisamente más sufren estos pro-

blemas de concursalidad, situación normal si se tiene en cuenta que el 94% del tejido empresarial en España está compuesto por compañías que facturan menos de 2 millones y que tienen menos de 10 empleados.

Una novedad, ya que como señala Carlos Lluch casi siempre las leyes, las medidas administrativas, están pensadas para las grandes corporaciones, pero la realidad es que tenemos un tejido empresarial lleno de microempresas, en las que "un porcentaje enorme de gente sabe hacer bien una cosa, pero no ha recibido una formación empresarial y menos aún profunda". Por eso, cree que desde el punto de vista de la gerencia de riesgos una de las funciones de los corredores, además de ofrecer el seguro a los clientes, "es ser promotores de buenas prácticas, porque el seguro va a ser sostenible especialmente si la siniestralidad no se desboca".

SINIESTRALIDAD CONTENIDA

En esta línea, el suscriptor y responsable de Beazley Digital España reconoce que actualmente la siniestralidad está contenida, gracias en parte al papel de las compañías a la hora de suscribir: "Nos llegan muchas empresas que, analizando la información financiera, se ve que tienen fondos propios negativos. A este tipo de compañías que nos piden un seguro de D&O tenemos que declinar el cotizarlas o les pedimos plan de viabilidad", comenta.

"Nosotros a nivel de correduría no estamos notando tampoco el exceso de siniestralidad", argumenta Vega, que coincide en que D&O es uno de los ramos donde la contratación es mucho más exigente y donde se analiza mucho más el perfil de la empresa que está solicitando la oferta. "De momento, la siniestralidad está contenida, aunque pienso que el año que viene, si no se revisan las pólizas en ciertos sectores, va a repuntar bastante", presupone.

De similar opinión es Carlos Peña, quien considera, no obstante, que todavía es pronto "porque hay que esperar a las calificaciones de los concursos que se están iniciando ahora", pero "dentro de unos meses y en función de la calificación del concurso, la siniestralidad podría elevarse".

Lluch hace la distinción entre dos modelos de aseguramientos: el de aquellas compañías que aceptan a todos los clientes, sin hacer cuestionarios correc-

tos para conocer en profundidad su situación; y las que hacen una discriminación y tienen conocimiento detrás.

PROTEGER AL TEJIDO EMPRESARIAL

En el caso del corredor, a la hora de comercializar este producto el mayor problema al que se enfrenta, como atestigua Peña, es la baja penetración que tiene en las pymes y en entidades sin ánimo de lucro. "En un entorno tan cambiante e impredecible es conveniente estar asegurado y proteger tu patrimonio personal ya que podemos incurrir en responsabilidades y tener que hacer frente al déficit patrimonial de la entidad en caso de concurso de acreedores", recomienda.

No obstante, como señala el socio de Ponce y Mugar, solo el 10% de las pymes, aproximadamente, tienen seguro. El problema, a su entender, es que probablemente tengamos que trasladar mejor a los directivos la necesidad de asegurar su patrimonio a través de este producto.

"Los corredores deben ser promotores de buenas prácticas, porque el seguro va a ser sostenible especialmente si la siniestralidad no se desboca".
Carlos Lluch

Para Francisco Antonio Alcaide la clave para mejorar la penetración de las pólizas D&O está en el asesoramiento, el acompañar al cliente de una forma honesta, "no solo en ser un vendedor de seguros, sino un asesor para sus clientes".

"A mí siempre me ha preocupado mucho esa patita social del seguro. El seguro de D&O garantiza el sostenimiento de empleos, los pagos a los proveedores, la entrega de los servicios comprometidos a los clientes o de los productos", señala el director técnico de Lluch y Juelich.

"Todavía no somos conscientes que un seguro de D&O salva muchos puestos de trabajo", redunda Carmelo Vega, para quien el problema es que no se está "evangelizando" bien sobre las bondades de este seguro.

"Debemos facilitar que las empresas operen con mayor seguridad, tenemos que ayudar al empresario a entender que tiene que dotarse de medios y que tiene que ser capaz de generar los recursos y de tener la liquidez previa suficiente para poder encajar eso dentro de sus presupuestos", incide Carlos Lluch.

Y más en el caso de D&O, como señala Francisco Antonio Alcaide, porque al final es un recurso que en caso de necesidad se activa y ayuda al cliente: "Es una herramienta indispensable por si la cosa va mal", arguye. No obstante, es fundamental para los administradores, porque se están jugando su patrimonio.

"El D&O es esencial para proteger el patrimonio de los administradores y directivos en un entorno muy cambiante y con una legislación cada vez más severa", confirma el director de Markel Global.

RESPONSABILIDAD DEL ADMINISTRADOR

No obstante, como recuerda Alcaide, la ley dice que, al final, el administrador y el directivo responde con su patrimonio personal de las deudas de la empresa. Además, si se trata de empresas que tienen más de un administrador, otra de las características de la legislación es que de lo que haga uno de ellos, responden todos, por responsabilidad solidaria.

"Porque además, la ley de sociedades de capital determina que tienen la obligación de conocer, la obligación de indagar lo que está

ocurriendo. Por lo que, esa dejadez de funciones, automáticamente lleva aparejada una responsabilidad, a no ser que se haya hecho constar expresamente la oposición a la decisión que tome otro administrador", recalca Lluch.

No hay que olvidar que una mala gestión de los directivos puede generar una serie de problemas. Para el director de Markel Global, uno de los más evidentes es que el concurso se presuma o califique como culpable por no cumplir los plazos marcados por la Ley o que el ejecutivo haya contribuido a originar o agravar la situación de insolvencia de la entidad, pudiendo ser declarado responsable del déficit patrimonial de la entidad.

"La nueva reforma de la Ley Concursal modifica bastante el proceso para declarar el concurso de acreedores y aumenta bastante la responsabilidad del administrador", puntualiza Carmelo Vega, para quien hay más ejemplos en los que el directivo puede ser culpabilizado: la falta de experiencia de los administradores; un exceso de tiempo para recurrir al concurso de acreedores, que hace que pueda ser declarado culpable por dilatar o estar ocultando información durante mucho tiempo e incluso internamente entre los propios administradores; la falta de documentación adecuada en la presentación; y no cumplir con las obligaciones de los concursos.

"El D&O es esencial para proteger el patrimonio de los administradores de cualquier entidad en un entorno muy cambiante y con una legislación cada vez más severa".
Carlos Peña

NOVEDADES DE LA LEY

Tal y como señala Carlos Peña, la nueva Ley establece normas en tres áreas: la reestructuración preventiva de deudores cuando la insolvencia sea previsible y no inminente como anteriormente estaba; la exoneración de deudas contraídas por empresas insolventes si se demuestra que se ha actuado con buena fe; y las medidas para aumentar la eficiencia de los procedimientos concursales. Igualmente se introduce un procedimiento de insolvencia único y obligatorio para microempresas".

El suscriptor y responsable de Beazley Digital España reconoce que hay muchas novedades, pero hace hincapié en la reducción de los plazos en la declaración de concurso, el tema de la tramitación y que haya una sección especial para las microempresas, ya que representan la mayoría del tejido empresarial español.

"A mí, como corredor, me preocupa que el acreedor pueda intervenir de forma fehaciente cuando la deuda supere el 5% del pasivo o el crédito de una empresa esté por encima del millón de euros", destaca Vega, ya que se puede producir una avalancha de reclamaciones y de peticiones.

Peña opina que lo que más va a afectar a las pólizas de D&O y a que se consideren los concursos como culpables es la posibilidad de que los acreedores cualificados presenten un informe de calificación al administrador concursal.

Una buena noticia, según Lluch, es que clarifica y establece tres tiempos diferentes en lo que es el ámbito preconcursal: cuando se puede intuir que en algún momento se podría entrar en solvencia; cuando se está en una situación preinsolvente; y cuando ya se está en situación insolvente.

"La ley está bien para todos porque, al haber tantos supuestos preconcursales, se facilita que se actúe de buena fe".
Francisco Antonio Alcaide

ACUERDOS PRECONCURSALES

"Al final esto viene bien para todos porque, al haber tantos supuestos preconcursales, se facilita que se actúe de buena fe", considera Francisco Antonio Alcaide.

"Se pretende no llegar al concurso y ahora hay recursos para ello. Se quiere desjudicializar el procedimiento preconcursal porque era un problema bastante importante", redunda el socio de Ponce y Mugar.

Efectivamente, el director técnico de Lluch y Juelich aprecia que en todo ese ámbito preconcursal se busca un acuerdo y el juez interviene al principio como mero conocedor y al final como sabedor y ratificador de que existe un acuerdo entre las partes y de que eso se ejecuta. Esto, a su entender, va a descongestionar los juzgados de lo mercantil.

Además, que, como señala Francisco Antonio Alcaide, la compañía que llegue a concurso, ahora, lo hará desde otro punto de partida, ya que primero habrá intentado por todos los medios buscar el consenso por todas estas vías que está facilitando la nueva ley.

Una circunstancia que, por otra parte, como concibe el director técnico de Lluch y Juelich, no tendrá riesgo, porque ya se habrán dirimido muchas cuestiones previamente: "Si se llega de buena fe es poco probable que tengamos siniestro sobre la mesa.

VISUALIZAR EL RIESGO

Mientras el director de Markel Global no echa en falta ningún aspecto en la ley para ayudar al sector asegurador, ya que se trata de "una trasposición de una Directiva Europea que tiene la finalidad de intentar evitar los concursos y agilizar los mismos", Alcaide aboga (medio en serio, medio en broma) por la obligatoriedad del seguro de D&O "como medida de prevención".

Carmelo Vega, además de obligatorio, apostaría en la contratación, por "premiar a quien quiera llegar a un acuerdo previo al concurso": "Se podría hacer una bonificación en el momento de la suscripción", propone.

No obstante, como recuerda Carlos Lluch, la nueva ley de lo que habla es de que hay que anticipar la probabilidad de entrar en insolvencia dentro de un periodo de dos años, lo que conlleva conocer los flujos de caja, el nivel de endeudamiento, las expectativas del negocio, las influencias de factores externos, tener un cierto margen de error previsto, "es decir, gerenciar", "porque puedes tener todo bajo control, puedes tener una empresa saneada, pero luego se te planta delante un cisne negro, como puede ser una pandemia, y todos los cálculos y todas las previsiones no sirven".

Para Carmelo Vega, en un principio, los condicionados de las pólizas de D&O fue una traslación del mundo anglosajón, por lo que muchas de las coberturas no tenían sentido para el tejido empresarial español, lo que hizo que muchos empresarios no las aceptaran. Propone, además, hacer productos en función de cada uno de los sectores porque, en general, las pólizas de D&O no están adaptadas de forma sectorial. "Habría que analizar cada uno, su

composición, el tipo de empresa que hay y hacer productos específicos que nos ayude a su comercialización", indica.

Sin embargo, Lluch opina lo contrario. Si bien en otros ramos, como RC Profesional o RC General, sí cree que hay que ir por ese camino, en D&O lo que le gustaría encontrarse como corredor son contratos lo más genéricos posibles, ya que aprecia que en lo que son actos de gestión la mayoría de empresas se parecen mucho.

"De momento, la siniestralidad está contenida, pero el año que viene, si no se revisan las pólizas de ciertos sectore, va a repuntar bastante". Carmelo Vega

EMPRESAS ZOMBIS

Otro de los aspectos abordados durante la mesa redonda de Pymeseguros fue la existencia de empresas zombis y su tratamiento por parte del sector. Una circunstancia que, según Carlos Peña, director de Markel Global, los profesionales deben afrontar llevando a cabo una mayor revisión de la situación financiera de los riesgos.

"En empresas que llevan más de dos años viviendo en pérdidas, pero sustentándose por la financiación de los bancos, hay que tener cuidado", recalca el suscriptor y responsable de Beazley Digital España, quien pide máxima cautela y precaución. "Pero ahí también está nuestra labor como compañía de ver sus balances. La capacidad de suscriptor de decidir si le queremos dar una póliza o no a este tipo de clientes", sostiene.

Como subraya Vega, en la actualidad en España hay en torno a 40.000 empresas zombis, que ya lo eran, incluso antes de la pandemia, y han ido subsistiendo con préstamos ICO o ERTE. "Nuestra labor es intentar que haya mucho rigor técnico en la contratación y en la renovación, ir de la mano con la aseguradora para analizar muy bien la información contable, financiera y de negocio, tener mucha comunicación a la hora de cotizar", comenta.

Con todo, el director técnico de Lluch y Juelich distinguiría entre una empresa zombi y otra que está en hibernación, por ejemplo, las turísticas durante la pandemia, que fueron obligadas a hibernar, muchas de las cuales requirieron pasar por cualquier tipo de subvención y otras han intentado que el seguro pagara la paralización del negocio. "Algunas han sobrevivido y han podido continuar y se están recuperando bien y, por tanto, entiendo que no son zombies, son empresas que están simplemente en el camino de la viabilidad o ya la han conseguido", explica

"El problema es que al final cómo lo tienes que trasladar todo con una documentación para la aseguradora es muy difícil diferenciar esos dos estados", confiesa el socio de Ponce y Mugar para quien, aunque la comunicación sea buena, el procedimiento de contratación o de resuscripción incorpora muchos aspectos sensibles.

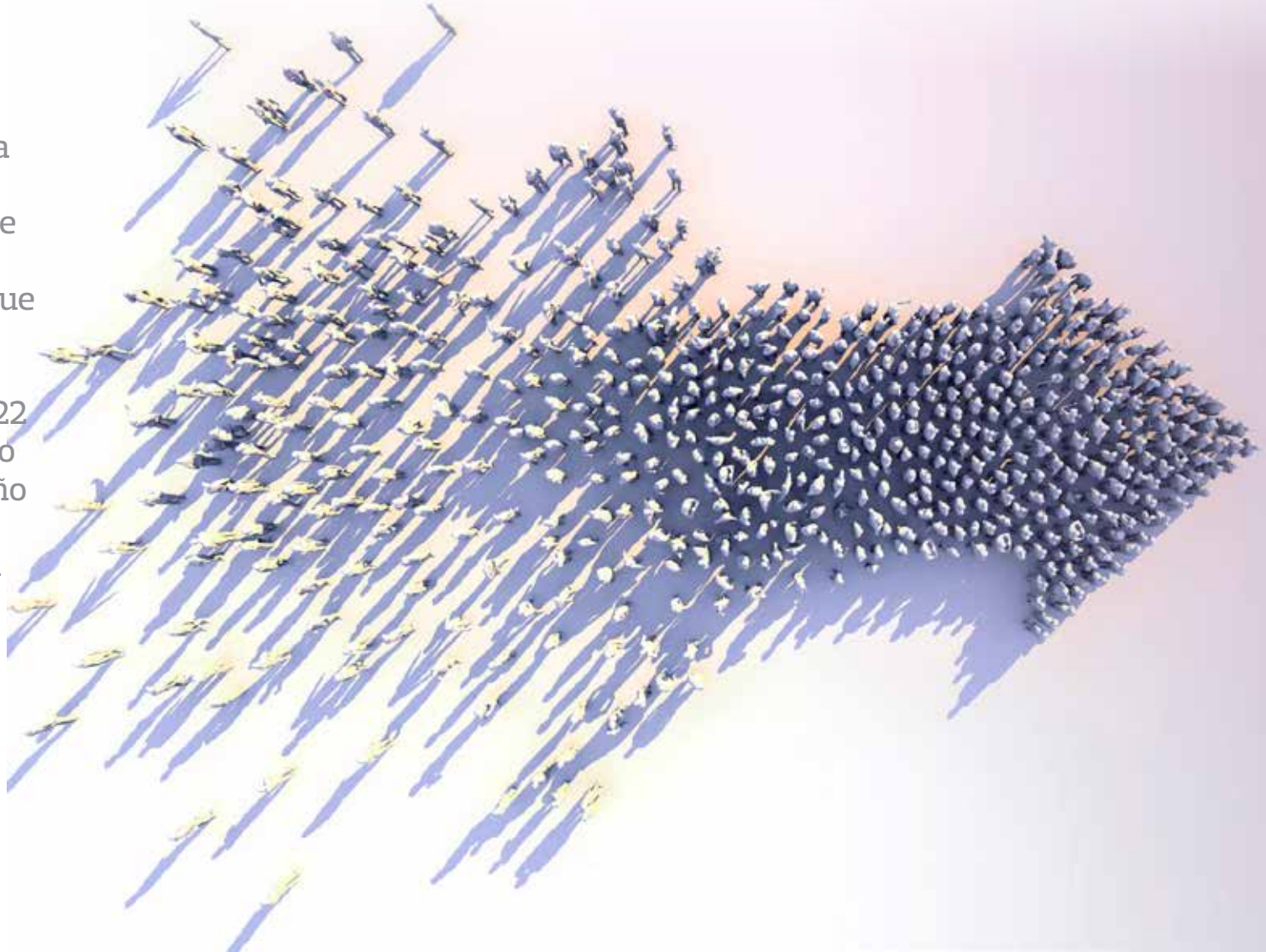
En este sentido Carlos Lluch, director técnico de Lluch y Juelich, reconoce que el corredor tiene un trabajo de filtrado, de intentar conocer los signos evidentes de riqueza, si efectivamente hay actividad y es real…

Aitana Prieto/ Carmen Peña

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

El **IMPULSO** de No Vida sitúa al sector en niveles cercanos a prepandemia

La Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) acaba de publicar el Boletín de Información Trimestral de Seguros y Fondos de Pensiones, que destaca que el volumen de primas devengadas brutas en el segundo trimestre de 2022 ha crecido un 4% respecto al mismo trimestre del año anterior, porcentaje muy similar al crecimiento del 4,11% registrado en el primer trimestre, lo que viene a consolidar la recuperación iniciada en 2021 y la aproximación paulatina a los niveles prepandemia.



Especialmente significativo ha sido el incremento en No Vida, que ha experimentado una subida del 5,2% respecto al mismo período de 2021. En Vida, ese auge ha sido mucho más moderado, limitándose al 1,74%. Esta brecha entre ambos subsectores se ha ido incrementando en los últimos años, y ha sido especialmente significativa en este último trimestre, en el que ha crecido en 950 millones de euros en relación al mismo periodo del ejercicio pasado.

No obstante, el peso de los seguros generales sigue siendo muy mayoritario (el 66% frente al volumen del negocio de Vida, situado en el 34%). De hecho, la distancia se ha incrementado en el último año (en aquel momento representaban el 65,2% del total).

Con todo, si tenemos en cuenta el segundo trimestre de 2020, Vida ha recuperado parte del retroceso debido a la pandemia (un 11,5%), con 12.111 millones de primas devengadas, aunque todavía quedan lejos las cifras del mismo período de 2018 (15.482 millones) y 2019 (14.606 millones).

Primas devengadas brutas acumuladas* (Millones de euros)	1er Trimestre 2022	2º Trimestre 2022	Variación interanual sobre 2T 2021
Primas devengadas brutas Total Sector	21.180	35.602	4 %
Primas devengadas brutas Ramo Vida	6.463	12.111	1,74 %
Primas devengadas brutas Ramos No Vida	14.717	23.491	5,2 %

Primas devengadas brutas="primas devengadas de seguro directo"+"primas devengadas de reaseguro aceptado" (Cuenta técnica).

Un patrón opuesto al experimentado por No Vida, que ha ido creciendo en los últimos años, pasando de los 21.140 millones en primas devengadas en el segundo trimestre de 2018 a los 23.491 de este año.

Por ramos, Salud, con 7.539.457,85 millones y el 33% de cuota en las primas de los ramos de seguros generales; Autos, con 5.871.319,02 millones y el 26%; y Multirriesgos

Hogar, con 2.537.244 millones y el 11%, han sido los que mayor volumen han generado a cierre del segundo trimestre de 2022 en No Vida.

El ramo de Salud recoge un incremento interanual del 6,17%, manteniendo su posición dominante entre los ramos generales, mientras que en este segundo trimestre las primas de Autos han crecido un 2,05% en relación a 2021, tras la disminución que experimentó el segundo trimestre de 2021 respecto a 2020.

Los demás ramos de No Vida no han mostrado variaciones relevantes respecto a ejercicios anteriores, aunque es destacable que Crédito en este trimestre haya crecido un 17,9% en relación al mismo trimestre del año anterior y un 27% si lo comparamos con el mismo período de 2020.

No Vida ha crecido un 5,2% en el segundo trimestre del año, mientras Vida ha subido un 1,74%

ACTIVIDAD DEL SECTOR

El volumen de actividad del sector asegurador en este segundo trimestre del año ha crecido en más de 1.300 millones respecto al segundo trimestre del ejercicio 2021 y en más de 3.000 millones si comparamos con el segundo trimestre de 2020. Aunque todavía presenta cifras inferiores en 1.000 millones de euros de las primas de 2018, los datos se sitúan ya a tan solo un 1,62% por debajo del volumen de actividad del segundo trimestre de 2019.

Las magnitudes de los ramos de No Vida se han mantenido estables en este segundo trimestre, tras volver

en el trimestre anterior a la tendencia decreciente presente en casi todo 2021. Este trimestre, el ratio combinado se ha incrementado hasta el 88,5%, cifra próxima a la del año pasado en el mismo periodo, y también muy cercana al 88,2% en el ejercicio 2020.

Mientras que los gastos de explotación permanecen casi invariables en este trimestre, el ratio de siniestralidad ha aumentado hasta el 65,8%, cifra prácticamente igual a la registrada en 2021 para ese mismo trimestre y muy semejante al 65,2% del 2020.

Las magnitudes de los principales ramos generales han disminuido en este trimestre, a excepción de Autos, otras garantías y Crédito, que se han incrementado en relación al trimestre anterior.

En Salud hay que destacar el comportamiento del ramo de enfermedad, que ha experimentado una fuerte caída en su ratio de siniestralidad de 12 puntos porcentuales, mientras que los gastos de explotación, por su parte, han aumentado en este trimestre en casi 8 puntos porcentuales. No obstante, este aumento no ha podido contrarrestar la caída de la siniestralidad y se ha producido una bajada del ratio combinado en 4 puntos porcentuales.

En cuanto a la modalidad de asistencia sanitaria, las caídas en el ratio de siniestralidad y los gastos de explotación, han supuesto la bajada de 1,34 puntos porcentuales del ratio combinado, presentándose unos valores del ramo en términos muy similares a los del primer trimestre del año.

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

En relación a los ramos de Autos éstos han mostrado una evolución distinta entre ellos. Mientras que en el ramo de Autos RC tan solo se han recogido ligeros descensos que no han supuesto modificaciones en sus magnitudes respecto al trimestre anterior, Autos otras garantías ha registrado un crecimiento en su siniestralidad de 2,97 puntos porcentuales que, junto a un pequeño aumento de los gastos de explotación, han producido la subida en el ratio combinado en 3,37 puntos porcentuales.

Multirriesgo del Hogar, al igual que los ramos de asistencia sanitaria y autos RC, ha mostrado pequeñas reducciones en sus magnitudes, que apenas superan el punto porcentual. Crédito, por su parte, ha visto aumentar su siniestralidad en casi 4 puntos porcentuales y su ratio combinado en 2,28 puntos porcentuales, debido a la compensación por la caída de los gastos de explotación en 1,67 puntos porcentuales.

Mientras, las principales magnitudes del ramo de Decesos han mantenido sus cifras prácticamente en los mismos niveles que el trimestre anterior. Solo se ha producido una leve disminución en el ratio de siniestralidad y pequeños cambios en los gastos de explotación y en el ratio combinado, que en ninguno de los casos ha superado el punto porcentual y que mantienen al ramo con cierta estabilidad tras los valores más elevados en el año 2020.

CONCENTRACIÓN DEL MERCADO

La concentración del mercado asegurador español mantiene cifras muy

similares a la de trimestres anteriores, si bien, con algunas ligeras variaciones. Sigue manteniendo gran estabilidad en su grado de concentración, continuando con la mayor concentración en el ramo de Vida, y recuperando la tendencia de disminuciones en los ramos de No Vida que caracterizó el año pasado.

En Vida se han producido leves disminuciones en el porcentaje sobre el número de entidades que operan, mientras que paralelamente se han producido aumentos en los porcentajes sobre el volumen de primas, principalmente en los rangos entre las 5 y 10 primeras entidades que aumentan respectivamente en 0,6 puntos porcentuales y 0,9 puntos porcentuales, pero permaneciendo en cifras próximas al trimestre anterior.

Pese a tratarse del mismo número de entidades con el que se cerró el ejercicio 2021 (96), en aquel momento los porcentajes sobre el total de primas fueron inferiores que los actuales, lo que viene a confirmar la tónica de aumento en la concentración del ramo.

En los ramos de No Vida, se ha incrementado en una el número de entidades en relación al trimestre anterior, alcanzando las 157. Este cambio ha incidido levemente en el porcentaje de concentración sobre el número de entidades, disminuyendo a partir del rango de las primeras 50 entidades, situándose así en las mismas cifras con las que cerró 2021. En cuanto a los porcentajes sobre primas, después del notable incremento en el primer trimestre, los porcentajes han disminuido en este segundo trimestre considerablemente en los tramos entre las 5 y 10 primeras entidades, con caídas de 4,4 puntos porcentuales en el primer caso y 2,1 puntos porcentuales en el segundo, experimentándose ligeras disminuciones en los demás tramos.

Los planes de pensiones de empleo alcanzaron los 38.027 millones a cierre de 2021

Concentración sectorial

Seguro Vida entidades clasificadas por volumen de primas devengadas. Seguro directo	Porcentaje s/nº entidades	Porcentaje s/ total de primas
5 primeras entidades	5,2 %	57,3 %
10 primeras entidades	10,4 %	71,0 %
25 primeras entidades	26,0 %	88,8 %
50 primeras entidades	52,1 %	98,6 %
75 primeras entidades	78,1 %	100,0 %
100 primeras entidades	100,0 %	100,0 %
TOTAL ENTIDADES	96	100,0 %

*Total de entidades que declaran cuenta técnica de vida.

PLANES DE PENSIONES

De acuerdo con los datos facilitados por las entidades gestoras de fondos de pensiones a cierre del ejercicio 2021, el importe total de las cuentas de posición de los planes de pensiones de empleo alcanzó la cifra de 38.027 millones de euros. De esta cifra, sólo 6.975 millones de euros (en torno al 20% del total) corresponden a planes de pensiones que asumen riesgo en alguna de sus contingencias.

El importe de los riesgos asumidos por los planes, (medido a través de la provisión matemática no asegurada) ascendió a 1.434 millones de euros, frente a las obligaciones cuyo riesgo se encuentra asegurado, donde la provisión matemática ascendió, en 2021, a 5.606 millones de euros.

Por su parte, en cuanto a número de planes, de los 186 planes de pensiones de empleo que asumen riesgos en alguna de sus contingencias, 94 planes (51% del total) son de la modalidad de aportación definida para la contingencia de jubilación mientras que el resto, o bien definen una prestación definida (5 planes) o bien son mixtos para jubilación (87 planes).

Las aportaciones a los planes de empleo, en el segundo trimestre de 2022, han aumentado un 13,21% respecto al trimestre anterior, aunque en términos acumulados ha

	Número de planes	Cuenta de posición de prestación definida (millones €)	PM ASUMIDA POR EL PLAN	PM ASEGURADA
Planes de aportación definida para jubilación	**94**	**1.766**	**292**	**1.567**
Totalmente asegurada	93	1.537	-	1.537
Parcialmente asegurada	1	229	292	31
No asegurados	-			
Planes de prestación definida para jubilación	**5**	**39**	**22**	**26**
Totalmente asegurada	4	25	-	25
Parcialmente asegurada	1	14	22	1
No asegurados				
Planes mixtos para jubilación	**87**	**5.171**	**1.120**	**4.012**
Totalmente asegurada	68	731	-	703
Parcialmente asegurada	12	3.907	636	3.309
No asegurados	7	533	484	-
Total	**186**	**6.975**	**1.434**	**5.606**

descendido un 4,97%, en comparación con las realizadas en el segundo trimestre de 2021.

En relación a las aportaciones a los planes de pensiones individuales y asociados, se observa un descenso del 10,26% respecto a las realizadas en el trimestre anterior. Cabe destacar que los planes de pensiones personales cuentan con una elevada estacionalidad, acumulándose gran parte de las aportaciones en el último trimestre del año.

Además, las aportaciones acumuladas durante el segundo trimestre del año han disminuido en un 14,5% en relación al mismo trimestre del año anterior. En este sentido, hay que tener en cuenta que el 1 de enero de 2022 entraron en vigor los nuevos límites de reducción por aportaciones y contribuciones a sistemas de previsión social establecidos en el artículo 52 de la Ley 35/2006, de 28 de noviembre, que son inferiores al del ejercicio anterior, lo que afecta especialmente a los planes personales.

El saldo aportaciones acumuladas, prestaciones acumuladas ha sido negativo en el segundo trimestre

Por su parte, las prestaciones pagadas en el segundo trimestre de 2022 han experimentado un ligero aumento, de un 0,68%. Si se compara con el trimestre anterior este dato disminuye un 21,45%. El saldo aportaciones acumuladas-prestaciones acumuladas en este trimestre ha sido negativo con un importe de 404 millones de euros.

Aitana Prieto

Una compañía de personas que cuidan de personas

AEGON

Seguros de salud

Con las máximas coberturas del mercado y uno de los cuadros médico más robustos, con **más de 50.000 profesionales sanitarios y 1.000 centros médicos** a disposición de nuestros clientes.

Seguros de vida

Contamos con **las coberturas más diferenciales y avanzadas para dar tranquilidad** a nuestros clientes y sus familias ante cualquier improviso.

FERNANDO DÍAZ DE BUSTAMANTE

diazbustamante.fernando@aegon.es

Director Territorial

Galicia
Castilla y León I Madrid
Castilla-La Mancha

JOAQUÍN ÁLVAREZ

alvarez.joaquin@aegon.es

Director Territorial

Asturias I Cantabria
País Vasco I Navarra I La Rioja
Extremadura I Andalucía
Islas Canarias

GABRIEL FRANSITORRA

fransitorra.gabriel@aegon.es

Director Territorial

Aragón I Cataluña
Comunidad Valenciana
Murcia I Islas Baleares

Seguros de salud
ELEGIDO SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL AÑO 2023

Elegido como el mejor servicio de atención al cliente por cuarto año consecutivo

40 años creciendo juntos

Para más información escríbenos a aegon.comunicacion@aegon.es

VIII Congreso Fecor

El corredor **ENAMORA** al cliente con cercanía, honestidad y credibilidad

Juan Antonio Marín.

'Corredor: sueña en grande. Enamora a tu cliente' fue el lema del VIII Congreso Fecor que se desarrolló el 27 y 28 de octubre en Cádiz, la ciudad más antigua de occidente, acto en el que se celebró su 25 aniversario. Allí se dijo, entre otras cosas, que para enamorar al cliente es vital trasmitir cercanía, accesibilidad, honestidad y credibilidad, dando un trato personalizado. Aunque no estamos en un momento sencillo, el futuro de las corredurías se vislumbra prometedor. La tecnología va a ayudar, pero será la profesionalidad la que salvará el negocio de los corredores de seguros.

La unión de Fecor y Ciac la convierte en la organización con mayor implantación geográfica

La inauguración del Congreso corrió a cargo de Juan Antonio Marín, presidente de Fecor, que comentó que Cádiz es una ciudad trimilenaria (la más antigua habitada en Occidente); y de Esperanza Nieto, representante de la dirección general de planificación política, económica y financiera de la junta de Andalucía, que recordó la obligación de tener una cuenta digital para comunicarse con la administración.

Tras estas palabras de bienvenida, se celebró un panel sobre la 'Conquista a la empresa' en la que Néstor Díaz, presidente de la Asociación Cántabra de Corredores de Seguros, presentó la idea de aprovechar el proyecto 'Prevenir para crecer' creado por Cepyme y Unespa, para poder acercarse a las empresas que pertenecen a CEOE en las diferentes provincias y que los corredores

puedan dar a conocer su faceta de gerente de riesgos. "Pensamos que, como corredores, podemos ayudar a difundir ese proyecto y a ponerlo en práctica. Hay que concienciar a los empresarios de que la prevención no es gasto, sino inversión".

Díaz ahondó más en la figura del corredor como gerente de riesgos para sus clientes pymes, en una charla con Luis Jorge Lancha, vocal de la junta directiva de Agers y director de riesgos y seguros de Sener Grupo Ingeniería. Lancha está convencido de que "el canal de los corredores es absolutamente necesario en la difusión de la gerencia de riesgos en las pymes". En este sentido, Néstor Díaz dijo que, a veces, "nos centramos mucho en las pólizas y poco en los riesgos en sí".

Lancha piensa que "el corredor debe aportar otro tipo de asesoramiento, incluso sobre riesgos que no son transmisibles al sector asegurador". Para ello, "el corredor tiene que ver los contratos firmados por su cliente, analizarlos y ver si todo está bien. Hay que analizar el negocio del cliente".

Néstor Díaz y Luis Jorge Lancha.

Ignacio Ripol, Mari Ángeles Sellés, Higinio Iglesias y Daniel Moreno.

Alejandro de la Cruz y Pedro Ramos.

CREO EN TI CORREDOR

A continuación, se celebró la mesa redonda de 'Creo en ti corredor' en la que moderados por Higinio Iglesias, vicepresidente de Fecor; Mari Ángeles Sellés, directora Canal Corredores de Seguros de Catalana Occidente; Ignacio Ripol, director de desarrollo comercial de Allianz; y Daniel Moreno, director de Distribución del Canal Mediado de Liberty, hablaron de la relevancia que supone para sus compañías trabajar con corredores de seguros y el compromiso que tienen con ellos. Es más, Moreno aseguró que "cualquier asegurador que quiera estar en el top, tiene que contar con los corredores".

Sobre la importancia del desarrollo tecnológico a través de Eiac/Cima, la mayoría de los corredores que trabajan con Catalana Occidente lo hacen a través de este estándar. Sellés indica que "ha sido un orgullo para el sector" la creación de Cima. "Se puede hablar de pólizas digitales y otras apuestas que podemos hacer con las corredurías", añade.

Sin embargo, desde Liberty se quejaron de que "se deberían acelerar un poco más todos los desarrollos que se están realizando". En este sentido, Ripol señaló que "solo un 20% de los protocolos Eiac pasa por la plataforma Cima. Creo que va muy lento".

Se coincidió en que "no estamos en un momento sencillo, pero el futuro de las corredurías va a ser prometedor. La tecnología nos va a ayudar, pero será la profesionalidad la que nos salvará. La profesionalidad del corredor está fuera de toda duda".

Iglesias presentó un estudio realizado por Prisma

Presidentes de asociaciones en Fecor y Ciac.

Maru Candel.

en el que se indica que, en Autos, la venta a través de corredores ha caído un 8,27%, "Los corredores se están dejando el alma para la retención de la cartera". Para los representantes de las tres aseguradoras, es fundamental retener la cartera. Pero es difícil si no hay un trabajo detrás.

Después, Alejandro de la Cruz, responsable de alianzas B3C en Total Energies, y Pedro Ramos, director del área de ingeniería de proyectos de ebroker, hablaron de la importancia que supone para el corredor de seguros la diversificación de su oferta con la distribución de productos energéticos de la mano de Total Energies. Porque, entre otras cosas, "la diversificación reduce la huida del cliente", dijo Ramos.

Maciste Argente, Tomás Rivera, Juan Antonio Marín y Ana Muñoz.

FECOR Y CIAC SUMAN MÁS DE 800 CORREDURÍAS

A continuación, Juan Antonio Marín hizo mención a las acciones más relevantes de la federación en la sección 'Pongamos que hablo de Fecor'. Entre ellas, se encuentra el apoyo a la digitalización y la participación de la federación en Cima y su apuesta por el avance de Eiac; la difusión de la labor del corredor entre los consumidores; la sostenibilidad (con la guía del Corredor Green); la RSC; la representación institucional con reuniones con grupos políticos, CNMV, Banco de España… y la presentación de enmiendas a la IDD; así como su acuerdos de formación con Agers y Aemes.

Marín resaltó la labor realizada por los nueve presidentes anteriores que, desde su constitución hace 25 años, han contribuido a impulsar Fecor y han luchado para que se diera valor al canal de corredores. En representación de todos ellos, estuvieron Ana Muñoz, Maciste Argente y Tomás Rivera. Argente resaltó que "una persona inteligente como Fernando Montaner parió Fecor. Pero entre todos se ha conseguido mantenerla durante todo este tiempo, porque no todas las organizaciones lo consiguen". Resaltó que gobernar "Fecor es complejo" porque negocias con "personas líderes en su región y tienes que aunar voluntades". Aun así, Ana Muñoz dijo que "repetiría experiencia, pero rodeada de más mujeres en la presidencia de otras asociaciones del sector, porque aportan otros matices a nuestra profesión". Rivera resaltó que "aunque trabajamos por las pymes, no excluimos a las grandes".

La guinda de estos 25 años fue la presentación del acuerdo con Ciac para fusionar ambas organizaciones. Tras la unión, Fecor ha pasado a representar a más de 800 corredurías y se sitúa como la organización con mayor implantación geográfica. Convirtiéndose en un lobby de representación importante. El objetivo de esta fusión es "beneficiar a las pymes corredurías de seguros

Isaac Joares, Ana Suescun, Cristina Gutiérrez, Helena Iglesias Enrique Maestro y Enrique Muñoz.

representando y defendiendo sus intereses". Marín dijo que "seguiremos con el mismo espíritu de diálogo con todos porque es bueno para todos y para los profesionales". Paco Hoya, presidente de Ciac, señaló que se vio la necesidad de "unir sus voces, ya que representamos al mismo tipo de corredores y corredurías".

Juan Antonio Marín y Alejandro Mocholí.

EL SECTOR ASEGURADOR ENGANCHA

Tras el monólogo de la humorista Maru Candel, se celebró el gran 'A debate con los corredores' que dio voz a los juniors y a los seniors de la federación, para que contaran su experiencia en la incorporación al sector asegurador. Moderó la mesa redonda Cristina Gutiérrez, directora gerente de Fecor y participaron: Helena Iglesias, ingeniera de proyectos en área de ingeniería de proyectos de Ebroker (E2K); Enrique Maestro, director técnico en Enrique Maestro correduría de seguros (Grupo HIB); y Enrique Muñoz, director comercial de Advans Brokers (Mediavanz), como juniors. Después se unieron a ellos Ana Suescun, segunda generación de correduría de seguros Suescun de Esteban (Anacose); e Isaac Joares, CEO de Joares Consultores (Aprocose), como seniors.

En esta mesa redonda se habló de la importancia de que el sector se acerque al talento joven en la universidad y de más formación específica de seguros.

Hay que concienciar a los empresarios de que la prevención de riesgos no es un gasto, sino una inversión

Eva Román, Nuria Alfaro y Jesús Martín.

Los juniors comentaron que no les atraía el sector asegurador, sin embargo, les ha enganchado una vez que han empezado a trabajar en él. Helena Iglesias afirma que "no se puede escoger lo que no se conoce. Los jóvenes lo tenemos que visibilizar y decir que el sector seguro existe y atraer". Enrique Muñoz, resalta que como joven "cuesta hacer tu hueco y hacerte valer". Pero "cuando te implicas, el resto está hecho". Enrique Maestro resaltó "lo complicado que es ser la cara visible de una empresa". Apuestan por la unión de la veteranía con la juventud y el éxito empresarial que pueden dar ambos perfiles juntos.

La visión que dieron los seniors es de atracción hacia el mundo asegurador, porque es lo que hacían sus padres. Ana Suescun quería ser corredora de seguros desde pequeña e Isaac Joares iba a cobrar recibos con su padre desde jovencito. Suescun afirma que ha sido "fácil el tránsito a la digitalización en la correduría porque mi padre era muy tecnológico".

Maru Candel, Alberto Ocarranza y Jesús Jimeno.

Todos están convencidos de que estar en una asociación te permite conseguir cosas. "Es importante que existan las asociaciones para llegar lejos", dice Joares. Para atraer a los jóvenes, Suescun propone "explicar el sector en las universidades y centros de formación. Es una salida profesional con mucha estabilidad". A lo que añade Maestro, "hay que reunirse con instituciones educativas para hacer cosas que ilusionen".

Noemí Tomás.

EL SEGURO NO SE PUEDE 'COLOCAR'

Posteriormente, fue el turno de representantes de Allianz (Eva Román), Ebroker (Nuria Alfaro) y Total Energies (Jesús Martín) en el formato '300 segundos +25', para presentar sus proyectos.

Antes de la intervención de Noemí Tomás, de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), se hizo entrega del Premio Fecor al Compromiso Profesional a Alejandro Mocholí, director de la correduría F&M Ferrándiz Mocholí, por su apoyo a Fecor con sus conocimientos técnicos y su trabajo en el desarrollo de Eiac.

Ana Rufian y Antonio Delgado.

La responsable del área de distribución subdirección general de autorizaciones conductas de mercado y distribución de la DGSFP, Noemí Tomás, cerró el primer día del congreso, resaltando, entre otras cosas, la importancia de la formación de los corredores para realizar su labor de asesoramiento, "único canal de asesoramiento independiente", dijo. Además, incidió en que el seguro es un producto que no se puede "colocar". Asimismo, recordó que "la distribución realizada a través de los colaboradores externos no puede menoscabar los derechos del cliente a recibir una información adecuada".

Sobre la presentación de la documentación estadístico contable (DEC), de obligado cumplimiento, Tomás señaló que esa información "nos permite adquirir un conocimiento más profundo del mercado asegurador y detectar las áreas de posible mejora a las que dirigir nuestros esfuerzos, y los suyos".

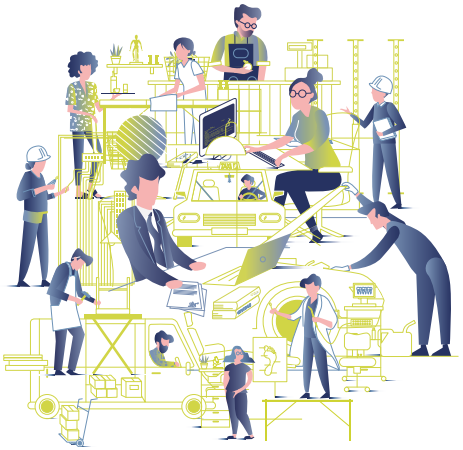
Ya en la cena de gala, se hizo entrega de 3.000 euros a Agamama, asociación de Cádiz que apoya al colectivo de mujeres con cáncer de mama y a sus familias.

EL CORREDOR HACE LA VIDA MÁS FÁCIL AL CLIENTE

El segundo día del congreso comenzó con una mesa redonda sobre el cliente particular, moderada por Alberto Ocarranza, presidente del Grupo HIB, en la que participaron Jesús Jimeno, de Curator Global Shapers y abogado de Fecor; y Maru Candel, cómica. En ella se presentaron unas encuestas realizadas en la calle en la que se preguntó sobre la figura del corredor y cuál es su papel. Quedó patente que una forma de enamorar al cliente es demostrarle por qué se le va a hacer la vida más fácil. Es vital trasmitir cercanía, accesibilidad, honestidad y credibilidad. A esto se une el trato personalizado. Es importante poner en valor que somos personas (no máquinas) trabajando con personas.

Para darse a conocer entre los jóvenes, Jimeno recomendó ir a donde están. Por ejemplo, la campaña que hizo Fecor con el tiktoker Jorge Amor tuvo 27.000 likes.

Por último, Antonio Delgado, director de Synapsis, explicó la labor de lobby que se realiza desde Fecor.



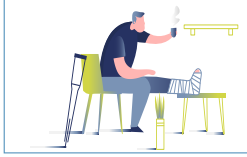
Ser autónomo cuesta. Encontrar el mejor seguro no tanto

Seguros para autónomos y profesionales

El seguro que necesitas está en Previsión Mallorquina

Descubre todos nuestros seguros, tanto para autónomos como para el público en general

baja laboral
Incapacidad temporal derivada de enfermedad o accidente



enfermedades graves
Incapacidad temporal por determinadas enfermedades graves

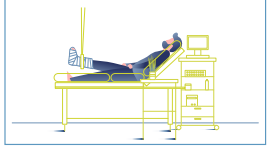
hospitalización
Indemnización diaria por hosp. e ILT post-hospitalaria

hospitalización
Indemnización diaria por hospitalización integral

hospitalización
Indemnización diaria por hospitalización por accidente

hospitalización
Indemnización diaria por hospitalización por accidente y accidente de circulación

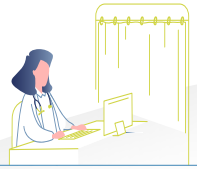
hospitalización
Indemnización diaria por hospitalización por accidente, fracturas y fisuras



hospitalización
Seguro familiar de indemnización diaria por hosp. por enfermedades víricas y Covid19 Plus

reembolso de gastos
Reembolso de gastos hospitalarios

reembolso de gastos
Reembolso de pruebas diagnósticas



Expertos en seguros de autónomos. Expertos en ti desde 1969

Somos la aseguradora líder especializada en profesionales y autónomos. No es algo en lo que nos hayamos convertido de la noche a la mañana. Llevamos más de 50 años viviendo de cerca el día a día del autónomo, por eso conocemos lo que necesita. Esto es lo que nos hace diferentes.

900 103 057 - www.previsionmallorquina.com

previsión mallorquina seguros

contáctanos

Mar Romero, directora de Distribución de AXA España

La importancia del crecimiento **INCLUSIVO** (I)

Las poblaciones en las que reina la confianza, la movilidad social y la oportunidad a todos los niveles socioeconómicos son más capaces de hacer frente y adaptarse a las crisis. Por esa razón, es vital que comencemos a trabajar para conseguir un crecimiento económico que se distribuya equitativamente entre la sociedad y cree oportunidades para todos. Y las aseguradoras pueden desempeñar un papel importante en la creación de ese crecimiento inclusivo.

Algo insólito está ocurriendo. Las crisis ya no se suceden una a la otra. Se están produciendo varias de manera simultánea. Los cortes del suministro procedente de Rusia amenazan la seguridad de acceso a energía y alimentos. Unos alimentos, cuyos precios ya se estaban siendo presionados por la escasez derivada del cambio climático. Y una energía en niveles elevados ya antes de que Putin invadiera Ucrania. Una combinación de sucesos que está a punto de dinamitar los acuerdos de mínimos de las últimas cumbres sobre el clima. Todo ello, en un contexto de creciente inestabilidad política mundial.

Según el último informe sobre Pobreza y Prosperidad Compartida del Banco Mundial, la pandemia marcó el final de décadas de constantes progresos en la reducción de la pobreza, y en 2020 más de 70 millones de personas regresaron a niveles de pobreza extrema. Al aumentar la volatilidad y la simultaneidad de las crisis, la resiliencia (entendida como la capacidad de la población para hacer frente y recuperarse de situaciones de shock) se convierte en el principal motor de la prosperidad global.

Existe un vínculo directo entre el igualitarismo social y la resiliencia. Las poblaciones en las que reina la confianza, la movilidad social y la oportunidad a todos los niveles socioeconómicos son más capaces de hacer frente y adaptarse a las crisis. Por esa razón, es vital que comencemos a trabajar para conseguir un crecimiento inclusivo, es decir, un crecimiento económico que se distribuya equitativamente entre la sociedad y cree oportunidades para todos.

MUTUALIZACIÓN E INCLUSIÓN

En este sentido, aunque generalmente se percibe al sector financiero como una de las principales fuentes del aumento de la desigualdad, lo cierto es que las aseguradoras tienen un papel importante que desempeñar en la creación de crecimiento inclusivo. A veces, se nos olvida que, cuando empezó a desarrollarse el sector asegurador a través de las sociedades mutuales en la Inglaterra del siglo XVII, los dos principios que le guiaban eran la mutualización y la idea central de la inclusión. Dos principios que, en general, hemos abandonado.

En las economías maduras los trabajadores se han vuelto más vulnerables, atrapados entre unos ingresos inciertos o en disminución, y un nivel de gastos creciente. Como resultado, en países como España o Francia, cada vez más personas dejan de contratar seguros, con consecuencias potencialmente desastrosas para su capacidad de resiliencia. Y el sector no está evolucionando hacia modelos capaces de afrontar la nueva realidad.

Por su parte, la mayoría de los mercados emergentes simplemente carecen de seguros. A diferencia de los mercados desarrollados, las clases medias de los mercados emergentes están creciendo, y lo hacen marcadas por la precariedad de ingresos y por unas estructuras de trabajo informales. Sin embargo, las aseguradoras mantenemos puesta la mirada en ese pequeño número de personas de altos ingresos, perdiendo una valiosa oportunidad para el sector. Los productos suelen ser una copia directa de los modelos occidentales, que no responden a las necesidades locales con sus redes de distribución subdesarrolladas.

Al aumentar la volatilidad y la simultaneidad de las crisis, la resiliencia se convierte en el principal motor de la prosperidad global

Esa falta de inclusión tiene efectos sobre la resiliencia, por los vacíos de protección existentes y la mayor exposición al riesgo. Sale a la luz así la necesidad de un nuevo modelo de seguro inclusivo que cumpla los objetivos del negocio. En AXA estamos al tanto de esos desafíos y llevamos trabajando en ello desde hace unos años. En la próxima entrega de esta tribuna abordaremos el nuevo modelo de seguro inclusivo hacia el que nos encaminamos.

Fernando Cosín, director Negocio Vida y Seguros Personales de Reale Vida y Pensiones

Es el momento del **AHORRO**

Parece que la situación económica por la que atravesamos no es la idónea para incrementar el ahorro. Pero esta crisis puede suponer una oportunidad de poder ayudar a nuestros clientes ofreciéndoles una solución que les permita proteger sus ahorros y obtener una rentabilidad garantizada a cambio.

Nos encontramos en un momento en el que estamos viviendo un sobrecalentamiento importante de la economía debido a distintos factores, entre los que destacan un aumento galopante de la inflación, así como los efectos del conflicto bélico en Ucrania.

Los particulares y las familias habían realizado un incremento especial de sus ahorros que ahora se pueden ver amenazados por el crecimiento de sus gastos debido al aumento del precio de la vida, de la bolsa de la compra y los gastos extraordinarios provocados por los precios de la energía o gastos hipotecarios debido al aumento de los tipos de interés bancarios.

¿Qué podemos hacer las aseguradoras ante este panorama de ahorro tan complicado que estamos viviendo y tiene visos de perdurar en el corto plazo? Desde mi punto de vista, y como expertos que somos en la gestión de riesgos, es hacer lo que sabemos hacer: gestionar esos riesgos. Pero siempre conociendo a nuestro cliente, a quién nos dirigimos y cuál es su perfil. Para ello nos apoyamos en quiénes conocen a este cliente final: nuestros mediadores.

Esta crisis puede suponer una oportunidad de poder ayudar, una vez más, y como viene haciendo nuestro sector en las últimas crisis, a nuestros clientes ofreciéndoles una solución que les permita proteger sus ahorros y obtener una rentabilidad garantizada a cambio.

PRODUCTOS FLEXIBLES

Desde Reale contamos con una oferta de Vida Ahorro para ello, con productos sencillos, fáciles de entender, flexibles, para adaptarse a las necesidades y al momento vital de cada cliente. Productos seguros y líquidos, para que en caso de cualquier contingencia el cliente pueda rescatar su fondo con máximas garantías.

Recientemente, hemos lanzado 'Reale Ahorro Garantizado', un producto de ahorro con interés garantizado y prepactado de forma semestral para adaptarnos con rapidez a los cambios del mercado, para que nuestros clientes disfruten siempre de un producto rentable, acorde a los tipos de interés de cada momento y siempre con la garantía del 100% de sus primas pagadas.

Un producto ideado para dar respuesta a diferentes perfiles: los que desean mantener su nivel de vida en el largo plazo, los que se plantean un ahorro finalista con perfil conservador o los que ya tienen contratado productos de más riesgo y persiguen diversificar sus inversiones. Además, este producto ofrece tanto la posibilidad de contratarlo con una aportación periódica como única, una vez más adaptándose a las distintas necesidades de nuestros clientes.

Es el momento de ofrecer a los mediadores las herramientas necesarias que posibiliten conseguir los objetivos de ahorro a medio y largo plazo de sus clientes

Completamos nuestra oferta con Planes de Previsión Asegurados (PPA) con la visión "complemento a la pensión de jubilación" que les permite deducirse las aportaciones realizadas anualmente en el IRPF, según los límites correspondientes en la normativa.

Por tanto, es el momento de ofrecer a nuestros mediadores las herramientas necesarias que posibiliten conseguir los objetivos de sus clientes de ahorro a medio y largo plazo, construyendo una base sólida para afrontar con más comodidad su vida tras la jubilación, sin renunciar a la liquidez cuando sea necesaria.

Cine seguro

La agencia de suscripción Alea está comercializando un nuevo producto de nicho que ofrece cobertura para rodajes cinematográficos y de series televisivas, spots publicitarios, documentales, etc.

En una primera instancia, ha lanzado el producto de 'Cancelación y Daños' y pronto incluirá la Responsabilidad Civil.

Fondo de inversión de renta fija

Santalucía Asset Management, la gestora de fondos de inversión del Grupo Santalucía, ha creado un nuevo fondo, 'Santalucía Renta Fija 2026, FI'. La rentabilidad objetivo a vencimiento del fondo será conocida por cada partícipe en el momento en que adquiera participaciones y, la misma, estará ligada principalmente, a la de la deuda pública italiana y española.

La cartera del nuevo fondo tiene fecha de vencimiento 30 de abril de 2026, por lo que es un fondo adecuado para inversores que no prevean disponer de su dinero en un plazo inferior al mencionado.
El fondo, contará con dos clases de comercialización y ofrecerá liquidez diaria. Para aquellos partícipes que deseen disponer de su dinero antes del 30 de abril de 2026, se han establecido ventanas trimestrales de liquidez sin comisión de reembolso.
Adicionalmente, y hasta el 15 de diciembre de 2022, los clientes que realicen aportaciones y/o traspasos externos al fondo podrán beneficiarse de una bonificación del 2%.

Póliza de Hogar para propietarios e inquilinos

Cleverea está comercializando un seguro de Hogar para propietarios e inquilinos, que atiende 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 ofrece coberturas personalizables para 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).
Cada una de las tres modalidades que, como máximo, oscilarán a una prima media anual de 150 euros para los propietarios y de 90 euros para los inquilinos, está orientada a cubrir los intereses de cada cliente en función de su situación con respecto a la vivienda asegurada.

Ahorro con exención fiscal

Mapfre ha lanzado una nueva solución para aquellos inversores que buscan asegurar una rentabilidad a sus ahorros, sin correr riesgos. Se trata de 'Sialp Garantía 5', un seguro Individual de Ahorro a Largo Plazo a 5 años, de pago periódico anual, cuyas principales ventajas son: capital garantizado, rentabilidad garantizada y exención fiscal a vencimiento.

Este producto garantiza el 100%, que está por encima del 85% mínimo exigible a los productos Sialp, y una rentabilidad garantizada superior al 1% para las aportaciones realizadas durante cinco años.
Ofrece una rentabilidad fija, con el añadido de que está exento de tributación fiscal a vencimiento por los rendimientos generados, siempre que cumplan unos requisitos, como mantener el ahorro durante el plazo mínimo de 5 años o realizar una aportación anual máxima de 5.000 euros.
Además, se puede rescatar en su totalidad tan solo un año después de su contratación, aunque en este caso se perdería la exención fiscal. Igualmente, en caso de fallecimiento del asegurado, se incluye un capital adicional sobre el valor asegurado del fondo.

Mapfre está comercializando un nuevo unit linked 'Colectivo Horizonte Jubilación' que permite a las empresas gestionar el capital ahorrado para la jubilación de los empleados con la mayor eficacia. Además, ajusta de forma automática la exposición en renta variable en base al tiempo que reste hasta la fecha indicada de jubilación de cada empleado y a su perfil de riesgo como inversor.

Unit linked colectivo

Quienes contraten este seguro de ahorro podrán realizar aportaciones de primas únicas o periódicas. Asimismo, existe la posibilidad de aportar primas adicionales en cualquier momento. 'Colectivo Horizonte Jubilación' se adapta siempre a su perfil de riesgo y edad, situándose en una de las ocho carteras de Fondos de Inversión Mapfre indicada para cada empleado al contratar la póliza, y que evolucionará de forma automática hasta su fecha de jubilación.
Además, es un modelo ideal de retribución flexible en la empresa, indicado para empleados que decidan percibir parte de su salario bruto en aportaciones a este instrumento. Esto, a su vez, supone una importante ventaja fiscal para el empleado.
Por otro lado, no tiene límite de aportación ni de imputación fiscal anual, en caso de que no se incluya la cesión de derechos económicos al trabajador. Además, la empresa se deducirá la totalidad de las aportaciones en el momento de hacer efectiva la prestación, y el empleado no tendrá coste fiscal por las aportaciones hasta el momento del cobro.
Asimismo, el cliente cuenta con la ventaja de que podrá solicitar el traspaso total o cambio del fondo de inversión sin que suponga ningún coste.

Crece la rotación de los trabajadores, pese al aumento de la contratación fija

El mercado laboral español ha ganado en lo que va de año dos millones de afiliados a la Seguridad Social con contrato indefinido, con lo que el peso total de los trabajadores fijos en el sistema ha pasado del 71% al 83%. Sin embargo, no se está correspondiendo con un descenso de la rotación en el empleo. Los responsables de los ministerios de Trabajo y Seguridad Social dicen que es "un misterio" que con dos millones de indefinidos más, no se reduzca la rotación.

Así lo demuestra un estudio hecho por el grupo de recursos humanos Randstad que ha preguntado a casi 5.000 empresas por sus niveles de rotación, obteniendo que nueve de cada diez empresas o mantenían sus niveles de rotación (55%) o los aumentaban (38,5%) y solo el 6,5% de las compañías aseguraban reducirlos. En la primera edición del Informe se determina que el grado medio de rotación anual del mercado laboral, es del 17%.

El estudio muestra también una enorme divergencia territorial y sectorial de esta tasa media de rotación. Así, por ejemplo, entre Andalucía (23,7%) y el País Vasco (9,1%) hay casi quince puntos porcentuales de diferencia. Y aún mayores son las distancias entre actividades, oscilando entre el sector con mayor rotación, que es la industria del cuero y del calzado (41%) y el de menor que es el de las bibliotecas, museos y archivos (2,3%).

De acuerdo con la oleada de otoño del Estudio de la Gestión del Riesgo de Crédito en España, que impulsan Crédito y Caución e Iberinform, el 28% de las empresas prevé que el fin de la moratoria concursal tenga efectos significativos en su cartera, incrementando los concursos entre sus clientes.

El 28% de las empresas prevé un impacto en sus carteras por el fin de la moratoria concursal

Para frenar las declaraciones de quiebra durante la pandemia, los procesos concursales han vivido un periodo de gracia excepcional de 27 meses por una moratoria concursal. Tras su finalización, los acreedores recuperan su capacidad legal para solicitar la declaración concursal de un deudor y los empresarios en una situación de insolvencia vuelven a estar obligados a solicitar la declaración concursal, lo que anticipa un incremento progresivo de los procesos concursales.

El 14% de las empresas admite que el periodo de excepcionalidad ayudó a sus clientes a sortear los problemas de liquidez durante la pandemia. Sin embargo, un porcentaje muy similar, el 13%, pone sobre la mesa el hecho de que la moratoria limitó su capacidad para detectar y gestionar el posible impacto de una situación concursal, y la posibilidad de dejar de vender a los clientes que no eran viables. Por último, un 5% no pudo instar el concurso de acreedores de sus clientes insolventes, como medida para tratar de recuperar las cantidades adeudadas.

La caída de una teletrabajadora en su casa se considera accidente laboral

El Juzgado de lo Social número 1 de Cáceres dio la razón a una empleada teleoperadora de la compañía Atento al considerar como accidente de trabajo la caída que sufrió en su casa tras acudir al baño mientras teletrabajaba.

La mutua alegó que no se había caído estando sentada ante el ordenador, pero el juez señaló que ir al cuarto de baño no se puede considerar interrupción del trabajo. En la sentencia emitida a finales de octubre se considera probado que la mujer acudió al baño de su domicilio y, al salir para retomar su tarea, tropezó en el pasillo, cayendo al suelo y sufriendo un traumatismo en el codo y el costado derecho.

La sentencia no es firme y cabe recurso de suplicación ante la Sala Social del Tribunal Superior de Justicia de Extremadura. Sin embargo, el hecho marca un precedente como en otros países de Europa como Alemania, donde un tribunal dictaminó en 2021 que un hombre que se cayó por una escalera mientras caminaba desde su dormitorio a su oficina para teletrabajar en casa se lesionó en el lugar de trabajo y, por lo tanto, estaba cubierto por la póliza de seguro de Accidentes laborales de su empresa.

Asuntos Económicos destina el 41% de sus subvenciones a llevar el internet a las zonas rurales

De los 5.769 millones de euros presupuestados por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación digital para subvenciones en 2022 y 2023, 2.400 millones (el 41%) irán a zonas rurales y de difícil acceso, para mejorar su conectividad.

La inversión va destinada a las empresas de telecomunicaciones para favorecer la mejora de las instalaciones de fibra óptica en zonas rurales y será financiado por los fondos europeos. El Plan Estratégico también incluye las partidas en el Kit Digital, el programa que dispondrá de más fondos con 3.067 millones de euros para este año y el siguiente, el 53% del total. Otros 43 millones de euros, de los 85 millones presupuestados para 2022 y 2023, se enviarán a sufragar el 100% del coste de instalación y alta de usuario final, que comenzará en 2026.

El Ministerio destinará 477 millones de euros a ampliar la red de banda ancha en el actual ejercicio y el siguiente, que se sumarán a los 250 millones destinados en 2021. Se espera que para 2023 la cobertura de banda ancha superior de 300 mbps o más alcance el 97%, casi 10 puntos más de la que estaba desplegada en junio de 2021.

Del mismo modo, se disponen otros 632 millones de euros para instalar redes 5G en los entornos más recónditos.

Tres de cada cuatro empresas desconocen los planes de pensiones de empleo

El 74% de las empresas españolas desconoce los nuevos planes de pensiones de empleo impulsados por el Gobierno a través de la Ley 12/2022, aunque más de la mitad manifiesta que esta ley "contribuirá al desarrollo en España de la previsión social complementaria promovida por las empresas", según el VI estudio sobre la situación de las pensiones en España realizado por KPMG Abogados.

El 81% cree que los cambios fiscales introducidos en la reforma no supondrán un incentivo para el ahorro individual. El informe señala que no se han producido demasiados cambios: hasta el momento solo el convenio colectivo del sector de la construcción recoge la implantación de un plan de pensiones para las empresas del sector, mientras que el convenio de la industria química contiene el compromiso de presentar un informe que analice la viabilidad de la creación de un plan de pensiones antes de fin de año.

Actualmente, solo el 28% de las compañías cuenta con un plan de previsión para sus empleados. Los sectores con mayor protagonismo en el desarrollo de la previsión social complementaria son el financiero y el de la energía; y los que menos, el transporte y la logística e industria.

No obstante, el 35% de las compañías tiene en su agenda a medio plazo la toma de medidas para planificar la jubilación de sus empleados y el 71% estaría dispuesto a realizar una aportación sobre el salario de sus empleados con el objetivo de destinarlo al ahorro para la jubilación de estos.

La banca encarece un 72% el crédito a los autónomos

Los autónomos afrontan las peores condiciones de financiación con la subida de los tipos de interés. El sector financiero ha encarecido el crédito de estos trabajadores hasta un 72% en lo que va de año y el tipo de interés medio al que presta ya supera el 4%. Concretamente, el tipo, referenciado por el TEDR, que equivale a la TAE pero sin comisiones, se sitúa en el 4,02%, según los últimos datos del Banco de España, mientras que en 2021 estaba en el 2,33%.

Con el interés en el umbral del 4%, los autónomos ya afrontan una financiación prácticamente el doble de cara que la que asumen las empresas. La banca comercializa un tipo medio del 2,73% a las compañías que solicitan liquidez por debajo de los 250.000 euros; un interés medio del 2% para préstamos de entre 250.000 euros y un millón de euros, y un interés del 1,43% para los créditos que superan el millón de euros, que por otro lado son los importes más solicitados por las sociedades.

La propia banca española ya reconoce que ha endurecido las condiciones y criterios para la concesión de préstamos en el tercer trimestre del año ante el riesgo que percibe en la economía y seguirá endureciéndolas para lo que resta del ejercicio.

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

Mapfre ingresa un 12,2% más en los primeros nueve meses del año

Las primas de Mapfre, entre enero y septiembre de este año, ascendieron a 18.644 millones de euros, lo que supone un incremento del 12,1%, con crecimiento en prácticamente todos los países en los que el Grupo opera y en los principales ramos del negocio. Los ingresos, por su parte, aumentaron un 12,2%, hasta alcanzar los 22.202 millones de euros al cierre de septiembre de este año.

El beneficio neto del Grupo se situó en 488 millones de euros (-6,9%). Por ramos, destaca el buen resultado de los segmentos de Seguros Generales y Vida Riesgo, con una siniestralidad por Covid que pierde relevancia en todos los países. El aumento del beneficio de estos ramos mitiga parcialmente la evolución de Automóviles, afectado por la recuperación de la movilidad tras el Covid y el actual escenario de inflación persistente. Por regiones, destaca la aportación de Iberia, con casi 300 millones de euros, y el buen resultado de Latinoamérica en el que sobresalen Brasil y Perú.

El ratio combinado al cierre de septiembre se situó en el 98,4%, lo que representa un incremento de 1,9 puntos porcentuales, afectado principalmente por el negocio de Automóviles. El aumento de la siniestralidad en 3,4 puntos, se compensa parcialmente por el plan de reducción de gastos implantado, que mejora el ratio en casi 1,5 puntos.

El ratio de Solvencia II a septiembre de este año (último dato disponible) se situó en el 216,8%, con un 84% de capital de máxima calidad (nivel 1). Este ratio refleja una gran solidez y estabilidad, basada en la diversificación y en la estricta política de inversión y gestión del Grupo.

En el área regional Iberia (España y Portugal), las primas ascendieron a 5.765 millones de euros, lo que supone un 1,1% más que el año anterior. Descontado el efecto de Bankia Vida (cuyas primas en 2021 ascendieron a 126 millones de euros), el crecimiento recurrente de esta área regional sería del 3,4%. Iberia sigue siendo el área que más aporta al beneficio del Grupo, con un total de 299 millones de euros.

En España, las primas se mantuvieron

estables, alcanzando los 5.600 millones de euros.

En el negocio de Automóviles, las primas ascendieron a 1.672 millones de euros, una cifra similar a la de los nueve primeros meses del año anterior. El número de vehículos asegurados crece ligeramente superando los 6,2 millones. El aumento de la siniestralidad en más de 6 puntos, impulsado por el efecto de la inflación en el coste de las reparaciones, ha elevado el ratio combinado del ramo.

El negocio de Seguros Generales cre-

ció un 4,6%, hasta los 1.779 millones de euros, con una mejora del ratio combinado de 3,5 puntos. Destaca la evolución del seguro de Empresas (+10,3%), Comunidades, con un crecimiento del 7,8%, Hogar (+2,8%) y el de Salud (+6,9%).

En el negocio de Vida, las primas se situaron al finalizar septiembre en 1.301 millones de euros (-6,3%). Este descenso se explica por la salida de Bankia Vida del perímetro del Grupo, ya que sin ese efecto las primas del ramo de Vida hubiesen crecido un 3%.

Por otro lado, Mapfre ha sido premiada por su labor de atención al cliente en al área de Autos en la primera gala de entrega de premios de la revista Motor 16, perteneciente al Grupo Merca2.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha presentado un simulador online que permite a los usuarios obtener un plan de ahorro personalizado, adaptado a sus prioridades y a su situación económica.

La herramienta de planificación financiera, que ya está disponible en su web, enseña a los usuarios cómo sacar partido a su dinero invirtiendo desde tan sólo un euro al día.

A través de cuatro preguntas relacionadas con la cantidad que están dispuestos a invertir, sus objetivos, la situación económica en la que se encuentran y la edad a la que comienzan a realizar la inversión, el simulador ofrece soluciones a medida de cada uno.

Asimismo, la entidad ha lanzado una nueva versión de su app 'Mapfre AFIN', que permite sacar el mejor partido a los ahorros, elegir la inversión más conveniente y seguir la evolución de los productos contratados desde el móvil. Esta app ofrece la posibilidad de gestionar y manejar las cuentas de efectivo, ordenar compras, ventas y traspasos de los fondos y valores de forma más ágil y sencilla. Como novedad, el cliente tendrá un registro único para hacer aportaciones y seguimiento a los planes de pensiones y seguros de Vida ahorro, entre otras muchas acciones, sin derivar a otras páginas web o apps.

Por otro lado, Mapfre ha informado que ofrece, hasta el 31 de enero, un 10% de descuento en la contratación de nuevas pólizas de Viajes, entre las que se incluyen sus seguros temporales, de cancelación de viaje, de estudios, aventura, excursión, esquí, caza y safari y golf.

Por otra parte, la aseguradora ha decidido implementar la Inteligencia Artificial de **Bdeo** en sus procesos de verificación de Autos en los vehículos usados de manera digital y remota.

El asegurado puede realizar las fotografías o vídeos del vehículo y enviarlas directamente mediante un proceso sencillo y autoguiado, a partir del cual obtiene una respuesta inmediata por parte de la compañía.

Por último, señalar que, con motivo de la celebración de Halloween, Mapfre hizo una apuesta por la ficción de terror para alertar a la sociedad sobre los riesgos al volante y evitar los accidentes en carretera. Presentó 'La última curva', un corto de 3 minutos en el que los espectadores pueden ver en pantalla las imprudencias más comunes que se suelen cometer al volante.

DKV ofrece a sus clientes un servicio de aviso de fenómenos meteorológicos extremos

Los asegurados de DKV 'EcoHogar' tienen a su disposición ClimAlert, un servicio que pronostica y advierte vía SMS a todos aquellos cuya vivienda pueda verse comprometida por las previsiones de la Agencia Estatal de Meteorología (Aemet) sobre fenómenos climáticos severos o extremos.

El servicio, ofrecido por Europ Assitance, pronostica los fenómenos meteorológicos que se consideran extremos a través de la Aemet y advierte de ellos a los tomadores cuyas viviendas aseguradas se encuentren en los códigos postales comprometidos por dichos fenómenos, 24h antes de que sucedan. Estas alertas llegan a los asegurados dentro de las modalidades Basic, Complet, Plus e Incendios.

Estos avisos se producen en caso de lluvias, nevadas, galernas y tormentas de gran intensidad; fenómenos atribuidos a las temperaturas extremas, como olas de calor y frío; o el exceso de partículas de polvo en suspensión, también considerado un fenómeno meteorológico severo porque pueden comprometer la salud de quienes las respiran. El servicio realiza recomendaciones que pueden ayudar a disminuir los daños y, por consiguiente, la siniestralidad.

'EcoHogar', desde su lanzamiento, ha evolucionado hasta conseguir actuar en 4 áreas principales: Hogar Verde, con sorteos y descuentos en la compra de productos ecológicos; Hogar Seguro, con envíos de notificaciones de fenómenos meteorológicos; Hogar Sano: en las reparaciones se aplica pintura sin tóxicos que no perjudica la calidad del aire interior de la vivienda; y Hogar Eficiente: se ofrece ayuda en la instalación de aislamiento térmico. Además, se preocupa de los daños psicológicos, ofreciendo un Servicio de Atención Psicológica para cuestiones de la vida personal de los integrantes del hogar.

Por otro lado, la aseguradora sigue mejorando y añadiendo servicios a 'Quiero cuidarme Más', su app de salud digital. La compañía ha incorporado como novedad el servicio de imagen radiológica, una herramienta que sube el informe de los resultados de TACs y resonancias magnéticas directamente a la carpeta de salud de las aplicaciones de los usuarios para que las tengan disponibles en su dispositivo en todo momento.

También ha incluido en la app 6 planes de prevención personalizados que tienen la misión de ayudar a prevenir enfermedades y cuidar la salud de los usuarios. Se trata de: dejar de fumar, pérdida de peso, prevención del cáncer de próstata, embarazo y parto saludable, prevención del cáncer de cuello de útero y prevención de cáncer de mama.

Con la ayuda de un test, unos consejos y el seguimiento de un coach de salud durante todo el proceso a través del chat de la app, cada plan es personalizado para cada cliente.

En el ramo de Decesos, los asegurados que tengan la modalidad Serviplus tienen acceso al Club de Salud y Bienestar, donde disponen de servicios exclusivos que cuidan de su salud. Además, tendrán a su disposición una limpieza dental gratuita al año incluida en la póliza.

Por otra parte, DKV ha concluido un proyecto de integración con la compañía tecnológica **MPM Software**, que ha incorporado sus servicios online de tarificación de salud en la nueva plataforma especializada Salud-e. Esta plataforma es un tarificador y asesor comercial de seguros de Salud que ha sido desarrollado para optimizar el servicio del corredor, dándole en mano toda la información que necesita para ofrecer a sus clientes y a sus familias el seguro de Salud que más se ajuste a sus necesidades.

Salud-e, además de mostrar una parrilla comparativa de precios con otras aseguradoras, es capaz de comparar el desglose de todas y cada una de las coberturas incluidas en los diferentes productos aseguradores y ofrecer dicha información al cliente, de forma que permite, no solo una comparativa cuantitativa, sino también cualitativa cobertura a cobertura. Actualmente, DKV tiene la mejor puntuación de las compañías de salud del tarificador, con un 8,6 sobre 10.

La plataforma ha sido diseñada específicamente para que los miembros de los equipos comerciales de las correduría pierdan el miedo a comercializar seguros de Salud, ya que resuelve al momento cualquier pregunta que le realice el cliente sin tener que consultar largos condicionados o manuales de producto.

Por último, señalar que la aseguradora ha alcanzado los dos millones de clientes en España. Ha llegado a esta meta después de crecer un 5,3%, alcanzando 1.992.272 personas que confían su protección a la aseguradora. Sumando los clientes de Salud y del resto de ramos, el resultado está por encima de los dos millones de asegurados. Por ramos, Salud individual es el producto que ha experimentado el mayor incremento: 23,3% en comparación con el mismo periodo del año anterior, llegando a 277.970 clientes. Por otro lado, Salud colectivo ha visto un incremento del 7,5% y cuenta con 371.866 asegurados. En cuanto a mayor número de asegurados, el ramo de Decesos sigue siendo el líder con 648.815 asegurados, creciendo un 3,5% sobre el año pasado.

Finalmente, Famedic destaca por su crecimiento positivo en el número de asegurados, incrementando un 2,1% respecto al año anterior. Así, se coloca como el tercer producto por volumen de clientes, con más de 267.000.

Active Seguros ha celebrado su convención bienal en la ciudad de Lisboa, contando con la asistencia de agentes y corredores de seguros, así como representantes de diversas entidades del sector asegurador entre las que destacan: Fecor, Anacose, Agacose, ACSCV o el Colegio de Mediadores de Seguros de Badajoz.

Active Seguros celebra su Convención bienal con los corredores

En las jornadas se expusieron el plan estratégico de la compañía, las novedades tecnológicas y de producto para 2023, y el valor de la asistencia para las familias.

Además, se habló de los escenarios del sector para el próximo año, los principales retos a los que se enfrentan los mediadores de seguros en la actualidad, y el impacto que tiene la conectividad para estos y para las compañías de seguros.

El seguro impulsa la FP Dual en la Comunidad de Madrid

La Consejería de Educación y Universidades de la Comunidad de Madrid ha suscrito un convenio de colaboración con el sector asegurador para impulsar la cualificación de los jóvenes profesionales en este ámbito a través de la Formación Profesional Dual y adaptarla a las necesidades de las empresas.

Por parte de la industria del seguro han participado en la firma **Aemes**, el **Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid**, la **Fundación Adesose** y **Unespa**. La puesta en marcha de esta formación con mención en seguros ha sido posible gracias al apoyo de la **Fundación Mapfre** y de la **Zurich Foundation**.

El convenio ilustra los esfuerzos para impulsar el ciclo formativo de Grado Superior en Administración y Finanzas, con una orientación al perfil de técnico en seguros. Además de la titulación del grado superior, los estudiantes obtienen el título de mediador de seguros nivel 2 al completar su capacitación.

El sector asegurador se encargará, entre otros temas, del asesoramiento en la revisión de los contenidos de los planes de estudios y de los cursos académicos, así como de la organización de acciones y eventos divulgativos para dar a conocer el programa. Tanto a profesionales del sector susceptibles de acoger a alumnos en prácticas, como a jóvenes interesados en la titulación.

La duración del convenio con la Comunidad de Madrid se extenderá hasta el 31 de diciembre de 2024. Existe la posibilidad de prorrogar este convenio por un período de cuatro años.

Iberian prevé doblar en 2023 el crecimiento de este año con nuevas adquisiciones

La agencia de suscripción de riesgos **Iberian Insurance Group** ha celebrado su octavo aniversario, titulado #I8erianDay. En él, Darío Spata, CEO de la compañía sevillana, se mostró optimista "Iberian cerrará 2022 con un crecimiento en doble dígito que se duplicará en 2023 gracias a una estrategia de crecimiento corporativo basado en nuevas adquisiciones, así como en la ampliación del catálogo de productos aseguradores y capacidades a través de nuevos binders internacionales".

En este sentido, Cristian Mateos, Senior Underwriter & Partner, ha señalado: "Para mantenernos en la cresta de la ola, tenemos que ofrecer, por un lado, la mayor amplitud de productos especializados y coberturas posible, y hacerlo a través de binders consolidados y de confianza. Queremos potenciar la presencia y fortaleza de Iberian a través de adquisiciones. Hemos estado trabajando muy duro en todas estas negociaciones durante 2022, y el próximo año podremos anunciarlas", ha concluido.

QBE reúne a sus corredores en su evento anual

QBE ha celebrado su tradicional evento anual de brokers en la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando en Madrid.

"QBE España es el segundo mercado en Europa, por lo que seguiremos invirtiendo para seguir creciendo, tenemos planes muy ambiciosos para esta región. Estamos en pleno periodo de renovaciones en un mercado cambiante con incertidumbre, pero estoy segura de que lo superaremos juntos", ha señalado Beatriz Valentí, Insurance Director de Europa.

Los usuarios de Informa D&B ya pueden hacer uso en exclusiva de la póliza Deudor Seguro Exprés, diseñada por Cesce, para asegurar desde la web de Informa a sus deudores nacionales en un proceso sencillo y digital.

Cesce e Informa lanzan un seguro de crédito digital exclusivo para clientes de informes comerciales

Este servicio, denominado 'Informes Comerciales con Seguro', permite a los usuarios de información comercial que, tras consultar un informe, se contrate un seguro de Crédito para ese cliente de manera automatizada. La iniciativa responde a la apuesta de ambas compañías por continuar apoyando a las pymes españolas, y a la estrategia de transformación de Cesce hacia productos de seguro digitales.

Para activar este servicio se necesita la firma de un acuerdo marco previo y se podrá asegurar a los deudores que se desee, sin que sea obligatorio cubrir toda su cartera, ni fijar un número mínimo de deudores a asegurar o notificar las ventas. Las compañías que accedan a este servicio tendrán disponible en los 'Informes Comerciales de Empresas' de Informa la opción de contratarlo directamente, decidiendo la cuantía (por un mínimo de 3.000 y un máximo de 60.000 euros) y el plazo (3, 6 o 12 meses).

En otro orden de cosas, la aseguradora ha entregado a la empresa cordobesa Rahi SL Instalaciones Eléctricas la placa que les reconoce como clientes número 12.000 de la aseguradora.

Iris Global reduce un 60% los tiempos de respuesta al cliente por la automatización cloud

Las soluciones de Google Cloud que Iris Global ha implementado son un ejemplo de cómo la inteligencia artificial está ayudando a mejorar el mundo de los seguros. La automatización de procesos y la gestión de documentos ha dado a la aseguradora la oportunidad de dar mejor servicio a sus clientes. Gracias a este nuevo proceso se han logrado acelerar los tiempos de respuesta al cliente en un 60%.

"Cuanto menos tiempo pasen nuestros empleados en tareas que no añaden valor, como la gestión de documentos, será beneficioso para nosotros ya que podrán centrarse más en nuestros clientes", afirma Claudia del Grosso, directora de medios de Iris Global. "Google Cloud cuenta con algunas de las herramientas de IA y automatización más avanzadas del sector, por lo que la hemos seleccionado para crear nuestra solución de automatización de documentos".

"Con su enfoque sin código y sus modelos de aprendizaje automático preconfigurados, Vertex AI nos permitió crear la solución base con gran rapidez", explica Del Grosso. "Desde este punto de partida, entrenamos los modelos para entender mejor los documentos de seguros de Iris Global, y asignarlos a una de las 23 categorías predefinidas".

Allianz, primera marca aseguradora mundial

Allianz es la primera marca aseguradora mundial, según el ranking 2022 Best Global Brands, publicado por **Interbrand**. Este año el valor de la marca registró un incremento de 3.500 millones de dólares hasta alcanzar los 18.700 millones de dólares. Este incremento del 23% la sitúa entre las quince marcas globales con mayor crecimiento en 2021.

Allianz ocupa ahora el puesto número 34 dentro de las 100 mejores marcas globales, por encima de sus competidores directos y de la industria, en términos de crecimiento.

La marca Allianz muestra una fuerte aportación de valor a las personas, las empresas y el mercado en general. El crecimiento del valor de la marca es igual en las tres dimensiones consideradas por Interbrand: en términos financieros, de importancia de la marca y de rendimiento

Tras 100 días en el cargo, el consejero delegado Veit Stutz ha definido la ambición y el camino de Allianz Seguros para convertirse en la compañía preferida por clientes, socios distribuidores y empleados. "Queremos ser la empresa que todos recomienden, con un servicio superior que sorprenda al cliente", explicó Stutz.

Allianz Seguros ya está implementando medidas que tendrán un impacto inmediato en clientes, agentes y corredores, y ayudarán a la compañía a ser más ágil: Potenciación de la asistencia al cliente en su seguro de Hogar; Mayor autonomía para la red comercial interna; La plataforma Business Master digital garantizará que las consultas de los agentes reciban una respuesta en menos de 24 horas; Inversión en capacitación y desarrollo para los empleados de Allianz Seguros, para que puedan brindar un servicio superior a los mediadores y al cliente. Esta inversión en personas y tecnología continuará, con un enfoque en la excelencia técnica y los datos.

Asimismo, la aseguradora ha lanzado sus nuevos servicios de salud digital para todos los clientes de Allianz Salud. A partir de ahora, los asegurados cuentan con una nueva app y además con la cobertura gratuita 'Allianz Salud y Bienestar'. A través de la esta aplicación, los asegurados tienen la posibilidad de realizar consultas de telemedicina con un médico general y/o pediatra mediante chat, videoconsulta o llamada, realizar chequeos de síntomas digitales y conectar después con una consulta médica.

Por último, señalar que Allianz mantiene su apuesta por la seguridad y la prevención para evitar accidentes de tráfico y promueve, una vez más, su campaña invernal de revisión de vehículos: 'Prepara tu coche para este invierno'. Así, la compañía pone a disposición de sus clientes, hasta el próximo 16 de diciembre, una revisión gratuita en su red de Talleres Excelentes, que garantice el óptimo estado de los vehículos durante la época más fría.

IES destaca el aumento de la formación continua en corredurías de cara a final del año

El 31 de diciembre es la fecha en la que todas las personas que participen en la actividad de distribución de seguros como "personal relevante" deberán haber terminado de cumplir con las horas mínimas que les marca la nueva normativa respecto a sus planes de formación continua anual obligatoria. Eso ha provocado, según el Instituto e-Learning del Seguro (IES), un "aumento considerable de las matriculaciones y realización de cursos y píldoras formativas desde el mes de octubre".

En este sentido, desde el IES señalan que "durante octubre, los alumnos que pertenecen a corredores y corredurías -ya sean directivos, empleados y colaboradores externos-, han realizado 1.205 cursos en esta plataforma y se han certificado un total de 3.775 horas de formación continua", cifras que estiman que irán en aumento hasta el 31 de diciembre.

En otro orden de cosas, IES y diez importantes aseguradoras han celebrado a finales de noviembre y primeros de diciembre el segundo 'Maratón de Formación Continua' con un programa compuesto por una veintena de jornadas por webinar de 1 hora de duración cada una. El objetivo es ayudar a completar el plan de horas de formación continua del 2022 al personal de los corredores y corredurías. Para todos los alumnos que se forman actualmente con el Instituto e-Learning del Seguro, la asistencia y certificación de estas jornadas formativas no tiene coste. Para el resto, han creado una tarifa especial.

Por último, señalar que Aegon han creado un espacio de formación online en el IES. Y que Cesce ha lanzado el curso online 'El Seguro de Crédito', que se enmarca dentro del 'Canal Miscellaneous', donde se van incorporando cursos de diferentes temáticas y productos aseguradores para distribuidores de seguros.

Sergio Benito, nuevo director regional de la zona Centro-Norte de Liberty

Liberty Seguros ha nombrado a Sergio Benito como nuevo director regional de la zona Centro-Norte para Canal Mediado. Cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector asegurador y asume esta posición tras una extensa trayectoria en Liberty Seguros.

A partir de ahora, bajo la dirección de Daniel Moreno, director de Distribución de Canal Mediado de Liberty Seguros en España, Sergio Benito dirigirá las áreas de Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco, La Rioja, Navarra, Castilla y León, Comunidad de Madrid y Castilla - La Mancha (excepto Albacete). Sergio Benito releva a Patricia Hernández que recientemente fue nombrada directora de Desarrollo de Negocio y Transformación Comercial de Canal Mediado.

La clave del éxito de Hiscox está en el apoyo y compromiso con los corredores y en la innovación

David Heras director general de **Hiscox España**, explicó en la novena edición de su encuentro anual de colaboradores, las claves del éxito de la compañía: "el apoyo que los corredores nos habéis dado; el compromiso con los corredores y el servicio que os damos; y ser atrevidos y hacer cosas nuevas".

Heras, comenzó su intervención en el encuentro anual, bajo el lema 'Un reencuentro para descubrir' celebrado tras dos años, debido a la situación sanitaria que hemos vivido, recordando cuando llegó a la compañía hace 15 años procedente de una gran correduría. Desde entonces, ha crecido mucho la compañía, pasando de ser "una pequeña aseguradora" a convertirse en "una pequeña gran aseguradora". Gracias a la ayuda de los corredores, dijo que "hemos crecido a doble dígito año tras año".

Para conseguirlo, han tenido que crear nuevas líneas de negocio (cuando llegó solo estaba la de arte y proyectos privados) y crear nuevos productos como Responsabilidad Civil y Ciberriesgos.

El director general de Hiscox en España explicó que las 3 claves del éxito de la compañías son: el apoyo de los corredores, "que nos habéis ayudado a dar nuestra mejor versión"; el compromiso "que tenemos con todos vosotros y el servicio que os damos"; y ser atrevidos y hacer cosas, "como emitir pólizas en formato digital, cambiar los procesos de suscripción para los riesgos pequeños y el lanzamiento de 'My Hiscox'. Una herramienta que ha realizado 10.000 cotizaciones y 3.000 pólizas en formato automático".

Afirmó que "todo lo que hacemos es para y por los corredores porque queremos que vosotros hagáis bien vuestro trabajo".

En otro orden de cosas, Hiscox ha organizado una jornada formativa para dar a conocer la importancia de la prevención y la correcta gestión de riesgos durante un desplazamiento. Los encargados de la conferencia fueron los expertos de **International SOS**.

El evento dio a conocer en profundidad el alcance del Deber de Protección que tienen los empresarios con sus trabajadores durante cualquier tipo de viaje o asignación internacional y poder sensibilizar así a los mismos sobre la importancia de incorporar a sus políticas de empresa planes de prevención y gestión de riesgos y cómo mitigarlos.

Por otro lado, la aseguradora ha creado, en colaboración con el despacho de abogados **Muñoz Arribas**, una nueva versión de su Guía de Prevención de Prácticas Laborales, para ayudar a identificar y gestionar aquellas prácticas de empleo que pueden derivar en situaciones de acoso laboral.

El objetivo de este documento es ofrecer a los directivos un referente en la protección ante reclamaciones por prácticas de empleo laboral dentro del seguro de RC de Gerentes, Administradores y Directivos (D&O). Para ello, la aseguradora hace una recopilación de las distintas situaciones de acoso laboral que se pueden dar en una oficina, desde el *mobbing* con actividades hostiles y repetidas en el lugar de trabajo hasta el ciberacoso a través de las herramientas digitales.

El nuevo Plan de Seguros Agrarios Combinados aumenta un 10% las ayudas a los asegurados

La Comisión General de la **Entidad Estatal de Seguros Agrarios (Enesa)**, ha aprobado el 44º Plan de Seguros Agrarios Combinados, que aumenta un 10% la subvención base que perciben la gran mayoría de los asegurados, gracias al incremento que el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación destina a subvencionar las pólizas de seguros, que alcanza los 317,7 millones de euros.

Este incremento de la subvención, que ya se comenzó a aplicar en aquellas líneas cuyo periodo de contratación comenzó el 1 de septiembre de 2022, se consolida ahora para todo el ejercicio 2023. El mayor apoyo supone una dotación de 60 millones de euros más respecto a lo presupuestado inicialmente en 2021, y un aumento del 50% en comparación con los presupuestos disponibles durante el periodo 2016-2020.

Con el aumento del presupuesto aprobado, la subvención mínima del ministerio alcanza el 50% en el caso de los agricultores profesionales, de titulares de explotaciones prioritarias, o de socios de organizaciones de productores, y se acerca al 65% en el caso de agricultores jóvenes. En términos generales, la subvención media en 2023 se aproximará ya a los 40 euros por cada 100 euros de coste del seguro pagado por los asegurados, frente a los 32 euros de 2021 y los 30 euros de 2018.

En otro orden de cosas, **Agroseguro** ha estimado en 8 millones de euros las indemnizaciones por los daños causados por la "depresión aislada en niveles altos de la atmósfera" (DANA) registrada en la Comunidad Valenciana a mediados de noviembre, principalmente por los siniestros provocados por el pedrisco en producciones de cítricos.

Aetma constituye su Comisión Técnica

La Asociación Española de Empresas de la Mediación Aseguradora (Aetma) ha constituido su Comisión Técnica. Los CEO de las empresas fundadoras, junto a los máximos responsables técnicos de las cinco tecnológicas, se han reunido para establecer las líneas de actuación y puesta en marcha de lo que será el grupo de trabajo encargado del desarrollo técnico del proyecto cooperativo de la asociación desde la perspectiva técnica.

Los proyectos sectoriales enmarcados en el ámbito de la Comisión Cima, tanto el proyecto Eiac-Cima como el proyecto de póliza digital, representarán el foco principal de acción en que la Comisión Técnica de Aetma desarrollará su trabajo y ejercerá la interlocución.

Grupo Catalana Occidente crece un 21,5%

Grupo Catalana Occidente ha obtenido un resultado consolidado de 476,5 millones de euros en los nueve primeros meses del año, un 21,5% más que en el mismo periodo de 2021. Por su parte, el volumen de negocio ha aumentado un 8,5% hasta alcanzar los 4.036 millones, como resultado de los incrementos registrados en las dos ramas de actividad del grupo asegurador: el negocio tradicional y el seguro de Crédito.

El resultado ordinario del negocio tradicional (las compañías Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros, Seguros Bilbao y NorteHispana Seguros) aumenta un 0,4%, hasta los 203,2 millones de euros en el tercer trimestre. Asimismo, el volumen de negocio (total de primas facturadas) avanza un 1,4% y se sitúa en 2.153,8 millones de euros. Destaca la positiva evolución en la facturación de primas recurrentes, con un crecimiento del 5,4%, y, por ramos, sobresale el aumento del 7,4% en Multirriesgos y el 8,3% en diversos, gracias a la buena evolución de la actividad comercial. Por su parte, el ratio combinado en el negocio tradicional se sitúa en 90,3%, 2,2 puntos porcentuales (pp) más que en el mismo periodo del año anterior, debido fundamentalmente al incremento de los costes medios de los siniestros motivado por la inflación, a la mayor frecuencia siniestral en el ramo de Automóviles y a la distinta tipología de los eventos meteorológicos habidos.

En el capítulo del seguro de Crédito (Atradius, Crédito y Caución y Atradius Re), el resultado ordinario alcanza los 275,9 millones de euros, un 57,2% más que en los nueve primeros meses de 2021, gracias a una prudente política de suscripción de riesgos. El volumen de negocio (primas facturadas más ingresos por información), por su parte, también avanza notablemente hasta los 1.882,2 millones de euros, un 17,8% más. El ratio combinado bruto alcanza el 69,9%, aumentando en 10,3 pp respecto a septiembre de 2021. Sin embargo, sigue siendo un ratio combinado excepcional registrando una entrada de siniestros por debajo del periodo prepandemia.

Finalmente, los recursos permanentes a valor de mercado entre enero y septiembre disminuyen un 6,5% respecto al mismo periodo de 2021, hasta los 4.852,2 millones de euros recogiendo la evolución de las bolsas y los tipos de interés. Por su parte, los fondos administrados alcanzan 14.962,2 millones de euros.

En otro orden de cosas, Francisco José Arregui, director general del Grupo Catalana Occidente, ha anunciado su próxima jubilación tras más de veinte años en el cargo, que se hará efectiva el 1 de enero de 2023. La decisión se ha comunicado en la reunión del Consejo de Administración del grupo asegurador.

Ebroker presenta a sus usuarios la funcionalidad de la firma electrónica

Ebroker ha llevado a cabo un seminario webinar gratuito para presentar a los usuarios de su plataforma la firma electrónica de documentos, funcionalidad recientemente implantada e integrada en la tecnológica.

Higinio Iglesias, CEO de Ebroker, relacionó el desarrollo de la firma electrónica con la eficiencia operacional, objetivo estratégico para la tecnológica.

Eva García, consultora y experta en Formación de la empresa, demostró de forma práctica las diferentes funcionalidades y enseñó a los asistentes la operativa y el proceso de firma completo, por parte del cliente y del corredor. Un proceso que, tal y como se pudo ver en la presentación, es ágil, fácil e intuitivo.

Mónica García, directora comercial de Ebroker, mostró los beneficios y las ventajas de esta funcionalidad, entre las que destacan: la integración total, automática y completa de todos los procesos y documentos en Ebroker, el seguimiento y control total del estado de firma, la disminución de las cargas administrativas y los costes asociados, y, por último, la trazabilidad y legalidad jurídica total garantizada por la empresa especialista y una de las líderes en el sector de las comunicaciones electrónicas certificadas de documentos como Lleida.net.

En otro orden de cosas, la tecnológica ha celebrado, coincidiendo con el Día Internacional de Lucha contra el Cáncer de Mama, el encuentro 'Mujer y empresa', donde se puso en valor el papel de la mujer en el mundo empresarial, a través de la participación de profesionales mujeres con experiencias reales y diferentes perfiles, puntos de vista y perspectivas, como lo son la académica, la empresarial y la tecnológica.

New Insurance Broker Web mantendrá su producto 'Seguro por días' en el workspace de Codeoscopic

Alberto de Lope, CEO de **New Insurance Broker Web**, y Ángel Blesa, CEO y director de Desarrollo de Negocio de **Codeoscopic**, han firmado un nuevo contrato que permitirá dar continuidad a su producto 'Seguro por días', dentro de las soluciones Avant2 Sales Manager y Tesis Broker Manager.

El acuerdo garantiza las mejores condiciones y la actualización de los productos, para dotar al corredor de seguros de la mejor experiencia trabajando con NIBW.

Por otro lado, **Euroins** ha decidido incorporar a la oferta de Avant2 Sales Manager, 'AutoXeguro': un seguro de Automóvil "diseñado para adaptarse a cada cliente".

La reforma de la Ley Concursal insta a revisar las pólizas de D&O y RC

José Manuel Busto, catedrático de Derecho civil de la UDC, consejero Académico de Vales y Asociados y secretario del Patronato de Fundación Inade ha escrito un dictamen en el que reflexiona sobre la necesaria adecuación de las pólizas de seguro de D&O y de Responsabilidad Civil de los nuevos profesionales que pueden participar en los procedimientos concursales como consecuencia de la reforma de la Ley Concursal llevada a cabo por la Ley 16/2022.

El 26 de septiembre de 2022 entró en vigor la reforma del Texto Refundido de la Ley Concursal fruto de la Ley 16/2022, de 5 de septiembre. La reforma introduce modificaciones relevantes, al menos, en dos ámbitos que afectan a los contratos de seguro de D&O -al endurecer el régimen de responsabilidad de éstos en el caso de concurso de acreedores de la sociedad de la que son administradores o directivos- y de responsabilidad civil profesional, al crear dos nuevas categorías profesionales, al lado de los administradores y mediadores concursales (la de experto para la reestructuración y la de experto para recabar ofertas de adquisición de la unidad productiva), con funciones plenamente determinadas y con sus consiguientes riesgos de incurrir en responsabilidad civil, susceptibles de adecuada cobertura y transferencia a la industria aseguradora a través de la suscripción de seguros de RC.

Precisamente, sobre este tema, la Fundación Inade organizó un foro para hablar sobre las responsabilidades de consejeros y directivos para concienciar a los administradores de las empresas sobre las consecuencias de sus decisiones, ya que, en caso de actuar con culpa o negligencia, el administrador debe responder ante estas con su patrimonio. Lo hace ante la empresa, ante los socios, ante los acreedores y también ante la Hacienda Pública, y lo hace con su patrimonio. Es más, si contrae una deuda, esta puede recaer en sus herederos.

Los seguros D&O protegen al asegurado ante actuaciones negligentes, lo que de ninguna manera significa que, por estar asegurado, pueda actuar de manera indebida sin consecuencias. El administrador solo tendrá cobertura cuando no haya dolo en sus acciones u omisiones. Si en el juicio se demuestra que incumplió, por ejemplo, una obligación legal de manera consciente e intencionada, el seguro quedaría sin efecto. Los siniestros más habituales son los relacionados con el empleo, la legislación y la competencia desleal.

El cambio climático y la colaboración público-privada, ejes de la II Cumbre del Seguro

Los retos que plantea el cambio climático y la necesidad de la colaboración público-privada en el ámbito asegurador para afrontar el futuro, fueron temas destacados en la edición de Madrid de la II Cumbre del Seguro.

El impacto del cambio climático en el Seguro fue el tema central. Juan Verde, ex asesor de Barak Obama y de Joe Biden y líder global en Desarrollo Sostenible, fue contundente en su exposición: "Competitividad y cuidar el planeta es lo mismo. Van de la mano. La pandemia mató a casi siete millones de personas en tres años; el cambio climático habrá matado, sólo en 2022, a siete millones de personas. Y en los próximos cinco, las mayores amenazas para la economía y la sociedad mundial están relacionadas con el cambio climático. El Seguro está llamado a ser un elemento determinante para revertir y cambiar esa situación". Se habló de las posibilidades del sector asegurador para ofrecer a la sociedad herramientas de resiliencia ante el cambio climático.

Sergio Álvarez, director general de Seguros y Fondos de Pensiones del Ministerio de Economía y Empresa, mantuvo un debate con Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa. Álvarez aseguró que la Administración y el regulador, "al no tener intereses a corto plazo, como el sector privado" es un buen prescriptor de qué hacer en el futuro en cuestiones como el cambio climático, "aunque cuando se decide a hacer normas, su proceso es tan largo que éstas llegan cuando el problema ha cambiado". La presidenta de Unespa reclamó que esas normas no limitaran en exceso la iniciativa privada para adaptarse a las nuevas realidades, "aunque es evidente que, ante el cambio climático, la colaboración pública-privada es imprescindible para afrontar los nuevos riesgos". Una colaboración que Sergio Álvarez también consideró necesaria.

Pablo Bores, CEO de Howden Latam, uno de los patrocinadores del acto, defendió la importancia de establecer un marco de trabajo común en el sector para una transición más sostenible.

Zurich y JubilaME se alían para mejorar el bienestar financiero de las personas

Zurich y el servicio de protección social JubilaME han firmado un acuerdo de colaboración que estará a disposición de todos los usuarios.

"Ambas compañías tenemos el compromiso de democratizar la planificación financiera, facilitando el acceso, dónde, cuándo y cómo se quiera, sin limitaciones ya sea por capacidad económica o de conocimiento. Este acuerdo supone un avance en la divulgación, para que el acceso a la información financiera sea más ágil y transparente", ha comentado Santiago Font, director de Distribución de Zurich Vida.

Atraer a los jóvenes, principal reto de Decesos

ICEA ha presentado el informe sobre la situación y tendencias en el seguro de Decesos 2022, patrocinado por **Iris Global**. Entre sus aportaciones, destaca que un reto del ramo es atraer a los jóvenes.

Según datos aportados por ICEA, el seguro de Decesos después del de Automóviles, Salud y Hogar, es el principal segmento de mercado del panorama asegurador español. En 2021, alcanzó una cifra de negocio de 2.571 millones de euros, con un crecimiento sobre el año anterior de 3,22% y en línea con el crecimiento medio del conjunto de seguros de No Vida, posicionándose como el seguro, no obligatorio, con mayor penetración en la población. Tanto es así que 22 millones de personas están bajo su protección.

La edición de este año, en su resumen ejecutivo arroja, entre otras, las siguientes conclusiones:

- **Estrategia.** Cada vez se oferta más el seguro de Decesos bajo la fórmula de colectivos. Es un producto importante de palanca de crecimiento y de estrategia de fidelización de clientes. Más del 50% de las entidades cree que se van a producir cambios significativos en los canales de distribución. El principal para crecer será online en contraposición al de la mediación tradicional. El perfil del cliente va hacia los más jóvenes, así como también a casados sin hijos.

- **Coberturas.** Casi el 90% de las compañías incluyen garantías/servicios con componente digital, siendo la gestión de la huella digital y el testamento online las más comunes.
- **Tecnologías.** Dos tercios de las entidades consideran el uso de herramientas de analítica avanzada de datos como un elemento diferenciador para el crecimiento del negocio. Más del 80% de las entidades estiman que los principales focos de aplicación de la analítica de datos son la localización de nichos de mercado y la segmentación de clientes.
- **Prestación de servicios.** La presencia de un agente de asistencia es calificada como muy importante o excelente. Conseguir una buena calidad en el servicio pasa por la rapidez en la gestión y de un reducido tiempo de reacción de las llamadas.
- **Perspectivas.** Salvo en el caso del resultado, donde casi un 20% de las entidades considera que va a disminuir, en las restantes claves de gestión del negocio (ingresos, costes, gastos), la estimación es más optimista.

Responsabilidad civil derivada de los accidentes de circulación transfronterizos

La editorial Atelier ha publicado el libro 'La responsabilidad civil derivada de los accidentes de circulación transfronterizos: Sistemas de protección de las víctimas', escrito por José Antonio Badillo. En él se trata de resolver los problemas que se plantean en la tramitación de los accidentes de circulación con elementos extranjeros. En este sentido, la Unión Europea quiere conseguir un tratamiento unificado de los perjudicados en todos los países miembros.

El autor del libro trata de dar respuesta a: ¿Qué ocurre cuando nos enfrentamos ante un accidente de circulación en el que somos responsables o perjudicados?, ¿Cuáles son los mecanismos internacionales para la tramitación extrajudicial de estos accidentes?, ¿Cuál es la legislación aplicable y la jurisdicción competente para resolverlos?, ¿Qué funciones tiene Ofesauto y el Consorcio de Compensación de Seguros en su resolución?

José Antonio Badillo estudia los reglamentos y directivas comunitarias, convenios internacionales y otras disposiciones, que se han ido promulgando para que las víctimas de los accidentes de tráfico con elemento extranjero sean debidamente protegidas y puedan reclamar extrajudicial y judicialmente en sus propios países, con independencia del lugar donde haya ocurrido el accidente.

MGS forma a sus mediadores sobre el metaverso de la mano de Chema Alonso

La Fundación MGS ha organizado un nuevo acto de su ciclo de jornadas formativas dirigidas a empleados, mediadores y clientes de MGS Seguros. La ponencia 'Metasociedades en el metaverso' contó con la presencia de Chema Alonso, Chief Digital Officer de Telefónica.

Alonso explicó los cambios de las plataformas digitales desde la web 1.0 hasta la actual, un "tsunami tecnológico" que permite la interacción con realidad aumentada, los mundos virtuales o el metaverso.

Sobre el metaverso, señaló cómo los servicios tradicionales se mezclarán con los virtuales y la economía del 'token', que permitirá que los usuarios generen riqueza usando estos servicios y, a la vez, serán premiados con esta moneda digital. Para finalizar, habló sobre cómo la inteligencia artificial avanza en la actualidad, de la creación de arte digital que puede ser comprado, entre otras cosas.

Ciberseguridad, inteligencia artificial y metaverso se erigen como el futuro de las aseguradoras

La 9° edición de Insurance Revolution estuvo marcada por el análisis de las novedades y el debate sobre las oportunidades y próximos retos estratégicos: Mantener al cliente en el centro, nuevos productos, nuevos canales, nuevos hábitos de consumo de seguros, así como el papel fundamental de la tecnología en los procesos de innovación y su impacto en el negocio de las aseguradoras.

Se pudieron ver y escuchar una gran variedad de innovaciones tecnológicas que se pueden aplicar al sector asegurador. Entre ellas, destacan las enfocadas a la ciberseguridad, ya que la protección del cliente es siempre una prioridad para cualquier empresa. Las nuevas formas de trabajo hacen que los usuarios sean más vulnerables a potenciales ataques, por lo que los equipos aseguradores tienen que ser capaces de abordar todas estas problemáticas.

La inteligencia artificial también fue un punto clave durante el evento. La automatización de los procesos ayudará a los empleados a mejorar la toma de decisiones y agilizar los procesos. La inteligencia artificial permitirá reestructurar nuevos roles en la industria y dotar a los trabajadores de nuevas funciones de valor.

Además, durante el evento también se ha tenido en cuenta el papel de las aseguradoras en el metaverso. Se dijo que en el mundo asegurador es preferible estar presente en el metaverso, aunque quizás no crear un metaverso propio y aparecer en aquellos espacios donde el cliente potencial puede estar presente. La presencia en el metaverso conlleva ciertos riesgos como la falta de inoperatividad o la carencia de cierta legislación que permita una mayor eficacia.

Sin embargo, la cancelación de eventos, la pérdida de identidades digitales, las herencias de criptomonedas tras el fallecimiento, las gafas de realidad virtual, los problemas de salud derivados de trabajar con pantallas, y muchos más, son importantes factores que pueden ayudar a una mayor implementación de las aseguradoras en el metaverso.

AXA XL ha promocionado a Begoña Moreno como Underwriter Manager, Property Iberia y a Tatiana Martínez como Underwriter Manager, Construction Iberia.

AXA XL incorpora a Begoña Moreno y Tatiana Martínez a su equipo de suscripción en Iberia

Moreno cuenta con más de 20 años de experiencia ocupando diferentes puestos de suscripción en Vitalicio Seguros, Marsh, Zurich Insurance, AIG y QBE hasta que se incorporó a AXA XL, en 2020, como Senior Underwriter al equipo de Daños Materiales. Es Ingeniera Técnica en Electrónica Industrial e Ingeniera en Organización Industrial por la Universidad Politécnica de Valencia.

Martínez comenzó su carrera como Analista Estratégica en Repsol hasta que en 2013 se incorporó a AXA XL como Underwriter de Construcción. Es licenciada en Ingeniería Industrial por la Universidad Politécnica de Madrid.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha anunciado el cambio y ampliación de su sede en Barcelona, desde finales de noviembre. Las nuevas instalaciones están en el co-working Utopicus, en la Avenida Diagonal

El ahorro bajo gestión se mantiene estable en el tercer trimestre del año

Las aseguradoras gestionaban, a cierre del pasado septiembre, 191.428 millones de sus clientes a través de todo tipo de seguros de Vida, una cifra levemente inferior a la de un año atrás.

A esta cantidad hay que sumar otros 54.016 millones correspondientes al patrimonio de los planes de pensiones cuya gestión está encomendada a aseguradoras. Estos aumentaron un 4,78% en términos interanuales. En total, el sector asegurador velaba por 245.444 millones de euros al acabar el tercer trimestre del año, un 0,29% más que un año antes. El negocio de ahorro del seguro ha disminuido un 1,07% en términos interanuales, hasta los 184.265 millones.

Los seguros unit-linked, aquellos en los que el tomador asume el riesgo de la inversión, son los únicos que crecen en comparación con el año anterior. Aumentan el patrimonio bajo gestión un 5,74% y rozan los 20.000 millones de euros. Las demás líneas de producto anotan descensos en el volumen de ahorro gestionado de distinta intensidad.

Los cambios más modestos corresponden a las rentas vitalicias (-0,56%) y los capitales diferidos (-1,48%). Después aparecen las caídas en los planes de previsión asegurados (PPA) (-5,46%), los planes individuales de ahorro sistemático (PIAS) (-5,47%) y los seguros individuales de ahorro a largo plazo (Sialp) (-6,23%). El descenso más pronunciado corresponde a la transformación de patrimonio en renta vitalicia (-7,17%).

Los ingresos por primas del negocio de Vida riesgo se situaron en 4.009 millones de euros al finalizar el tercer semestre de 2022, un 2,69% más que el año anterior.

Asisa celebra su III Convención Comercial Nacional

La Dirección Comercial y Marketing de Asisa ha organizado la III Convención Comercial Nacional, en la que se ha analizado la situación del mercado asegurador, los retos que afrontan Asisa y Asisa Vida en un escenario marcado por la inflación, los síntomas de desaceleración económica y las consecuencias de la pandemia, y la adaptación de la estrategia comercial para ser cada vez más competitivos en todos los ramos en los que opera la compañía.

En la jornada se destacó la importancia de fortalecer la estructura comercial de la compañía para seguir impulsando el crecimiento y el proceso de transformación y diversificación multirramo de Asisa. Igualmente, se coincidió en la necesidad de adaptarse rápidamente a las demandas de los clientes en un escenario de incertidumbre y cambio.

Para ello, Asisa seguirá reforzando sus equipos de ventas, su red de agencias y sus acuerdos con los corredores y desplegando nuevas herramientas y desarrollos tecnológicos para apoyar la capacidad comercial de la compañía. Además, continuará adaptando su oferta aseguradora para ofrecer productos cada vez más flexibles y personalizados que den respuesta a las demandas y necesidades específicas de cada cliente.

Por otro lado, la delegación de Asisa en Madrid organizó una jornada con corredores de esa comunidad con el objetivo de reforzar la relación que mantiene la compañía con ellos. Durante el encuentro, la aseguradora les presentó las novedades tecnológicas que ha incorporado tanto en su aplicación para asegurados como en las herramientas que pone a disposición de los corredores.

Durante la reunión se destacó la importancia de los avances impulsados para mejorar la inmediatez, flexibilidad, sencillez en el proceso de cualquier autorización y el valor de la app para dispositivos móviles para lograr que los asegurados tengan una mejor experiencia de cliente y accedan con facilidad a los servicios incluidos en sus pólizas.

En otro orden de cosas, la entidad ha lanzado una nueva campaña publicitaria bajo el concepto 'Mejor así. Asisa' y con el objetivo de demostrar, con un tono positivo

y optimista, la capacidad de la compañía para atender las demandas y necesidades de sus asegurados. Con esta campaña, muestra el valor que aporta una aseguradora de origen cooperativo, que reinvierte los beneficios que genera su actividad en la mejora de los servicios y coberturas que ofrece para el cuidado de sus asegurados.

Por último, señalar que Asisa ha incluido un nuevo sistema de devolución de llamada a los usuarios de su servicio de atención telefónica. Esta funcionalidad ha permitido reducir casi a la mitad los tiempos de espera media al teléfono antes de ser atendido y mejorar los niveles de calidad en la atención a los asegurados.

Getlife regala participaciones de lotería en su última campaña de publicidad

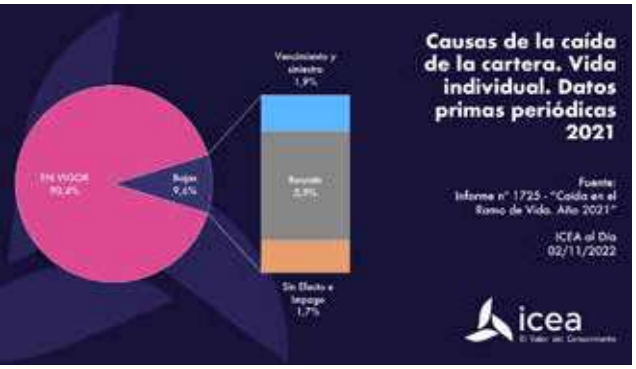
Getlife continúa con su apuesta por las campañas publicitarias impactantes. De cara a las fechas navideñas, la insurtech española ha puesto en marcha una nueva campaña publicitaria con el fin de promover la protección de la vida de las familias y allegados.

Entre las acciones de esta campaña destaca el lanzamiento de una web desde donde regala a los usuarios una participación de lotería para la celebración del próximo sorteo extraordinario del 22 de diciembre. La iniciativa publicitaria se completa, además, con una acción de Street Marketing por la que Getlife distribuirá 5.000 billetes de lotería simulados en las principales ciudades de España y en otros puntos estratégicos para que los usuarios puedan acceder a la página de promoción de forma directa.

Para esta campaña, la insurtech vuelve a recurrir a mensajes impactantes como "No te va a tocar la lotería, pero podemos asegurar que le toque a tus hijos", con el que la startup anima a los ciudadanos a no dejar la seguridad de su familia en manos de la suerte y apostar por un seguro de Vida con una cobertura adaptada a las necesidades de todo tipo de perfiles.

En otro orden de cosas, Getlife ha presentado el informe 'Análisis de la percepción y la adopción del seguro de Vida en España' en el que se dice, entre otras cosas que España cuenta con unos 20 millones de titulares de seguros de Vida. Sin embargo, los españoles parecen no prestarle demasiada atención a este producto. Prácticamente la mitad de los titulares de un seguro de Vida (un 44,18%) reconocen no saber qué deben hacer sus beneficiarios para cobrar la póliza de su seguro y más del 35% ni siquiera ha informado a sus beneficiarios de que están cubiertos por la póliza de su seguro de Vida.

Más del 50% de los titulares de un seguro de Vida lo han contratado con una entidad financiera, y más del 20% de ellos reconoce desconocer siquiera el importe que tiene asegurado y qué tendrían derecho a cobrar sus beneficiarios.



La retención media de la cartera de Vida individual fue del 90,4% de las primas en 2021

ICEA informa que la retención media de la cartera de seguros de Vida individual se situó en 2021 en el 92,2% de las pólizas y el 90,4% de las primas periódicas.

El impacto de la caída de cartera provoca que un 9,6% de las primas periódicas se anulen antes de un año. Esto supone que la vida media de la cartera de Vida individual se estima en 12,8 años.

La App Radarbot cuenta con un microseguro de defensa de multas

La app de navegación Radarbot se ha aliado con Lisa Seguros para integrar en su aplicación un microseguro de defensa de multas y protección del permiso de conducir. Se trata de un seguro en tiempo real, con activación on-off, y cuenta con la garantía de DAS.

"Radarbot ha representado una oportunidad magnífica para ampliar nuestra oferta, porque su entorno nos ha permitido añadir valor a su propuesta y diseñar un seguro 100% digital, para cubrir a los conductores profesionales con un producto ágil y sencillo", explica Pilar Andrade, CEO y cofundadora de Lisa Seguros.

"Muchos de nuestros usuarios son conductores profesionales que dependen de su permiso de conducir en su trabajo. Por eso, es muy importante para nosotros ofrecerles integrada en Radarbot una protección 360º que asegure su medio de vida", subraya Jonathan Juárez, CEO y fundador de Iteration Mobile, la compañía detrás de Radarbot.

Así, el seguro de protección de multas y permiso de conducir desarrollado por Lisa para Radarbot amplía un catálogo de productos aseguradores que incluye, entre otros, ciberriesgo, aseguramiento de facturas y bodas, salud digital, viajes y maquinaria agrícola; además de un modelo de monitorización y vídeo peritación en tiempo real que permite asegurar a empresas de reciclado.

Cecas ha iniciado el 1 de diciembre tres nuevos cursos bonificados que se enmarcan dentro de la nueva normativa de formación continua para agentes y corredores de seguros.

Cecas ofrece tres nuevos cursos de formación continua bonificados

Los cursos, que se imparten online, son: 'Nuevo entorno en la venta de seguros', que tendrá una duración de 15 horas; 'Riesgo asegurable y contrato de seguro', de 20 horas; y 'Seguro de Defensa Jurídica', de 10 horas de duración.

La formación bonificada impartida por Cecas está incluida dentro de los créditos para la formación de los trabajadores de las empresas que cotizan en el Régimen General de la Seguridad Social y que, de no hacerse uso de ese crédito durante el año, se pierde.

En otro orden de cosas, Cecas ha organizado un seminario de dos días, en el que se analizó el seguro de Pérdida de Beneficios, el riesgo que más preocupa a las empresas, según el barómetro 2022 de AGCS. Un seguro que cuenta con muy baja penetración en el mercado español.

Desde Cecas recuerdan que "para que este seguro pueda tener efecto, es necesario que la pérdida de beneficios haya sido originada por un daño material directo cubierto por la póliza ya que proporciona protección contra riesgos concretos que no se materializan en todas partes y al mismo tiempo, algo que generó muchas dudas durante el estado de alarma durante la pandemia".

Mussap se integra en Codeoscopic Workplace

Mussap y **Codeoscopic** han firmado el nuevo contrato que permitirá a la aseguradora actualizar y mantener sus productos de Autos y Hogar en Avant2 Sales Manager y Tesis Broker Manager.

El acuerdo ha comenzado, actualizando el producto de Autos dentro de Avant2 Sales Manager y continuará con la integración de su Producto de Hogar.

Igualmente se implementará la conectividad por Eiac/Cima y Sitec dentro de Tesis Broker Manager, para dar al corredor una experiencia integral 360.

En otro orden de cosas, **RACE–Unacsa** ha completado su proceso de integración en Tesis Broker Manager. De este modo, la compañía se incorpora al catálogo de servicios disponibles en el ERP, lo que permitirá al corredor la descarga automática de datos.

Santalucía ha iniciado una campaña dirigida a sus clientes con 65 años o más que les ofrece la posibilidad de contratar un producto de hipoteca inversa u otras alternativas a través del asesoramiento de **Óptima Mayores**.

Santalucía se alía con Óptima Mayores para fomentar la hipoteca inversa

Se trata de un producto atractivo que permite obtener liquidez a partir del ahorro inmovilizado en la vivienda. Desde un punto de vista técnico, se trata de un préstamo con garantía hipotecaria a través del cual el cliente puede obtener una cantidad de dinero (en forma de capital, de renta o una combinación de ambas), pero que, a diferencia de un préstamo hipotecario tradicional, no conlleva el pago de cuotas periódicas para devolver el importe solicitado. Serán los herederos de la vivienda quienes podrán devolver la deuda acumulada, cuyo importe, previsiblemente, será muy inferior al valor del inmueble.

En otro orden de cosas, el Grupo Santalucía está trabajando en diseñar servicios digitales novedosos en el ramo de Decesos, como el testamento online; el espacio virtual de condolencias; despedidas diferentes que buscan homenajear la vida; códigos QR con tutoriales de gestión documental, apoyo psicológico y vídeos informativos que ayuden a los familiares a gestionar emocionalmente su duelo; legado digital donde escribir condolencias, encender una vela, aportar fotografías para el recuerdo y otras acciones para homenajear su memoria; salas digitales inmersivas; plataforma digital de servicios funerarios; ayuda psicológica multiplataforma; espacios infantiles para gestión emocional.

Por último, señalar que la aseguradora da asesoramiento jurídico telefónico especializado a personas con discapacidad intelectual y sus familias en las pólizas de Hogar, Decesos, Vida Riesgo, Accidentes, Empresas, Protección de Alquileres y Comunidades, que tengan contratada la garantía de asesoramiento jurídico telefónico.

Metlife nombra a Patricia Méndez, nueva Direct to Consumer Director en Iberia

Metlife ha nombrado a Patricia Méndez como nueva Direct to Consumer Director en Iberia y miembro del Comité de Dirección. En este nuevo cargo liderará el canal de Direct to Consumer con el objetivo de maximizar las oportunidades de negocio a través de los acuerdos que la compañía tiene con diferentes socios para la distribución de seguros.

Méndez se incorporó a la organización en noviembre de 2006 y ha desarrollado su carrera profesional en el canal de Marketing Directo durante más de 15 años en diferentes posiciones de responsabilidad.

Licenciada en Ciencias Biológicas por la Universidad de Málaga, ha participado en diversos programas formativos como Progresa de Esade, cuyo objetivo es preparar a mujeres con alto potencial para asumir retos en su carrera, y mejorar su capacidad de influencia y gestión de equipos. Igualmente cuenta con sendos programas superiores en Esic, para aumentar capacidades digitales y de marketing.

Este nombramiento se une a otras promociones internas y ampliación de responsabilidades de diferentes miembros del comité de dirección de MetLife en Iberia: Patricia Jiménez, actual Marketing & Communication Director asumirá una función ampliada en el clúster de Marketing, para supervisar la República Checa, Eslovaquia y Chipre. Asimismo, será la responsable de la estrategia de Engagement & Loyalty de clientes en EMEA. Fernando García, actual IT Director & Digital EMEA, asume la supervisión de Chipre, Eslovaquia y Republica Checa; Gema Fernández, HR Director, incorpora Italia a su cartera; Javier Martín, Service & Operations Director, asume la responsabilidad de Italia y Chipre; y Juan Ortiz, Product Director, incorpora Chipre a su porfolio.

FWU, galardonada por sus soluciones tecnológicas para el sector asegurador

La compañía FWU ha obtenido el Premio a la Tecnología y la Innovación como empresa líder en soluciones tecnológicas para el sector asegurador otorgado por el diario La Razón.

El encargado de recoger el reconocimiento ha sido Pedro Guiñales, Country Manager de FWU en España y Portugal, quien dedicó el premio a todo el equipo que compone el grupo, especialmente al equipo español, y señaló los principales hitos que han llevado a la aseguradora a ganar dicho reconocimiento: "Con este premio la compañía afianza su posicionamiento en el mercado español, en el que tiene presencia desde el año 2014 y ya cuenta con más de 50.000 clientes", dicen desde la aseguradora.

Las ventas en el canal de corredores caen un 3,85%

Prisma (Procesos y Recursos de Inteligencia al Servicio de la Mediación Aseguradora) ha publicado un nuevo Índice de Evolución de Ventas (IEV), en donde se aprecia una caída del 3,85% en las ventas a través de corredores.

Este nuevo IEV muestra la evolución de la actividad comercial de nueva contratación en el tercer trimestre de 2022 del canal de corredores de seguros, donde se ha producido un descenso de las ventas (-3,85%) con respecto al mismo periodo en 2021. No obstante, se observa una caída más leve que en el trimestre anterior, en el que las ventas descendieron un -7,13%. En el desglose por meses, el comportamiento es: -9,22% para julio, +14,62% para agosto y un -11,07% para septiembre.

El descenso de las ventas es generalizado para los ramos de Comercios (-9,74%), Automóviles (-9,30%) y Hogar (-6,00%). El ramo de Motocicletas (+3,67%) y resto de ramos (+0,32%) son los únicos que muestran valores positivos respecto al tercer trimestre del año anterior. Agosto fue el mes con los mejores datos para todos los ramos a excepción de Motocicletas cuyo mejor mes fue julio. Precisamente el séptimo mes del año, se produjo la mayor caída para Comercios (-19,33%), Autos (-15,22%) y Hogar (-10,78%). Motocicletas es el único ramo que presenta valores positivos para todos los meses analizados en este IEV.

Pese al valor positivo en agosto del resto de ramos (38,84%), las caídas de julio (-5,50%) y septiembre (-16,92%), hacen que la variación de las ventas sea prácticamente igual a 0 (+0,32%).

Este estudio se basa en una muestra de más de 114.845.035 millones de euros en primas netas suscritas, que corresponden a más de 340.968 operaciones de nueva contratación.

Avanza Previsión aumenta la rentabilidad de su Plan de Previsión Asegurado al 1,80% neto

Avanza Previsión ha incrementado su rentabilidad anual del Plan de Previsión Asegurado (PPA) desde el 1,67% neto inicial hasta alcanzar el 1,80% neto anual para todos sus asegurados, lo que supone un aumento del 0,13%.

El PPA de la aseguradora garantiza el pago de la prestación a la fecha de jubilación prevista, por lo que, en el supuesto en que el asegurado prevea jubilarse en un horizonte temporal de 5 años, la rentabilidad garantizada acumulada del producto alcanzaría el 9,33% de la aportación inicial.

La digitalización y la relación con los clientes centran la convención anual de corredores de Generali

Generali ha celebrado su convención de corredores en la ciudad de Córdoba, bajo el lema 'Socios de por Vida de nuestros mediadores'. En el acto se compartió las líneas estratégicas de la compañía, entre las que destacó el reciente acuerdo con Sanitas en el seguro de Salud, que impulsará el crecimiento de esta línea de negocio.

Asimismo, se expuso la puesta al día del modelo de organización basado en 8 territoriales a las que se dota de mayores recursos y competencias para una mayor proximidad al mediador, al cliente y al mercado.

En el terreno de la digitalización, Generali detalló su proyecto estratégico, que tiene una duración de cinco años y que supondrá la profunda actualización de todos los sistemas *core* y periféricos para incorporar en cada uno de ellos, los sistemas más avanzados del mercado y convertir a la compañía en un referente tecnológico.

En lo relativo a la oferta, se habló de sus sistemas de previsión complementaria para la jubilación, dirigido a pymes y empresas en general. Así como de los seguros de ahorro colectivos con rentabilidad garantizada, sistemas de ahorro colectivo sobre la base de productos unit linked y productos colectivos EPSV para las empresas afincadas en Euskadi.

OnRed, nueva empresa de asistencia de Grupo Mutua Propietarios

Grupo Mutua Propietarios ha presentado 'onRed', una evolución de 'Funciona', la compañía de asistencia especializada en reparaciones para hogares, comunidades y pymes, que nace con una propuesta de valor sustentada en la agilidad, la eficiencia y la calidad de sus procesos.

La compañía cuenta con una red de más de 1.500 profesionales autónomos en todo el territorio nacional especializados en todas las áreas vinculadas al mantenimiento y las reparaciones, con dos líneas de atención diferenciadas. Por un lado, la tramitación y gestión de siniestros y el servicio de manitas para aseguradoras y, por otro, un servicio integral de reparaciones especialmente enfocado a las necesidades de mantenimiento diarias de los edificios, dirigida a los administradores de fincas y agentes de la propiedad inmobiliaria.

AXA afronta la recta final del año con una campaña para incentivar los traspasos desde otras entidades a planes de pensiones de la gestora, con una bonificación que puede alcanzar el 6%. Se pueden acoger a ella antes del 31 de diciembre de este año todas aquellas personas mayores de edad y residentes en España que realicen un traspaso superior a 20.000 euros desde otra entidad a su 'Plan de Pensiones AXA' individual.

AXA retribuye con hasta un 6% el traspaso de planes de pensiones individuales

Aquellos traspasos superiores a 20.000 euros con una permanencia de 6 años, serán bonificados con un 3% del importe traspasado. Si, además, el cliente contrata una póliza de Vida riesgo y tiene una permanencia de 8 años, se abonará un 2% adicional (bonificación total del 5%). Finalmente, se dará el 6% del importe traspasado a aquellas operaciones iguales o superiores a 100.000 euros y una permanencia de 9 años.

A comienzos de 2022, AXA Seguros gestionaba casi 1.000 millones de euros de patrimonio en planes individuales; y, en lo que va de año, las aportaciones y los traspasos individuales a favor de la entidad han supuesto más de 51 millones de euros.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha señalado que el seguro de Decesos es poco atractivo para las personas de entre 20 y 40 años (la generación Z y millenials, respectivamente). Según datos de AXA, menos del 15% de las nuevas pólizas de Decesos, se hace por personas entre 20 y 40 años. Por el contrario, la mayor parte de los nuevos seguros de Decesos se realiza en las personas de entre 40 a 50 años que suscribe 2 de cada 10 pólizas.

La correduría Curós Espigulé incorpora la solución segElevia de MPM Software

La correduría Curós Espigulé ha integrado la plataforma en la nube segElevia de MPM Software para la gestión íntegra del negocio asegurador.

Entre los principales objetivos del proyecto, se encontraban la adopción de una solución que le permitiese abordar los futuros retos del negocio, así como la necesidad de incorporar sus diferentes aplicaciones de gestión e información en un único entorno operativo capaz de dar cobertura a todos los requisitos de gestión.

En otro orden de cosas, RACC y MPM Software han culminado el desarrollo y despliegue de los nuevos productos RACC tanto en modalidad individual como en modalidad de producto complementario en SEG Tarificador. Productos vinculados al mundo de la movilidad (auto, moto, bici, patinete), al mundo de los viajes (anuales, temporales, cruceros, anulación) o al mundo de los deportes (nieve, montaña, deportes de riesgo).

Solunion reúne a sus mediadores en su primera Reunión Anual de Caución

Solunion ha celebrado su primera Reunión Anual de Caución con los principales corredores del mercado, con los que compartió algunos de los retos a los que se enfrenta el ramo de Caución y la hoja de ruta de la compañía para hacer frente al contexto actual, marcado por la inestabilidad y la incertidumbre.

La crisis energética, la inflación persistente, una política monetaria muy restrictiva y el menor crecimiento de China son algunos de los componentes que marcarán el contexto al que deberá enfrentarse el ramo de Caución durante los próximos meses y que anticipan una desaceleración económica mundial que afectará a la confianza y al consumo.

Estos son algunos de los desafíos que afronta el ramo, compartidos en la mesa redonda 'Somos impulso: evolución y futuro de la Caución en Solunion', en la que se habló de los planes de la compañía para afrontar el futuro.

Las insolvencias empresariales aumentarán en todo el mundo y en España podrían llegar a hacerlo un 50% interanual en el último trimestre del año. En Solunion esperan, además, una evolución heterogénea de los sectores industriales. Metal, papel o química serían algunos de los más afectados, principalmente por su dependencia energética y su exposición a la volatilidad de las materias primas.

Solunion destacó la importancia de su modelo de servicio en Caución basado en tres ejes fundamentales: la flexibilidad, sus grandes capacidades gracias al apoyo de sus accionistas, y la adaptación permanente. Además, alabó la figura del corredor dentro de su modelo multicanal que funciona.

Panza Capital y Caser distribuyen juntos un nuevo plan de pensiones de renta variable

Panza Capital y **Caser** han llegado a un acuerdo para que la gestora independiente de reciente creación, especializada en la inversión *value*, gestione y comercialice 'Panza Pensiones', un nuevo plan de pensiones de renta variable, de la gestora de planes de pensiones del Grupo Caser, que contará con Cecabank como entidad depositaria.

Este plan de pensiones, el único que comercializará Panza Capital, seguirá la misma estrategia de inversión que el fondo principal de la gestora, Panza Inversiones, e invertirá en buenas compañías a precios razonables.

En los comercios de Teruel, Cuenca y Murcia se producen los robos más caros

Teruel, Cuenca y Murcia son las provincias en las que se dan los robos en comercios más caros de todo el territorio español. Esta es una de las conclusiones del informe 'Los robos en comercios. Datos 2021' elaborado por Estamos Seguros, la iniciativa para la divulgación de la cultura aseguradora puesta en marcha por Unespa.

En estas tres provincias, las visitas de los ladrones suelen conllevar el pago por parte del seguro de indemnizaciones medias de entre 2.100 y 3.200 euros a los comerciantes afectados.

En términos absolutos, las provincias más pobladas son las que padecen una mayor cantidad de incidentes. Sin embargo, si el análisis se efectúa en términos relativos –es decir, si se compara la cantidad de robos cometidos con la cantidad de comercios asegurados– se descubre que las provincias más propensas a presenciar este tipo de delitos se encuentran en las dos Castillas y Andalucía.

Si se toma como referencia el coste de las sustracciones padecidas, Mijas (Málaga) aparece en el puesto de cabeza con un coste medio de 3.525 euros. Otros municipios donde el botín medio de los amigos de lo ajeno fue particularmente abultado fueron Orihuela (Alicante) (3.175 euros) y Córdoba (2.577 euros).

El estudio también revela que, más allá del reparto territorial concreto, las localidades más pequeñas (aquellas de menos de 10.000 habitantes pero, en especial, las que no alcanzan los 5.000 vecinos) son las que presentan mayores problemas con los robos en comercios.

Cuatro de cada diez clientes contratan un seguro de Vida riesgo como medida de protección

ICEA observa un crecimiento sostenido en los últimos cuatro años en el número de clientes que contratan un seguro de Vida riesgo como medida de protección, ya sea para protegerse en caso de invalidez o enfermedad grave, para proteger a la familia o garantizar los estudios de sus hijos, llegando en este año al 42%, porcentaje que asciende al 60% en el caso de la generación *Baby Boomer*.

Los clientes con pólizas cuya principal finalidad en la contratación es como medida de protección, multiplican por trece el índice de recomendación respecto al resto que lo hacen por otros motivos.

Cigna ha nombrado a Ana Sánchez de Miguel nueva directora de Recursos Humanos en España. Desde su puesto se encargará de liderar y definir la estrategia de gestión del capital humano de la compañía en nuestro país, cumpliendo con el compromiso de fortalecer el cuidado integral de la plantilla y seguir consolidando el posicionamiento de Cigna como aseguradora líder en planes de salud para empresas.

Ana Sánchez de Miguel, al frente de Recursos Humanos de Cigna

Licenciada en Química por la Universidad Autónoma de Madrid y máster en Seguridad y Salud en el Trabajo por el Instituto Europeo de Salud y Bienestar Social, Sánchez de Miguel posee una sólida experiencia en el sector de los seguros y las personas, ya que ha dedicado gran parte de su carrera profesional a trabajar en compañías como AXA Seguros, Wizink Bank o el Banco Pichincha.

Alfredo Arán, reelegido como presidente del Consejo Asesor de Agers

El Consejo Asesor de Agers se verá ampliado en el próximo año por decisión unánime de su Junta Directiva, quedando conformada por 14 miembros. Además, el presidente de este Consejo, Alfredo Arán, consejero de Mapfre Global Risks, ha sido reelegido por tres años más.

Con estas nuevas incorporaciones: Enrique López, Country Manager Iberia AXA XL; Carlos Gómez Head of GC&C Iberia & Latam: y Constanza Gállegos de las Heras, Country Manager Spain Berkshire Hathaway Specialty Insurance (BHSI) se pretende aumentar los puntos de vista del órgano asesor y conformar un grupo heterogéneo pero complementario que aporte una visión de 360 grados sobre la gestión de los riesgos.

La composición del Consejo Asesor de Agers será: Alfredo Arán, consejero de Mapfre Global Risks; Juan Antonio Marín, presidente de Fecor; Juan Arsuaga, del Comité Ejecutivo de Fidelidade; Fernando Caballero, Managing Director | Global Risk Consulting Commercial Risk Solutions en AON; Paulino Fajardo, socio Herbert Smith Freehills; Montserrat Guillén, de la Universidad de Económicas de Barcelona; Mª Isabel Martínez, de CEU San Pablo; Alfredo Zorzo, Business Development Director / Risk & Insurance Director One eSecurity; Vicente Hurtado, CEO de Addvalora; Fernando Redondo, director de Gerencia de Riesgos en WTW; Elvira Lacalle, Director Multinational de Marsh España; Enrique López, Country Manager Iberia AXA XL; Carlos Gómez, Head of GC&C Iberia & Latam; Constanza Gállegos de las Heras, Country Manager Spain de BHSI; Juan Carlos López Porcel, presidente de Agers y director de Riesgos y Seguros en Arcelor Mittal; Gonzalo Iturmedi, secretario del Consejo y de la Junta Directiva de Agers; y Alicia Soler, Executive Manager de Agers.

Coface ha registrado un resultado récord de 84 millones de euros en el tercer trimestre de 2022.
La cifra de negocios de los nueve primeros meses ha alcanzado los 1.363 millones, con un aumento del 15,2% a tipo de cambio y perímetro constantes.

Coface crece un 15,2% hasta septiembre

Las primas del seguro de Crédito han crecido un 16,6% gracias a la elevada actividad de los clientes en un entorno todavía inflacionista, mientras que la retención de clientes se sitúa en un nivel récord (93,5%); la fijación de precios disminuye (-3,0%), en línea con el primer semestre de 2022. Además, continúa el impulso de los servicios de información comercial (los ingresos aumentan un 15,6% a tipo de cambio constante).

El ratio de siniestralidad neta del 36,9% en 9 meses, con un aumento de 11,5 puntos porcentuales; ratio combinado neto a 63,8%, con un aumento de 7,7 puntos porcentuales. El ratio de siniestralidad bruta aumenta 5 puntos porcentuales y se sitúa en el 30,2%, en un entorno de riesgo que sigue normalizándose en los primeros 9 meses del año. El ratio de costes netos disminuye en 3,8 puntos porcentuales y se sitúa en el 26,9%, lo que refleja el apalancamiento operativo positivo y el aumento de las comisiones de reaseguro. El ratio combinado neto del tercer trimestre fue del 59,6%, en línea con un ratio de siniestralidad débil.

El beneficio neto (participación del grupo) ha sido de 228,4 millones de euros, incluidos 84 millones de euros para el tercer trimestre de 2022; RoATE anualizado del 16,4%.

CAI celebra una jornada sobre el metaverso

El Club de Aseguradores Internacionales (CAI) ha celebrado una jornada sobre el metaverso en The Valley, escuela digital en Madrid, que cuenta con un espacio de innovación experimental donde se combinan las tecnologías disruptivas para explorar su aplicación presente y futura en el mundo empresarial.

Este espacio incluye 400 unidades de robots; un ágora como lugar de debate, protagonizado por un macrovideowall de 18 pantallas de alta definición, itinerarios sectoriales para interactuar con las tecnologías disruptivas aplicadas al negocio y un espacio maker donde prototipar nuevos productos y servicios.

Ignacio Romero, director de Digital Experience de NTTDATA copatrocinador de la jornada, habló sobre el metaverso y, entre otras cosas, comentó que, en 2026, el 25% de la población dedicará una hora diaria en el metaverso. Se ofreció una demo práctica sobre la visita a una sucursal bancaria en la que los asistentes pudieron probar con las gafas de realidad virtual cómo será la interacción en el futuro.

Para finalizar, se realizaron itinerarios por las instalaciones, sobre "la compra como un viaje", creando un avatar que se adentra en el metaverso y realiza diversas actividades de metashopping.

Sostenibilidad, seguridad digital e IA, ejes del próximo Foro Internacional del Seguro

Forinvest ha celebrado un encuentro con el colectivo de profesionales del seguro y la mediación para avanzar algunos de los contenidos previstos en la próxima edición del Foro Internacional del Seguro, que volverá a celebrarse en el seno de la próxima edición de Forinvest, prevista el 8 y 9 de marzo en Feria Valencia.

El presidente del Colegio de Valencia, Jorge Benítez, en representación del Consejo de Mediadores de Seguros de la Comunidad Valenciana, avanzó algunos de los contenidos sobre los que pivotarán los temas que se abordarán en el Foro Internacional del Seguro. En esta ocasión, se prevé abordar aspectos como la sostenibilidad, la seguridad digital o el uso de la inteligencia artificial en sus diferentes variables y aplicaciones al ramo del seguro.

Vicent Soler, anterior conseller de Hacienda y Modelo Económico de la Generalitat Valenciana, esbozó algunas claves del cuadro macroeconómico actual al que calificó de "complejo y cambiante". A pesar de los problemas inflacionarios, "la economía española presenta mejores números que la europea, y la valenciana mejor que la española", con crecimientos previstos al cierre de este año en el entorno del 4%.

Clausuró la jornada el director general de Economía Sostenible de la Generalitat Valenciana, José Vicente Soler y reconoció la importancia del sector de la mediación como "sector productivo muy relevante en nuestro tejido económico" y destacó la "alianza del sector con la administración" a través de herramientas de colaboración con las asociaciones sectoriales o acciones de formación al sector "en ámbitos de tanta relevancia actual como el impacto en la sostenibilidad en el propio sector asegurador".

El Grupo Helvetia completa la venta de su participación en Sa Nostra Vida

El **Grupo Helvetia** ha anunciado la venta de su participación en la aseguradora **Sa Nostra Vida** a **Caixabank**. Helvetia era titular de la mencionada participación a través de **Caser**.

Tras obtener todos los permisos necesarios, la operación se da por concluida. El precio de venta ascendió a 262 millones de euros, lo que supone un importante beneficio.

Esta venta se enmarca en la estrategia Helvetia 20.25 y reduce la cuota del negocio de Vida del Grupo. En paralelo, el negocio de No Vida de Helvetia se consolida con esta operación, además de con el aumento de la participación en Caser, que se llevó a cabo el verano pasado.

La III edición del Foro de Medioambiente se celebró bajo el título 'Reglas para un futuro más sostenible'. En él se profundizó sobre las claves a tener en cuenta para caminar hacia un futuro más sostenible. Ignacio Mariscal, CEO de la compañía, señaló que todavía estamos a tiempo de remediar algo que puede ser muy drástico para el planeta, e hizo hincapié en la importancia de la iniciativa privada y personal para remediarlo.

Reale aborda en el III Foro de Medioambiente las claves para un futuro más sostenible

Durante el evento, se pudo ir un paso más allá en materia de medioambiente, abordando aquello que tendrán que hacer empresas, instituciones e inversores para que sus operaciones tengan un carácter sostenible. El naturalista, escritor y divulgador ambiental, Joaquín Araujo, realizó un análisis sobre el mal uso que se hace de la palabra "sostenibilidad" y sobre la importancia de pensar y analizar el futuro que estamos construyendo.

En la primera mesa se abordó la importancia de la 'Mitigación y adaptación al cambio climático' y se hizo hincapié en que la "sostenibilidad" no se reduzca a un área de acción, sino que suponga una marca de agua sobre la que trabaje toda la compañía, siempre. La temática de la segunda mesa versó sobre la 'Economía circular y gestión de residuos', en la, entre otras cosas, se habló del gran impacto que supone el desperdicio alimenticio para el medioambiente.

'Prevención y Control de la contaminación' fue la tercera y última mesa, en la que se dialogó sobre nuevas formas de movilidad y el impacto que éstas tienen en nuestro entorno y en el sector seguros. Finalmente, se hizo referencia a la 'Protección y recuperación de la biodiversidad y los ecosistemas' y cómo utilizar la gastronomía como una herramienta para concienciar y proteger la naturaleza.

Arag da a conocer las ventajas de sus seguros de Alquiler y Ocupación Ilegal

Arag, que ha participado en las jornadas de la asociación Habitale en Madrid, ha dado a conocer las opciones que ahora pueden comercializarse de forma conjunta, a través de su herramienta digital ScoreIn.

Además, la aseguradora entregó un premio al colaborador de la asociación más activo con la compañía de seguros de Defensa Jurídica y Asistencia en Viaje.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha lanzado un nuevo spot publicitario en el que da a conocer el principio fundacional de la entidad: la necesidad de que todos los ciudadanos tengan las mismas oportunidades ante la Ley. Bajo esta premisa, la aseguradora recalca que la compañía dispone de productos para todo tipo de perfiles: familias, autónomos, propietarios de inmuebles, conductores, empresarios, entre otros.

Pilar González de Frutos, Premio a la Excelencia Profesional

La presidenta de Unespa, Pilar González de Frutos ha sido galardonada con el Premio a la Excelencia Profesional que otorga el Colegio de Mediadores de Seguros de Alicante. El jurado ha reconocido su trayectoria al frente de Unespa y su trabajo en defensa del sector asegurador.

El premio se entregó en el Congreso Mediaseguros 2022 que se celebró en el ADDA, Auditorio Provincial de la Diputación de Alicante. 'Creemos en ti' fue el lema elegido para poner en valor a las personas frente a las máquinas, para recuperar la humanidad de los seguros frente a la pérdida de identidad de muchas empresas de seguros que han "olvidado" que los mediadores somos personas y ese es nuestro mayor valor.

Pilar González de Frutos preside Unespa desde 2003, además es inspectora de Seguros del Estado. Ha sido presidenta de la Federación Interamericana de Empresas de Seguros (Fides), presidente del Consejo Social de la Universidad Complutense, miembro de un sin fin de consejos. Pero por encima de los cargos, es una persona que conoce perfectamente el sector asegurador y lo ha defendido siempre, poniendo en valor la mediación profesional, la transparencia en la gestión y el buen gobierno de las empresas.

Grupo Bárymont y Cámara Comercio de Sevilla ofrecen educación financiera para emprendedores

La Cámara de Comercio de Sevilla y el Grupo Bárymont han puesto a disposición de los socios un servicio de educación financiera para emprendedores.

El objetivo del Grupo Bárymont es educar a las personas para que adquieran los conocimientos, hábitos y habilidades para tomar decisiones responsables desde el punto de vista finaciero. Por su parte la Cámara de Comercio de Sevilla (Cocisnis) fomenta y apoya a emprendedores para que puedan poner en marcha sus ideas profesionales. En este contexto ambas han alcanzado un acuerdo para promover educación financiera adaptada a los emprendedores.

"Les ayudaremos con educación financiera, pero también haremos un seguimiento y un acompañamiento hasta la consecución de sus metas financieras. Además, la formación será totalmente adaptada a las necesidades de este colectivo tan concreto. Queremos dar cobertura a todas las necesidades que puedan tener los emprendedores, autónomos y empresas en materia financiera", destaca Miguel Angel Rodriguez, educador financiero del Grupo Bárymont y promotor de esta colaboración.

Casi diez millones de personas no entienden los contratos de seguros de Autos

Cerca de diez millones de personas, en el mejor de los casos, nunca van a ser capaces de entender lo que firman al contratar un seguro de Autos, cifra que se eleva a dieciséis millones en los condicionados más complejos. Así lo demuestra un estudio realizado por el Consejo General de los Mediadores y Cecas, con el objetivo de conocer el grado de legibilidad de los condicionados de Automóviles en España.

Estudio Legibilidad Condicionados Automóvil — mediadores Consejo General

9.875.000 personas NUNCA van a entender un condicionado de autos

	Legibilidad Fdez. Huerta	Perpiscuidad Szigriszt-Pazos	Escala Inflesz	Nivel Educativo
Compañía 2	Algo difícil	Bastante difícil	Algo difícil	Licenciatura
Compañía 8	Algo difícil	Bastante difícil	Algo difícil	Licenciatura
Compañía 9	Algo difícil	Normal	Algo difícil	Licenciatura
Compañía 5	Algo difícil	Normal	Normal	Licenciatura
Compañía 3	Normal	Normal	Normal	Bachillerato
Compañía 10	Normal	Normal	Normal	Bachillerato
Compañía 4	Normal	Normal	Normal	Bachillerato
Compañía 6	Normal	Normal	Normal	Bachillerato
Compañía 1	Normal	Normal	Normal	Bachillerato
Compañía 7	Normal	Normal	Normal	Bachillerato

Aunque los índices de legibilidad señalan como nivel medio de formación licenciado universitario, lo cierto es que el nivel de educación real para entender bien y leer con éxito un contrato de seguros de automóvil debe situarse actualmente en **licenciado/graduado en Derecho para los más difíciles** y **graduado universitario, los más fáciles** debido a tres factores: deterioro de la educación en España en los últimos decenios, lenguaje de las nuevas tecnologías y evolución negativa del nivel educativo.

Para elaborar el estudio se han tomado como muestra los condicionados de diez de las principales aseguradoras de Automóvil en España que representan al 75% de las primas. Tras su análisis, se ha determinado que las pólizas de seguro analizadas son técnicamente incomprensibles para un lector medio, tanto por tiempo de lectura como por legibilidad. Su correcta comprensión requiere un nivel medio de formación superior: graduado o licenciado universitario para los más fáciles. Los más complejos exigen haber acabado los estudios de Derecho, Económicas o similar.

El informe desvela que la velocidad media de lectura es mucho más lenta que la necesaria para leer cualquier tipo de texto académico. Se precisan entre 3 y 4 horas ininterrumpidas para leer por completo los condicionados más largos y 36 minutos para el más breve, siendo necesario tomar notas durante la lectura, para mantener el alto nivel de concentración que exigen los escritos.

En cuanto al número de palabras, llama la atención la diferencia de extensión entre contratos para trasladar similares conceptos. Mientras el más extenso usa 40.000 palabras, el más breve sólo 9.731. "Es difícil de entender que, tratándose de contratos estandarizados, una compañía necesite 77% menos palabras para explicarse que otra", ha señalado Javier Barberá, presidente del Consejo General, durante la presentación del estudio.

"No tiene sentido que, al tiempo que se exhorta al cliente a que lea detenidamente el condicionado recordándole la importancia que tiene, no se trabaje en facilitar el acceso a la información con textos más comprensibles y que en muchos casos rozan el absurdo".

"El sector debe hacer un esfuerzo por usar un lenguaje estándar que entienda la mayoría de los clientes que contratan una póliza de seguros. Aunque existen precedentes como el diccionario de términos del seguro editado por Unespa, hay que ir mucho más allá para mejorar la accesibilidad a contratos tan importantes como estos", añade el presidente del Consejo General.

Para Barberá, las conclusiones del informe refuerzan el valor de agentes y corredores de seguros cuya labor de asesoramiento al cliente es fundamental a partir del conocimiento profundo de las pólizas. "Nuestro papel es especialmente sensible cuando el usuario se debate entre contratar un seguro directamente a través de una página web, telefónicamente o acudir a una oficina o correduría".

El estudio se ha realizado a partir de tres elementos diferentes para medir la legibilidad y comprensibilidad de los condicionados del seguro de Automóvil: tiempo de lectura, que se calcula multiplicando el número de palabras por la velocidad media de lectura; legibilidad, atendiendo al tipo de tipografía (tamaño, uso de mayúsculas, negritas, cursivas…) y legibilidad lingüística (extensión de las frases y lenguaje utilizado).
Por otro lado, el Consejo General se muestra contrario a la nueva tasa por reclamaciones de los usuarios que está previsto en el reglamento que prepara el Ministerio de Economía para las reclamaciones de usuarios ante la futura Autoridad de Protección del Cliente Financiero y Asegurador. Desde el Consejo General se lo califica como "un nuevo despropósito que perjudica a los pequeños negocios y disparará las quejas al margen de su veracidad".
La propuesta del Gobierno pasa por que el mediador afronte un pago de 250 euros por cada reclamación que le afecte y se reciba en la futura Autoridad de Protección del Cliente Financiero y Asegurador, organismo que unificará los actuales servicios de reclamaciones del Banco de España, CNMV y DGSFP.
Establecer una tasa de 250 euros por cada reclamación que reciba un mediador, independientemente de su resolución, es una nueva forma de gravar la actividad de agencias y corredurías, aunque el importe lo abone la aseguradora. "Es una paradoja que la Administración sea incapaz de perseguir las infracciones graves a la Ley de Seguros y de la Competencia, que afectan a todo el sector, y ponga especial cuidado en gravar la presentación de una reclamación", afirman.
Por último, señalar que el Parlamento Europeo ha aprobado en sesión plenaria que las empresas de mediación de seguros, por debajo de 250 empleados, queden fuera del ámbito de aplicación de la normativa DORA (Reglamento de Resiliencia Operativa Digital).

Senda Vivir Seguros incorpora a socias en el Comité Ejecutivo de noviembre

Senda Vivir Seguros ha incorporado a su Comité Ejecutivo de noviembre a una representación de sus socias **Senda Brokers** para obtener su opinión sobre las necesidades y cometidos de las mujeres de @Senda Vivir Seguros en el sector.

Es una forma inmediata de dar importancia a la mujer en Senda Vivir Seguros en la toma de sus decisiones, de sus necesidades, de cómo lo hacen y de cómo crecer teniendo en cuenta la opinión de sus socias /directivas de sus #corredurías.
"La forma de influir en el cambio para promover la igualdad es que las mujeres también participen de alguno de nuestros comités ejecutivos para estar más cerca de la realidad desde todas las perspectivas que sean posibles para acertar en hacer una Senda Común y en las decisiones importantes para tener en cuenta sus iniciativas y opiniones sobre las acciones del grupo", ha comentado Joaquín Tabernero, consejero delegado de Senda Vivir Seguros.

La innovación impregna la Semana Mundial del Colegio de Barcelona

La Semana Mundial 2022 se presentó con una propuesta renovada. El acto organizado por el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona estuvo dedicado a la actitud innovadora.

Pau Garcia-Milà, emprendedor y experto en innovación, fue el responsable de conducir el evento, además de compartir su concepto de innovación en una breve ponencia.
Entre las novedades de esta edición, los asistentes, gracias a escanear con el móvil el código QR que aparecía en cada acreditación, se establecía una conexión a un espacio web en el que se fueron activando diversas opciones a lo largo del acto.
El presidente del Colegio de Barcelona, Francesc Santasusana, hizo un repaso de algunos aspectos de la actualidad del sector, de la situación económica y destacó la importancia de la innovación como motor de futuro para la mediación de seguros. Santasusana insistió en la importancia de la innovación y la capacidad de adaptación para afrontar el futuro con garantías porque "hemos demostrado nuestra fortaleza, pero no somos inmunes".
Las compañías patrocinadoras del evento, presentaron su visión sobre la innovación en una serie de charlas TED de 8 minutos de duración.
En otro orden de cosas, el Colegio de Barcelona ha lanzado un vídeo con la campaña '¿Para qué sirve un mediador de seguros?' en el que se habla del seguro de Decesos, uno de los productos aseguradores más populares.
El vídeo es una pieza divulgativa sobre el valor que aportan los agentes y corredores en el seguro de Decesos y que los mediadores que lo deseen pueden compartir con sus clientes. Asimismo, todos los canales de comunicación del Colegio han difundido contenidos en los que se profundiza sobre el papel de los mediadores en la contratación y gestión de este producto asegurador.

La correduría Nexo se incorpora a Centerbrok

Nexo Correduría de Seguros ha decidido su incorporación a Centerbrok para fortalecer sus servicios. Con sede central en La Coruña, dispone de 7 oficinas en Galicia y Valladolid y factura 1,5 millones en comisiones y honorarios.

Para Fernando Castellanos, CEO y director general de Centerbrok, "la incorporación de Nexo nos fortalece como organización por su experiencia y solvencia profesional en el mercado y nos ayudará a mejorar nuestros servicios por su amplio conocimiento". EL acuerdo alcanzado deja la puerta abierta a una posible incorporación de Nexo como socio de Centerbrok.

Espabrok, comprometida con la igualdad

La iniciativa #MujeresEspabrok tiene como hoja de ruta un calendario de acciones cuyo objetivo es visibilizar el talento femenino del sector Seguros. Una de las primeras acciones ha sido el lanzamiento del Sello de Compromiso con la Igualdad de **Espabrok**, basado en el cumplimiento del Decálogo diseñado por la organización, que garantiza que sus corredurías activan todas sus palancas para alcanzar dicha certificación.

El sello tiene carácter anual, renovable, y no solo velará por los intereses de las mujeres del sector en materia de igualdad de género, sino que supondrá una vía de impulso a la retención y atracción de talento en el mercado.

"Estamos convencidos que el compromiso con la igualdad no solo hay que decirlo, sino que hay que tangibilizarlo vía acciones concretas. No se trata de dar privilegios a las mujeres, sino de no ponerles trabas o barreras", han declarado Ana Garnelo, Lola Ayala y Luis López Visús, integrantes del Comité Mujeres Espabrok.

En otro orden de cosas, Espabrok y **MPM Software** han tratado la estrategia tecnológica y de innovación 2023 y planificado los nuevos proyectos a desarrollar e implantar para toda su red de corredurías durante el próximo año. Entre los principales proyectos que se abordarán durante 2023 destaca la optimización de los procesos de apoyo a la venta y distribución mediante la implantación de TarifAI, la nueva generación del multitarificador de MPM Software, que se lanzará al público en 2023.

Además, se implantará la nueva plataforma Elevia eClient, una solución diseñada para que las corredurías puedan prestar servicios online de forma desasistida a todos sus clientes y ofrecerles un espacio de consulta, de soporte, de preventa y postventa 24x7.

Por último, y debido al notable crecimiento que está experimentando Espabrok, en 2023 la tecnológica realizará el proceso de integración y la puesta en marcha de nuevos asociados mediante la solución Elevia by Espabrok, específicamente ajustada a las necesidades y forma de trabajar de la asociación. Entre los servicios que prestará MPM estarán la ejecución de los servicios de migración de información, la integración en el sistema Elevia by Espabrok y el desarrollo de un programa formativo y de certificación en el uso de la herramienta para los usuarios de las diferentes nuevas corredurías que se adherirán en 2023.

Por último, señalar que Espabrok compartió con Veit Stutz, CEO **Allianz**, los pilares de su estrategia para los próximos años, con el foco en el crecimiento selectivo, orientación 360º clientes, estabilidad acuerdos, digitalización y RSC.

Ambas entidades analizaron las previsiones de evolución del negocio identificando claras oportunidades de crecimiento, donde la inversión en el talento de los equipos, la tecnología, el desarrollo de productos, la autonomía en la toma de decisiones y el aprovechamiento de los datos establece la hoja de ruta para consolidarse como referentes del mercado.

Alcabala Brokers celebra una jornada sobre educación y planificación financiera

Alcabala Brokers ha celebrado una jornada online sobre educación financiera, organizada por **Correduidea**. En el evento, inaugurado por Víctor Delgado, secretario general de Aemme, se habló de la importancia de ayudar a todas las empresas en su desarrollo.

Pablo Jiménez de Liébana, responsable financiero de Alcabala Brokers, compartió la situación de los mercados y la planificación financiera, de la cuál es experto. "El sistema financiero, no es ni más ni menos que un conjunto de instituciones, medios y mercados cuyo fin es canalizar el ahorro. El que podemos tener de manera privada o de empresas, a aquellos que demandan esa necesidad de liquidez. Con el objetivo de garantizar una asignación correcta de esos recursos y facilitar una estabilidad económica"

Julio Sáinz, vicepresidente de la Red de Auditores ADN & GRM Audit, dijo que "a los financieros nos gusta analizar los libros de cuentas, para darnos cuenta dónde está y dónde no está el negocio y las cargas de la empresa. Una vez obtenida esta información, se pueden filtrar las posibilidades y la estrategia a presente y futuro"

Para Manuel Morales, gerente de Alcabala, "educar y asesorar financieramente a la sociedad es más importante que nunca. Desde Alcabala Brokers, tenemos claro que necesitamos trasladar ese conocimiento, para que empresas y particulares, puedan tener la voluntad propia sobre su situación económica".

Los colegiados castellonenses reciben formación sobre habilidades comerciales

El **Colegio de Mediadores de Seguros de Castellón** y **Fiatc** han desarrollado el curso 'Vender seguros en el siglo XXI. Habilidades comerciales y técnicas de ventas para el nuevo asegurado'.

Joan Sebastià Rodríguez, especialista en formación para desarrollar talento y conocimientos, recordó que "el perfil del cliente ha cambiado radicalmente, por lo que los mediadores, como comerciales, han de adaptarse a los nuevos paradigmas y mejorar sus habilidades de mercado".

El curso profundizó en la mejora de dichas habilidades, así como en su adaptación a las nuevas técnicas de venta emocionales, desarrollando competencias como la comunicación, la orientación al cliente, la orientación a resultados, la adaptación al cambio y el liderazgo.

En otro orden de cosas, **SegurCaixa Adeslas** ha recibido el Premio Rotllo del Colegio de Castellón.

Nuevos nombramientos en la Junta Directiva de Adecose

Adecose ha adoptado cambios organizativos en la última reunión de la Junta Directiva. Juan Ramón Plá seguirá vinculado a la Junta Directiva al haber sido nombrado vocal extraordinario del área internacional; y David Salinas, director general y socio de EPG Salinas, ha sido designado nuevo tesorero de Adecose.

Salinas es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Córdoba y cuenta con un Programa Superior de Empresas Familiares por el Instituto de Empresa y es director general EPG Salinas.

Por su parte, desde la asociación destacan la relevante labor que desempeña Juan Ramón Plá en Europa, al ostentar la vicepresidencia de la Federación Europea Bipar y ser miembro del Grupo de Interés de Seguros y Reaseguros (IRSG) de Eiopa y presidente del European Forum for Insurance and Financial Intermediation.

"Seguiremos contando con su inestimable ayuda e interlocución privilegiada en materia de legislación y normativa europea que afecta a las corredurías de seguros", ha señalado Martín Navaz, presidente de Adecose.

Por otro lado, la Junta Directiva de la asociación ha aprobado la incorporación de tres nuevas corredurías: **Arrenta Quarto Pilar, Smart Insurance** y Solosegur, con las que suma quince nuevas entradas en 2022.

En otro orden de cosas, Adecose ha dado a conocer que según los datos económicos y de empleados del ejercicio de 2021, las 158 corredurías que conforman la asociación consolidan la posición de liderazgo en el canal corredor, puesto que mueven 9.775 millones de euros en primas intermediadas de seguro, de las cuales 7.419 millones de euros pertenecen a primas No Vida y 2.356 millones de euros a Vida. Asimismo, hay que sumar 1.917 millones de euros de primas intermediadas en reaseguro, lo que supone un 100% de la cuota de mercado. Los ingresos totales de los socios de Adecose alcanzan ya los 1.598 millones de euros: 1.491 millones de euros en No Vida y 107 millones de euros en Vida.

Estas cifras confirman el peso que tiene Adecose en el mercado del canal corredores, el cual alcanza un total 13,9 mil millones de euros y unos ingresos de1.674 millones de euros según los datos recogidos en el informe del sector de la DGSFP de 2021 y en el Estudio de la Mediación de ICEA que incluye la cartera de seguros de las Comunidades Autónomas. Teniendo en cuenta estos números, la asociación lidera la cuota de mercado del canal corredores con un 70% de las primas intermediadas.

En el ámbito laboral, las corredurías asociadas dan trabajo a unas ocho mil personas.

Por último, cabe destacar el acuerdo suscrito entre Adecose y las agrupaciones Cojebro, Espabrok, Senda Vivir Seguros y WTW Networks, con lo que la representación institucional de Adecose está respaldada por más de 400 corredurías del mercado español.

Summa analiza la distribución de seguros en el CEO International Conference

Summa ha participado en el fórum CEO International Conference, celebrado en Ámsterdam. Con la participación de consejeros delegados de toda Europa, Sudamérica y Centroamérica, el foro ha servido para constatar la consolidación del sector de la distribución de seguros en todo el mundo occidental y el surgimiento de nuevos modelos.

En su intervención, Jose Antonio Vargas, CEO de Summa, destacó el modelo único y pionero de la correduría. "Se trata de trabajar en la integración, las sinergias, la cultura, y sobre todo el crecimiento, de la mano de emprendedores con aspiraciones superiores. En definitiva, trabajar para el largo plazo, la solidez y la sostenibilidad. Es decir, construir y crear, lo que implica invertir fuertemente no solo en tecnología sino en talento".

"No nos preocupa el boom de capital riesgo, lo nuestro es a largo plazo. No competimos, pues somos modelos diferentes", afirma Vargas.

Por otro lado, apuntar la integración de las corredurías **Multialgaida** y **Miranda_Brok_** en Grupo Summa.

Cleverea distribuirá un seguro de Autos modular a los corredores asociados de WTW Networks

WTW Networks ha llegado a un acuerdo con **Cleverea** para la distribución de un producto de Autos modular, diseñado en exclusiva para los 55 asociados de la alianza y con ventajas específicas para ellos.

Aunque el método de suscripción de la insurtech ya es 100% digital, desde la Alianza está previsto incorporar este producto en formato webservice a su plataforma tecnológica Willplatine en un futuro próximo. Igualmente, no se descarta ampliar, más adelante, el acuerdo a otros productos que han irrumpido en el escenario asegurador, como flotas de patinetes o bicicletas, entre otros.

En otro orden de cosas, WTW ha abierto su nueva sede en Barcelona, situada en la Rambla Catalunya, 53, y cercana a la antigua ubicación de la compañía en la ciudad condal.

El seguro pagó 2.320 millones de euros por catástrofes naturales en 2021

Los costes derivados de las catástrofes naturales ocurridas en España en 2021 ascendieron a 3.600 millones de euros, de los que 2.320 millones de euros estaban asegurados y el tercio restante sin asegurar, según los datos del primer Barómetro Anual de Catástrofes 2021 de la Fundación Aon España, presentado en el Instituto de la Ingeniería de España durante el VII Simposium del Observatorio de Catástrofes.

Los 2.320 millones pagados en indemnizaciones aseguradas por estos fenómenos extremos han sido, en euros constantes, un 74% superiores a los importes pagados en 2020 (1.331 millones de euros) y un 29% superiores a los de 2019 (1.800 millones de euros), lo que hace que 2021 se sitúe como el peor ejercicio de los últimos seis años.
El coste asegurado en 2021 ha sido el mayor del periodo 2016-2021 debido especialmente a los daños provocados por la erupción del volcán de La Palma, que supuso la gestión de más de 10.000 expedientes, con un coste superior a los 230 millones para el Consorcio de Compensación de Seguros, un siniestro volcánico al que nunca se había enfrentado el sector asegurador español. Otros desastres, como la tormenta Filomena, las Danas, el pedrisco, las inundaciones o los incendios forestales, han contribuido a engrosar la factura económica, especialmente en último trimestre del pasado año.
Las catástrofes naturales provocaron que las empresas españolas dejaran de ingresar de forma directa alrededor de 1.500 millones de euros corrientes. El 99% de esta pérdida se concentró en actividades agrícolas y ganaderas, con diferencia el sector más expuesto a los fenómenos meteorológicos.
El impacto negativo de los desastres producidos en 2021 en la economía española se elevó hasta los 1.126 millones de euros, en valor constante, equivalente al 0,1% del PIB. Del total, unos 386 millones de euros fueron de impacto directo y 740 millones de impacto indirecto e inducido sobre otras empresas de la cadena de valor.
Los capitales asegurados han crecido sistemáticamente, pasando de 1.600 millones de euros en 1990 a 6.000 millones de euros

en 2021, según los datos que ha facilitado Francisco Espejo, subdirector de Estudios y Relaciones Internacionales del Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) durante su intervención en el VII Simposium del Observatorio de Catástrofes de la Fundación Aon. En ese tiempo, el número de pólizas cubiertas por seguros pasó de 15 millones a cerca de 60 millones.
En España, la mayor siniestralidad por catástrofes naturales entre 1990 y 2021 se produjo en 2009, con unos costes por indemnizaciones de unos 860 millones de euros, según datos del CCS. En los últimos 31 años, el 67,4% de los daños se produjeron por inundaciones; el 17,4%, por viento; y el 6,9%, por terremotos. El resto se lo reparten la erupción volcánica de la isla de La Palma, el terrorismo y otros desastres provocados.

El 25º aniversario de Alkora, que se celebró en el Hotel Palace de Madrid, fue el acto elegido por su presidente, Julio de Santos, para decir que seguirán creciendo a través de las adquisiciones.

Alkora seguirá creciendo a través de la adquisición de correduría

Tras la proyección de un vídeo en el que se resumía la historia de estos 25 años de vida de la correduría, De Santos se refirió a los tiempos convulsos por los que está pasando el sector. Especialmente las compras de correduría que están haciendo los fondos de inversión, que se han dado cuenta "de que las correduría bien gestionadas representan un valor muy rentable y estable en situaciones de cambios y crisis". Julio de Santos confirmó que Alkora tiene pensado seguir creciendo de una forma orgánica y con adquisiciones "pero sin hacer locuras. Siempre valorando la especialización y la territorialidad de las correduría que adquirimos".
Por su parte, el consejero delegado de Alkora, Carlos Real de Asúa, agradeció el trabajo que han realizado los equipos.

El Colegio de La Coruña inaugura el Curso Semipresencial Bianual de Ibips

El presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña, Juan Manuel Sánchez-Albornoz, inauguró la primera convocatoria del Curso Semipresencial Bianual de Ibips, de 50 horas lectivas.

El Colegio lo ha organizado para cumplir con las nuevas exigencias derivadas del Real Decreto-ley 3/2020, que establece requisitos adicionales en relación con la distribución de productos de inversión basados en seguros, con respecto a la información previa a facilitar a los clientes, prevención de conflictos de interés, análisis de idoneidad y adecuación e información a los clientes. Asimismo, el curso se distribuye en dos anualidades, con la finalidad de acreditar las 25 horas de formación continua obligatorias de los años 2022 y 2023.
La formación teórica del curso Ibips se complementa con clases magistrales impartidas por ponentes expertos de las entidades colaboradoras del Colegio, y profesorado de la UDC, con el fin de aportar valor y experiencias reales a la acción formativa.
Por otro lado, Asefa Seguros celebró su 50º aniversario con una visita institucional al Colegio.

Montoro aboga por que el sector del Seguro haga de 'punta de lanza' en la recuperación económica

Los Colegios de Mediadores de Seguros de Zaragoza y Teruel arrancaron sus XI Jornadas Técnico-Formativas con invitados del más alto nivel que abordaron temas como la economía, la mediación y la tecnología. Entre ellos ha estado el exministro de Hacienda y Administraciones Públicas, Cristóbal Montoro, que se mostró a favor de que el sector asegurador fuera la 'punta de lanza' en la recuperación económica.

La primera jornada comenzó con la conferencia inaugural del director del Instituto Atlántico del Seguro, Adolfo Campos, centrada en 'La distribución de seguros en los años veinte'. Tras él, dos miembros de la Unidad Orgánica de la Policía Judicial de la Guardia Civil, Enrique Merín y Estela Martínez, informaron sobre los peligros del *phishing*, un nuevo modelo de estafa que abre las puertas al fraude a nivel global.

Posteriormente, se realizó una entrevista a Cristóbal Montoro, economista y exministro de Hacienda. "Estamos en una situación difícil, una época marcada por la incertidumbre con dos crisis que no son económicas; la crisis de la pandemia, cuyas consecuencias aún no han acabado, y la crisis derivada de la guerra de Ucrania", señaló Montoro. Sin embargo, en su opinión, la reacción de los bancos centrales ha sido "muy positiva" y los fondos *Next Generation* de la Unión Europea "significan una oportunidad para que la salida de esta crisis sea también diferente en el sentido de que sea una salida más de economía sostenible, digitalización y, en ese sentido, con mayor equilibrio social".

Con respecto al sector del Seguro, Montoro ha destacado que va a ser muy relevante en esta situación de incertidumbre "porque nos aporta seguridad y en ese terreno el seguro tiene que ser uno de los sectores que haga de 'punta de lanza' para conseguir y alcanzar una recuperación económica cuanto antes". Un sector que, además, se está viendo reforzado por los tipos de interés en positivo.

Alejandro Izuzquiza, director de Operaciones del Consorcio de Compensación de Seguros, dijo que "sobre todo, queremos que los mediadores sepan que el Consorcio está ahí para complementar el seguro privado". Se le trasladó la principal preocupación del seguro aragonés que es "la dificultad para asegurar determinados riesgos de sectores concretos de la economía", algo de lo que ha tomado nota para, "aunque no es la función del Consorcio", tenerlo en cuenta y que este problema no pase de coyuntural a estructural.

El corredor Eustaqui Cobacho se integra a Cobertis

En noviembre se ha hecho efectiva la integración de la cartera del corredor de seguros Eustaqui Cobacho Antunez (ECA) a Cobertis.

La integración se ha llevado a cabo a través del programa de expansión Cobertis Next, que permite a otros profesionales del sector de los seguros dar un salto cualitativo en su negocio o bien trazar un plan de continuidad del mismo en caso de jubilación. Con ésta, ya son tres las integraciones que Cobertis ha llevado a cabo este año, llegando a alcanzar sus comisiones hasta sobrepasar los 3.2 millones de euros.

Insure Brokers, presente en la IV edición de Norbienestar

Insure Brokers estuvo presente en la cuarta edición del congreso Norbienestar, donde se analizó la interacción entre la salud mental, aspectos psicosociales, los relativos a la salud y bienestar en un sentido físico, y variables de carácter social.

La correduría dispuso de stand, donde explicaron y detallaron diferentes soluciones de seguro tanto para particulares como empresas de economía *silver* o tercer sector. En esta ocasión, una de las soluciones sobre la que más preguntaron fue sobre la hipoteca inversa, donde actualmente la correduría tiene abiertas varias operaciones esperando culminarlas en breve. La teleasistencia con el seguro de hogar fue otra de las cuestiones que los asesores explicaron a las personas que se acercaron al stand.

Por otro lado, ya está disponible el producto de accidentes ocio de Liberty Seguros en el asistente virtual de Insure Brokers. Durante los meses de verano, 'Micro' ofreció a su cartera en la fase de prueba, las cotizaciones de los 3 paquetes predefinidos de la compañía con un regalo de promoción consistente en un cheque de combustible por un importe de 20 euros, por la contratación del seguro.

También Micro incorpora una nueva funcionalidad para cotizar y recibir las garantías en PDF para contratar seguro de *buggy*. En esta nueva opción, se puede personalizar el nombre del tomador, la fecha de efecto y el resultado con la prima, se puede recibir por email o descarga directa en el navegador.

En los próximos meses, Micro también dispondrá de un cotizador de ciberriesgo, que estará enlazado a la *landing* creada específicamente y que ya está funcionando dentro del dominio Insurebrokers.es.

El Colegio de Valencia ofrece una *máster class* sobre accidentes con daños personales

El **Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia** ha ofrecido la máster class 'Accidentes de circulación con daños personales: evolución del sistema legal de valoración y los convenios de asistencia sanitaria', impartida por Carlos Miranda, director de Daños Personales y Reaseguro de **Pelayo** y profesor del Curso de Acceso a la Mediación en **ICEA**.

Miranda expuso los antecedentes del sistema de valoración, para seguir con la evolución y problemas de aplicación práctica en este ámbito. También detalló diferentes cuestiones procedimentales y de gestión, y el sistema de valoración de daños y perjuicios. Así como los convenios de asistencia sanitaria que se mantienen en la actualidad.

Por otro lado, el Colegio de Valencia acogió la duodécima edición del Encuentro de Corredores de **Previsora General**. Sergio Alonso, director comercial Canal Mediador de la aseguradora expuso el bloque centrado en el seguro de Convenio Colectivo tanto en su ámbito de aplicación, como en sus indicadores, e hitos legales.

Fernando Heine, director Territorial Levante - Canarias de la entidad, habló sobre los riesgos personales del autónomo y las soluciones aseguradoras que tienen a su disposición; mientras que Alberto Esteban, responsable de Cuentas - Levante de la compañía, introdujo la herramienta web 'Mediador Digital PG'.

El Encuentro finalizó con el taller 'El equipo proveedor-cliente para aumentar ventas', a cargo de Edu Muñoz, economista y coach individual y de equipos, que insistió en poner por encima de todos los factores el trabajo en equipo, además de poner en valor el trabajo de asesoramiento del mediador. Felicidad, ventas, equipo y motivación fueron los ejes de su intervención, ofreciendo herramientas "como la valentía, salir de la zona de confort, auto observación, valoración de las decisiones y, sobre todo, auto escucha interior", subrayó.

En otro orden de cosas, la **Fundación Mediaseguros de la Comunidad Valenciana**, con la colaboración de la Consejería de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, ha celebrado una nueva jornada formativa sobre sostenibilidad y responsabilidad social, con la participación de **Zurich Seguros**.

Desde la Fundación Mediaseguros se han impulsado siete compromisos sociales encaminados a generar una simbiosis positiva con la sociedad ofreciendo principios y valores firmes y sólidos que mejoren la calidad de vida de las personas.

Desde Zurich, Vicente Segrelles mostró el compromiso social corporativo que mantiene la compañía con el conjunto de la sociedad y las acciones de sostenibilidad que cuentan con el apoyo y el impulso de la Zurich Foundation.

Por último, señalar que con motivo del 50º aniversario de **Asefa Seguros** una delegación de la entidad visitó el Colegio de Valencia.

El Colegio de Toledo explica el papel de la mediación como salida profesional

El Colegio de Mediadores de Seguros de Toledo ha impartido dos sesiones formativas en la Universidad Laboral a alumnos de FP de Administración y Finanzas para divulgar la especialización en el ramo de Seguros la importancia de la mediación como salidas profesionales para jóvenes castellanomanchegos.

El objetivo del Colegio es proseguir en la formación de nuestros jóvenes a través de planes formativos reglados, como posibilita la FP Dual, líneas de actuación abiertas en estos momentos entre la Institución Colegial y la consejería de Educación de Castilla-La Mancha.
Las clases fueron impartidas por el presidente de la institución toledana, Enrique García Mérida, quien puso en valor la trascendencia de la intermediación de seguros, que en nuestro país supone en los últimos años algo más del 80% del volumen total del negocio en el sector asegurador, además de ser una fuente importante de empleo en la economía.

Unipoliza pone en valor el seguro de Comunidad

Unipoliza recuerda que, de la misma manera que aseguramos nuestros coches y hogares o nos preocupamos por nuestra salud, es importante contratar un seguro para nuestra comunidad de propietarios o vecinos.

Ahora que las bajas temperaturas y nevadas inesperadas están a la vuelta de la esquina, la correduría recomienda no limitar los fondos del presupuesto y buscar soluciones para poder contratar prestaciones tan esenciales como la responsabilidad civil y, sobre todo, los daños por agua, que es la incidencia que mayor número de siniestros produce en las comunidades de propietarios, además de otras coberturas importantes como incendio o fenómenos eléctricos.
En otro orden de cosas, la correduría ha alcanzado el millón de visitas en su web, después de 10 años dedicados a transformar su modelo de negocio hacia la digitalización y desarrollar la experiencia web.

Ruiz Re patrocina la presentación del Cámara Business Club de Alicante

Ruiz Re ha patrocinado la presentación del Cámara Business Club de Alicante con la presencia de Juan Carlos Ferrero. El objetivo es: "reactivar la Cámara, mejorar y ampliar los servicios que ofrece y que las empresas sientan que son parte activa y fundamental de la institución, para así recuperar el peso y la influencia del empresariado de la provincia y que se nos tenga en cuenta allí donde se toman las decisiones que nos afectan".

Con este objetivo han presentado el nuevo Cámara Business Club, una estructura que, en palabras de su vicepresidente Jesús Navarro, pretende "ser el punto de unión de los empresarios alicantinos, un foro de debate y encuentro con el fin común de visibilizar y explotar el potencial del tejido empresarial alicantino, promoviendo a nivel global las ventajas competitivas de la provincia".

La correduría Nogal prevé facturar 6,5 millones este año

Correduría Seguros Nogal prevé alcanzar los 6,5 millones de euros de facturación este ejercicio. Esta cifra supone un incremento del 22%, con respecto a 2021.

En el balance anual de la compañía ha tenido un peso importante la consolidación de la figura del colaborador, canal al que ya se han sumado más de un centenar de pymes y autónomos: "Cada vez son más las pymes y autónomos interesados en colaborar con nuestra correduría porque es una manera de rentabilizar su cartera de clientes y trabajar la fidelización, al ofrecerles seguros que les pueden interesar. Desde nuestra correduría ponemos a su disposición nuestro equipo de *call center* y gestores especializados en seguros, sin que suponga esfuerzo o inversión por parte del colaborador", detalla Rubén Rueda, CEO de Correduría Seguros Nogal.

A día de hoy, la correduría se encuentra entre las 59 primeras por volumen de negocio, según el último estudio 'Estado Económico-Financiero de las Corredurías Españolas', publicado por Inese.

Con más de 300 profesionales, entre empleados y colaboradores, la compañía ha centrado este año su estrategia de negocio en la integración de carteras de corredurías: "Nos estamos encontrando con corredurías que no tienen relevo generacional y una solución es externalizar su negocio y ahí es donde nos encuentran a nosotros, dotados de equipo comercial, de atención al cliente y de retención especializado en el sector seguros", detalla Rueda.

El Encuentro Asegurador de Colmedse hace hincapié en la necesidad de colaborar entre los corredores

En el pasado Encuentro Asegurador 2022 organizado en Sevilla por el Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla (Colmedse), José Antonio Buzón, gerente de Cohebu, señaló que "ante la situación actual del mercado, es necesaria la colaboración, integración y franquicia como soluciones de futuro para poder subsistir".

Buzón destacó la importancia de tener al alcance las herramientas, procesos y servicios diferenciales como asesoramiento jurídico, financiero, peritaciones, desarrollo de negocio, etc., que ayuden a optimizar y hacer crecer la cartera de clientes, de la mano de una estrategia individual y personalizada creada para cada caso.
Cohebu empezó con el proceso de integrar corredurías "porque muchos compañeros mediadores no podían colocar pólizas de seguros y comenzaron a pedirnos ayuda para colocar riesgos que no podían realizar ellos. administradores de fincas, asesores fiscales, laborales, agencias de viajes, concesionarios, etc. nos pedían el soporte que sus clientes necesitaban y empezamos a ayudarles en la gestión de riesgos externos a nuestra correduría", comentó José Antonio Buzón.
La correduría está preparando para el primer trimestre de 2023 su convención anual, en la que dará entrada a nuevos colaboradores y en la que presentará su estrategia de negocio 2023-25.
Por otra parte, Colmedse ha premiado a Plus Ultra Seguros con los galardones a 'Mejor Compañía de Corredores 2022' y 'Mejor Compañía 2022' en el marco de su Encuentro Asegurador 2022. José María Moreno, presidente del Colegio de Córdoba, Huelva y Sevilla, dijo que "esta compañía ha demostrado con creces su empeño en trabajar en pro de la actividad mediadora, con el objetivo de contribuir y fomentar el ejercicio de la profesión".

Pedro Manzano dirigirá la oficina de Aon en San Sebastián

Aon ha incorporado a Pedro Manzano para liderar la compañía en San Sebastián, reportando a Jaime Escudero, director regional País Vasco y Cantabria.

Manzano cuenta con una amplia experiencia de más de 30 años en distintas aseguradoras y corredurías, en puestos de responsabilidad comerciales y de dirección.

Arag instruye sobre defensa jurídica a los colegiados murcianos

Arag ha realizado una jornada formativa de Defensa Jurídica para pymes en el **Colegio de Mediadores de Seguros de la Región de Murcia**. El curso tuvo como ponente a Juan Dueñas, director territorial de la aseguradora.

La compañía acercó, por primera vez a los mediadores de la región, la Defensa Jurídica como un valor añadido a la oferta de seguros para el pequeño y mediano empresario.

ACS-CV pone en valor la figura del corredor en su última campaña

ACS-CV ha presentado 'El misterio de los seguros', una campaña en clave de humor y con un estilo cinematográfico para dar a conocer y poner en valor la figura de los corredores de seguros.

"En ACS-CV sabemos que elegir seguro es muy complicado, para la mayoría de las personas y empresas podemos decir incluso que es un 'misterio'. Queríamos poner en valor la figura del corredor de seguros como asesor independiente y de confianza, y que la gente considere consultar con un corredor antes de contratar un seguro, pero queríamos contarlo de una forma diferente y atractiva. Así surge 'El misterio de los seguros'', destacan desde la asociación. Con esta campaña la asociación busca informar, pero también diferenciarse de otras figuras como los agentes de compañías o bancos. Entre las ventajas de asesorarse con un corredor de seguros está la atención personalizada, la independencia, la posibilidad de elegir un seguro de cualquier compañía o la defensa del asegurado en caso de conflicto con la compañía.

La campaña se compone de un spot principal y diferentes gráficas que podrán verse en autobuses, metro y diferentes medios digitales invitando a entra a la web donde podrán saber más sobre la figura del corredor y contactar con el corredor de ACS-CV más cercano a su zona. Asimismo, ha dado a conocer la campaña a sus corredurías asociadas. Se trata de un plan de medios que, en el ámbito online, constará de una campaña publicitaria en Google con los diferentes mensajes desarrollados, así como en los principales periódicos de la Comunidad Valenciana. En soportes físicos se centrará en diferentes líneas de autobús de la EMT de Valencia y en paradas de Metrovalencia: Estos elementos también estarán disponibles en diferentes formatos para las oficinas de las corredurías asociadas, que podrán personalizar todos los elementos con el propio logotipo.

Coseba da luz verde a su Observatorio

La correduría Coseba 1986 ha anunciado la puesta en marcha de su Observatorio Coseba, un mecanismo que ayudará a la compañía a permanecer en continua vigilancia y observación tanto del funcionamiento interno, en aras de la excelencia y cumplimiento de valores corporativos, como del desarrollo del mercado y las oportunidades que de él puedan surgir.

El Observatorio pone el foco principalmente en la incorporación de productos disruptivos de una alta demanda, así como en el desarrollo tecnológico, aumentando la productividad mientras se responde de una manera más efectiva a la demanda del mercado.
En el ámbito interno, se centra en el trabajo continuo para cumplir con los principios corporativos, siendo fieles a los valores de la marca (respeto a las personas, respeto a las normas, transparencia y vocación de empresarios). Como primera iniciativa que desarrollada en el marco del Observatorio, Coseba ha incorporado en el último trimestre de 2022 un proceso de auditoría interna, cuya misión fundamental es la de verificar y optimizar los procedimientos y circuitos internos de trabajo.

Mediadores navarros se congratulan de la "buena salud" del sector pese a las crisis

El Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra ha celebrado un desayuno con las aseguradoras para analizar el sector de la mediación tras la pandemia y ante la crisis inflacionista que estamos viviendo.

A lo largo de dos horas, representantes y miembros de la Junta Directiva hablaron principalmente de la situación del sector y de la dificultad actual de asegurar ciertos riesgos. Pese al bache de la pandemia, que también sufrió la mediación, la facturación del seguro aumentó un 5,7% hasta el pasado septiembre. Es decir, que ha recuperado la senda de crecimiento de 2019.
Se habló de promover la cultura de la gerencia de riesgos en el mundo empresarial desde el Colegio de Navarra. Además, se abogó por "mejorar la interlocución con las compañías" y "tener canales más directos" para solucionar los siniestros y aumentar la eficiencia laboral de corredores y agentes de seguros.
"El sector de la mediación es fundamental para el funcionamiento de otros sectores y, a veces, no somos conscientes del papel determinante que jugamos. Deberíamos ir con la cabeza bien alta", afirmó la presidenta del Colegio, María Castañeda.

Howden defiende no limitar el fomento de la diversidad al género

Rubén Martínez, director general en Howden Iberia ha defendido el valor de la persona sin adjetivos y la necesidad de "dejar de etiquetar para crear ecosistemas en los que fluya el talento", además de ponerse el reto de llegar a sustituir la palabra "diversidad" por "inclusión", durante su participación en la mesa redonda 'El compromiso por el talento sin género de la Alta Dirección', organizada dentro de FactorW Diversity Summit 2022.

Martínez ha incidido en que es fundamental no limitar el fomento de la diversidad al género, "la convivencia de distintas generaciones es uno de los retos más complejos" y ha explicado cómo 'People first' y 'All of us' están entre los principales lemas de su compañía, que ha optado por "palabras totalmente neutras para abordar la relación con sus empleados".

Ofreciendo cifras de su propia empresa, ha señalado que es la mejor forma de que "el porcentaje del 56% de mujeres que hay ahora mismo en Howden se vea cada vez más reflejado en los órganos de dirección". Y como herramientas para lograr este objetivo ha recomendado la escucha y una relación bidireccional fluida con la alta dirección.

En este sentido, Howden Iberia ha sido reconocida por su labor de inclusión social y su compromiso con la diversidad en los Reconocimientos Empresas Inclusivas, de la Fundación Prodis. Un galardón que homenajea a las empresas que contratan personas con discapacidad intelectual. Esta Fundación, nacida en el año 2000, tiene como fin ayudar al desarrollo de jóvenes con discapacidad intelectual y en su integración laboral y social.

Por último, señalar que la correduría ha inaugurado su nueva sede en Vigo, ubicada en la Zona Franca en Bouzas.

La correduría Grupo 10 celebra su X Convención en Sevilla

Grupo 10 ha celebrado su X Convención coincidiendo con su décimo aniversario, en Sevilla, cuna del nacimiento de esta correduría.

Su presidente, Miguel Orellana, agradecía todo el esfuerzo, ilusión, confianza y profesionalidad que en estos años se han dado para llegar hasta aquí. Un proyecto a muy largo plazo que se comienza a ver con los relevos generacionales. En este sentido, se ha rendido homenaje a Jacob Saborido y Pedro Ramos, en reconocimiento a una vida dedicada al mundo del seguro, "ejemplo de profesionalidad, trabajo, seriedad, humildad y honradez". Su jubilación trae consigo el relevo en sus hijos, Miguel Saborido y Pedro Ramos.

Marsh España incorpora a Javier Bustos como Head of Affinity Sponsors

Marsh ha anunciado la incorporación de Javier Bustos como Head of Affinity Sponsors y tendrá la responsabilidad de implementar y desarrollar ese negocio, enfocado en la distribución masiva de seguros mediante acuerdos con corporaciones que cuentan con grandes bases de clientes, principalmente, entidades financieras, operadores de telecomunicaciones, comercializadoras de energía, grandes retailers, y la industria de viajes.

Bustos cuenta con más de 25 años de experiencia en multinacionales de la industria aseguradora y financiera desarrollando este tipo de modelos de distribución masiva de seguros. A lo largo de su trayectoria profesional ha ocupado posiciones de liderazgo a nivel local e internacional en compañías como Willis Towers Watson (WTW), ACE Group (actualmente Chubb) y American Express.

Es licenciado de Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid y ha realizado el Programa de Alta Dirección de Empresas (PADE) del IESE, y es Mediador de Seguros Titulado.

ACSA felicita a Divina Seguros por su campaña de descuentos para jóvenes

La Asociación de Corredores de Seguros de Andalucía (ACSA) ha trasladado a la compañía Divina Seguros su felicitación por la campaña y vídeo 'Tener'.

Los corredores andaluces valoran la sensibilidad social de la compañía al implementar una campaña de descuentos especial para un colectivo que se encuentra en una situación de carencias de forma genérica.

Resaltan la calidad y el acierto del vídeo que da imagen a la campaña que recoge con el máximo acierto la situación de gran parte de la juventud española.

S4 inaugura su nueva oficina de Expansión y Distribución

S4 Correduría de Seguros, ha inaugurado la nueva oficina de Expansión y Distribución, ubicada en Nigrán (Pontevedra), que se dedica a la actividad de los colaboradores de la marca.

"Con esta oficina, ponemos a disposición de los colaboradores de la zona un espacio exclusivo donde atender a sus clientes", ha declarado Alfredo Blanco, director general de S4. Su decoración es un homenaje al Patrimonio Natural y Cultural del Val Miñor y de Galicia en general.

Juan M. Sánchez-Albornoz, primer presidente del Consejo Gallego

La Junta Directiva del Consejo Gallego de los Colegios de Mediadores de Seguros ha tenido su reunión constitutiva, en la que se ha elegido la primera Junta Directiva, que pondrá en marcha el nuevo órgano que representa a la profesión del mediador de seguros en la comunidad autónoma gallega. .

La reunión constituyente, formada por los representantes de los colegios provinciales de Galicia, ha elegido a los miembros encargados de poner en marcha el Consejo Gallego, que cuenta con más de 500 colegiados en toda Galicia y que ostenta la representación de los casi 4.000 mediadores de seguros de Galicia, entre agentes y corredores de seguros. Muchos de ellos pymes y autónomos que dan trabajo en Galicia a unas 12.000 personas.

Las elecciones celebradas han dado como resultado la siguiente composición de la Junta Directiva: presidente, Juan M. Sánchez-Albornoz; vicepresidente 1º, Maria Jesús Carballa; vicepresidente 2º, Héctor Bello; secretario, Carmen Aradas; vicesecretario, Vanesa Duran; tesorero, German Ortega; y vocal, Juan Benigno Vázquez.

"El objetivo para el nuevo Consejo Autonómico será: la atención prioritaria y el apoyo a los colegiados y la defensa de la mediación de seguros, a través de acciones formativas, publicitarias y de puesta en valor de la profesión ante la opinión pública". También destaca la intención del Consejo de "colaborar con organizaciones del sector y Administraciones Públicas en la lucha conjunta contra las malas prácticas y la competencia desleal", ha destacado Sánchez-Albornoz.

Por otro lado, el delegado de la Xunta en La Coruña, Gonzalo Trenor, se ha reunido con el presidente de la Junta Directiva del Consejo Gallego de los Colegios de Mediadores de Seguros de Galicia. En su encuentro, Trenor trasladó el apoyo de la Xunta para este Consejo Gallego.

iBrok, nueva correduría del Cabildo Insular de Tenerife

iBrok Seguros, socio de **Aunna Asociación**, ha sido adjudicataria del concurso de servicios de asesoramiento y mediación del programa de seguros del Cabildo Insular de Tenerife.

El contrato logrado por la firma canaria tiene una duración de tres años y es prorrogable por otros dos ejercicios. La licitación se estructura en dos partes: por un lado, las labores de asesoramiento y, por otro, las de mediación sobre el programa de seguros, que se compone de pólizas de Responsabilidad Civil patrimonial, Daños Patrimoniales, flota de vehículos, Salud, Accidentes y Vida, entre otros.

El Colegio de Madrid patrocina el I Congreso de Ciberseguridad

El **Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid** ha patrocinado el Primer Congreso de Ciberseguridad en España, que organiza la escuela de técnica jurídica **ETJ Law & Business School**. "Las empresas, pymes y autónomos están expuestos a ataques en la red que pueden poner en riesgo la información confidencial. Algo que para nuestro colectivo debe ser visto como una nueva vía de negocio", explica Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Madrid.

Durante el Congreso, se analizaron los riesgos que corren tanto personas físicas como empresas que están expuestos a la ciberdelincuencia. "Para el Colegio, el control y salvaguarda de los datos personales es una asignatura que debe aprobar cualquier plan de transición digital de cualquier empresa. Por ello, tenemos la certeza de que la iniciativa de ETJ Law & Business School tendrá un retorno para los colegiados y asistentes al actualizar sus conocimientos sobre ciberseguros. Principalmente en lo que se refiere al aseguramiento de las infraestructuras, redes y sistemas de las corporaciones", afirma Jiménez de Andrade.

En la jornada se habló del aseguramiento ante los riesgos que entraña la delincuencia digital, el Reglamento de resiliencia operativa digital (DORA), la Gobernanza digital, la estafa, defraudación, hurto de tiempo, daños informáticos contra la propiedad intelectual e industrial, espionaje informático de secretos de empresa, falsedad, *spoofing*, falsedad de tarjetas o blanqueo de capitales...

En otro orden de cosas, este año, el Centro de Estudios del Colegio de Madrid ha decidido unirse al *Black Friday*. Durante la semana del 21 al 25 de noviembre, se pudo disfrutar de descuentos que oscilaron entre el 19% y el 42%, dependiendo de los cursos.

Apromes colaborará con el servicio de protección social JubilaME

Apromes ha firmado un acuerdo con **JubilaME**, servicio de protección social de las personas de cara a un presente y, sobre todo, un futuro.

"La planificación se ha convertido en un instrumento vital para garantizar el nivel de vida de las personas", ha señalado Javier García-Bernal, presidente de Apromes.
"Desde JubilaME ayudamos a las personas a construir su bienestar financiero para el futuro, diseñando un plan previsional, fácil, comprensible para todo tipo de clientes", ha comentado el CEO de la entidad, Julio Fernández.
"JubilaME ha conseguido democratizar la planificación teniendo acceso a la misma dónde, cuándo y cómo se quiera sin ser una limitación a la capacidad económica o de conocimiento", ha añadido.
En otro orden de cosas, la asociación, en colaboración con **Perfecta Energía** y Constellation, han diseñado la iniciativa Apromes Sostenible, que tiene por principal objetivo facilitar que el corredor asociado pueda ejercer un papel de protagonista en la comercialización de soluciones de energía fotovoltaica.
Por último, señalar que la asociación ha iniciado la VII edición del curso de Nivel I, con la lección magistral 'Las revoluciones demográficas e industriales y el seguro del siglo XXI', impartida por Javier García-Bernal, abogado y máster en Historia Contemporánea.

RibéSalat seguirá asegurando a los miembros de la FCEH

RibéSalat ha extendido su compromiso con la **Federación Catalana de Deportes de Invierno (FCEH)** para continuar ofreciendo protección a sus más de 10.000 federados.

RibéSalat ofrece el asesoramiento y acompañamiento profesional necesario para poder adecuar el producto a las necesidades de las personas que practican deportes de invierno de la federación. Los seguros 'Multirisc' y 'Targeneu' cubren los accidentes que se puedan producir durante la práctica del esquí y otras disciplinas de nieve, así como otros muchos deportes de montaña durante todo el año.
'Targeneu' cubre el rescate en pistas y la primera asistencia médica en caso de accidente deportivo. Adicionalmente, el seguro 'Multirisc', incluye la cobertura mundial para los practicantes que necesiten asistencia sanitaria internacional, asistencia en viaje y terapias de continuidad de la lesión (asistencia sanitaria ilimitada), además del reembolso del forfait de temporada, las clases, el hotel y el alquiler del material no utilizado por un accidente en pistas.

Cojebro inaugura su iniciativa de plantación de árboles

El 23 de noviembre se inauguró el Bosque **Cojebro**, un proyecto desarrollado en colaboración con la ONG **Oxizonia** y **Allianz**, **AXA**, **Generali**, **Plus Ultra**, **Reale** y **Zurich**. Los responsables de cada aseguradora llevaron a cabo la plantación de un árbol en el área que le ha sido asignada a cada entidad.

Su ubicación se halla en el término municipal alicantino de Albatera, próximo a Crevillente y a Elche (Alicante). Abarca dos hectáreas de superficie y, actualmente, cuenta con 1.200 árboles, en su mayoría paulownias, una especie arbórea que absorbe 10 veces más CO2 que la mayor parte de otras variedades.

"El objetivo es llegar a contar con 4.000 árboles plantados en este espacio, un proyecto que apuesta por la sostenibilidad y el cuidado de nuestro planeta, en consonancia con la agenda 2030", ha comentado José Ramón Mena, fundador de la ONG Oxizonia.

El Bosque Cojebro se enmarca en el ámbito de la responsabilidad social corporativa de Cojebro, a través de SegurLike Planet, de sus asociados y de las aseguradoras que han colaborado para crear este espacio verde que tiene, como uno de sus objetivos, contribuir a la mitigación de la huella de carbono, luchar contra el cambio climático y la conservación de nuestros ecosistemas.

Por ello, el Bosque Cojebro será un espacio para concienciar, aprender y educar, donde más de 7.000 niños al año, a través de sus colegios, podrán participar en actividades relacionadas con la biodiversidad y el fomento de la cultura medioambiental.

La correduría Finsa entrega el Premio Solidario Hostelería Salamanca 2022

Los Premios Hostelería Salamanca 2022 han vuelto a brillar, después de tres años sin celebrarse. **Finsa**, correduría del **Grupo Senda Vivir Seguros**, colaboró en este evento y además hizo entrega del Premio a la Solidaridad.

Eran tres finalistas y el jurado decidió que por la característica del premio 'Premio a la solidaridad' entendía que los tres participantes eran merecedores del premio, con lo que se les dio a los tres.

El premio fue entregado por Irene Villa y por Joaquín Tabernero, director general de Finsa y presidente y consejero delegado de Senda Vivir Seguros.

Fecor lanza una nueva edición de su acción solidaria 'Queridos Reyes Magos'

Como ya es tradicional por estas fechas, **Fecor** ha puesto en marcha la campaña 'Queridos Reyes Magos', en colaboración con **Mensajeros de la Paz**.

El objetivo de esta iniciativa solidaria que forma parte de Corredor Solidario (la línea de RSC de Fecor) es ayudar a sus Majestades los Reyes Magos a lograr que las cartas de los niños y niñas de familias muy necesitadas lleguen a su destino.

Participar como Reyes Magos es muy sencillo, solo hay que pedir a Fecor las cartas que desees a través de este enlace, y una vez que recibas la carta, adquirir uno de los tres regalos que los niños y niñas piden y cuyo importe unitario no debe superar los 40 euros. Una vez comprado el regalo, siguiendo las indicaciones enviadas, se solicitará la recogida a la empresa de mensajería subvencionada por los Pajes Reales, para que el regalo llegue a su destino, sin cargo alguno.

Gesa Sports alcanza dos podios de la Titan Desert Almería 2022

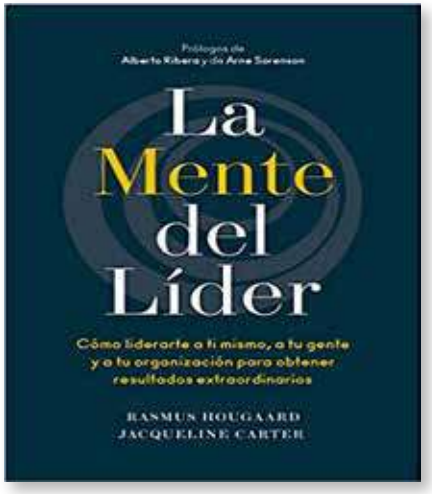
Gesa Sports ha vuelto a ser partícipe de una de las carreras de MTB más exigentes del momento: la Titan Desert Almería 2022. Una nueva edición que ha concentrado a cerca de 300 ciclistas, entre los que estaba uno de los equipos más numerosos de la carrera, con un total de ocho ciclistas: Iván Raña, Óscar Pujol, Marcel Zamora, Miquel Faus, Sergio Martínez, David Salmerón, Francisco Ruiz y Álvaro Lazpiur. Un equipo compuesto por ciclistas de diferentes ubicaciones del territorio nacional. Entre ellos, dos murcianos.

Destaca la actuación del equipo Gesa Sports de Iván Raña, Óscar Pujol y Marcel Zamora, embajadores de la marca. Se proclamaron campeones y se colgaron el oro por equipos. Ninguna sorpresa, ya que venían siendo favoritos gracias a su increíble palmarés: Óscar Pujol, exciclista profesional y campeón absoluto en la Titan Desert Almería 2021; Iván Raña, campeón mundial de triatlón; y Marcel Zamora, subcampeón mundial de duatlón de larga distancia.

Miquel Faus fue la gran sorpresa del equipo Gesa Sports. Pese a su juventud, con tan solo 25 años, se convirtió en una de las pesadillas de los ciclistas más experimentados de la carrera, llegando entre los seis primeros en todas las etapas y consiguiendo un meritorio tercer puesto en la clasificación General Absoluta.

La mente del líder

Cómo liderarte a ti mismo, a tu gente y a tu organización para obtener resultados extraordinarios



Rasmus Hougaard / Jacqueline Carter

Editorial: Reverte
Precio: 18,90 € libro impreso
12,34 € ebook

La propuesta de este libro representa un cambio radical en la concepción de lo que se necesita para ser un líder eficaz, ofreciendo una solución práctica y contundente a los desafíos de compromiso y participación que requieren las organizaciones. Se basan en más de 15 años de investigación y entrevistas a decenas de miles de directivos de grandes empresas internacionales. La obra presenta reflexiones y propuestas sobre cómo debe ser este nuevo liderazgo y orientar sobre la mejor forma de entrenar, mejorar y potenciarlo.

El nuevo líder ha de basarse en tres actitudes mentales fundamentales: la atención, la generosidad y la compasión, y ha de ayudar a sus empleados a encontrar en la realización de su trabajo, un sentido, un propósito, una conexión y una felicidad auténticos.

La empresa invencible

Las estrategias de modelos de negocios de las mejores empresas del mundo

Alexander Osterwalder / Ives Pigneur

Editorial: Empresa Activa
Precio: 27,55 € libro impreso
6,07 € ebook

Este libro es el gran recopilatorio de todo lo que necesita una empresa para crear, crecer y reinventarse permanentemente. Es una guía sobre los mejores modelos de negocios del mundo, bien recopilados y clasificados para poder inspirar tu propio portafolio de nuevas ideas y reinvenciones.

Además, te dice cómo diseñar una cultura de innovación, y presenta la caja de herramientas de liderazgo, que innovadores, emprendedores y quienes toman de decisiones, necesitan para crear una empresa invencible. Es como un libro de recetas que siempre tienes que tener a tu lado al momento de cocinar un nuevo negocio.

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

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**