Premio San Francisco Javier
de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Número 122 Febrero 2023

www.pymeseguros.com

©Freepik

Visión de experto
David Fleta, socio y responsable de Marketing de la correduría de seguros Bsegur. "Se va recuperando el ramo de Asistencia en Viaje"

Punto de encuentro
Los riesgos del seguro de Caución

Más a fondo
Los corredores se apoyan en el negocio de Vida para crecer

In situ
Las cifras de 2022 muestran la fortaleza del Seguro

Enrique Martínez, Head of Retail Distribution de Europ Assistance

ASISTENCIA EN VIAJES SUPERA LA FACTURACIÓN PRECRISIS

beazley

Insurance. Just different.

Perspectiva

Es maravillosa.
Da igual por
donde lo mires

La solidez del Seguro español

Los ingresos de las aseguradoras por primas, a cierre de 2022, se situaron en 64.673 millones de euros, un 4,65% más que un año atrás. De ellas, 40.240 millones de euros correspondieron al ramo de No Vida y 24.433 millones a Vida. Estos datos, presentados en la 'Jornada Perspectivas del Seguro y la Economía para el año 2023' organizada por Icea, demuestra la fortaleza de sector, que se coloca en una senda de crecimiento sólido y lo eleva por encima de la situación previa a la pandemia (ver **In situ**).

De estas cifras, llama la atención, sobre todo, el crecimiento del ramo de Vida. Un comportamiento que han visto también los corredores de seguros, según el 'Informe Estadístico Anual de Mediación 2021' publicado por la DGSFP. Los corredores vuelven a la senda de crecimiento en Vida, tras la caída sufrida en 2020, al mejorar sus resultados un 7,5%. Distinto comportamiento tiene el ramo de No Vida que, aunque sigue siendo el principal negocio de los corredores, ha experimentado un ligero retroceso del 0,46% en volumen de primas gestionadas respecto al ejercicio anterior (ver **Más a fondo**).

Uno de los ramos que mejor comportamiento ha tenido en 2022 ha sido el de Asistencia en Viaje que, recuperó las cifras de 2019, un año excelente. Sin duda, ha salido reforzados de la crisis, con una oferta de soluciones aseguradoras perfectamente adaptada a los nuevos requerimientos del mercado, y a cada perfil de viajero y tipo de viaje. Para este año, los profesionales turísticos coinciden en que la demanda se mantendrá robusta y en que se mejorarán los resultados de 2022 a pesar del impacto de la inflación en todas las decisiones de consumo, los efectos de la guerra de Ucrania y de la inquietud que aún provoca la pandemia (ver **Hablando claro** y **Visión de experto**).

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
Enrique Martínez, Head of Retail Distribution de Europ Assistance. Asistencia en Viajes supera la facturación precrisis

12 Visión de experto
David Fleta, socio y responsable de Marketing de la correduría de seguros Bsegur. Se va recuperando el ramo de Asistencia en Viaje

PymeSeguros Revista online para corredores y correduría
Número 122 { Febrero 2023 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

CC BY NC ND

03 **Editorial**
La solidez del Seguro español

34 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

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

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

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

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

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

16 **Más a fondo**
Los riesgos del seguro de Caución

22 **Más a fondo**
Los corredores se apoyan en el negocio de Vida para crecer

26 **In situ**
Las cifras de 2022 muestran la fortaleza del Seguro

32 **Oportunidad de negocio**
Tendencias en turismo y viajes en 2023

Enrique Martínez Tomás, Head of Retail Distribution de Europ Assistance

Asistencia en Viajes **SUPERA** la facturación precrisis

En 2022 se han recuperado las cifras de 2019, que fue un año excelente. Enrique Martínez Tomás, Head of Retail Distribution de Europ Assistance, piensa que "hemos salido reforzados de la crisis, con una oferta de soluciones aseguradoras perfectamente adaptada a los nuevos requerimientos del mercado, y a cada perfil de viajero y tipo de viaje". Para este año, los profesionales turísticos coinciden en que la demanda se mantendrá robusta y en que se mejorarán los resultados de 2022 a pesar del impacto de la inflación en todas las decisiones de consumo, los efectos de la guerra de Ucrania y de la inquietud que aún provoca la pandemia. "Debo hacer énfasis en la importancia del canal corredor para crecer en el ramo; su capilaridad, profesionalidad, conocimiento del mercado y su proximidad al cliente, tienen un gran valor para nosotros".

A tres años vista del comienzo del Covid-19, ¿puede hacer un balance de cómo ha cambiado el seguro de Asistencia en Viaje?

Los productos en sí no han cambiado, pero sí la manera en que los viajeros perciben los riesgos asociados al viaje, en relación con la salud, con las condiciones del viaje, y con su inversión. Esto ha llevado a que el seguro de asistencia en viaje se perciba como un elemento indispensable en cualquier desplazamiento, sobre todo si es al extranjero. Globalmente percibimos una mayor penetración del seguro de Asistencia en Viaje, que se plasma en el hecho de que en 2022 hemos recuperado las cifras de 2019, que fue un año excelente.

¿Se puede decir que esta crisis ha ayudado a analizar más las necesidades de los clientes?

Los clientes necesitaban protección en caso de padecer Covid, ellos o sus acompañantes, antes o durante sus desplazamientos. A pesar de que las pandemias son eventos excluidos en nuestros condicionados, al considerar Covid enfermedad cubierta resolvimos sus principales necesidades. Muchas prestaciones se veían afectadas y requerían de reinterpretación, por lo que creamos un apartado aclaratorio en los condicionados explicando de manera sencilla qué se cubre y que no, tanto en asistencia como en anulación.

Teniendo en cuenta que desgraciadamente la actividad se ralentizó dramáticamente durante dos años, aprovechamos la oportunidad para dedicar mucho más tiempo a analizar estas necesidades, a repensar y mejorar nuestros productos y servicios. En ese sentido, salimos de la crisis reforzados, con una oferta de soluciones aseguradoras perfectamente adaptada a los nuevos requerimientos del mercado, y a cada perfil de viajero y tipo de viaje.

Los últimos años nos han dado la oportunidad de demostrar la utilidad de los seguros incluso en viajes de corto radio

¿Las garantías introducidas tras el Covid-19 han venido para quedarse o irán desapareciendo cuando se hagan innecesarias?

Nosotros decidimos dar cobertura al Covid como enfermedad. La única modificación de las garantías que fue necesario introducir fue la ampliación de la estancia prolongada hasta los 14 días, en línea con los protocolos de cuarentena iniciales. En el futuro, de repetirse una situación similar, nuestra posición será también similar: siempre al lado de nuestros asegurados. Por tanto, estas garantías permanecerán adaptadas mientras sea necesario y se reactivarán cuando sea necesario.

¿Cómo se ha comportado Asistencia en Viaje en 2022?

Ha sido un año muy positivo, en el que las restricciones se han ido reduciendo gradualmente en todo el mundo y hemos podido volver a viajar. Tras dos años en los que tantos planes se vieron frustrados, el verano pasado demostró que había muchísimas ganas de viajar. A esto se suma el que un mayor número de personas ha decidido hacerlo asegurados. Eso es una buena noticia para todos; ya que el cliente afronta su viaje con más tranquilidad, mientras compañías y corredores entregan valor y ven reforzadas sus carteras. Como consecuencia de ello, hemos alcanzado el volumen de primas prepandemia en todos los canales. Las compañías

y el canal corredor debemos sentirnos orgullosos de nuestro papel y del impacto de nuestro trabajo.

¿Cómo se espera que vaya 2023, en el ramo en general y en Europ Assistance, en particular?

Los profesionales turísticos coinciden en que la demanda se mantendrá robusta y en que se mejorarán los resultados de 2022 a pesar del impacto de la inflación en todas las decisiones de consumo, los efectos de la guerra de Ucrania, y de la inquietud que aún provoca la pandemia. Prevén un 2023 en el que continuará la recuperación del tráfico internacional y se completará la apertura definitiva de todos los grandes destinos turísticos. Nosotros dependemos de estos flujos, por lo que la actual tendencia nos hace ser optimistas.

Por otro lado, debemos ser prudentes con las estimaciones ya que los últimos años nos han demostrado que el Turismo es sensible a los cambios en su entorno, y observamos que en 2023 los clientes no estarán tan dispuestos a asumir los gastos de viaje que asumieron en 2022, y esta dinámica podría afectar a la elección del producto asegurador y a la prima media.

En un momento en el que se habla de la necesidad de subir las primas, ¿Cómo se comportará el ramo de Asistencia en Viaje?

Las primas deben adaptarse con flexibilidad al incremento de costes que estamos experimentado, siempre con el objetivo de garantizar la cobertura de los riesgos asegurados y la calidad de la asistencia. Podemos distinguir entre productos que permiten un ajuste dinámico de primas, y aquellos otros que por contrato deben permanecer estables a lo largo de un tiempo determinado. Esto nos obliga a establecer políticas de precios prudentes, para mantener asequibles los productos. Los asegurados han tomado conciencia de la importancia de protegerse con un buen seguro de Asistencia en sus desplazamientos, y el factor precio, siendo muy importante, no está impidiendo que cada día más personas contraten seguros de Asistencia. Con todo, confiamos en que 2023 no nos exigirá realizar incrementos de primas excepcionales.

El segmento de *Business Travel* está experimentando una recuperación sólida, aunque no alcanzará los niveles precrisis hasta comienzos de 2024

Durante estos últimos años, la mayoría de las ventas de seguros de Asistencia en Viaje ha sido en territorio nacional. ¿Cree que será una moda pasajera y que los viajes al territorio nacional dejarán de asegurarse como ocurría antes?

Durante 2020 y 2021 hubo momentos en los que el 90% de los viajes eran a destinos nacionales, y eso explicaría que un mayor porcentaje de las ventas tuvieran España como destino. Sin embargo, creemos que la tendencia de no asegurar viajes dentro de España permanecerá.

Con la apertura de todos los destinos internacionales, es probable que parte de quienes disfruten de sus vacaciones en España lo hagan sin contratar seguros de Asistencia en viaje, pero creemos que estos años nos han dado la oportunidad de demostrar la utilidad de nuestros seguros incluso en viajes de corto radio.

Cada día más, el cliente es consciente de las múltiples situaciones que sólo un seguro de Asistencia podría resolver o mitigar, por su eficacia y por el ahorro que implica, pero solo

contratará un seguro si considera que es realmente necesario. Así que debemos perseverar, mostrándoles y demostrándoles las ventajas de viajar protegido.

¿A qué retos se enfrenta el ramo de Asistencia en Viaje?

La experiencia reciente ha demostrado la importancia de mantener y potenciar nuestra capacidad de adaptarnos con agilidad a circunstancias cambiantes. Debemos evolucionar en la digitalización de nuestros procesos y servicios de forma eficaz y gestionar el dato para ponerlo al servicio del negocio y del cliente. Será clave entender e incorporar los requerimientos de las nuevas generaciones de asegurados, su forma de viajar definirá los productos que demanden, sus hábitos de consumo dictarán cómo los contratarán y su gen cultural marcará cómo debemos relacionarnos con ellos.

Venimos trabajando desde hace años en la simplificación de nuestro lenguaje, y seguiremos haciéndolo con el objetivo de ayudar al cliente a entender con facilidad nuestra propuesta de valor y todos los detalles que necesita conocer. En Europ Assistance lo consideramos fundamental y por ello hemos transformado los textos de nuestros condicionados, comunicaciones, sitios web, utilizando un lenguaje muy accesible, claro y directo.

Pero por encima de todo, dado nuestro ADN de asistentes, tenemos que garantizar la calidad y la inmediatez de nuestra asistencia, esté donde esté nuestro asegurado, 24 horas al día, 365 días al año. Este compromiso siempre debe constituir nuestro principal reto.

Se deben establecer políticas de precios prudentes, para mantener asequibles los productos

¿Cómo se está comportando la modalidad de viajes de negocios?

Conforme a nuestros datos, el segmento de Business Travel está experimentando una recuperación sólida, aunque más lenta que el Turístico, y no alcanzaremos los niveles precrisis hasta comienzos de 2024.

Un importante factor a considerar es que durante la pandemia hemos aprendido a hacer negocios, a colaborar y a relacionarnos en remoto; sin dejar de ser eficaces y ahorrando costes. Esto ha tenido y seguirá teniendo repercusión en el número de viajes profesionales que se realizan.

A pesar de ello, sigue habiendo multitud de actividades profesionales que requieren de presencialidad y, lo que es más importante, empresas de todo tamaño han tomado conciencia de la importancia de proteger a sus empleados, del *duty of care*. De manera que el seguro de Asistencia tendrá una penetración creciente en este segmento.

Para Europ Assistance es un segmento estratégico en el que queremos crecer, y por ello hemos mejorado nuestros productos, estamos incorporando nuevos servicios, invirtiendo en la estructura comercial y plataformas, y mejorando las herramientas de contratación. Nuestro objetivo es que el corredor encuentre en nuestra compañía la solución de protección más ade-

FIRME APUESTA POR EL CANAL MEDIADO

Actualmente, el canal corredor representa un 60% de la totalidad de la venta intermediada por Europ Assistance. Pero Enrique Martínez, Head of Retail Distribution de la aseguradora, comenta que "esperamos ampliarlo en base a nuestra firme apuesta por el canal mediado". De hecho, han ampliado y reorganizado su área Retail en consonancia con ese objetivo.
Para conseguir atraer a los corredores, les ofrecen "profesionalidad, proximidad y atención personalizada a través de nuestro equipo comercial y soporte dedicados al canal. Asimismo, tenemos el catálogo de productos más amplio del mercado, productos completos, actualizados, flexibles, con una buena relación calidad-precio y que se han creado teniendo en cuenta la experiencia que nos trasladan, comisiones atractivas, y herramientas de contratación y gestión de carteras eficaces y sencillas". A cambio, desde la aseguradora se pide a los corredores que "nos consideren siempre a la hora de contratar. A aquellos que ya trabajan con nosotros les agradecemos y pedimos que sigamos avanzando juntos. A quienes aún no distribuyen nuestros productos, les pedimos que hablemos y nos den la oportunidad de presentarles nuestra oferta. Estamos convencidos de que sabremos identificar las soluciones aseguradoras más adecuadas para su cartera de clientes. Queremos aprovechar, para recordales que, como compañía de Asistencia Multilínea, más allá del segmento Viaje, en el que somos líderes, ponemos a su disposición otras gamas de productos de Asistencia como Auto, Legal, Móviles o Cuidado de Mayores".

cuada a las necesidades de cualquier empresa de su cartera.

Se habla de la idoneidad de que las pólizas de Business Travel se combinen con la cobertura del ocio y el trabajo. ¿Qué ventajas e inconvenientes conllevará?

Cuando el asegurado se encuentra desplazado por razones de trabajo, lo hace a causa de su profesión, y el hecho de que disfrute de su tiempo libre no implica que no deba estar protegido por la póliza contratada por su empresa. En coherencia, los productos que proponemos a las empresas dan cobertura al profesional en todo momento.

¿Qué hay que hacer para crecer en el ramo?

Para crecer en el ramo no hay una solución mágica, necesitamos contar con una serie de ingredientes insustituibles, como son: una gama de productos completa, productos robustos y flexibles con una buena relación calidad-precio, garantizar la eficacia y calidad en la asistencia y en la gestión de reembolsos, un buen equipo comercial y de soporte, y una estrategia de marketing y canales adecuada a tu oferta. Debo hacer énfasis en la importancia del canal corredor para crecer en el ramo; su capilaridad, profesionalidad, conocimiento del mercado y su proximidad al cliente tienen un gran valor para nosotros.

¿Cuál es el mayor valor añadido que aporta Europ Assistance al cliente?

Nuestra experiencia de 50 años haciendo este trabajo con profesionalidad y compromiso, y la calidad en la

asistencia que proporcionamos a través de nuestras propias plataformas. Nuestros equipos médicos, expertos en medicina del traslado, atienden con altísimos niveles de satisfacción tanto situaciones comunes y de poca gravedad, como las más extraordinarias. Además, nos apoyamos en nuestra red global de sucursales y proveedores para ofrecer siempre la mejor solución asistencial. Como compañía especializada en asistencia atesoramos un profundo conocimiento de los segmentos y colectivos para los que trabajamos, por lo que toda nuestra oferta de productos y servicios está adaptada a sus necesidades.

En el negocio de viajes, el 90% de las ventas es nueva producción ¿Cómo se enfrenta Europ Assistance a este hecho?

En Europ Assistance creemos firmemente que hay un número importante de viajeros frecuentes para los que el seguro idóneo es el anual; bien sea un seguro multiviaje o uno para largas estancias. Para estos viajeros este tipo de producto será una solución económica, que le evitará las repeticiones de compra y trámites asociados, y que le dará acceso a un servicio excelente al estar siempre protegido. Para compañía y canal, al ser productos renovables anualmente, aportan ingresos recurrentes y cartera.

Si comparamos nuestro mercado con el de otros países de Europa en los que estamos presentes, el consumidor español tiene una menor tendencia a contratar seguros de asistencia en viaje anuales. Mientras en España el 13% de nuestras ventas son de productos anuales, en Austria alcanzan el 23%, en Suiza el 52% y en Alemania el 75%.

Por tanto, consideramos necesario dar a conocer al cliente las ventajas de estar protegido en todos sus viajes, y, conjuntamente, provocar un cambio en esta tendencia.

El servicio que ofrece el ramo de Asistencia en Viaje está muy bien valorado por los corredores. ¿A qué se debe? ¿Cree que seguirá siendo así en el futuro?

Esta valoración es muy importante para nosotros viniendo de nuestro *partner* natural, el corredor, que es un pilar fundamental en nuestra estrategia de venta. Como profesionales del asesoramiento, los corredores saben que nuestra misión consiste en cuidar a sus clientes, en responder con altos niveles de calidad a sus necesidades de asistencia en los momentos más complicados. Se trata de un servicio que fideliza.

Por otro lado, son productos cuya contratación es sencilla, que potencian la venta cruzada y ayudan a hacer cartera. Por eso, forma parte ya de la oferta de la mayor parte de mediadores profesionales. Pero le pedimos al corredor que no solo venda nuestros servicios, sino que asesore a sus clientes sobre cómo hacer uso de las coberturas cuando las necesiten. Creemos que el seguro de Asistencia todavía tiene un importante camino por delante y hay margen para crecer, y no concebimos ese crecimiento sin los corredores y el valor que aportan tanto al cliente como a la compañía.

El seguro de Asistencia todavía tiene un importante camino por delante y hay margen para crecer

Carmen Peña
Fotos: Irene Media

David Fleta, socio y responsable de Marketing de la correduría de seguros Bsegur

Se va **RECUPERANDO** el ramo de Asistencia en Viaje

El año pasado fue el primer año, tras la pandemia, en el que se han empezado a normalizar la mayoría de los destinos. Pero David Fleta, socio y responsable de Marketing de la correduría de seguros Bsegur, piensa que "podía haber dado más de sí, si las situaciones sociales, políticas y económicas hubieran sido más estables". Para 2023, "todo va a depender, en gran manera, de los indicadores económicos y de la estabilidad de los mercados", señala.

A tres años vista del comienzo del Covid-19, David Fleta, socio y responsable de Marketing de Bsegur, piensa que "tuvo un impacto negativo a todos los niveles y de manera más evidente en el sector de los viajes ya que, de un día para otro, dejaron de poderse llevar a cabo y así hemos estado durante un tiempo demasiado prolongado. Por otro lado, el Covid ha impactado en las conciencias de los viajeros poniendo de manifiesto los posibles riesgos, sobre todo relacionados con la salud, que se nos pueden presentar durante nuestros viajes. Este hecho ha impactado más en aquellas personas que, hasta entonces, no veían la necesidad de asegurarse cuando salían de viaje y que, hoy en día, han asumido e interiorizado la utilidad de este tipo de pólizas".

Todas las nuevas garantías que han ido apareciendo a consecuencia de la pandemia "tienen vocación de permanencia. El seguro de Viaje es un seguro que históricamente aprovecha las nuevas situaciones para aprender de ellas y, asimismo, sacar conclusiones que sirven para mejorar las pólizas que ofrecen al mercado. Es decir, todas las nuevas coberturas con las que las pólizas se han reforzado han enriquecido el producto y van a seguir formando parte del mismo", afirma Fleta.

CONCIENCIACIÓN ASEGURADORA

Otro cambio que se ha producido tras la pandemia ha sido la venta de seguros de Asistencia en Viaje en territorio nacional, que antes no se producía. El socio y responsable de Marketing de Bsegur cree que "esa conciencia aseguradora permanecerá e incluso crecerá, los viajeros nos hemos dado cuenta de que existen necesidades y riesgos que son susceptibles de ser asegurados incluso en un viaje nacional. A nivel salud, las repatriaciones médicas por motivos de salud, las prolongaciones de estancia en hotel por prescripción médica o, inclusive, los gastos de anulación de los viajes que no se van a poder realizar por un problema médico, son motivos que nos pueden suceder tanto en un viaje nacional como internacional".

El año pasado fue el primer año, tras la pandemia, en el que se han empezado a normalizar la mayoría de los destinos y la gente ha empezado a recuperar su ritmo viajero previo a la pandemia, incluso con más ganas. Sin embargo, hay cosas que influyen negativamente en la demanda como: la crisis económica mundial, el aumento de la inflación y la inestabilidad política creada como consecuencia de la guerra de Ucrania. Por todo ello, David Fleta piensa que "ha sido un año de recuperación, pero podía haber dado más de sí, si las situaciones sociales, políticas y económicas hubieran sido más estables. En 2023, todo va a depender, en gran manera, de los indicadores económicos y de la estabilidad de los mercados. Una buena noticia, a todos los niveles, sería el fin de la guerra en Ucrania, que mejoraría mucho las expectativas para este año. Aun así, contando con la situación actual y siempre que no hubiera un retroceso pandémico a nivel mundial, nuestras perspectivas son muy optimistas".

Con la situación actual y siempre que no se produzca un retroceso pandémico a nivel mundial, las perspectivas son muy optimistas

El teletrabajo y las aplicaciones y tecnologías de comunicación, que han tenido un importante boom durante la pandemia, han impactado en el segmento business. Fleta espera y desea que "se produzca una recuperación en este segmento de los viajes de negocios y que esas nuevas tecnologías complementen, pero no sustituyan a las relaciones y contactos cara a cara".

TRABAJAR SOLO CON LAS QUE DAN BUEN SERVICIO

El seguro de Viaje tiene un alto componente de prestación de servicio, de ayuda, de atención 24 horas… Por eso, explica el socio de Bsegur, "nuestra filosofía como corredor especializado en seguros de Viaje, es trabajar sólo con todas aquellas aseguradoras con las que estemos realmente con-

BSEGUR NACE CON 30 AÑOS DE EXPERIENCIA

Bsegur es, según David Fleta, "la consecuencia natural de la dilatada trayectoria que hemos llevado los socios fundadores en el sector de los seguros de Viaje dentro de las principales empresas del sector. Todo el equipo lleva dedicándose profesionalmente al sector de la asistencia en Viaje, los seguros de viaje y al turismo, desde hace más de 30 años. Desde su inicio, nace con la idea de dedicarse en exclusiva a la distribución online del seguro de Viaje y buscando seguir acercando, de manera sencilla, cercana y transparente, este producto al viajero". Bsegur es un proyecto muy joven. Lleva poco más de un año en el mercado, pero "estamos muy contentos con nuestra evolución ya que creemos que gracias a nuestro conocimiento especializado y el saber hacer que hemos adquirido en todos estos años de experiencia en el sector, estamos consiguiendo que nuestro volumen de negocio crezca de manera exponencial. Nuestras claves son la distribución online a través de una web sencilla, clara, transparente e intuitiva y unos productos diseñados específicamente para Bsegur con unas coberturas muy altas a unos precios muy equilibrados, y todo ello, con el soporte asegurador de compañías de primera línea dentro del segmento de los seguros de Viaje", afirma su responsable de Marketing y socio de la correduría.

El ramo tiene el reto de seguir mejorando el nivel de servicio y conseguir una mayor penetración y difusión de las virtudes que ofrece este producto para los viajeros

vencidos de que el servicio que van a prestar a los asegurados va a ser realmente excelente y con las que dispongan de una infraestructura de prestación de servicio a nivel mundial. Creo, sin ánimo de desmerecer a nadie, que las compañías especializadas conocen mejor la filosofía de este producto y ello se refleja en el servicio que prestan, lo cual no quita que haya compañías generalistas, con grandes y talentosos equipos al mando del negocio del seguro de Viaje, que conocen muy bien este producto".

Dicho esto, David Fleta no ve "ninguna pega en que las generalistas cierren acuerdos con la especialistas. Estoy seguro que hay más ventajas que inconvenientes siempre y cuando la filosofía y el saber hacer de la especializada perdure aun estando bajo el paraguas de una compañía generalista".

El ramo de asistencia en Viaje, en opinión de Fleta, "tiene el reto de seguir mejorando el nivel de servicio y conseguir una mayor penetración y difusión de las virtudes que ofrece este producto para los viajeros". Los corredores pueden ayudar. "En nuestro caso, sabemos qué tipo de servicio queremos para nuestros clientes y sabemos qué compañías lo pueden prestar. Una vez elegidas las aseguradoras conocemos qué tipo de productos/coberturas son los necesarios para disponer de una gama atractiva para nuestros clientes y todo ello dentro de unos precios razonables. Sabemos lo que vendemos y sólo vendemos aquello en lo que creemos".

Como corredores, echan en falta, a diferencia de otros países de Europa, "más compañías aseguradoras nacionales, que se atrevan a especializarse en este segmento de producto. Desde aquí los animamos a ello y nos tendrán para lo que necesiten si deciden lanzarse a este mercado".

Carmen Peña

Disfruta de la nieve
con el mejor seguro
ARAG Esquiadores
Para más información:
Consulta a tu mediador
93 485 89 05 - 91 599 82 87 | www.ARAG.es
ARAG

Los **RIESGOS** del seguro de Caución

Tras superar la pandemia sin experimentar grandes sobresaltos en la siniestralidad, Caución se enfrenta ahora a un contexto de riesgos políticos, económicos y regulatorios. Y todo ello teniendo que competir con la banca, que, como reconocen los expertos, parte con la ventaja de conocer primero los proyectos, pero que carece de la capacidad de análisis de los profesionales del seguro.

A tres años del inicio de la pandemia Francisco Ruiz, director de los departamentos de RC y Caución de **Asefa**, reconoce que la naturaleza del seguro de Caución no ha sufrido un cambio radical, aunque sí ha habido variaciones operativas, "por el tema digital y el trabajo desde casa". Algo que, sin embargo, no se ha apreciado en la siniestralidad, ni durante los meses en que duró la pandemia, ni después, cuando han salido los balances, quizá porque, a diferencia de la anterior crisis, esta no generó tanta inquietud económica.

Efectivamente, Francisco J. Mas, CEO de **Correduría de Seguros Lloret D´Mas**, confirma que la siniestralidad relacionada con el covid no ha sido significativa. Aunque sí considera que la

situación de la guerra y el disparo de costes de materiales ha retrasado proyectos de construcción y restricciones en los contratos con la Administración. Y coincide en señalar como cambio positivo la mayor inmersión digital de los negocios, que han favorecido la proliferación de acciones como la firma digital de documentación y la reducción de la facturación de mensajería.

Por eso Gonzalo Camacho, CEO de **Seguros Viafina Correduría**, cree que el balance que se puede hacer es muy positivo, porque ha permitido a España equipararse con otros mercados, como Italia, Portugal, Brasil o México, donde la emisión de las fianzas digitalmente es algo usual desde hace tiempo: "Ha sido un gran avance, no solo por la celeridad a la hora de gestionar operaciones y emisiones, sino porque también evita que se puedan falsificar garantías", afirma. "El covid no ha hecho más que reafirmar la solidez del ramo de Caución y el amplio recorrido que aún tiene de crecimiento", concluye.

"El covid no ha sido tan significativo como están siendo otras circunstancias económicas, como la crisis de los materiales de construcción, que es muy importante para el afianzamiento de las finanzas, o el alza de precios, que está haciendo que queden desiertos muchos concursos de la Administración", corrobora Noemí Gómez, responsable de Caución de **Musaat**.

"Al final la siniestralidad en un ramo como el de Caución consiste en mantener la disciplina de la suscripción siempre", arguye Francisco Ruiz, para lo que se debe conocer bien al cliente y los riesgos. En este aspecto considera esencial el papel del mediador, que es el que conoce al cliente y sus necesidades y sabe trasladarlo. "En el momento que desconozcamos ese riesgo o no se sepa transmitirlo, es donde va a venir el problema de la siniestralidad", asegura.

"Más que encontrarnos siniestralidad, lo que estamos haciendo ya es previendo lo que pueda ocurrir", señala Noemí Gómez, para lo que están incrementando la prudencia en el análisis de estados financieros y del riesgo. Junto a ello, están exigiendo rentabilidades más altas en las promociones, pidiendo al cliente que sea más flexible en lo que a plazos de entrega se refiere para que los compradores no esperen una vivienda en un plazo fijo que quizás pueda haber sido retrasada a raíz de esta crisis de los materiales... "Ayudamos al cliente en todo lo que se pueda, pero manteniéndonos un poquito más prudentes a la hora de dar líneas, teniendo en cuenta la prospección que tiene, la cantidad de obras en curso y cómo son las mismas", sostiene.

PALANCA DE CRECIMIENTO

Respecto al valor del seguro de Caución, Gómez destaca que para los compradores tiene más agilidad y más flexibilidad que un aval bancario, que necesita más requisitos para emitir uno cada vez, mientras que la póliza se otorga desde el principio del proyecto y hasta su conclusión. "Es un respaldo para poder acceder a una vivienda", matiza. En relación a las fianzas también le ve más ventajas, porque no inmoviliza recursos y mantiene intacta la capacidad de la empresa para poder endeudarse y meterse en otros proyectos. "Es una palanca de crecimiento porque respalda a todos los intervinientes", justifica.

"El que no compute como riesgo financiero es una herramienta imprescindible para las empresas, no limita su capacidad de endeudamiento y permite utilizar esos recur-

sos para seguir con el crecimiento de la empresa", ratifica Gonzalo Camacho, quien recuerda que el aval bancario tiene también unos gastos de estudio y en muchas ocasiones se trabaja con pignoración a la hora de poder facilitar esos avales, con lo cual todavía le está limitando aún más recursos.

Para Ruiz está claro que el seguro de Caución es coyuntural a la economía y al crecimiento. Con la nueva normalidad se verá beneficiado porque se generará una importante cantidad de inversiones públicas vía fondos Next Generation y de crecimiento fiscal por parte de gobiernos de distintas administraciones que requerirán una capacidad. "El seguro de Caución te aporta certidumbre a las operaciones, te da el análisis de solvencia de una compañía por un tercero que está regulado por la Dirección General de Seguro y no deja de ser otra forma de financiación que pueda aportar recursos a la compañía", atestigua.

"El covid no ha hecho más que reafirmar la solidez del ramo de Caución y el amplio recorrido que aún tiene de crecimiento.
Gonzalo Camacho

Además, Francisco J. Mas considera que este producto genera confianza tanto en la pequeña como en la mediana empresa que pueden ver nuevas oportunidades de negocio, ya que les va a permitir cubrir sus obligaciones financieras por los contratos que cierran con la administración. "Esto va a impulsar el crecimiento económico y fomentará la confianza en el mercado asegurador", asegura. Asimismo, cree que se ha sabido ganar el pulso con la banca respecto al trato al cliente.

SITUACIÓN DE INCERTIDUMBRE

En cualquier caso, como asume Mas, el panorama es incierto, porque la disminución de las ventas de viviendas por un encarecimiento de los intereses, la incertidumbre económica por la inflación, la crisis de falta de materiales… está llevando a algunas empresas a incurrir en impagos. De ahí que el mediador tenga la obligación de imponer los filtros adecuados para que la compañía no le cancele un riesgo, sino que además pueda entrar a darle más riesgo.

La responsable de Caución de Musaat cree que es importante apreciar si los impagos se producen por parte de una constructora, por ejemplo, que suspende pagos y le deja al promotor la obra a medias, que evidentemente va a dar lugar a un incremento de la siniestralidad en el financiamiento. Y en el caso de que los impagos sean parte de los compradores, el promotor lo va a tener un poco difícil para empezar a promover en estas circunstancias. "Eso va a hacer tanto en fianzas como en afianzamientos que se endurezcan un poco las tarifas y las condiciones por parte de la compañía de seguros, porque queremos ser prudentes", confiesa.

"El impago de la empresa es el mayor factor de alarma que hay, porque al final en la economía lo que puede generar crisis es cuando falta liquidez", reconoce el director de los departamentos de RC y Caución de Asefa. Advierte que, aunque están aumentando los concursos de acreedores, no se están disparando los impagos porque no están afectando a tantas grandes empresas, que crearían un auténtico efecto dominó.

De hecho, Camacho recalca que no se vislumbra que vaya a haber grandes actores en situación concursal. Además, el contexto en el seguro de Caución ha cambiado mucho en los últimos años, y mientras en la anterior crisis cuando el mercado estaba muy concentrado en unas pocas compañías, ahora mismo hay al menos 20 actores y con diferentes tipologías de aseguradoras: tradicionales españolas, en libre prestación de servicios… "La Caución es un negocio de confianza, por lo que los mediadores trabajamos a nivel de relaciones con nuestros proveedores de una manera muy estrecha", sugiere.

En el mercado de Caución el desafío es la correcta evaluación del riesgo para una perfecta gestión y, sobre todo, diversificar.
Francisco J. Mas

COMPETIR CON LA BANCA

Respecto al papel de la banca, el CEO de Correduría de Seguros Lloret D´Mas confiesa que siempre ha tenido su apetito del riesgo en seguros o en avales, pero que a raíz de la crisis financiera en 2008 se endureció su regulación. "Las compañías lo están haciendo francamente bien y con la ayuda del canal de la mediación estamos complementando y compitiendo con la banca", comenta. "El rumbo a seguir por parte de las compañías y de los mediadores es dar una calidad óptima en el servicio y mejorar para que podamos ser actores fundamentales para una empresa y cubrir sus riesgos ante la administración. Así como trasladarle esa confianza que la banca, con determinados clientes, no lo ha hecho", asegura.

Efectivamente, Noemí Gómez, responsable de Caución de Musaat, confirma que hay una alta satisfacción por parte del cliente cuando prueba las compañías de seguros y contrata seguros de Caución. Con todo, el banco es el primero que ve las operaciones, porque normalmente los clientes van a él para pedir un préstamo para realizar la obra y si un proyecto les parece muy interesante lo van a coger, por lo que es bastante difícil competir: "Cuando el cliente llega a la aseguradora normalmente ya ha contactado con el banco para solicitar un préstamo promotor. Solamente los clientes que tienen muchísima liquidez o no necesitan préstamo, pueden venir de primeras", afirma.

"La clave es esa información anticipada del proyecto de la empresa que tiene el banco, que le da ventaja", confiesa Francisco Ruiz, director de los departamentos de RC y Caución de Asefa, ya que "si les gusta el proyecto, no lo dejan escapar". Además, existe esa vinculación que tiene el cliente con el banco, ya que muchas veces requiere más liquidez y los bancos tienen capacidad para dársela. "Competir con ellos en este tipo de operaciones es muy complejo y creo que la mediación lo sabe, pone todo su empeño porque son los primeros que quieren asesorar y son la primera línea que hay en la captación del cliente", sostiene.

Según el CEO de Seguros Viafina Correduría ahora es un buen momento para quitarle cuota de mercado a la banca. Primero, porque como la financiación es muy importante también están surgiendo y se están implementando dentro del mercado bastantes opciones de financiación alternativa a la banca que permite que ya no sean ellos los que deciden, lo que está abriendo el abanico. También están entrando tipologías nuevas, como pueden ser

avales de larga duración, de desmantelamiento, concesiones, reposición medioambiental… "Se están dando unos ingredientes que permiten ser bastante optimistas a la hora de ganarle cuota a la banca y que garantizan esos crecimientos de 2 dígitos que se están haciendo frecuentes dentro del ramo con un comportamiento bastante razonable de la siniestralidad", argumenta.

El sector tiene que ser capaz de tener el abanico suficiente de herramientas y productos para poder satisfacer las nuevas garantías, tanto en su naturaleza como a largo plazo.
Francisco Ruiz

AFRONTAR RETOS

Con todo, la competencia con la banca no es el principal reto al que se enfrenta el ramo. Para Francisco J. Mas, CEO de Correduría de Seguros Lloret D´Mas, es más importante la incertidumbre económica por la pandemia que arrastramos, la crisis internacional por la guerra y, sobre todo, el riesgo legal por el cambio de leyes y regulaciones. También hay que tener en cuenta el cambio tecnológico, que está transformando determinados sectores, que se tienen que adaptar al mercado. Así como el riesgo cibernético, que de vez en cuando paraliza aseguradoras, entidades públicas o empresas. "En el mercado de Caución el desafío es la correcta evaluación del riesgo para una perfecta gestión y, sobre todo, diversificar", añade.

Francisco Ruiz también hace alusión a la perspectiva económica como el principal reto que hay que afrontar, por la ralentización del crecimiento y el incremento de tipos de interés, por el impacto que va a tener en los resultados financieros de las compañías y en la obtención de financiación. "El sector tiene que ser capaz de tener el abanico suficiente de herramientas y productos para poder satisfacer las nuevas garantías, tanto en su naturaleza como a largo plazo", asegura. Para ello, el seguro de Caución debe ser capaz de suscribir todo tipo de garantías con un rigor técnico necesario y eso va a requerir, también, la atracción de talento, disponer de profesionales formados, con conocimientos financieros.

Noemí Gómez hace una diferenciación entre los retos a corto y largo plazo. "En el corto plazo los retos que tenemos están bien ligados a la situación económica, es decir, cómo se va a mantener la rentabilidad y la solvencia de las empresas frente a los incrementos de los precios o que los compradores no pueden hacer frente a los pagos", reflexiona. Pero a largo plazo hay retos que no solo son de Caución, sino del sector seguros en general, como el adaptarse a la tecnología y a los riesgos tecnológicos, así como los riesgos políticos y legales, por la regulación.

Gonzalo Camacho, CEO de Seguros Viafina Correduría, advierte también del problema del intrusismo, por la falta de control de las administraciones a ciertas compañías que están surgiendo, pero que no tienen esa capacidad financiera para cumplir con sus obligaciones cuando llega el momento de hacerlo.

Para Francisco J. Mas hay un problema extra que es que en los expedientes de afianzamiento de cantidades a cuenta, cuando el promotor tiene que iniciar una promoción tiene que ir a una entidad financiera y abrir una cuenta corriente especial. En caso de que no la haya, las aseguradoras se niegan a hacer el afianzamiento.

"Es que la LOE es muy clara y exige contar con una cuenta corriente especial que esté abierta en una entidad de crédito", justifica Gómez, para quien el legislador debería haber obligado al banco por normativa a abrir la cuenta especial, porque si no depende de su voluntad, y si le gusta la operación termina quedándosela.

"Al final el cliente te pide la operación, y hay una gestión administrativa que mientras el banco no ceda no se puede llevar a cabo", reconoce Mas, quien insta a las asociaciones de promotores o empresas afectadas a que recurran al Banco de España para encontrar una solución.

El covid no ha sido tan significativo como están siendo otras circunstancias económicas, como la crisis de los materiales de construcción o el alza de precios.
Noemí Gómez

NEGOCIO PARA ESPECIALISTAS

Todos los expertos participantes en la mesa redonda de Pymeseguros coincidieron en que, independientemente del tamaño de la correduría, este seguro requiere mucha especialización: "Es un ramo de confianza y para compañías y corredores que conozcan bien el producto", recalca la responsable de Caución de Musaat. "Además, que una póliza de Caución te la piden de hoy para hoy; el mediador que trabaja en fianzas lo sabe bien. Por eso es más importante la especialización que el tamaño", recalca.

"El tamaño de la correduría es relevante en momentos determinados", apostilla el CEO de Correduría de Seguros Lloret D´Mas, ya que puede influir en que le den capacidad. De ahí que sea muy importante que el mediador esté formado en el producto de Caución y que tenga los recursos y sea competitivo para poder afrontar los cambios que se van dando el día a día. "La especialización de la correduría tiene que ser primordial", zanja.

Gonzalo Camacho remarca que este producto requiere conocer el mercado de arriba a abajo para tener siempre esas soluciones que los clientes demandan tanto a nivel nacional como a nivel internacional: "Es un negocio que se va construyendo poco a poco y es esencial la confianza con los equipos de suscripción y con los clientes", comenta.

"El tamaño importa en el sentido de que los grandes siempre van a hacer Caución, mientras que dentro del mediano y pequeño lo que se trata es de especialización", matiza Ruiz, quien reconoce que su empresa trabaja con auténticos especialistas, incluidos mediadores medianos con departamentos de Caución específicos y corredurías monolíneas "que funcionan tan bien como las grandes". En cualquier caso, "el mediador tiene que conocer la operativa, la importancia que tiene un aval para un cliente y tiene que ser capaz de gestionarlo. El ramo de Caución es exigente en el día a día", añade.

De hecho, como precisa Francisco J. Mas, CEO de Correduría de Seguros Lloret D´Mas, a los mediadores que se meten en Caución sin una experiencia previa les resultan muy farragosas todas las comunicaciones que se tienen que hacer con el cliente y documentarlo todo y el tener que estar muy cerca del cliente.

Aitana Prieto / Carmen Peña

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

Los corredores se apoyan en el negocio de **VIDA** para crecer

La Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) ha publicado recientemente el Informe Estadístico Anual de Mediación 2021, que pone de relieve que, aunque No Vida sigue siendo el principal negocio de los corredores, ha experimentado un ligero retroceso del 0,46% en volumen de primas gestionadas respecto al ejercicio anterior. Sin embargo, Vida vuelve a la senda de crecimiento, tras la caída sufrida en 2020, al mejorar sus resultados un 7,5%.

Los corredores de seguros gestionaron un volumen total en Vida en 2021 de 3.002.205.643,18 euros en primas, muy por encima de lo obtenido en 2020 (2.792.795.654,42). En concreto, los corredores personas físicas han experimentado nuevamente una gran caída, gestionando 46.691.199,11 euros en primas, frente a los 60.864.153,26 euros del ejercicio anterior. De ese montante, el 93,67% correspondió a primas individuales y el 6,33% restante, a colectivas. Las corredurías, sin embargo, mejoraron sus resultados, de los 2.731.931.501,16 euros de 2020 a los 2.955.514.444,07 euros de 2021, de los que el 56,37% fueron de primas individuales y el 43,63%, de colectivas.

Como consecuencia de ello, las comisiones obtenidas en este ramo se han visto perjudicadas. En el caso de las corredurías, se situaron en 170.105.825,64, un 2,45% menos. Más profunda fue la bajada de los corredores, que lograron 2.690.705,64 euros, un 11,29% menos que en 2019.

En nueva producción de Vida, se ha producido, igualmente, un aumento en las primas trabajadas, cuyo volumen ha subido a los 1.305.917.935,39, lo que supone un aumen-

to del 26,69%. De este montante, tan solo 17.285.820 euros fueron gestionados por corredores, copando las primas individuales el 98,90%, por el exiguo 1,10% de las colectivas, que se han desplomado del 1,68% respecto a su representación del 23,25% de doce meses antes. Las correduría han tramitado 694.154.173,22 euros en primas, en cuyo caso se dan porcentajes más parejos, ya que el 46,28% son individuales y 53,72% colectivas.

VOLUMEN TOTAL DE PRODUCCIÓN RAMO VIDA 2020							
		Primas	%	Comisiones	Comisiones sb. Primas	Honorarios	Honorarios sb. Primas
CORREDORES DE SEGUROS PERSONAS FÍSICAS	Individual	43.734.211,68 €	93,67%	2.487.954,10 €	5,69%	3.784,11 €	0,009%
	Colectivo	2.956.987,43 €	6,33%	202.751,54 €	6,86%	460,00 €	0,016%
CORREDORES DE SEGUROS PERSONAS JURÍDICAS	Individual	1.666.104.090,16 €	56,37%	102.902.595,00 €	6,18%	326.181,23 €	0,020%
	Colectivo	1.289.410.353,91 €	43,63%	67.203.230,64 €	5,21%	1.824.003,53 €	0,141%
CORREDORES DE REASEGUROS	Individual	13.691.432,60 €	21,44%	628.616,58 €	4,59%	236.419,00 €	1,727%
	Colectivo	50.158.297,25 €	78,56%	2.171.230,88 €	4,33%	379.008,00 €	0,756%
TOTAL		3.066.055.373,03 €	100,00%	175.596.378,74 €	5,73%	2.769.855,87 €	0,090%

Vida vuelve a la senda alcista y crece un 7,5% en el número de primas intermediadas

AUTOS VUELVE A CAER

Como en años anteriores, el principal negocio de estos mediadores sigue siendo el de No Vida, en el que intermediaron 9.277.954.994,73 euros, de los que 308.053.963,97 euros correspondieron a personas físicas y 8.969.901.030,76 euros, a personas jurídicas. Esta cifra supone un ligero decremento del 0,46% respecto a 2020. En total, este segmento les proporcionó unas comisiones de 1.345.288.005,74 (+1,25%).

Autos sigue siendo, con diferencia, el ramo que más volumen de negocio reporta a los corredores de seguros, 2.644.199.460,96, de los que 138.107.435,72 euros los gestionaron personas físicas, lo que supone casi la mitad del total (44,83%); y 2.506.092.025,24 euros, personas jurídicas, un 27,94%. Las cifras experimentaron, al igual que en 2019, una ligera caída respecto al ejercicio anterior, cuando el volumen fue de 2.685.823.113,59 euros de primas.

VOLUMEN TOTAL DE PRODUCCIÓN RAMOS NO VIDA: CORREDORES DE SEGUROS PERSONAS FÍSICAS 2021						
Ramos	Primas	%	Comisiones	Comisiones sb. Primas	Honorarios	Honorarios sb. Primas
Accidentes	8.056.820,25 €	2,62%	1.503.743,31 €	18,66%	0,00 €	0,000%
Enfermedad	4.211.504,09 €	1,37%	537.589,75 €	12,76%	1.644,28 €	0,039%
Asistencia sanitaria	24.043.501,26 €	7,80%	2.062.651,33 €	8,58%	20.974,64 €	0,087%
Dependencia	252.083,11 €	0,08%	34.961,23 €	13,87%	0,00 €	0,000%
Autos	138.107.435,72 €	44,83%	16.029.434,68 €	11,61%	2.328,36 €	0,002%
Transportes	5.311.173,60 €	1,72%	864.779,66 €	16,28%	0,00 €	0,000%
Incendios y elementos naturales	259.444,28 €	0,08%	48.134,12 €	18,55%	0,00 €	0,000%
Otros daños a los bienes: seguros agrarios combinados	2.822.986,49 €	0,92%	254.675,33 €	9,02%	0,00 €	0,000%
Otros daños a los bienes: robo u otros	663.044,36 €	0,22%	94.901,21 €	14,31%	0,00 €	0,000%
Otros daños a los bienes: avería de maquinaria	1.547.090,34 €	0,50%	211.133,37 €	13,65%	0,00 €	0,000%
Responsabilidad civil en general: riesgos nucleares	282.640,02 €	0,09%	52.885,29 €	18,71%	0,00 €	0,000%
Responsabilidad civil en general: otros riesgos	16.190.230,54 €	5,26%	2.669.182,98 €	16,49%	17.665,80 €	0,109%
Crédito	3.970.851,93 €	1,29%	382.446,72 €	9,63%	21.000,00 €	0,529%
Caución	198.233,71 €	0,06%	20.759,55 €	10,47%	879,70 €	0,444%
Pérdidas diversas	522.318,34 €	0,17%	102.084,31 €	19,54%	0,00 €	
Defensa jurídica	1.555.411,34 €	0,50%	324.832,40 €	20,88%	345,00 €	0,022%
Asistencia	687.215,20 €	0,22%	109.010,13 €	15,86%	164,59 €	0,024%
Decesos	3.998.393,15 €	1,30%	855.472,38 €	21,40%	0,00 €	
Multirriesgo hogar	40.548.004,10 €	13,16%	9.229.739,13 €	22,76%	1.713,85 €	0,004%
Multirriesgo comunidades	23.344.496,93 €	7,58%	4.563.778,38 €	19,55%	3.807,36 €	0,016%
Multirriesgo comercios	11.718.687,67 €	3,80%	2.362.311,94 €	20,16%	1.428,00 €	0,012%
Multirriesgo industriales	16.283.853,97 €	5,29%	3.074.528,16 €	18,88%	1.008,00 €	0,006%
Otros multirriesgos	3.478.543,57 €	1,13%	608.578,98 €	17,50%	196,35 €	0,006%
TOTAL	308.053.963,97 €	100,00%	45.997.614,34	14,93%	73.155,93 €	0,02%

En el caso de los corredores, los siguientes ramos fueron Multirriesgo Hogar en el segundo puesto (13,83%), seguido de Asistencia Sanitaria (7,80%), Multirriesgo Comunidades (7,58%), Multirriesgo Industriales (5,29%) y RC General: Otros Riesgos (5,26%), los mismos ramos que coparon los primeros puestos en 2020.

Un ranking muy parecido al de las corredurías. Así, tras su cartera de Autos, se colocan Asistencia Sanitaria (13,76%) y RC General: Otros Riesgos (13,18%), seguido de Multirriesgos Hogar (5,29%), que arrebata el tercer puesto a Multirriesgos Industriales (4,62%).

LA NUEVA PRODUCCIÓN DE NO VIDA SE RECUPERA

Tras la ligera caída protagonizada en 2020 (cuando bajó un 2,17% respecto a 2019), el curso pasado las primas intermediadas por los corredores se auparon hasta los 2.203.409.548,84 euros, cifra un 7,14% mejor que en comparación con el ejercicio precedente. De este volumen, 60.022.283,57 euros han sido gestionados por corredores y 2.143.387.265,27 euros por las corredurías, habiéndose alcanzado unas comisiones globales de 363.007.488,69 euros, un 5,13% más.

VOLUMEN TOTAL DE PRODUCCIÓN RAMOS NO VIDA: CORREDORES DE SEGUROS PERSONAS FÍSICAS/CORREDORES DE SEGUROS PERSONAS JURÍDICAS+CORREDORES DE REASEGUROS 2021

Ramos	Primas	%	Comisiones	% Comisiones sb. Primas	Honorarios	% Honorarios sb. Primas
Accidentes	365.912.690,08 €	3,47%	62.808.775,82 €	17,16%	252.282,83 €	0,069%
Enfermedad	341.345.187,08 €	3,24%	42.695.090,81 €	12,51%	474.372,41 €	0,139%
Asistencia sanitaria	1.266.964.331,53 €	12,01%	112.444.505,83 €	8,88%	543.662,91 €	0,043%
Dependencia	3.392.582,32 €	0,03%	524.293,12 €	15,45%	10,16 €	0,000%
Autos	2.699.937.213,05 €	25,60%	342.666.023,26 €	12,69%	6.056.998,83 €	0,224%
Transportes	477.135.646,27 €	4,52%	64.390.187,06 €	13,50%	491.428,67 €	0,103%
Incendios y elementos naturales	530.984.002,37 €	5,03%	37.383.812,65 €	7,04%	1.567.754,70 €	0,295%
Otros daños a los bienes: seguros agrarios combinados	243.520.041,30 €	2,31%	26.040.002,30 €	10,69%	1.763,30 €	0,001%
Otros daños a los bienes:	54.625.540,76 €	0,52%	8.817.044,78 €	16,14%	484.491,26 €	0,887%
Otros daños a los bienes: avería de maquinaria	166.344.481,80 €	1,58%	40.976.077,15 €	24,63%	116.172,82 €	0,070%
Responsabilidad civil en general: riesgos nucleares	1.570.349,03 €	0,01%	158.208,82 €	10,07%	18.396,45 €	1,171%
Responsabilidad civil en general: otros riesgos	1.366.004.189,36 €	12,95%	181.602.248,11 €	13,29%	6.438.389,40 €	0,471%
Crédito	288.185.425,82 €	2,73%	30.147.390,45 €	10,46%	481.346,21 €	0,167%
Caución	183.776.429,15 €	1,74%	25.028.989,11 €	13,62%	1.234.342,31 €	0,672%
Pérdidas diversas	102.784.203,91 €	0,97%	28.900.431,83 €	28,12%	156.979,88 €	0,153%
Defensa jurídica	39.009.487,19 €	0,37%	9.764.098,57 €	25,03%	62.223,22 €	0,160%
Asistencia	78.950.166,58 €	0,75%	24.489.117,04 €	31,02%	28.612,49 €	0,036%
Decesos	70.091.577,22 €	0,66%	22.151.924,94 €	31,60%	144.475,31 €	0,206%
Multirriesgo hogar	515.704.812,63 €	4,89%	130.568.830,76 €	25,32%	1.185.857,91 €	0,230%
Multirriesgo comunidades	242.536.518,67 €	2,30%	51.074.494,78 €	21,06%	291.702,30 €	0,120%
Multirriesgo comercios	284.572.485,23 €	2,70%	38.789.031,06 €	13,63%	186.121,83 €	0,065%
Multirriesgo industriales	696.006.425,24 €	6,60%	95.429.549,19 €	13,71%	2.174.638,21 €	0,312%
Otros multirriesgos	528.093.100,84 €	5,01%	51.583.969,77 €	9,77%	11.469.159,70 €	2,172%
TOTAL	10.547.446.887,43	100,00	1.428.434.097,2	13,54%	33.861.183,11	0,321%

Los corredores personas físicas pierden negocio en Vida mientras que las corredurías lo mejoran

También entre las nuevas primas el ramo de Autos encabeza la intermediación por parte de los corredores, especialmente entre los profesionales personas físicas que han llegado a los 30.867.458,47 euros, lo que supone el 51,43% del volumen de negocio en este segmento (el 53,57% en 2020). Aunque en menor medida, también tiene un peso relevante entre las corredurías, porque suponen casi un tercio de los seguros gestionados (31,14%), con 667.465.905,34 euros.

Multirriesgo Hogar ocupa el segundo lugar entre los corredores, con el 10,04% de las primas intermediadas de nueva producción. Tras él se colocan los ramos de RC General: Otros Riesgos (5,57%) y Asistencia Sanitaria (5,38%), manteniendo las mismas posiciones que el ejercicio anterior. Multirriesgo Comunidades (5,30%) y Multirriesgo Industriales (4,09%).

Entre las corredurías, tras Autos aparecen RC General: Otros Riesgos (12,30%), Agrarios Combinados (8,09%) y Asistencia Sanitaria (6,91%), que arrebata el cuarto puesto a Multirriesgos Industriales (3,90%), que también es adelantado por Otros Multirriesgos (5,30%), Caución (4,29%) y Transportes (4,18%).

En este informe se recoge la actividad desarrollada por los mediadores de seguros durante el ejercicio 2021, proporcionada por los propios corredores a través de la DEC.

caser
Grupo Helvetia

En Caser nos anticipamos para que tu vida sea más fácil.

TU VIDA | TU SALUD | TU HOGAR | TU AUTO | TUS PENSIONES | TU EMPRESA
902 011 111 | CASER.ES

Pilar González de Frutos

Jornada Perspectivas del Seguro y la Economía para el año 2023 de Icea

Las cifras de 2022 muestran la **FORTALEZA** del Seguro

Andrés Romero, presidente de Icea, durante la inauguración de la 'Jornada Perspectivas del Seguro y la Economía para el año 2023', habló de que el sector tiene muchos retos por delante y para "enfrentarse a ellos, el sector necesita diversidad de talento, del que está escaso. Necesitamos atraer y retener ese talento".

Posteriormente, Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa, presentó las cifras que ha obtenido el sector en 2022. Un año en el que el Seguro "ha aprobado con nota". La facturación de primas del sector se estima en 64.673 millones de euros, lo que supone un 4,65% más que el año anterior. "Esto coloca al Seguro en una senda de crecimiento sólido y lo eleva por encima de la situación previa a la pandemia. Para ser exactos, un 0,77% por encima. El conjunto de los seguros No Vida se sitúa ya un 9,8%, por encima de los niveles de 2019". Mientras el seguro de Vida ha crecido un 3,74%, hasta 24.433 millones de euros, los seguros

> Los ingresos de las aseguradoras por primas a cierre de 2022 se situaron en 64.673 millones de euros, un 4,65% más que un año atrás. De ellas, 40.240 millones de euros correspondieron al ramo de No Vida y 24.433 millones a Vida. Estos datos, presentados en la 'Jornada Perspectivas del Seguro y la Economía para el año 2023' organizada por **Icea**, demuestra la fortaleza del sector, que se coloca en una senda de crecimiento sólido y lo eleva por encima de la situación previa a la pandemia.

No Vida lo han hecho un 5,21%, hasta 40.240 millones de euros.

En cuanto a las provisiones técnicas del seguro de Vida, se alcanzó, en 2022, 193.753 millones de euros, lo que supone un descenso del 1%. Pilar González de Frutos explica que "hay que tener presente que la subida de tipos de interés ha influido en esta disminución de provisiones. En el ámbito de la previsión, además, cabe recordar que, según ha reportado Inverco, las aportaciones a planes de pensiones han caído en 2022 en 2.605 millones de euros sobre el año 2021, lo que se suma al descenso anotado aquel año de otros 1.775 millones. Los datos son bien claros al indicar que la retirada de los incentivos a la previsión individual ha erosionado significativamente el ahorro privado".

En cuanto a los ramos más representativos, el de Automóvil generó unos ingresos por primas de 11.353 millones de euros, un 3,31% más que en el año 2021. Esta facturación se sitúa, además, un 0,36% por encima de los datos de 2019. El de Salud, con 10.543 millones de euros, ha tenido una evolución del 7%. Los Multirriesgo, con 8.578 millones de primas, han evolucionado un 5,69% respecto del año anterior, 14,05% respecto de 2019. El resto de los seguros No Vida, lo que normalmente solemos conocer por seguros diversos y que están, en buena parte, formados por seguros a la estructura empresarial, estima una facturación de 9.765 millones de euros. Este importe representa un aumento del 5,14% respecto de 2021 y del 9,92% si se compara con 2019. La facturación de Decesos ha crecido un 2,2%, como en otros casos, fuertemente influido por la inflación.

Andres Romero

José Antonio Sánchez

LA ENCRUCIJADA DE LAS PENSIONES

En opinión de la presidenta de Unespa, "la encrucijada más importante a la que se enfrenta el sector en 2023, es la de las pensiones y la previsión. Un verdadero proceso de previsión social complementaria se ha de asentar en no contemplar al ahorro individual y colectivo como elementos de ahorro enfrentados; y en que las empresas cuenten con un cuadro suficiente de incentivos".

En cuanto a la previsible creación de la autoridad de defensa del cliente financiero. Pilar González de Frutos recuerda la poco litigiosidad de sector. "Apenas un 10% de las reclamaciones totales estimadas termina en el servicio de la DGSFP, y el 2,5% se resuelva a favor del cliente". La regulación de la nueva autoridad de defensa del cliente financiero tiene algunos elementos que no nos gustan: el sometimiento al entorno contencioso-administrativo de los conflictos que puedan surgir; el establecimiento de la obligatoriedad de sometimiento a la decisión de la autoridad sólo para el asegurador; y la imposición de una tasa de 250 euros que, en muchas ocasiones, es superior al importe de la reclamación".

En 2023, la presidenta de Unespa no pierde la esperanza de que "empecemos a tener un supervisor independiente, profesional y adecuadamente financiado".

SE SUPERA EL NEGOCIO PREPANDEMIA

José Antonio Sánchez, director general de Icea, dio

una visión más técnica de las cifras. Así, dijo que "hemos gestionado de forma excelente este periodo de crisis desde el punto de vista de la gestión y la rentabilidad. Todos los ramos de No Vida crecen salvó Incendios que es el único que ha tenido crecimiento negativo. En general, el sector, si se compara con 2019, ha perdido rentabilidad, pero todavía nos mantenemos en una situación confortable, salvo alguna línea, como Autos".

Fernando Casanova

Santiago Arechaga

En No Vida, Autos tiene el 8,3% de la rentabilidad; Multirriesgo, el 6,4%; Salud, el 12,6%; y el resto de No Vida tiene el 26,6%. El total de ramos No Vida tienen el 53,9% de la rentabilidad del sector.

Sánchez destacó que, en el ramo de Autos, el ratio combinado ha perdido cinco puntos porcentuales. En 2019, este ramo representaba el 25% del resultado técnico del sector y ya solo supone el 15%. La tendencia "es que Autos y Salud vayan convergiendo y a finales de 2024 se verá qué primas tienen más importancia".

En los productos de ahorro, el director general de Icea presentó a los unit linked como los únicos en los que hemos crecido en ahorro gestionado. En 2015 representaban el 9% de las primas de Vida frente a casi el 30% que representaban al tercer trimestre de 2022.

Ya en vistas a lo que pasará este año, dijo que "estimamos que el negocio de No Vida crecerá en torno al 5%. En términos reales el crecimiento será mejor". Vida riesgo se comportará bien "pensamos que va a crecer en términos similares a No Vida". Y en Vida ahorro "esperamos un mejor comportamiento en términos de primas puesto que, con la subida de tipos de interés, los productos garantizados van a ser más atractivos".

Los seguros de No Vida subieron un 5,21%, hasta 40.240 millones de euros

TERMINARÁN ENTRANDO NUEVOS *PLAYERS* AL SEGURO

José Antonio Sánchez no tiene duda sobre "el alto potencial de la demanda aseguradora. Pero sí sobre si seremos capaces de aprovechar esta mayor demanda y si nos podemos adaptar en soluciones que den respuesta a esta nueva demanda y quienes se elegirán como *players* del futuro".

El director general de Icea explicó que "la compleja legislación que existe en Seguros, está retrasando la entrada de nuevos modelos más intrusivos. Además, no es fácil operar en Seguros porque hay que tener ciertos *skills* en materia de suscripción… Pero la disrupción, antes o después, vendrá porque el sector asegurador es muy rentable. Todo el mundo quiere entrar en él".

Por otra parte, Sánchez llamó la atención sobre el hecho de que "más relevante que la concentración en las primas es la concentración en el beneficio técnico. Al tercer trimestre, 5 grupos representaban casi la mitad del resultado técnico del conjunto del sector y lo hacen mejor que la media del sector. Lo que caracteriza a las empresas que mejor lo hacen es esa inteligencia de negocio: saben perfectamente a qué clientes se quieren dirigir. La mayor ventaja competitiva es el talento".

La visión de la economía global y española la dieron desde Swiss Re, su economista senior Fernando Casanova, y su CEO de Iberia, Santiago Arechaga. Se comentó

que "en España, este año, habrá un decrecimiento económico del 1,2% y para 2024, 2,4%. En términos de inflación tenemos 5,5% para 2023 y de 3,0% en 2024. España es la única de las top 4 economías europeas que aún no ha vuelto a niveles prepandémicos de actividad económica; la inflación se mantendría elevada por encima de niveles históricos".

Eugenio Yurrita

Javier Ibáñez

SIMILAR COMPORTAMIENTO EN VIDA RIESGO Y EN AHORRO

Eugenio Yurrita, consejero delegado de BBVA Seguros, presentó el comportamiento del ramo de Vida que, en su conjunto, ha finalizado 2022 "creciendo un 3,7% en términos de primas y no recupera aún los niveles prepandemia, situándose las primas en 3.090 millones de euros por debajo de 2019 (6,7% menos que en 2018). Por su parte, hay un retroceso del 1% en provisiones".

El comportamiento de las primas de Vida Riesgo y Vida Ahorro ha sido muy similar, el primero crece un 3,75% con respecto a 2021 y las primas Vida Ahorro, se han incrementado un 3,74% con respecto al año anterior, pero está un 8,6% por debajo de los niveles que teníamos en 2018. Yurrita cree que "vamos a entrar en un entorno de aceleración positiva. La subida de tipos de interés es una buena noticia para el ahorro. Hemos vuelto a la nueva normalidad en cuanto a los tipos de interés, que ha venido para quedarse".

También habló de los Planes y Fondos de Pensiones. "La modificación de los límites ficales de los últimos años ha sido dramático porque han reducido las aportaciones a los planes individuales, sin que se haya incrementado la aportación a los planes de empleo. En 2021 se registró prestaciones netas por primera vez en la historia debido a un descenso del 40% en las aportaciones brutas, vinculado a la reducción del límite de aportaciones, que pasó de 8.000 a 2.000 euros. En 2022 con la bajada hasta los 1.500 euros, tenemos prestaciones netas de 588 millos de euros, con datos hasta noviembre de 2022. En un entorno de reducción de aportaciones, se fomenta el traspaso de planes entre entidades".

El seguro de Vida ha crecido un 3,74%, llegando a los 24.433 millones de euros

En su opinión, "en España tenemos pendiente la asignatura de la Previsión Social Complementaria. Estamos en el 10,5% del PIB nacional, frente al 63,5% de la media de los países de la OCDE. La tasa de sustitución media en la OCDE es del 57,6%, del que el 42,2% corresponde al sistema público y el 15,4% al privado. En el caso de España, la tasa de sustitución es del 73,9% y es absorbida íntegramente por el sistema público. Tenemos mucho que desarrollar y necesitamos todos los pilares".

En este sentido, piensa que "el desarrollo del segundo pilar necesita incentivos en el empleador. Actualmente tenemos menos de dos millones de trabajadores que cuentan con planes de pensiones de empleo y se busca alcanzar los 10 millones de trabajadores en 2030".

Asimismo, planteó la prolongación de la vida laboral como el 4 pilar. Cree que "es necesaria porque mejora la sostenibilidad del estado de bienestar y del sistema

público de pensiones; porque tiene externalidades positivas sobre el empleo y la productividad de los trabajadores jóvenes; y porque favorece el funcionamiento cognitivo".

Ignacio Mariscal

Juan Miguel Estallo

LOS PRINCIPALES RAMOS SIGUEN EN ALZA

Javier Ibáñez, director general de Sanitas, presentó las cifras de Salud, que "continúa mostrando un gran dinamismo, liderando el crecimiento del sector asegurador en los últimos años, alcanzando el 7,2% de crecimiento interanual en 2022 y de un 7% si incluimos subsidio e indemnizaciones". El incremento ha venido tanto por el crecimiento en el número de asegurados (4%), como por el crecimiento de la prima media (3,1%). Ya hay 12 millones de asegurados en Salud en España.

Ibáñez predice que "el sector continuará creciendo a niveles en torno al 6,5-7%. En función de la evolución macroeconómica, la demanda puede ralentizarse a medio plazo, pero continuará fuerte en 2023. La presión en gasto asistencial generará un efecto en la prima media, creciendo con más fuerza que en periodos anteriores. Los clientes demandarán servicios mejores y más personalizados, exigiendo un servicio diferencial al del sistema público. Las compañías pondrán el foco en digitalizarse y ofrecer al cliente soluciones personalizadas".

Por su parte, el ramo de Multirriesgo, en términos de rentabilidad, según explicó Ignacio Mariscal, CEO de Reale Seguros, "sigue siendo rentable, pero un poco menos que el año pasado". En su opinión, "el resto de gastos y la siniestralidad va a crecer porque la inflación tiene una incidencia clara en ellos".

Sobre la distribución de estos productos, dijo que "la cuota de mercado está dominada por corredores y agentes con el 67,5% del negocio. Mientras que, en nueva producción, los corredores se mantienen, pero los agentes y las oficinas decrecen en favor de la bancaseguros".

La compleja legislación que existe en Seguros, está retrasando la entrada de nuevos modelos más intrusivos

Mariscal planteó una serie de tendencias a considerar: "Cambio climático, que va a seguir impactando económicamente durante los próximos años; el impuso de la digitalización, que conlleva una mejora de la calidad de la suscripción y los costes y una reducción de la siniestralidad y un aumento de la calidad del servicio; en el reaseguro, se ha producido un endurecimiento de las condiciones económicas y mayor exigencia de rigor máximo en la suscripción; mientras que en la siniestralidad se mantiene la frecuencia y un incremento del coste medio".

Las previsiones para este año son que en Hogar se crezca entre el 4 y el 5%; en Comunidades, un 4%; en Comercio, un 2%; y en Industria, entre el 5 y 6%.

Por último, Juan Miguel Estallo, CEO de Liberty Seguros, se encargó de presentar la situación del ramo de Autos, fuertemente influenciado por "el gran envejecimiento del parque automovilístico, lo que conlleva una mayor siniestralidad". Por cada vehículo nuevo matriculado se ha vendido 1,4 vehículos de más de 10 años. Y en los últimos 10 años se ha envejecido el parque automovilístico más de un 20%.

El crecimiento de Autos que ha sido del 3,3% ha estado por debajo del incremento experimentado por el negocio No Vida y está claramente vinculado al crecimiento de las primas. Debido al comportamiento de los últimos ejercicios, Estallo vaticina que "Autos deje de ser la principal línea de negocio de No Vida en unos años".

En 2023, piensa que "el crecimiento será parecido al de 2022 (más o menos 3,6%), que vendrá por el incremento de primas".

GRAN SOLVENCIA DEL SECTOR

Sergio Álvarez, director general de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), comenzó su intervención anunciando que los datos presentados en la jornada por Icea, "van a variar muy poco con respecto a los que publicará la DGSFP", calificándolos como "positivos" porque refuerza la idea de la solvencia del sector.

Entre las principales cuestiones sobre supervisión y regulación de seguros en 2023, el director de Seguros se centró en la preocupación que existe sobre la inteligencia artificial. Por un lado, tiene unos efectos formidables en cuanto a eficacia operativa y la gestión de los riesgos, pero, por otro lado, es necesario que "las decisiones que toman las máquinas deben ser explicables y conocibles por parte de los operadores económicos y de los supervisores y tienen que tener un uso ético adecuado". Debido a la preocupación por todos estos asuntos, existe una propuesta normativa en la Unión Europea sobre un Reglamento de Inteligencia Artificial de carácter transversal para toda la actividad económica.

Otro ámbito de preocupación del supervisor, es el modelo de negocio de los seguros de Vida comercializado por las entidades bancarias. "Existe una advertencia de Eiopa sobre los seguros de protección de créditos comercializados en el mercado europeo, en relación a las elevadas comisiones, poco valor para los suscriptores y los conflictos de interés de los distribuidores vinculados a las entidades bancarias", ha señalado Sergio Álvarez.

Sergio Álvarez

El plan de contabilidad para el sector asegurador está desfasado por el paso del tiempo y debe ser necesariamente actualizado

El director general de Seguros y Fondos de Pensiones reconoció que el plan de contabilidad para el sector asegurador está "desfasado por el paso del tiempo" y debe ser "necesariamente actualizado". "Esto tiene sus consecuencias en la cuenta de resultados y, por tanto, requerirá un análisis sosegado. La idea de la DGSFP sobre esta cuestión es abrir "un período de reflexión partiendo de un documento inicial de propuestas de reforma de la contabilidad de seguros en España".

Por último, resaltó que cree que, durante la presidencia de España de la Unión Europa, en el segundo semestre del año, se aprobará la Directiva de Revisión de Solvencia II y la Directiva de Recuperación y Resolución de entidades aseguradoras que se regula por primera vez en el ámbito de la Unión Europea y que es una armonización de mínimos.

Adelantándose a ello, el anteproyecto de ley del Seguros de Automóviles ya introducirá algunos de los principios de esta última directiva porque "España es uno de los mercados importantes dentro de la Unión Europea que carece de una normativa de recuperación y resolución".

Carlos Nadal, director del Negocio Asegurador en Iris Global

TENDENCIAS en turismo y viajes en 2023

Se esperan cifras récord en turismo para 2023 y lo más importante es que se quiere estar asegurado. Incluir y priorizar servicios que aseguren un mayor confort, seguridad, salud e higiene será clave, por ser una necesidad claramente demandada tanto por clientes como por los propios empleados de las empresas turísticas. Los corredores de seguros no deben dejar pasar esta oportunidad de negocio.

La primera de las tendencias en turismo y viajes en 2023 será la sostenibilidad. El turista dará prioridad a esta cuestión, tal y como pone de manifiesto el '**Informe global sobre turismo sostenible**' elaborado por Booking.com. Según este análisis, el 90% de los españoles que viajan reconocen dar importancia a que la experiencia sea sostenible.

Según esos mismos datos, los turistas reconocen que en distancias largas tratan de elegir el tren en lugar de su propio coche. Incluso un 33% de los viajeros españoles reconoce sentirse avergonzado de volar, debido al impacto que tiene este medio de transporte en el medioambiente.

Por otra parte, 2023 será el año del turismo *slow* que promueve visitar las zonas a un ritmo tranquilo. Sin límites de tiempo. Reduciendo el número de desplazamientos para conocer más profundamente cada una de las paradas. Bajar el ritmo y centrarse en aspectos culturales y de calidad. Viajando en temporada baja o respetando aforos razonables para no sobreexplotar los recursos naturales y las zonas que se visitan.

También será el año con mayor grado de digitalización en el proceso de gestión y confirmación de la reserva. Y el uso de Inteligencia Artificial para los primeros niveles de contacto entre empresas y clientes.

VIAJES SOSTENIBLES... Y SEGUROS

Otra de las tendencias será el auge en la contratación de seguros de Viaje. Informes de diferentes entidades certifican el crecimiento exponencial en la contratación de este servicio, especialmente tras la pandemia. Y con coberturas que van más allá del seguro de anulación.

Porque en 2023 se dará más prioridad que nunca a todo lo relacionado con la salud e higiene durante el viaje. Especialmente, en ciertos destinos en donde los costes sanitarios son elevados o donde los estándares de atención sanitaria e higiene son más laxos. Incluir y priorizar servicios que aseguren un mayor confort, seguridad, salud e higiene será clave, por ser una necesidad clara-

mente demandada tanto por clientes como por los propios empleados de las empresas turísticas.
En este sentido, Iris Global cuenta con soluciones de **seguros de viaje internacionales**, nacionales y para **viajes de aventura o para deportes de riesgo**. Todos ellos con unas coberturas de Asistencia en Viaje que serán tendencia en 2023, y que dan prioridad además a la sostenibilidad.
Además, los seguros de Iris Global cuentan con estas otras coberturas que serán de vital importancia en 2023:

- Gestión de regreso anticipado y prolongación de seguro por cuarentenas o restricciones de movilidad.
- Asistencia médica en viaje con cobertura para gastos farmacéuticos, médicos u hospitalarios.
- Anticipo de fianzas por hospitalización en el extranjero.
- Prolongación de estancia en hotel por cuarentena médica.

2023 será el año del turismo *slow* que promueve visitar las zonas a un ritmo tranquilo. Reduciendo el número de desplazamientos para conocer más profundamente cada una de las paradas

- Envío de medicamentos al extranjero.
- Gastos de estancia para acompañantes del hospitalizado asegurado.
- Gastos de búsqueda y rescate.
- Envío de objetos olvidados durante el viaje.
- O asistencia jurídica en el extranjero, por poner algunos ejemplos.

IRIS GLOBAL
ASISTENCIA EN VIAJE
Te aseguramos ante percances inesperados

Nueva emisión de 'Maxiplan Inversión Premium'

Santalucía está comercializando una nueva emisión de su producto estructurado 'Maxiplan Inversión Premium', que ofrece un cupón del 11,77% para el cliente, pagadero al vencimiento y el 100% de la revalorización del índice en el periodo. El plazo de la inversión será de 5 años y 2 meses.

'Maxiplan Inversión Premium' es un producto a prima única que vincula la inversión del cliente a la evolución del índice - Solactive BQIS ESG Global Leaders RC 6% y a la Deuda Pública Italiana.
El índice Solactive es un índice de renta variable global compuesto por compañías seleccionadas de acuerdo con los criterios ESG, que cumplen con las demandas ambientales, sociales y de gobierno corporativo en los mercados globales.
El periodo de colocación de esta tercera emisión comenzó a mediados de enero, y se cerrará el próximo 16 de marzo.

DKV ha lanzado 'Personal Doctor', un seguro de Salud digital y que redefine la medicina personalizada, permitiendo al asegurado elegir a un médico de cabecera entre los que ofrece la compañía.

Salud digital con médico personal

'Personal Doctor' se encarga de la vida médica presente y preventiva del paciente. La relación empieza con una llamada para realizar un diagnóstico inicial, y se podrá contactar siempre a través del chat. En caso de que no esté disponible, siempre habrá un profesional para atender en su lugar.
'Personal Doctor' combina la atención personalizada digital con la cobertura presencial. El seguro cuenta con dos modalidades: Personal Doctor (sin hospitalización), Personal Doctor Premium (con hospitalización).
Este nuevo seguro está disponible en Madrid, Sevilla, Málaga, Zaragoza, Almería y San Sebastián.

Seguro de ahorro a un año

Mapfre ha creado 'Millón Vida 1', un seguro de ahorro temporal a prima única con una duración de un año, que ofrece una rentabilidad garantizada de hasta un 1,91% de interés anual efectivo a vencimiento, dependiendo de la edad del tomador. Además, en caso de fallecimiento, el beneficiario percibe el capital equivalente a la prima capitalizada al tipo de interés del 2,52%.

Este producto garantiza tanto el capital invertido como la rentabilidad.
El producto supone una oportunidad de rentabilizar los ahorros a corto plazo.

Ahorro para las entidades y particulares

Avanza Previsión ha completado su gama de productos de ahorro con el lanzamiento de 'Ahorro Plus 3', producto destinado tanto a entidades como a particulares, con un objetivo de ahorro a medio plazo.

'Ahorro Plus 3' ofrece una rentabilidad garantizada del 2,3% anual neto, lo que otorga seguridad a los clientes frente a las oscilaciones de los mercados, y una rentabilidad garantizada acumulada al vencimiento del 7,06% de la aportación inicial.
En el caso de 'Ahorro Plus 3' para entidades, cuenta con una rentabilidad del 2,5% anual neto, garantizada durante los tres años de vida del producto, y una rentabilidad garantizada acumulada al vencimiento del 7,69% de la aportación inicial. Además, al tratarse de un producto garantizado, su indicativo de riesgo se establece en el mínimo posible, 1 sobre 6.
En ambos casos, se trata de un producto a prima única de tres años de duración que puede contratarse desde una aportación mínima de 5.000 euros. 'Ahorro Plus 3' ofrece además la posibilidad de rescate, parcial o total, del capital invertido a partir de los dos años de contratación. Desde el punto de vista fiscal, también ofrece ventajas, ya que únicamente se tributará por el rendimiento obtenido y en el momento del rescate. De esta forma, mientras el rendimiento generado permanezca en el fondo, no se tributa.

'MaxiPlan Inversión Rentas Constante', renta vitalicia

Santalucía ha lanzado un nuevo producto de Vida-Ahorro, el 'MaxiPlan Inversión Rentas Constante'. Este nuevo seguro en formato renta vitalicia combina las ventajas fiscales que ofrece una renta vitalicia asegurada, ya que solo tributa un porcentaje de la renta en función de la edad del cliente, con la protección que ofrece un seguro de Vida-Riesgo, al tener un capital de fallecimiento equivalente al 101% de la prima única aportada.

'MaxiPlan Inversión Rentas Constante' tiene el objetivo de constituir una renta vitalicia inmediata mensual a favor del tomador, que le permita complementar sus ingresos periódicos a cambio de invertir un capital. En cuanto a sus características más generales, el tipo de interés técnico se fijará para cada una de las emisiones y será único para toda la duración vitalicia de la póliza lo que significa que se mantendrá en vigor hasta el fallecimiento del asegurado, momento en el que los beneficiarios cobrarán un capital igual al 101% de la prima aportada. Este producto está dirigido a clientes de entre 60 y 85 años y requiere una aportación mínima de 30.000 euros que se invierte en activos emitidos por el estado español o por otros estados miembros de la Unión Europea.

Entra en vigor la obligación de declarar el IVA por vía telemática

La gestión del negocio digital se está acelerando y la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT) está impulsando exigencias a los negocios en digitalización, como el uso obligatorio de la factura electrónica entre las empresas o la utilización de softwares de facturación homologados por Hacienda. La gran novedad en 2023 es la obligación de tramitar el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) por Internet, que entró en vigor el pasado 1 de enero.

Esta nueva exigencia elimina la posibilidad de declarar el IVA en formato papel y afecta a las autoliquidaciones del modelo 303 correspondientes al ejercicio 2023 y las siguientes. A partir de ahora, los negocios sólo podrán tramitar la autoliquidación del IVA por vía telemática y solo se podrá presentar en papel los modelos 111, 115, 122, 130, 131, 136 y 309.

Las empresas que reciban incentivos a la contratación deberán mantener el empleo tres años

El Consejo de Ministros aprobó en enero una reforma de los incentivos a la contratación laboral, que recoge un nuevo mapa de bonificaciones para promover la contratación y el mantenimiento del empleo estable, prioritariamente colectivos vulnerables o de baja empleabilidad, como parados de larga duración, jóvenes, mujeres y personas con discapacidad. Las ayudas recibidas tienen como condición el mantenimiento del empleo durante, al menos, 3 años.

Entre los nuevos incentivos que se crean en el Real Decreto, aprobado el 11 de enero y que entra en vigor en septiembre, está una bonificación de 275 euros al mes durante tres años por la contratación indefinida de menores de 30 años sin cualificación que estén inscritos en el Sistema Nacional de Garantía Juvenil.

Además, se otorgará una ayuda en la cotización de 138 euros al mes durante tres años o durante la vigencia del contrato para personas con discapacidad por la contratación indefinida o incorporación como socios en la cooperativa o sociedad laboral de personas que realizan formación en prácticas en las empresas. Asimismo, habrá una bonificación para las empresas que transformen contratos temporales en fijos discontinuos dentro del sistema especial agrario por cuenta ajena. Esta última ayuda será de 55 euros por mes.

También se contemplan bonificaciones para impulsar el autoempleo y la economía social.

Los concursos de acreedores se incrementaron un 22% en 2022

De acuerdo con el seguimiento de los procesos concursales publicados en el BOE que realiza Iberinform, el tejido empresarial registró, en diciembre, un aumento interanual del 17% de las insolvencias empresariales. En el conjunto del año, acumulan un incremento del 22%. Los mayores aumentos se registran en la industria automotriz (122%), industria extractiva (82%), el sector primario (69%), financiero (57%), el transporte (53%) y la industria alimentaria (46%).

La evolución durante el segundo semestre de 2022 confirma un claro incremento de las insolvencias tras el periodo excepcional de 27 meses de moratoria concursal que decayó el pasado 30 de junio. Los acreedores han recuperado 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. A estos cambios legales se suma el deterioro del entorno, marcado por una recuperación desigual de la actividad, el endurecimiento de las condiciones financieras, el aumento de la inflación y la escasez de materias primas o suministros. Todos estos factores permiten prever que se profundice en este incremento de los procesos concursales durante 2023.

Por sectores, predominan las insolvencias en construcción e inmobiliario (23% del total) y el comercio (22%), seguidos de la industria manufacturera (14%), servicios a empresa (12%) y hostelería (11%).

El último Consejo de Ministros del año pasado aprobó un Real Decreto que introdujo modificaciones en la gestión y control de los procesos por incapacidad temporal (IT) en los primeros 365 días de su duración. En concreto, el Gobierno ha eliminado la obligación de los trabajadores por cuenta propia de ser ellos quienes deban trasladar a sus empresas los partes de baja médica, pues será la compañía quien tenga que obtener la información de la Administración.

El trabajador ya no tiene que entregar a la empresa su baja médica

Así, según el texto de los responsables de la Seguridad Social, "solo se entregará una copia (del parte de la baja) a la persona trabajadora; y se elimina tanto la segunda copia, como la obligación de que sea la propia persona trabajadora quien entregue esta copia en la empresa, entidad gestora o mutua".

Como alternativa, la norma estipulará que "la comunicación entre las entidades emisoras y el INSS será telemática, evitando trámites que pueden resultar gravosos para personas que están en situación de incapacidad temporal y aprovechando las posibilidades de mejorar la eficacia y la eficiencia que brindan los avances en digitalización y tecnologías de la información".

Entra en vigor el acuerdo entre Generali y Sanitas en seguros de Salud

Desde el 1 de enero está en vigor el acuerdo estratégico en seguros de Salud firmado por Generali y Sanitas el pasado mes de octubre y que tendrá una duración de 10 años.

Generali continuará comercializando su propia oferta de productos de Salud bajo la marca Generali, a través de su red de mediadores, como hasta la fecha, y sus clientes se beneficiarán de las ventajas de contar con la gestión especializada de Sanitas.

Cerca de 550 empleados del Grupo Catalana Occidente podrán acogerse a un plan de salidas voluntarias

Grupo Catalana Occidente presentó, a finales de 2022, a todos los sindicatos que representan a su plantilla un plan de salidas incentivadas voluntarias al que, se estima, podrán acogerse hasta 550 empleados. Su objetivo es lograr una mejor adecuación organizativa tras la unificación societaria del negocio tradicional del grupo, prevista para finales de 2023.

En este sentido, el plan se enmarca en el proceso de simplicidad corporativa que el grupo asegurador inició hace años con la integración de sus plataformas operativas y de servicio, que siguió, posteriormente, con la homogeneización de sus productos y que proseguirá con la unificación societaria de Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros, Seguros Bilbao y GCO Reaseguros. En este contexto, el Grupo ha analizado cuáles serán las capacidades y necesidades futuras como consecuencia de las mejoras en la eficiencia de los procesos y la eliminación de duplicidades funcionales, y ha realizado una primera estimación de exceso de capacidad de entre 400 y 550 empleados en el negocio tradicional, sobre una plantilla de 2.400 personas.

La propuesta de salidas voluntarias, que pretende compensar dicho exceso de capacidad y que prevé llevarse a cabo a lo largo de un plazo de dos años, se centra exclusivamente en el personal de estructura, sin que haya ninguna afectación en la prestación de servicio, la atención al cliente ni en las redes de mediación.

En otro orden de cosas, el Grupo ha puesto en marcha una nueva técnica de intervenciones no invasivas en las reparaciones del hogar. Con esta nueva práctica, se consigue realizar las intervenciones en menos tiempo, sin alterar la calidad de las mismas, y ahorrando molestias al asegurado. Asimismo, también apuesta por la sostenibilidad al reducir los residuos derivados de la reparación.

Mapfre presenta las novedades para 2023

Mapfre España ha celebrado su reunión anual, que sirve como arranque del año para la fuerza comercial de la compañía. En ella, se desgranaron las novedades que la aseguradora va a presentar a lo largo del año, además de dar un repaso a lo conseguido en 2022.

Entre los proyectos y objetivos para 2023 está crecer con rentabilidad y seguir transformando a la empresa para avanzar en eficiencia y rentabilidad, y así hacer frente a los nuevos retos, siempre con el servicio y la atención al cliente como gran prioridad.

Antonio Huertas, presidente de la entidad, informó acerca de los resultados de la compañía a nivel global, destacando la gran complejidad del entorno y la incertidumbre a la que nos enfrentamos. Asimismo, señaló la necesidad de seguir manteniendo los valores y "la manera de hacer las cosas de Mapfre".

Eso, entre otras cosas, la ha llevado a ser reconocida un año más como la marca más valiosa de España dentro del sector asegurador, de acuerdo al ranking Brandz que elabora la consultora **Kantar**. Esta clasificación recoge a las 30 marcas españolas de mayor valor, basándose tanto en su capitalización en bolsa como en la valía que otorgan los consumidores a las compañías. Según el estudio, el valor de Mapfre es de 595 millones de dólares. En el ranking global, la aseguradora ha escalado un puesto hasta situarse como la 20ª marca española más valiosa.

En otro orden de cosas, la división de Asistencia de Mapfre ha comenzado una nueva etapa este año, con un foco de actividad más digital y una reorientación geográfica, con el lanzamiento de una nueva marca que da nombre a la unidad: Mawdy. En esta nueva etapa, se centrará en los acuerdos de distribución, a través de los canales B2B y B2B2C, con una nueva propuesta de valor basada en la digitalización.

Por otro lado, la aseguradora ha mejorado su operativa para solicitar asistencia en carretera, para hacerla aún más ágil. Con la nueva versión de la app Mapfre, el cliente solamente necesita estar registrado en la aplicación, acceder a la misma, seleccionar el vehículo (si tiene varios) sobre el que necesita asistencia (matrícula) y pasa directamente a la localización del vehículo en el mapa para lanzar la solicitud sin necesidad de que nadie le llame por teléfono. Esta novedad supone una mejora en los tiempos de respuesta y eficiencia del servicio. Asimismo, el cliente recibe un sms con un link en el que puede consultar, en tiempo real, donde está el vehículo de asistencia y cuanto falta para que llegue a la ubicación del cliente. Aquellos clientes que necesiten atención telefónica podrán disponer de ella sin problema.

La aseguradora también ha actualizado su app de salud para que se convierta en el modo natural de relación del asegurado con su seguro de Salud. En ella se ha integrado la videoconsulta inmediata, la disponibilidad de receta electrónica y nuevas especialidades de chat médico.

Por último, señalar que Malú Delicado es la nueva directora de Tecnología de Mapfre Iberia, cargo que ejerce desde el día 1 de enero de 2023. Es licenciada en Ciencias Biológicas por la Universidad de Alcalá y se incorporó a Mapfre en 2005 como responsable del área de Portales Mapfre Internet.

Fiatc adquiere una participación mayoritaria de Ipresa

Fiatc Seguros ha adquirido una participación mayoritaria de Igualatorio de **Previsión Sanitaria S.A. (Ipresa)**, sociedad anónima de seguros de Salud que opera en Guipúzcoa desde 1946.

La adquisición forma parte de la estrategia de crecimiento de Fiatc en el ramo de Salud que, actualmente, ya reporta más de 170 millones de euros en primas. La operación permitirá a la aseguradora fortalecer su presencia en la provincia de Guipúzcoa donde Ipresa tiene una fuerte penetración de mercado y reconocimiento de marca.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha reforzado su estructura comercial con la incorporación de Diana Villalta como responsable de E-commerce. Su misión será potenciar las ventas en el canal digital de la entidad, a partir de su posicionamiento basado en la calidad y el servicio. Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la UAB, Villalta es una profesional con una amplia experiencia en marketing digital aplicado a la venta.

Grupo Mutua Propietarios integra a Mutual de Conductors

Grupo Mutua Propietarios ha integrado definitivamente, mediante fusión por absorción, al **Grupo Mutual de Conductors**, con una extensa trayectoria en el sector asegurador español, especializada en productos de defensa jurídica, entre otros.

La incorporación del ramo de Defensa Jurídica que aporta Mutual de Conductors supone un nuevo incremento de las capacidades del Grupo Mutua Propietarios quien, además, según el cierre de 2021, mejoró su solvencia en 9 millones, e incorporó 28 millones en activos y 5 millones en primas. El Grupo Mutual de Conductors aporta una Agencia de Suscripción, MDC Cover, ofreciendo al Grupo Mutua Propietarios nuevas capacidades en la distribución de riesgos especiales en el mercado español y la aceleración el proceso de innovación de productos de la compañía.

En otro orden de cosas, el Grupo Mutua de Propietarios ha reunido a su equipo de ventas en su Convención anual, en el que se marcaron los objetivos comerciales para el año 2023. Además, se hizo hincapié en la consolidación de la visión estratégica del Grupo para proveer de soluciones globales a las necesidades de protección integral de la propiedad inmobiliaria. Asimismo, se recordaron los principales hitos conseguidos, como por ejemplo, la digitalización total del proceso de suscripción del seguro de impago de alquiler, las nuevas coberturas para los edificios de propiedad vertical, la apertura del servicio RedPoint, el acompañamiento y financiación en la consecución de las ayudas de los fondos *Next Generation*, los programas de financiación de obras de mejora, etc.

La formación y 'jubilación activa' garantizan la jubilación

El Foro de Expertos del Instituto Santalucía ha publicado el decálogo con las claves para mejorar la gestión laboral del talento sénior, donde reclaman medidas como eliminar la jubilación forzosa, unir la edad de jubilación a la esperanza de vida o la necesidad de impulsar el talento sénior a través de una comisión parlamentaria para garantizar la sostenibilidad del sistema y el bienestar social.

Entre los 60 y los 64 años, apenas la mitad de la población se mantiene activa laboralmente. "Es llamativo porque, actualmente, muchas personas llegan a las etapas de jubilación (o prejubilación) con amplia formación y experiencia, y con buena calidad de vida. Tener más de 55 años ahora no es lo mismo que hace unas décadas, por lo que esta fuga de talento supone una pérdida de recursos muy valiosa en una sociedad cada vez más envejecida", indica José Manuel Jiménez, director del Instituto Santalucía.

Para hacer frente a esta realidad social, el Foro de Expertos propone un decálogo para evitar que la falta de gestión y previsión implique consecuencias negativas para la sociedad y para la economía:

1. Promover la 'jubilación activa'. Desde el Foro de Expertos apuestan por utilizar todo tipo de medidas como son los 'contratos de compatibilidad', el 'voluntariado sénior', el *mentoring* de jóvenes trabajadores, etc., para lograr la (re) integración laboral de los trabajadores que deseen ser activos, con plena compatibilidad de ingresos y jubilación.
2. Implementar políticas que luchen contra el edadismo (discriminación por edad).
3. Eliminar la jubilación forzosa.
4. Vincular la edad de jubilación a la esperanza de vida.
5. Luchar contra la desigualdad que sufren las mujeres: Muchas trabajadoras se encargan del cuidado de familiares de mayor edad, al mismo tiempo que tratan de completar carreras más largas de cotización para acceder a mejores pensiones.
6. Eliminar la creencia de que los mayores reducen las oportunidades laborales de los jóvenes.
7. Considerar el talento sénior como un valor en alza: es un colectivo que cuenta con gran experiencia y talento pero que queda "ocioso" por la jubilación, en medio de una futura escasez de trabajadores cualificados.
8. Apuesta por la formación continuada de las personas mayores al último tramo de su vida productiva.
9. Más capacitación en tecnología puntera.
10. Impulso real a nivel de las instituciones políticas: El Foro de Expertos aboga por crear una comisión parlamentaria focalizada en la revisión de la normativa laboral vigente y la eliminación de obstáculos para que las vidas laborales de los sénior sean más productivas y útiles para ellos mismos y para la sociedad.

Caser y la plataforma de expertos hipotecarios digital Helloteca han llegado a un acuerdo para ofrecer hipoteca inversa, una solución para que las personas mayores de 65 años y con vivienda en propiedad puedan complementar ingresos para su jubilación.

Caser se alía con Helloteca para distribuir hipotecas inversas

"Caser es líder del mercado de hipotecas inversas, por lo que este acuerdo nos permite ofrecer una solución económica que además asegura la tranquilidad y la seguridad, ante las variaciones del Euríbor, de contar con un tipo fijo", ha comentado Nuria Álvaro, co-fundadora de Helloteca.

Beazley lanza un bono catástrofe de ciberriesgos que permite la dinamización de este mercado

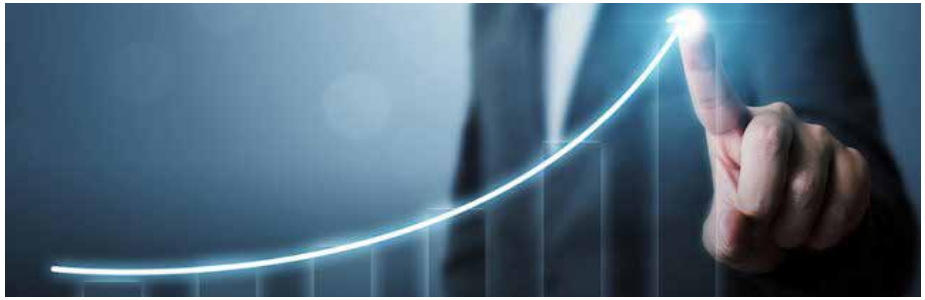
La aseguradora especializada Beazley ha comunicado que "hemos lanzado el primer bono catástrofe para ciberriesgos del mercado. Es la primera vez que se crea un instrumento ILS (*Insurance-Linked Securities*) para riesgos catastróficos relacionados con la ciberseguridad". El bono, de 45 millones de dólares, ofrece a Beazley indemnización contra todos los riesgos que superen un evento catastrófico de 300 millones de dólares, con la posibilidad de liberar tramos adicionales hasta 2023 y más en adelante.

Este bono está respaldado por un grupo de inversores de ILS, entre los que se encuentra Fermat Capital Management, LLC; y ha sido estructurado y colocado por Gallagher Securities, la rama de ILS de Gallagher Re, y está diseñado para cubrir eventos catastróficos y sistémicos de baja probabilidad.

Desde la aseguradora se dice que "el desarrollo de soluciones eficaces para el riesgo catastrófico es vital para permitir que aumente la oferta de capacidad en el mercado de los seguros y reaseguros cibernéticos, con el fin de satisfacer la creciente demanda de cobertura por parte de las empresas y la sociedad. Beazley ha sido durante mucho tiempo pionera en el mercado cibernético, donde su experiencia le ha permitido crear nuevas soluciones para el reto del riesgo cibernético, y donde su sólido enfoque de la gestión del riesgo y las técnicas de presuscripción han ganado la confianza de los inversores".

Un tercio de los corredores considera que sus ingresos mejorarán este año

El 64% de los corredores cree que sus ingresos mejorarán en 2023. Así se concluye en un estudio realizado desde Hiscox Lab, el laboratorio de Innovación de Hiscox, en el que participaron más de 700 corredores con el objetivo de conocer sus perspectivas para el nuevo año. Un 29% opina que se mantendrá igual y solo un 7% considera que empeorará.



En cuanto al nivel de empleo de sus propias corredurías, se desprende que el 40% considera que aumentará, el 57% cree que se mantendrá igual y solo un 3% considera que empeorará.

En cuanto a la situación general del sector asegurador, el 60% la percibe como buena o muy buena, mientras que tan solo un 6% considera que es mala. De hecho, el 40% piensa que en 2023 la situación mejorará y otro 39% opina que se mantendrá en niveles similares a los de este año. Sin embargo, cabe destacar que el 21% de los corredores encuestados por Hiscox sí que creen que puede haber cierto empeoramiento.

Si bien los corredores vislumbran una buena situación para su propio negocio y para el sector en general, son menos optimistas a la hora de calibrar el futuro de las empresas de sus clientes. De hecho, uno de cada 3 considera que la situación de estas compañías empeorará en el nuevo curso, mientras que un 29% cree que se mantendrá igual y el 37% sí cree que puede haber mejoras.

Esta cierta preocupación se enmarca en un contexto determinado por la inestabilidad geopolítica y el efecto de la inflación. En este sentido, los corredores prevén que la inflación continuará impactando seriamente al tejido empresarial en general, ya que un 48% le asignan un nivel de afectación de 4 sobre 5 mientras que otro 34% califica la situación con un 5 sobre 5. Respecto a la inestabilidad geopolítica, se repite un patrón similar, ya que un 47% de los corredores encuestados le dieron una importancia de 4 sobre 5 y otro 28% de 5 sobre 5.

Por otro lado, en el 'I Informe Hiscox de pymes y autónomos en España', se indica que las dificultades por las que pasa el colectivo de profesionales de cuenta propia se ha acentuado especialmente durante la segunda mitad de 2022 y, de hecho, el 42% espera caída de actividad debido a la inflación.

Esta no es la única consecuencia que la inflación ha desencadenado en el negocio de los autónomos españoles, ya que, además, el 55,6% reconoce que espera un incremento en sus costes de producción y otro 38% directamente prevé que tendrá problemas de continuidad con su negocio como consecuencia del aumento generalizado del precio.

El 38% de estos profesionales cree que sus ingresos van a empeorar en 2023, el 37% considera que seguirá igual y el 27,6% se muestra bastante optimista y considera que sus ingresos mejorarán en este nuevo año. Respecto a los beneficios, el 38% considera que su margen de beneficios empeorará en 2023, el 34% que continuará igual y el 25% cree que mejorarán en el nuevo curso.

Musaat crea un asistente virtual para atender a sus mutualistas

Musaat ha puesto en marcha un nuevo chatbot en su área privada, diseñado para facilitar a los asegurados el acceso y el proceso de firma digital de sus pólizas, entre otras funcionalidades.

Con esta herramienta, Musaat continúa apostando por una mejor experiencia de usuario para sus mutualistas a través de la digitalización y automatización de procesos. También fomenta aún más la firma digital de pólizas a través de su área privada, funcionalidad que ha permitido a la mutua reducir el impacto medioambiental de su actividad, además de lograr una mayor agilidad y seguridad al servicio de sus asegurados.

El seguro indemniza al año con cerca de 800 millones por siniestros meteorológicos

Las aseguradoras afrontan cada año el pago de entre 660 y 1.000 millones de euros por los siniestros meteorológicos que suceden en España, cuyo volumen oscila entre los 650.000 y los 850.000 siniestros anuales. Esta es una de las conclusiones del informe 'El seguro y la sostenibilidad climática', que analiza las prestaciones pagadas directamente por el seguro en el periodo 2017–2021 por los fenómenos meteorológicos a través de los seguros Multirriesgo y que ha sido elaborado por **Estamos Seguros**, de **Unespa**.

En el aseguramiento de los fenómenos causados por la naturaleza intervienen varias instituciones: el Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) se encarga de afrontar los siniestros calificados como "extraordinarios" (inundaciones, embates de mar o los vientos sostenidos a partir de 120 kilómetros/hora); y las aseguradoras asumen todos los demás fenómenos (daños ocasionados por la nieve, la lluvia o los vientos hasta cierto umbral). El informe de Estamos Seguros señala que el clima es el causante de entre el 15% y el 20% del todos los pagos realizados por los seguros Multirriesgo.

En el periodo 2017-2021, las aseguradoras pagaron 3.796 millones de euros por 3,9 millones de siniestros meteorológicos. La mayor parte afectó a viviendas y comunidades de propietarios, a los que se abonaron 2.312 millones de euros. Aunque los hogares suman la mayoría de contratos, los siniestros meteorológicos más costosos son los que se producen en industrias. En estos casos, el coste medio del siniestro meteorológico ronda los 6.000 euros, frente al coste medio por siniestro de 657 euros de los percances en viviendas.

Cecas presenta un curso de experto en empresas para los mediadores

Especializar a los mediadores en seguros para empresas es el objetivo del nuevo curso que Cecas, desarrolla entre el 1 de febrero y el 6 de abril. Bajo la denominación de 'Curso de Experto en Empresas', los alumnos completarán 25 horas lectivas en formato e-learning, donde tendrán la oportunidad de conocer las herramientas imprescindibles para evaluar la calidad del riesgo, así como las claves para la negociación con aseguradoras.

El curso se completa con tres módulos adicionales en los que se analizará la responsabilidad de las empresas en relación con sus trabajadores y con los productos que fabrican y distribuyen; coberturas y tipos de póliza, con especial atención en el sector del transporte y los productos aseguradores que ofrece el mercado vinculado a la actividad empresarial en el entorno de las relaciones laborales.

Por otra parte, Cecas analizó el *compliance* penal de los mediadores en una sesión formativa online que se celebró a finales de enero. Entre otras cosas, se habló de que "una buena implementación de *compliance* permite, por ejemplo, delimitar la responsabilidad penal en caso de que un empleado de la empresa cometa un delito en su puesto de trabajo". El *compliance* penal es un plan de prevención individualizado para personas jurídicas que garantiza el cumplimiento y la adecuación a las normas vigentes de todos los integrantes de un negocio mediador.

En la jornada, se analizó el conjunto de medidas de cumplimiento normativo que deben introducirse en las empresas para evitar la comisión de delitos de fraude, alzamiento de bienes, fiscal, blanqueo de capitales o cohecho, entre otros. Cualquiera de estos delitos conlleva penas que van desde importantes sanciones económicas hasta el cierre de negocio o, incluso, la cárcel.

Por otro lado, Cecas comenzó el año con un webinar donde analizó las perspectivas y tendencias del sector asegurador para 2023. Asimismo, se presentó la visión de los mediadores para 2023, donde tendrán que afrontar modificaciones en la tributación, aumentos del salario mínimo interprofesional, posibles alzas de primas, modificaciones de coberturas o los procesos de concentración y entrada de inversores a través de sociedades de capital riesgo. También se trataron cuestiones como las consecuencias de la implementación de la normativa sobre distribución o la creciente transformación de las aseguradoras en plataformas de servicios para adaptarse a la digitalización y a un sistema de consumo basado en el pago por uso. Ambos procesos obligarán a medio plazo, también a los agentes y corredores, a transformar buena parte de su modelo de negocio.

Desde Cecas se espera un buen comportamiento, porque el aumento de los tipos de interés impulsa los ingresos por inversiones de las aseguradoras y mejora la rentabilidad de los productos garantizados. No obstante, la evolución de la inflación, que podría afectar tanto a la reducción de la renta disponible como al incremento de los costes, puede llevar a un aumento de las primas.

QBE ha nombrado a Rosa María Domingo, anterior suscriptora de Responsabilidad Civil profesional y Ciber Riesgo, Middle Market/Duas Lead. Se encargará de liderar el crecimiento del área de mercado medio, identificando y desarrollando oportunidades de negocio a través de acuerdos estratégicos de distribución con agencias de suscripción y *facilites*.

Rosa María Domingo, promocionada a Middle Market/Duas Lead de QBE

Licenciada en Derecho y Administración y Dirección de empresas por la Universidad Complutense de Madrid, Domingo cuenta con una experiencia de 10 años en el sector asegurador. Se incorporó a QBE en el año 2016 procedente de Zurich Global Corporate, donde fue suscriptora de distintas líneas de negocio.

DAS Seguro nombra a Luis Cuervo nuevo director general

Luis Cuervo ha sido nombrado nuevo director general de DAS Seguros, sucediendo así a Jordi Rivera. Su objetivo es dar continuidad al proyecto de innovación y digitalización de la aseguradora.

Licenciado en Ciencias Actuariales y Financieras con diplomatura en Ciencias Empresariales y programas de dirección comercial y transformación digital por Esade y Eada, Cuervo cuenta con una amplia experiencia en el sector asegurador. En los últimos 11 años de su carrera, ha formado parte del comité de dirección de DAS en una primera etapa como director técnico y en los últimos cuatro años como director de Negocio Corporativo.

Por otro lado, la aseguradora ha incorporado a Alberto Losada y Maribel Pérez, como nuevos delegados de zona con responsabilidad en Madrid y Cataluña, respectivamente. Mediante estos nuevos fichajes, la compañía pretende potenciar su presencia en ambos territorios claves del país.

Losada es titulado en materias financieras, de seguros privados y reaseguros por Icea y cuenta con experiencia como responsable de expansión de la correduría Summa Insurance, además de dirigir el departamento comercial de International SOS. En el último año y medio, trabajó como jefe comercial de grandes corredores en la zona de Madrid para Generali.

Por su parte, Pérez es técnico especialista en Administración y Gestión de empresas y tiene 25 años de experiencia. Inició su andadura profesional como senior sales advisor en AGS, para más tarde trabajar como ejecutiva comercial en compañías como Fiatc Seguros y Caser, ocupándose de la gestión directa y la consolidación de la red de corredores.

En palabras de Adolfo Masagué, director comercial, los nuevos perfiles "demuestran nuestra confianza en el canal de mediación. Reforzamos los dos principales focos de negocio del país, con el fin de optimizar la atención y el servicio prestado".

El IES lanza micropíldoras formativas cien por cien audibles

El Instituto e-Learning del Seguro (IES) ha comenzado 2023 lanzando una línea formativa novedosa en la industria aseguradora española. Se trata de 'AudioSegur', una línea de audio-formación con microcontenidos formativos de apenas 15, 20 o 30 minutos de duración y 100% audibles.

De momento el IES ha arrancado 'AudioSegur' con: el fraude en el seguro, el papel del Consorcio y los mediadores en los riesgos extraordinarios, la familia como cliente potencial de seguros y los derechos de los tomadores al pedir una hipoteca. Pero próximamente, irá incorporando más contenidos a este nuevo formato. Además, estas micropíldoras audibles son certificables en el plan de formación continua de los distribuidores de seguros de los niveles 1, 2 y 3 superando un breve cuestionario de evaluación de cada una en la plataforma de formación del IES.

En otro orden de cosas, a mediados de enero IES organizó en abierto y gratuita una jornada técnica por webinar sobre las 'Novedades en las cotizaciones de los autónomos para 2023'. En ella se analizaron, a través de casos prácticos, las implicaciones del nuevo régimen de cotización de los autónomos y se expusieron todos los aspectos importantes de este cambio para los autónomos como, por ejemplo: Los plazos para su implantación; el régimen transitorio; el ámbito subjetivo de aplicación; las exclusiones; el esquema práctico de funcionamiento del sistema; los rendimientos anuales; la dinámica de funcionamiento del despliegue progresivo de tramos que determinarán la base de cotización; las herramientas telemáticas para la modificación de cuotas; el régimen de nuevas deducciones y desgravaciones; los sistema de control del nuevo sistema de cotización por parte de la Administración Tributaria y la ITSS; la tarifa plana; la cotización en los supuestos de compatibilidad de jubilación y trabajo por cuenta propia; la protección por cese de actividad y conclusiones finales.

Por otro lado, la correduría Proyectos y Seguros ha decidido poner en marcha, en IES un espacio de formación online en el que, a partir de ahora, buena parte de sus empleados y colaboradores van a poder cursar los programas de formación —inicial y continua— exigidos a los distribuidores de seguros. Es la primera de otras cuatro píldoras más que verán la luz en breve sobre: 'El seguro voluntario de Automóvil', 'Aspectos generales del seguro de Automóvil', 'El Precio del seguro de Automóvil' y 'El papel del Consorcio de Compensación de Seguros en el seguro de Automóvil'.

Asimismo, se ha lanzado un nuevo curso, 'El seguro dental', dentro del 'Canal Salud by Sanitas'.

El Grupo CNP Assurances reorienta su estrategia a Vida y protección de pagos

El Grupo CNP Assurances ha reorientado su estrategia hacia su negocio core: Vida y protección de pagos, tanto en seguro directo como en reaseguro.

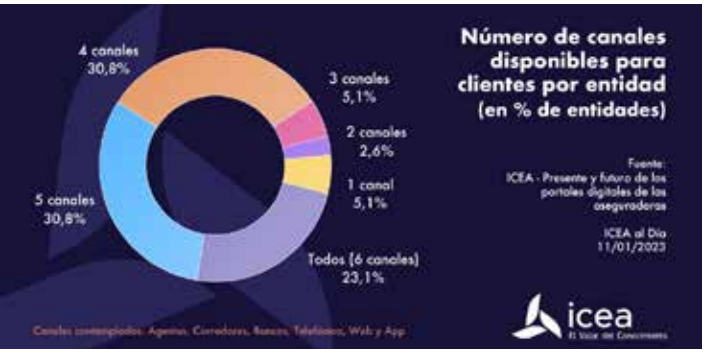
Para mantener su liderazgo, la aseguradora ha reforzado su estructura organizativa con promociones internas y nuevas incorporaciones, dirigidas a potenciar e incorporar nuevo talento en su equipo. Del mismo modo, ha optimizado su estructura operacional, orientándola a maximizar la eficiencia de la compañía.

El Grupo CNP en España ha llevado a cabo, en los últimos años, un proceso de transformación cultural y operativa, en el cuál la innovación y la tecnología son claves para la creación de su propuesta de valor. Fruto de esta transformación ha sido el lanzamiento de CNPHub en 2020 - un hub tecnológico que permite la distribución de seguros de forma omnicanal -, y la digitalización de procesos y optimización del dato.

Entre las promociones más recientes figura: Fabrice Alberti, como Head of Transformation & Digital; Daniele Lelii como Head of Digital & Alternative Distribution para España y Portugal; José Luis García Ortells como Head of Bancassurances & Affinity para España y Portugal, lo que lo convierte en el máximo responsable de estos canales en la compañía; y Salomé Mesa como directora de Marketing.

Dentro de su actual posicionamiento en España, la aseguradora ha presentado su nuevo espacio digital, que muestra una imagen innovadora y profesional. Su objetivo es hacer más accesible y cercana la información a sus socios distribuidores y clientes.

La omnicanalidad, una realidad en el 23% de las aseguradoras



Icea ha analizado la situación actual de las empresas aseguradoras respecto a sus distintos canales físicos y online, incluyendo: agentes, corredores, bancos, telefónico, web (portales digitales) y App. Un 23,1% de las mismas, cuenta con todos los canales.

Los canales tradicionales de las aseguradoras siguen siendo los más desarrollados, ya que las entidades que trabajan en cada uno de estos pueden llevar a cabo un mayor número de acciones comparado con las que se pueden realizar en los canales digitales (web y app).

Santalucía potenciará la diversificación y transformación de la distribución

Santalucía ha celebrado, bajo el lema '¡Aceleramos!', su Convención Comercial Anual centrada en la consecución de los retos de su Plan Estratégico 100+ para 2023 partiendo del protagonismo de las personas: clientes y empleados. Este año, la compañía seguirá potenciando la diversificación y transformación de la distribución para consolidar su operativa omnicanal.

Durante el encuentro, los directivos del Grupo han hecho balance de los logros conseguidos en 2022, un ejercicio en el que Santalucía ha sido el segundo grupo asegurador español que más ha crecido. Además, ha alcanzado grandes hitos atrayendo y fidelizando a sus clientes a través de todos sus canales, y ha finalizado la implantación de su estructura territorial omnicanal y multirramo dentro del negocio presencial.

En cuanto a los principales retos del Grupo Santalucía para 2023, la compañía seguirá potenciando la diversificación y transformación de la distribución para consolidar su operativa omnicanal; reforzará su apuesta digital, continuará apoyándose en la alta especialización de su equipo y la gran capilaridad de su red para garantizar la accesibilidad, a sus clientes, a un asesoramiento personalizado.

Además, en sus planes será clave continuar creciendo en ventas a través del Canal Directo y el desarrollo y fortalecimiento de los acuerdos corporativos con empresas de referencia en otros sectores de actividad.

Para consolidar su estrategia de negocio presencial, Santalucía ha hecho énfasis en el impulso de 3 aceleradores: la tecnología, la metodología y la homogeneidad en la organización comercial. Para ello, la compañía impulsará su transformación digital poniendo a disposición de la mediación y sus colaboradores herramientas comerciales soportadas sobre tecnologías de última generación que supongan una ventaja competitiva en todas las fases del negocio: preventa, venta y postventa.

Por otro lado, señalar que la entidad ha sido reconocida como la aseguradora con mejor experiencia de cliente en los seguros del Hogar, según el estudio de Benchmarking de Satisfacción del Sector Seguros 2022, realizado por la consultora StigaCX y difundido por la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC).

En otro orden de cosas, la aseguradora ha creado un nuevo Consejo Asesor, integrado por profesionales externos e independientes, con experiencia acreditada en el ámbito de la transformación tecnológica y la innovación, que apoyará a la entidad para identificar y anticipar la evolución de los mercados y para tomar las decisiones adecuadas para afrontar los grandes retos y desafíos que se integran en el Plan de Transformación Digital aprobado a finales de 2019 y que, a su vez, se ha constituido en uno de los ejes vertebradores del Plan Estratégico 100+ que contempla el periodo 2021-2024.

El seguro atiende cada año a más de 230.000 víctimas de accidentes de tráfico

El seguro atiende cada año en España a 230.552 víctimas de accidentes de tráfico entre lesionados, fallecidos y los familiares de estos últimos. Esta es una de las conclusiones que arroja el informe 'El seguro del automóvil y la sostenibilidad social en 2021' elaborado por Estamos Seguros, de Unespa.

Los accidentes de tráfico son un fenómeno cotidiano. En su inmensa mayoría, las colisiones son leves y solo generan daños materiales. Incluso en aquellos casos en los que hay que lamentar daños personales, lo habitual es que se produzcan lesiones temporales sin secuelas. El seguro, en concreto, atendió a 171.494 casos de estas características en 2021. Pero las aseguradoras también atendieron a 55.173 personas que sufrieron lesiones que les dejaron algún tipo de secuela. La más habitual afecta al sistema músculo esquelético (76% de las lesiones). Le siguen en importancia los perjuicios estéticos (18%) y los daños al sistema nervioso (3,3%).

Hay colisiones que llegan a ocasionar muertes. En 2021, el sector asegurador indemnizó el fallecimiento de 703 personas por accidente de tráfico. Este tipo de sucesos, en realidad, implican a muchas más personas puesto que los fallecidos dejaron tras de sí a 3.182 familiares que fueron atendidos por el seguro. La mayor parte de los perjudicados por este tipo de circunstancias fueron hermanos (39%), hijos (28%), padres (19%) o cónyuges (10%) del difunto. Lo habitual es que cada fallecido deje tres (22%) o cuatro (14%) perjudicados tras de sí.

Las provincias que albergan una mayor cantidad de accidentes con víctimas–ya se trate de fallecidos, perjudicados, lesionados con secuelas o simples lesiones temporales– son, a grandes rasgos, las más pobladas del país. La clasificación la lidera Barcelona con 21.256 accidentes, o lo que es lo mismo, casi un 10% de los sucesos. La siguen Madrid (19.130), Sevilla (15.259) y Málaga (13.025). Sin embargo, los territorios que presentan una mayor cantidad de accidentes con víctimas en términos relativos son otros. Cádiz se sitúa en primera posición, con 89 víctimas por cada 10.000 habitantes. Le siguen Sevilla, Pontevedra y Murcia.

Maciste Argente se incorpora a CGPA Europe

El 1 de enero, Maciste Argente dejó su actividad profesional como corredor para incorporarse a CGPA Europe. La cartera de la correduría Argente se ha integrado totalmente en Quality Brokers, de la que dejó su condición de socio.

Una vez desvinculado totalmente de su labor de corredor, ha decidido integrarse, por un tiempo, en el equipo de CGPA Europe "con el objeto de ayudar, en cuanto me sea posible, a sus excelentes responsables en España para alcanzar los ambiciosos objetivos fijados para nuestro mercado", explica Argente.

DKV crea un espacio virtual en el entorno digital

DKV ha inaugurado su primer proyecto virtual en el entorno digital, 'DKVirtual'. Para la aseguradora, este nuevo espacio es una oportunidad de interactuar con sus clientes de una manera distinta, adaptándose a la creciente digitalización que estamos viviendo.

El cliente interactuará en el espacio en tercera persona, con un avatar que podrá configurar a su gusto al entrar. Un avatar de Josep Santacreu, consejero delegado de DKV, será el encargado de dar una bienvenida institucional a los visitantes.

Con 'DKVirtual' se ofrecerá un *onboarding* a los clientes, se explicarán los conceptos propios del mercado asegurador, así como los productos de todos los ramos que ofrece DKV, y tendrá un link al *Ecommerce*. Además, se vinculará con Nauta, el chatbot de la web, para que los clientes puedan consultar sus principales dudas.

El usuario también encontrará información que le ayude a conocer y utilizar sus activos digitales principales: área de cliente, la App Quiero cuidarme Más y el Club de Salud y Bienestar.

La aseguradora también aprovechará el espacio para seguir divulgando su programa de Arte, Arteria DKV, y sus iniciativas de sostenibilidad ambiental y social, enmarcadas en su estrategia de negocio responsable. Así, se presentará contenido sobre acciones específicas, se organizarán eventos públicos, campañas de actualidad y webinars con *partners*.

La experiencia 3D se adaptará a WEBXR, para poder vivirlo en realidad virtual con Oculus desde su propia casa.

Este piloto está en desarrollo para que pueda convertirse en un futuro en un espacio virtual desde donde poder realizar la consulta médica con los especialistas.

En otro orden de cosas, DKV ha inaugurado un nuevo Espacio de Salud en Valencia, un centro que dará un servicio de alto nivel tanto a los asegurados de la compañía como a privados. El centro cuenta con tres gabinetes dentales donde se trabajarán todas las especialidades en odontología, incluyendo maxilofacial, un gabinete de medicina general, y dos gabinetes dedicados a dietética y nutrición, endocrinología, dermatología, psicología y medicina estética.

El centro contará con tecnologías como impresión y modelaje 3D para diseñar prótesis personalizadas, vídeo consultas que incrementan la accesibilidad a los doctores y ahorran tiempo para los pacientes, tecnologías intraorales que permiten obtener información bucodental de una forma rápida y precisa, e inteligencia de datos, que servirá para tratamientos como el de los alineadores invisibles, dado que permite monitorizar la evolución de la dentadura con un mayor control y comodidad.

Allianz centra su Convención Comercial en la excelencia del servicio

Allianz, en su Convención Comercial anual, tras hacer balance del pasado ejercicio, dibujó las líneas de trabajo para 2023 entre las que figura la excelencia del servicio.

Miguel Pérez, director general comercial de Allianz Seguros, señaló, como uno de los ejes vertebradores del proceso de transformación que vive la compañía "la excelencia en el servicio, que es imprescindible y será el motor que movilice a la compañía en todo momento, desde el primer contacto con nuestro cliente hasta el momento de un siniestro, cuando más nos necesitan. Esto irá irremisiblemente unido, en nuestro plan, a configurar la mejor propuesta de valor para nuestra red de mediación y un foco claro en el crecimiento rentable".

El evento contó con la intervención de todos los miembros del Comité de Dirección de la compañía, incluido Veit Stutz, consejero delegado. Durante su intervención se refirió a 2023 como un año plagado de retos con el fascinante objetivo de convertir a Allianz Seguros en la compañía de referencia del mercado para clientes, mediadores y empleados.

En otro orden de cosas, Antonio Garamendi, presidente de la **Ceoe**, ha mantenido un encuentro con Stutz, en el que ambos conversaron sobre la relevancia de la colaboración entre ambas entidades, así como de la necesaria cooperación en un contexto económico complejo como el que vivimos.

Xavier Plana se coloca al frente de MGC Mutua

Xavier Plana ha sido nombrado director general de **MGC Mutua**. Sucede a Daniel Redondo, director general de la entidad desde mayo de 2012, que pasa a ocupar la vicepresidencia del Consejo de Administración.

Hasta la fecha, Plana ha desempeñado el cargo de director general adjunto, desde su incorporación el 1 de septiembre de 2021. Es actuario, licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales y analista financiero. Con larga trayectoria internacional, ha demostrado su capacidad de liderazgo en diversas empresas del sector bancario y asegurador durante más de 20 años.

Desde su nuevo cargo, se responsabilizará de la ejecución del plan estratégico, con un énfasis especial en impulsar el crecimiento sostenible y liderar el proceso de expansión que está llevando la compañía en todo el territorio nacional.

Innovación y salud mental, eje de las mejoras de las soluciones de Cigna en 2023

Cigna España amplía en 2023 sus tratamientos y pruebas diagnósticas en las áreas de oncología, otorrinolaringología, urología, traumatología, neurocirugía, aparato digestivo y ginecología reforzando así su compromiso con el bienestar y la salud de sus clientes.

De entre las nuevas coberturas aplicables a todos los planes de salud destaca la cobertura de enucleación prostática con láser en hiperplasia benigna de próstata. Además, amplía la cirugía robótica Da Vinci como proceso quirúrgico para la nefrectomía, total o parcial, en caso de diagnóstico de cáncer de riñón.

Asimismo, se completa la cobertura de prótesis en las especialidades de traumatología y neurocirugía. A partir de ahora, será posible utilizar implantes biológicos utilizados en las intervenciones quirúrgicas correctivas intracraneales y de la parte de la columna vertebral. También, se amplía la monitorización intraoperatoria en las cirugías por neurinoma del acústico en otorrinolaringología (ORL) y, en la especialidad de digestivo, se incorpora la cápsula endoscópica. Este último procedimiento, se utiliza para el diagnóstico de la hemorragia digestiva y para el estudio de la extensión de la enfermedad de Crohn intestinal. Por último, se incluye la cobertura de colocación y retirada del implante subcutáneo como método anticonceptivo.

En otro orden de cosas, Cigna ha nombrado a Raquel Lloro nueva directora de Marketing y Comunicación en España. Se encargará de diseñar y desarrollar el plan de marketing de la compañía, respondiendo a las demandas de los clientes y a las necesidades específicas para el mercado español de la aseguradora internacional, así como de coordinar y hacer seguimiento de la estrategia de comunicación interna y externa de la compañía. Además, será la responsable de impulsar la propuesta de valor y diferenciación de la marca, potenciando la experiencia de cliente y promoviendo la transformación digital de la compañía con el objetivo de optimizar procesos y mejorar la competitividad. Con más de 10 años de experiencia trabajando en Cigna, Lloro ha ejercido diferentes puestos de responsabilidad en este departamento. Es licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, máster en Marketing y Dirección Comercial en ESIC Business & Marketing School y máster en Dirección Aseguradora en Icea.

Iris Global designa a Juan José González responsable del Canal de Corredores en Galicia y Asturias

Iris Global ha nombrado a Juan José González como nuevo responsable comercial del Canal de Corredores para Galicia y Asturias. Será el responsable de expandir la red de corredores en estas dos regiones y de la captación de colaboradores para la firma en esta área.

El canal de corredores es clave en la distribución de los seguros de Viaje y Defensa Jurídica y un área en la que Iris Global quiere seguir haciendo hincapié. Con esta incorporación la compañía afianza su presencia en las dos comunidades autónomas y se propone continuar su expansión en la distribución de seguros para particulares y empresas a través de los mediadores profesionales en la zona norte de España, bajo la Dirección Comercial Mediación Norte liderada por Juan Amann.

Juan José González es un gran conocedor del sector, formado en el Colegio de Mediadores de Pontevedra, y cuenta con una amplia experiencia en diversas compañías.

En otro orden de cosas, señalar que la aseguradora, un año más, ha conseguido renovar las acreditaciones internacionales ISO 9001:2015, que acredita su apuesta por la calidad, la eficiencia y la satisfacción del cliente. Con la ISO 14001:2015, ayuda a la organización a identificar, priorizar y gestionar los riesgos ambientales como parte de sus prácticas de negocios habituales.

Por primera vez, se certifican todas las áreas asistenciales de la compañía tras su reciente integración. El informe de la entidad engloba Asistencia en Viajes, Defensa Jurídica y Salud, además de los Servicios de *Contact Center*, Patrimoniales o de Decesos que ya contaban con una o ambas certificaciones desde hace seis años.

Crédito y Caución impulsó el cierre de operaciones comerciales en Fitur

Crédito y Caución estuvo presente en **Fitur**, la feria internacional de referencia del sector turístico, con el objetivo de apoyar a sus asegurados y darles el soporte que necesiten en el análisis de sus potenciales clientes.

Como principal aseguradora de Crédito utilizada para la cobertura de los riesgos de impago, Crédito y Caución impulsó el cierre de operaciones comerciales y puso a disposición de todas las empresas que visitaron Fitur, sus servicios capaces de generar mapas de mercado potencial a medida de cada compañía en los principales mercados del sector aplicando técnicas de *big data* y geolocalización.

Su stand contó también con la presencia de 'B2B Safe,' el marketplace a disposición de todas aquellas empresas que aún no han digitalizado su negocio.

Las primas de Autos crecen en el cuarto trimestre de 2022

El cuarto trimestre vuelve a presentar un aumento generalizado de primas medias en los ramos de Autos y Motos, mientras que en Hogar se mantienen.

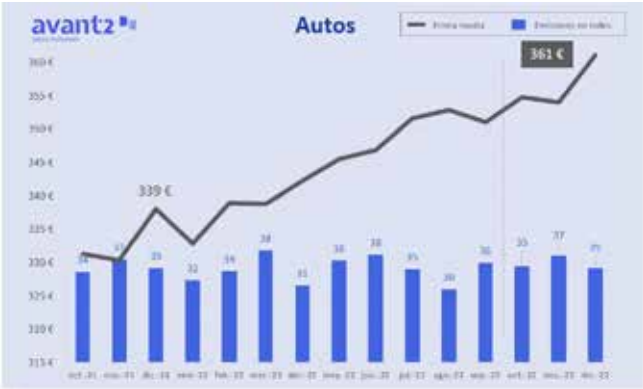
A nivel interanual todos los ramos muestran incrementos en volumen de emisiones y también de primas medias. De este modo, Versus Data presenta el último trimestre de 2022 con más de 144 mil emisiones en todos sus ramos con un crecimiento del 4,47% interanual. Los ramos con mayores incrementos porcentuales son los de Moto y Hogar, y en menor medida Autos.

Con respecto al ramo de Autos, el cuarto trimestre se cierra con 107 mil emisiones, cifra que supera al cuarto trimestre del 2022, con un crecimiento interanual del 2%.

Este ramo presenta el menor incremento interanual y el que tiene un mayor aumento de prima media, que en este trimestre se estableció en 356 euros, frente a los 333 euros del periodo anterior, con un incremento del 7% en su precio. El precio máximo se alcanzó en diciembre de 2022 con una media de 361 euros, valores que no se habían visto desde el año 2018.

En Hogar, el cuarto trimestre alcanza más de 18 mil emisiones, con un crecimiento interanual 9%. Este ramo presenta un cuarto trimestre estable en prima media con un valor de 223 euros gracias a la fuerte bajada de octubre, resultando un incremento interanual del 3%.

Por último, Motos alcanzó las 10 mil emisiones, con un crecimiento interanual del 20%. Este ramo también muestra un incremento continuado de prima media alcanzando los 177 euros en el cuarto trimestre con un incremento interanual en su precio del 6%.



El año 2022 finalizó con un volumen de más de 561 mil pólizas emitidas por **Avant2 Sales Manager**, que supone un incremento del 4% con respecto al año 2021. Estos volúmenes muestran la fortaleza del sector y la fuerte actividad comercial por parte de los mediadores.

En otro orden de cosas, **MMT Seguros** y **Pelayo** han decidido mantener sus productos en la plataforma de **Codeoscopic**.

Solunion renueva su certificación EFR

Solunion ha recibido, por tercer año consecutivo, la certificación EFR de empresa familiarmente responsable, en España y todos los países de Latinoamérica en los que desarrolla sus operaciones.

La certificación EFR, una distinción de la Fundación Másfamilia, que promueve la conciliación de la vida personal, familiar y laboral, reconoce las buenas prácticas implementadas por Solunion a este respecto en sus filiales de España, México, Colombia, Chile, Panamá y Argentina.

efr empresa | certificado en conciliación e igualdad

MGS Seguros da a conocer su estrategia 2023

MGS Seguros ha celebrado, a mediados de enero, el Encuentro MGS 2023 dirigido a los equipos comerciales. Bajo el lema 'Conectados', que refleja la unión de todas las personas que componen la entidad y su vocación de servicio hacia los clientes en un difícil contexto económico, el encuentro sirvió para "hacer balance de los magníficos resultados del ejercicio recién concluido y presentar las principales novedades e iniciativas para el año comercial que acabamos de iniciar", comunican desde la entidad. El consejero ejecutivo y director general de MGS, Juan Ignacio Querol, trasladó un mensaje de optimismo respecto al presente y futuro de MGS, incidiendo en su proyecto sólido y diseñado para el largo plazo.

Las direcciones de área presentaron los proyectos e hitos más destacados de la compañía para 2023, contando con la participación del mítico exjugador y director deportivo de fútbol Andoni Zubizarreta, que aportó vivencias sobre su experiencia profesional, poniendo en valor el trabajo en equipo para la consecución de un objetivo.

En otro orden de cosas, la Fundación MGS ha organizado el primer acto del año de su nuevo ciclo de jornadas formativas dirigidas a empleados, mediadores y clientes. La ponencia, titulada 'Cómo convertir nuestra profesión en nuestra pasión', contó con la presencia de Borja Vilaseca, creador de proyectos pedagógicos orientados a promover un cambio de paradigma en la sociedad.

Vilaseca inició su exposición explicando el concepto de Eneagrama, un sistema que permite analizar y clasificar los distintos tipos de personalidad. Durante la conferencia, a través de pequeños cuentos filosóficos, expuso cómo las personas mantenemos una actitud en base a un sistema de creencias, lo que provoca una enorme resistencia al cambio y a mantenernos en la zona de confort. Además, el ponente contó cómo los procesos de autoconocimiento generalmente vienen motivados por una crisis.

Aura Seguros celebra la Convención Anual de Ventas

Aura Seguros ha celebrado su Convención Anual de Ventas de 2023. En ella, se presentaron los resultados obtenidos por la compañía en el año 2022, así como los proyectos de futuro para este 2023.

De esta forma, Aura Seguros comparte las estrategias y proyectos para conseguir los retadores objetivos para este periodo.

El Club de Aseguradores Internacionales (CAI) ha organizado un webinar sobre la nueva Ley Concursal, sus implicaciones y la respuesta de las pólizas de D&O ante el concurso de acreedores.

CAI analiza la nueva Ley Consursal y el peso de las pólizas de D&O en las insolvencias

Javier Wesolowski socio de Wesolowski Abogados, se centró en aquellos aspectos de la reforma que más incidencia pueden tener en el seguro de D&O: la legitimación de los acreedores que ostenten créditos equivalentes al 5% del pasivo o sean titulares de créditos por importe superior a un millón de euros según la lista provisional presentada por la administración concursal para mantener por sí solos la calificación culpable del concurso incluso contra el criterio de la administración concursal; la elevación de los informes de calificación al Ministerio Fiscal por si hubiera indicios de criminalidad, para el ejercicio de acciones penales; y la consagración en la ley de la posibilidad de que se alcancen acuerdos transaccionales sobre la calificación entre la administración concursal y los acreedores, por un lado, y los administradores y otros posibles afectados por la calificación, por el otro.

A continuación, Javier Fernández compartió las impresiones que hay entre aseguradores y corredores de seguro respecto a un posible repunte en la siniestralidad en el seguro de D&O a raíz de la nueva reforma en conjunto con otros factores adicionales.

Helvetia Seguros celebra su Convención Comercial 2023

A primeros de enero, el Comité de Dirección de Helvetia Seguros, presidido por su CEO, Íñigo Soto, se reunió con ejecutivos y responsables comerciales de la aseguradora de toda España para analizar los resultados del último año y establecer los próximos objetivos de la compañía, de acuerdo con su estrategia Helvetia 20.25.

En el evento, que ha tenido como lema 'Universo Helvetia', Soto ha repasado algunos de los proyectos y mejoras que ha realizado la aseguradora en el último año y ha animado a toda la red comercial a seguir trabajando con ilusión y entusiasmo para cumplir con los objetivos propuestos. Además, ha recordado a todos la misión de la compañía: "Queremos ser el mejor aliado de nuestros clientes, siguiendo los valores y principios el helvetia way".

Por su parte, el director del área Comercial, José García, ha explicado algunas de las medidas e iniciativas que Helvetia Seguros va a llevar a cabo con el propósito de incrementar la venta de seguros desde todos los canales de la compañía y ha destacado la importancia de continuar profesionalizando a la red comercial para ofrecer un servicio más completo a los clientes.

AXA apuesta por el crecimiento sostenible en su reunión comercial

AXA España ha celebrado la primera convención comercial del año en el que se presentaron los principales mensajes para afrontar 2023, un ejercicio marcado por la incertidumbre económica y en el que se hará hincapié en el crecimiento sostenible.

"AXA cuenta con un equipo comercial capaz de superar las barreras, que hace lo que dice y lo hace bien, cumpliendo con los objetivos, protegiendo a los clientes y centrándose en la mediación", afirmó Mar Romero, directora de Distribución y Ventas de la aseguradora en España, en la que es la primera convención al frente del equipo comercial desde su pasado nombramiento en 2022.

Durante la jornada, se conocieron las novedades de 2023, un año en el que la compañía continúa haciendo fuertes esfuerzos para centrarse en la distribución y en la protección de particulares y empresas con acciones de fidelización y multiequipamiento. Auto, Hogar, Vida, Salud y Empresas volverán a ser los protagonistas con la agilidad, la prevención y la adaptación de los productos a las necesidades de clientes y mediadores como primera premisa.

"Estamos escribiendo un nuevo capítulo de la historia de AXA España y tenemos el equipo y el talento necesario para hacerlo de la mejor manera posible", afirmaba Olga Sánchez, CEO de la compañía.

Entre los días 26 y 29 de diciembre, el paso de una borrasca atlántica por el archipiélago canario ha provocado daños que **Agroseguro** estima que conllevarán indemnizaciones que podrían alcanzar los 4 millones de euros.

Agroseguro valora en 4 millones los daños provocados por la borrasca en Canarias

Se han producido daños intensos en el cultivo del plátano, sobre todo en Tenerife y La Palma, y se han visto afectados otros cultivos, como aguacate, algunas hortalizas y flor cortada, así como instalaciones distribuidas a lo largo de todas las islas.

En otro orden de cosas, desde febrero, y tras la jubilación de los directores territoriales en Andalucía y Extremadura, Fermín Flores y Jesús Cano, Agroseguro ha nombrado a Juan Francisco Delgado y a Jacinta Patiño como sus sustitutos.

Delgado es ingeniero agrónomo especializado en economía agraria. Con más de treinta años de desarrollo profesional. Es coordinador de la dirección territorial de Agroseguro en Andalucía desde 2008, puesto para el que la empresa promueve a Marta Reynolds.

Por su parte, Patiño es ingeniero técnico agrícola especializada en explotaciones agropecuarias. Era coordinadora de la dirección territorial en Extremadura, puesto al que la empresa promueve a Marta Marzal.

El Certamen Internacional de las Finanzas, Forinvest, se expandirá por primera vez en sus 16 años de historia a toda la Comunidad Valenciana con conferencias y eventos presenciales en las tres capitales de provincia, tal y como ha confirmado el presidente del certamen, el conseller de Hacienda y Modelo Económico, Arcadi España, tras la reunión del Comité Organizador 2023.

Forinvest se celebrará de forma presencial en las tres provincias valencianas

El Comité han acordado que el nuevo formato de Forinvest arranque en Alicante en Casa Mediterráneo, con la colaboración de Distrito Digital, durante la jornada del 8 de febrero; posteriormente tenga lugar en Feria Valencia entre el 8 y 9 de marzo y, a finales de este mismo mes, el día 28, concluya en la Cámara de Comercio de Castellón.

Su objetivo es actualizar el cartel e incluir novedades que avancen en la mayor internalización del sector, en una mayor presencia de mujeres en un ámbito mayoritariamente gestionado por hombres en los puestos de alta responsabilidad y donde tenga también cabida el intercambio de experiencias entre empresarios, personas autónomas y emprendedores a los que Forinvest les haya servido de ayuda.

MPM Software lanza una nueva generación de su tarificador

MPM Software ha anunciado el próximo lanzamiento de 'TarifAI', la nueva generación de soluciones de tarificación para mediadores de seguros que sustituirá a la actual plataforma SEG Tarificador.

'TarifAI' es una solución rediseñada, pensando en que el usuario pueda trabajar con productos masa y productos complementarios de una forma fácil, rápida y sencilla.

El nuevo tarificador de MPM, es una solución flexible, escalable y que permite, entre otras muchas novedades y mejoras funcionales, realizar múltiples configuraciones personalizadas por producto, personalizar filtros en las comparativas, gestionar pre-emisiones y el envío de ofertas directamente al cliente a través de correo electrónico.

TarifAI, está totalmente integrado con segElevia y segNeurona, y proporciona acceso a la solución a todos los usuarios licenciados en el ERP diferenciando su acceso en función de su perfil y sin coste adicional (acceso para usuarios técnicos, comerciales y colaboradores).

Santévet renueva su identidad corporativa

Santévet, especialistas en seguros de Salud para animales de compañía, ha renovado su identidad visual corporativa para reforzar su valor diferencial en el sector.

"Hemos apostado por una nueva imagen corporativa, más moderna, comprometida, que represente nuestro saber hacer y el crecimiento del grupo en el mercado de seguros para mascotas. Con ella, queremos implementar nuestro ADN en el ecosistema veterinario a través de la confianza y experiencia que tanto nos caracterizan y llegar a un target más amplio", explica Leticia González, su Marketing & Communication Manager.

Agroxarxa distribuirá el seguro de Defensa Jurídica de Agroseguro de Arag

Arag ha abierto una nueva vía de comercialización de su seguro 'Arag Defensa Jurídica Agroseguro' con Agroxarxa, la empresa de servicios de la Unió de Pagesos de Catalunya, que ofrecerá este producto como valor añadido en todas las contrataciones de seguros para la campaña temporal de cereales.

'Arag DJ Agroseguro' cubre la mediación en un posible desacuerdo en las indemnizaciones ofrecidas en un siniestro, llegando a ofrecer un segundo peritaje para hacer valer los derechos de los agricultores. También cubre reclamaciones de daños a instalaciones y problemas de lindes o servidumbres de paso, entre otras garantías.

"Agroxarxa sigue el camino de otros importantes distribuidores a nivel nacional de este tipo de seguros, complementando con nuestro producto su oferta en Agroseguro", explica Juan Dueñas, director territorial de Arag.

En otro orden de cosas, señalar que Arag, durante su Convención de Ventas Anual, realizó un resumen general del año en el que se destacaron las más de 80.000 horas de formación que han realizado más de 8.000 mediadores en el pasado ejercicio. Asimismo, se mostraron las expectativas de 2023 y se detallaron la estrategia comercial y los objetivos de la compañía de cara a este año.

Alpha Brokers intermedió 7 millones de primas en 2022

Alpha Brokers, la correduría que nació en 2021, finaliza el año con más de 7 millones de euros de primas gestionadas y arranca 2023 con el foco puesto en la captación de más corredurías.

En la actualidad, está negociando nuevas adquisiciones de carácter estratégico que les permitirán volver a duplicar el volumen de negocio a cierre del ejercicio y culminar su plan director 2023-2024, con una cartera superior a los 25 millones de euros.
"Alpha es el único proyecto que aúna las ventajas tecnológicas y culturales de conformarse en 2021 junto a la capacidad y experiencia en distribución que le aportan sus socios aseguradores y corredores", ha señalado Vidal Aguirre, director de Alpha Brokers.

Insurama y Prudenzia crean un broker phygital en España y Portugal

La insurtech Insurama y el broker Prudenzia, a través del grupo de socios de Nervo Group, lanzan Tu Broker, un broker 'phygital' (acrónimo de físico y digital) que aspira a liderar el mercado ibérico en su categoría y a expandirse en el corto y medio plazo por Latinoamérica.

Actualmente Tu Broker cuenta ya con más de 100.000 clientes entre usuarios de sus servicios y clientes mediados.

Tu Broker ofrecerá una experiencia de usuario onmicanal, permitiendo a los clientes contratar y gestionar los productos a través del canal digital, intermediarios, *partners*, canal directo y puntos de venta físicos tradicionales.
Este lanzamiento que se enmarca dentro de la estrategia de innovación en el sector seguros y tecnológico de Nervo Group, apuesta por un modelo con amplias sinergias que surgen de la unión de insurama y Prudenzia. Este modelo combina tanto la capacidad y el *expertise* en el mundo de los seguros como en el tecnológico, construyendo un amplio catálogo de productos personalizados y flexibles, de forma que los clientes se benefician tanto de la facilidad y rapidez de la contratación y gestión online de sus pólizas como de una red 'tradicional' de asesores con más de 20 años de experiencia en el sector asegurador.

Howden adquiere la correduría March RS

Howden Iberia ha adquirido el 100% de March Risk Solutions y ha firmado una alianza con Banca March, hasta ahora propietaria de la correduría. Con esta compra, la filial española de Howden Broking Group superará los 100 millones de ingresos y 700 millones en primas y alcanzará una plantilla de 1.000 empleados. La operación, que está pendiente de la aprobación de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), permitirá a Howden Iberia alcanzar el objetivo de ingresos que se había fijado para los próximos tres años.

Con esta operación, Howden Iberia incorpora una correduría de seguros altamente especializada en la gestión de riesgos, seguros y previsión social para empresas, que presta un servicio integral a través de unidades especializadas por segmento —Industria y Servicios, Deportes, Ocio y Turismo, Construcción y Energía, Marítimo y Aviación— que se apoyan en otras líneas especializadas de actividad —Riesgos Financieros, Caución, Flotas y Previsión Social— para ofrecer el servicio más completo de asesoramiento en la gestión integral del riesgo asegurado. En el marco de la operación se ha firmado un acuerdo de prescripción de Banca March a favor de Howden Iberia.

March R.S. cuenta entre sus clientes con más del 20% de las compañías del Ibex y ofrece sus servicios en más de 150 países de los cinco continentes a través de su red internacional March R.S. International Alliance. La correduría finaliza su actual Plan Trienal (2020-2022) habiendo superado los objetivos establecidos en el mismo. Prevé cerrar este ejercicio con un volumen de primas intermediadas de 262 millones de euros, lo que supone un incremento del 17,5% en 2022.

Salvador Marin, que pilotará como CEO de Howden Iberia la integración, afirma que "esta importante operación nos acerca más a nuestro objetivo, que es convertirnos en líderes absolutos del mercado español en los próximos cinco años".

Por su parte, José Manuel González, CEO de Howden Broking Group, comenta que "esta adquisición nos une a través de una alianza con una de las instituciones financieras de mayor abolengo en nuestro mercado y consolida un proyecto llamado a ser líder absoluto en nuestro país".

Por otro lado, Alfredo Arán, ex director ge-

neral de Corredores y Negocios Globales de Mapfre España, se ha incorporado como Senior Advisor a Howden Broking Group. Es consejero de Howden en Brasil, México, Chile y Colombia, así como miembro de los comités de Dirección de España y Latam, y representa al broker ante las principales asociaciones sectoriales, como Adecose, Agers, Igrea y Ferma.

Por último, señalar la adquisición del 100% de la consultora de recursos humanos **Compensa Capital Humano**, por parte de Howden Iberia, de la que hace dos años adquirió el 60%. Como consecuencia de esta operación, y para optimizar la gestión única de Howden y Compensa, se ha creado la división Howden People, que nace con el objetivo de convertirse en el partner de referencia en el mundo corporativo, al que ofrecerá un asesoramiento integral y holístico para dar respuesta a las necesidades de las empresas y de sus empleados para fidelizar y atraer al talento.

Carlos Delgado ha sido promocionado a Head of Global Employee Benefits Digital Solutions en Howden Broking Group, lo que le convierte en el máximo responsable de la Global Ecosystem del negocio de Employee Benefits, con el objetivo de extrapolar el éxito de Compensa en España y Méjico a todo el universo Howden.

El precio medio del seguro de Autos en el canal corredores, en 2022, se situó en 347,84 euros, un incremento del 0,31% en relación con el año 2021. Así se desprende del Observatorio **Prisma** (Procesos y Recursos de Inteligencia al Servicio de la Mediación Aseguradora), en su Asegurómetro T4-2022.

La prima de Autos se incrementó un 0,31% en el canal corredores, en 2022

En lo que respecta a la nueva producción, la prima del seguro asciende a 329,36 euros con un incremento del 0,87%, aunque en renovación de cartera disminuye un 0,23%, situándose en 354,16 euros.

En el ramo de Motocicletas el precio medio del seguro en el canal de corredores en 2022 alcanza los 156 euros, lo que supone un incremento del 0,62%. Si nos fijamos en la nueva producción, la prima del seguro prácticamente no varía en comparación con 2021, con un ligero incremento del 0,07%. Por último, para la renovación de cartera, el precio del seguro aumenta 1,16 euros, un 0,74% más que en el ejercicio anterior.

Para el ramo de Hogar, el precio medio se sitúa en los 242,69 euros, lo que supone un aumento del 3,03% (+ 7,14 euros) respecto a 2021. En nueva producción, el precio del seguro alcanza los 223,31 euros, 9,52 euros más que en 2021, una subida del 4,45%. Para la renovación de cartera, el precio apenas aumenta un 2,28%, siendo este para el cierre de 2022 de 246,79 euros.

Por último, en el ramo de Comercios la prima media del seguro aumenta un 0,81%, situando el precio en 434,33 euros, una subida de 3,47 euros respecto al año anterior. Para la nueva producción el precio del seguro alcanza los 412,14 euros, lo que sitúa la prima en 6,23 euros por encima del precio de 2021. Por último, para la renovación de cartera, el precio del seguro se sitúa en 439,90 euros, lo que supone un aumento del 0,35%.

ACS-CV reúne a sus corredores en su jornada mercantil anual

La Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV), ante el cierre del ejercicio, ha realizado la jornada anual informativa de la sección mercantil, liderada por Aurelio Gil, quien realizó diversos análisis desde una visión empresarial para analizar la evolución, no solo de ACS sino también de las corredurías.

Gil trató aspectos como las DECs de las corredurías con sus crecimientos, el número de aseguradoras, protocolos existentes, las ventas por ramos de seguros, etc.
En la jornada se verificó la buena trayectoria del ACS Mercantil, pero a su vez intentó hacer reflexionar a los corredores en los puntos que deben avanzar y cambiar.
Para ACS-CV la evolución de 2022, aun siendo un año muy difícil, ha logrado resultados de crecimiento en los diez protocolos generalistas (dos de ellos con menor crecimiento), manteniendo variedad de compañías, objetividad y servicio para los corredores.
Gil manifestó la situación de menores ventas en el ramo de Auto y la dificultad de colocación en empresas, con repuntes de siniestralidad y necesidad generalizada de estabilizar mejores primas medias en el sector. Respecto a los protocolos especialistas, los corredores han reaccionado con mayores ventas en los ramos de seguros personales como Salud y Decesos.
Los corredores deben diversificar su cartera e incrementar el ratio de póliza cliente, fidelizar y estabilizar. Por ello, Aurelio Gil invitó a los corredores que sean más activos en campañas de venta cruzada durante los próximos años.

Albroksa cierra el año con 138 delegaciones franquiciadas

Albroksa finalizó 2022 con 20 nuevas incorporaciones. En total, ya cuenta con 138 delegaciones franquiciadas.

La cartera total se sitúa en 40 millones de euros en primas emitidas (+17%), gestionando 85.000 pólizas (+12%) y se han alcanzado los 55.000 clientes (+10%). La facturación total alcanza, por primera vez, los 5 millones (+13%), lo que sitúa a Albroksa entre las 30 primeras corredurías de seguros de capital privado independientes del país. La nueva producción en el año 2022 ha sido de 11,5 millones de euros en primas netas, con una tasa de crecimiento anual del 16%.
En 2023, esperan continuar reforzando la estructura organizativa, financiera y tecnológica para mantener las altas tasas de crecimiento. También tienen previsto avanzar en digitalización y en la automatización de procesos, en la mejora del gobierno corporativo.

Los colegios de mediadores envían a los juzgados la lista de peritos judiciales expertos en seguros

Los colegios de mediadores han comenzado a remitir a los diferentes decanatos de jueces de cada provincia la relación de peritos expertos en seguros para 2023. Al ser corporaciones de derecho público, los colegios se convierten en la única entidad del sector que puede realizar esta tarea.

Desde hace unos años los colegios potencian la figura del perito-experto en materia de seguros, tanto desde el ámbito formativo como en la localización de las bolsas de trabajo para estos profesionales colegiados. Desde el Consejo General se considera que "además del servicio a la Justicia y al sector asegurador, añade valor al Colegio y los profesionales que forman parte del mismo, ya que todos los peritos propuestos al juzgado tienen la condición de colegiados".

El **Consejo General de Mediadores**, a través de su comisión de Marco Jurídico, ha puesto en marcha una serie de iniciativas para potenciar la figura del perito experto en seguros. Para ello ha creado un Observatorio que permitirá conocer la situación de esta especialidad en cada provincia y desarrollar políticas de formación y capacidades comunes en toda la red colegial.

En otro orden de cosas, los colegios de mediadores, a través de su Consejo General, han presentado a la Dirección General de Seguros su informe sobre legibilidad de los condicionados de las pólizas de Autos (**ver la revista de diciembre**). Esta presentación es parte de las rondas de contactos que van a desarrollar los mediadores con las administraciones y las empresas del sector. Javier Barberá, presidente del Consejo, ha trasladado al regulador las principales conclusiones del documento que ha calificado como "preocupantes" al impedir que, entre diez y dieciséis millones de usuarios puedan entender lo que están firmando.

Es incongruente, ha explicado Barberá en la DGSFP, que muchos condicionados empiecen señalando que es muy importante que el cliente lea atentamente las condiciones y verifique que sus expectativas de seguro están plenamente cubiertas, mientras lenguaje y redacción sean absolutamente incomprensibles si no se tienen, al menos, estudios universitarios. El resultado, según se ha trasladado a la Administración es que millones de españoles están firmando contratos de seguros sin entenderlos, lo que dispara la litigiosidad del sector.

La correduría Sánchez Castañón se une a Alkora

Alkora comienza el año con una nueva incorporación en la comunidad autónoma de Extremadura. Se trata de la correduría de seguros **Sánchez Castañón**, con sede social en Zafra (Badajoz).

Actualmente el Grupo Alkora cuenta con siete oficinas (Madrid, Barcelona, Bilbao, Vitoria, San Sebastián, Málaga y Zafra - Badajoz), más de 210 millones de euros en primas intermediadas y un volumen de negocio estimado de 25 millones de euros para este año, repartido entre las tres sociedades que conforman el grupo.
La entrada de Sánchez Castañón se enmarca dentro de la política de especialización y expansión geográfica del Grupo Alkora, que continuará en 2023, buscando siempre nuevas adquisiciones que vengan a complementarla.

Adecose presenta a sus socios un proyecto de digitalización para correduría

Adecose ha presentado a sus socios un proyecto de digitalización para correduría, desarrollado en colaboración con Advisory Experts. De esta forma, se pretende dar respuesta a algunos de los retos tecnológicos más complejos del sector.

A través de este proyecto, las correduría asociadas podrán disponer de las herramientas y soluciones para avanzar hacia la transformación tecnológica. Eliminar carga de trabajo en los procesos internos, realizar automatizaciones inteligentes, tanto en proceso internos como en las interacciones con las aseguradoras; así como mejorar la experiencia digital del cliente, son algunos ejemplos de digitalización que se quiere adoptar.

En otro orden de cosas, Adecose se congratula de que el Reglamento Europeo sobre la resiliencia operativa digital del sector financiero (Dora), publicado el 27 de diciembre en el Boletín Oficial de la Unión Europea, no se aplique a las pymes de la mediación.
Por otro lado, Adecose aplaude que el Reglamento también recoja expresamente que se aplicará el Principio de proporcionalidad a los intermediarios de seguros que no sean pymes, teniendo en cuenta su tamaño y perfil de riesgo general, así como la naturaleza, escala y complejidad de sus servicios, actividades y operaciones.
Por último, señalar que la Junta Directiva de Adecose ha aprobado la incorporación de dos nuevas correduría: **Castañeda & Asociados**, ubicada en Navarra; y **Sánchez Castañón**, cuya sede se encuentra en Zafra (Badajoz). Con estas entradas, la asociación suma 163 correduría y aumenta su representatividad en estas provincias.

Intermundial diseña un seguro de Viaje para CDV

El consolidador CDV y la especialista en seguros de Viaje Intermundial unen sus fuerzas en un proyecto conjunto. Se trata de una garantía en viaje, que flexibiliza la rigidez de las condiciones del proveedor.

La principal novedad es que este nuevo producto contempla, al mismo tiempo, las coberturas de cambio y anulación en cada una de sus reservas que incluyan este seguro. Es decir, que a pesar de que el billete comprado a través de CDV sea no reembolsable, se recibirá el reembolso de la tarifa o se cubrirá la penalización que la compañía aérea imponga al pasajero tras el cambio de fecha o la imposibilidad de realizar el viaje.

En otro orden de cosas, la Fundación Intermundial ha celebrado la VI edición de sus Premios TRS (Turismo Responsable y Sostenible) en Fitur (Feria Internacional de Turismo). Estos galardones, organizados junto con Fitur e ITH (Instituto Tecnológico Hotelero), otorgan reconocimiento a aquellas empresas y personas del sector turístico que se han implicado, mediante diversas iniciativas, en el desarrollo de un turismo sostenible y responsable con el medioambiente, la economía y la sociedad.

Grupo Barceló ha sido el premiado en la categoría 'Hostelería', en reconocimiento al Proyecto Alisol (alimentos solidarios), con la que se distribuyeron más de 223.000 kilos de productos frescos en Mallorca durante 2021. Port Aventura ha ganado el galardón en la categoría de 'Productos y Servicios Turísticos' por la construcción de la mayor planta fotovoltaica de autoconsumo en un hotel resort, con más de 11.000 paneles solares dedicados en exclusiva al consumo del parque temático. En la categoría de 'Operador Turístico', Icarion por su proyecto 'La maleta solidaria'. Esta iniciativa permite a los viajeros facturar -sin coste alguno- una maleta adicional con material escolar, medicinas, calzado, juguetes, etc. para donar a la población local de Kenia. La ciudad de Málaga ha sido la seleccionada en la categoría 'Mejor destino', por su compromiso con la sostenibilidad, siendo la primera ciudad española y una de las primeras en Europa en realizar la Agenda 21. El diario Preferente ha recibido el premio 'Medios de Comunicación', por su sección sobre sostenibilidad turística. Por último, Carlo Cuñado, alias @teprestomisojos, ha sido galardonado con el premio en la categoría 'Social Media', debido a su labor de concienciación medioambiental a través de todos sus canales (TikTok, Instagram y blog). Su acción principal se centra en divulgar información sobre sostenibilidad y luchar contra problemas como la despoblación, el vertido de residuos, etc.

Rosillo Hermanos integra a Broker Segur

Rosillo Hermanos suma un nuevo acuerdo de integración de negocio. En esta ocasión, con una de las más importantes correduría especializadas en sector de las autocaravanas: **Broker Segur**.

Rosillo Hermanos, a través de su lema 'Juntos somos más fuertes', sigue trabajando por "incrementar la presencia, captando a los mejores y reforzando el prestigio y reconocimiento en el sector". Este acuerdo supone otro avance importante en el plan estratégico trianual que, durante este último año, se ha impulsado con gran fuerza y con el que se pretende llegar a los 10 millones de ingresos dentro de los límites temporales establecidos.

Los colegiados de Colmedse recibirán consultoría comercial gratuita de Correduidea

El **Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla (Colmedse)** ha alcanzado un acuerdo de colaboración con la consultora **Correduidea**. Dicha firma conjunta establece consultorías comerciales gratuitas para los colegiados.

Las consultorías a los colegiados constarán de un pequeño análisis de sus redes sociales, así como de su página web, su desarrollo de negocio, estrategia, formación… Posteriormente, se realizará una reunión a través de videollamada en la que se valorará la situación actual de la compañía. Estas acciones tienen como finalidad realizar un análisis y evaluación general de la situación a nivel comercial, así como aportar ideas y sugerencias que puedan fomentar el crecimiento de la compañía asesorada.

En otro orden de cosas, Colmedse ha celebrado la primera fase del concurso 'Seguro Que Eres Un Díez' (SQEUD), que tiene como objetivo poner en valor, a través de diferentes pruebas y fases, las cualidades de todos los participantes.

La primera prueba, ha consistido en un test online de conocimientos de seguros. José Antonio Buzón (gerente de Cohebu Correduría); Óscar Herrero (Sales Broker Director en Getlife); María Pozo (agente exclusiva de MGS); Milagros Bellido (agente exclusiva de Mapfre); José Ernesto Vega (gerente de Mediadores de Vega Correduría); Alfredo Gil (gerente de AgilPeritos); Javier Morales (responsable de expansión y desarrollo en Alcabala Brokers); José Manuel Traba (responsable territorial de seguros de empresa de Madrid en Santander Seguros) y Verónika Ruiz (administrativo técnico comercial post-venta), han resultado ser los 9 clasificados para disputar la siguiente fase.

Una segunda fase, que se desarrollará a partir del 10 de febrero y que pondrá a prueba a los clasificados con acciones relacionadas con las redes sociales.

Coseba mejora su app de clientes

La correduría Coseba 1986 ha realizado una actualización de su app de clientes con un nuevo diseño y nuevas funcionalidades.

Entre sus mejoras, además de un nuevo diseño de interfaz, se ha dotado de funcionalidades como alta de notificaciones, localización de oficinas Coseba o acceso directo a los teléfonos de atención al cliente de las aseguradoras. Por otro lado, la función de siniestros permite a los usuarios enviar toda la información y documentación necesaria, sea cual sea el siniestro, directamente a través de la app en su teléfono móvil. Por último, se ha añadido un espacio dedicado a promociones que permitirá a los clientes estar al día de las campañas comerciales de las 40 aseguradoras líderes con las que trabaja la correduría.

Iati concede sus premios a la mejor comunicación digital de viajes

La cuarta edición de los Premios Iati, que reconoce lo mejor de la comunicación digital de viajes, ya conoce a los ganadores.

A lo largo del evento se repartieron 12.000 euros entre los vencedores de los Premios Iati 2023: al 'Mejor blog profesional de viajes', dotado con 3.000 euros, para Viviendo de viajes. A la 'Mejor cuenta de Instagram de viajes', dotado con 1.500 euros, para Izhan go. Al 'Mejor canal de Youtube de viajes', dotado con 1.500 euros, para Lethal Crysis. A la 'Mejor cuenta de Tik Tok de viajes', dotado con 1.500 euros, para Guías viajar. Al 'Mejor contenido camper', dotado con 1.500 euros, para Sin código postal. Al 'Mejor blog de viajes de Portugal', dotado con 1.500 euros, para Follow the sun. A la 'Mejor creación de contenidos de empresas e instituciones turísticas', sin dotación económica, para Visita Gijón/Xixón. El premio especial a la 'Trayectoria y a los valores viajeros', dotado con 1.500 euros, para Paz Rovira, responsable de marketing de Iati Seguros. Los Premios Iati nacieron en 2019 como reconocimiento a los blogueros, instagramers, youtubers, tiktokers y otros creadores de contenidos de viajes, un sector que en España mueve una gran cifra de negocio.

Senda Vivir Seguros confía en Equipo de imagen para desarrollar su marca

En 2023, Senda Vivir Seguros inicia una nueva fase de expansión: el desarrollo e implantación de marca en el mercado nacional, para lo que ha firmado un acuerdo de colaboración con la agencia de comunicación Equipo de imagen, experta en branding y nuevas tecnologías.

El objetivo es desarrollar esta nueva fase de la agrupación de corredores, con el lanzamiento y consolidación de la marca común en el mercado español, que le permita funcionar como una única entidad hacia los clientes y clientes potenciales, dotando de herramientas comunes y protocolos centralizados.

Además, se busca ampliar su presencia geográfica en 2023, incorporando nuevos socios y ampliando el número de oficinas, que le otorgarán mayor notoriedad y fuerza en el sector asegurador.

Apromes alcanza un acuerdo con las cámaras de comercio de Costa Rica

Mediante la firma de un reciente acuerdo de colaboración entre Apromes y Fedecamaras de Costa Rica, se da acceso a información empresarial a los asociados de ambas entidades. Así, se conocerán las normativas aseguradoras en España y en Costa Rica, especialmente de la distribución de seguros y del sector empresarial en general.

Esto supone una apertura de relaciones bilaterales que van a favorecer el desarrollo corporativo y asociativo de todos los que forman parte de dichas organizaciones, mediante intercambios de conocimientos, formación, cultura asociativa, experiencias profesionales, etc.

En otro orden de cosas, Apromes ha renovado el protocolo de distribución con Arplatia. Las soluciones de outsourcing de esta compañía permiten que las correduría liberen recursos y pongan el foco en el corazón de su negocio, dedicando así su máximo esfuerzo a actividades comerciales y de asesoramiento a clientes.

La correduría Martaga presenta su plan estratégico para 2023

Martaga Seguros ha celebrado su Convención Anual de Ventas, durante la cual el equipo directivo ha hecho balance de los resultados obtenidos en 2022 y ha presentado las principales líneas estratégicas para 2023.

Su administrador, Raúl Martínez, hizo especial hincapié en el buen trabajo llevado a cabo en este pasado año y en los objetivos de crecimiento para 2023, bajo el concepto 'Despegamos', que también sirvió de base para la presentación de la nueva imagen de la correduría tras su integración en Senda. Francesc Bartrina, director técnico, presentó los objetivos comerciales para el año que comienza.

La correduría Marín Domenech se une a Ruiz Re

El **Grupo Ruiz Re** y la correduría gaditana Marín Domenech han anunciado un acuerdo de integración y colaboración que pretende sumar fuerzas con el objetivo de liderar el sector en la zona de Andalucía.

Tras una larga experiencia y conocimiento compartiendo proyectos, ambas correduría han alcanzado un acuerdo estratégico que supondrá la entrada de Ruiz Re en el capital social de Marín Domenech, con lo que se conformará una sociedad conjunta que se ocupará de la expansión de la correduría murciana en Andalucía. Juan Antonio Marín, administrador único de Marín Domenech y actual presidente de Fecor y Mediavanz, será además director territorial de Ruiz Re en Andalucía occidental, afianzando el plan de expansión de la compañía.

Marín Domenech, es una firma de origen familiar con más de 30 años de experiencia y servicio como correduría de seguros. Actualmente cuenta con una cartera de más de 6.000 clientes y oficinas propias en Cádiz y Chiclana de la Frontera. Con esta asociación, Ruiz Re refuerza su presencia y se posiciona como una de las principales correduría de seguros apostando, además, por un gran crecimiento en la zona sur de la mano de Juan Antonio Marín.

Las previsiones de crecimiento de Ruiz Re la sitúan como una de las principales correduría nacionales, con la previsión de sobrepasar la cifra de los 50.000.000 de euros en primas directas al cierre del segundo trimestre de 2023. La adhesión de Marín Domenech junto con otras correduría nacionales prevé más de un 30% de crecimiento para la compañía por tercer año consecutivo.

E2K se refuerza con cuatro nuevas correduría

La red nacional de corredores de E2K ha crecido con la incorporación de cuatro nuevas correduría desde enero de 2023: Astursegur (Asturias), Suylana Global Brokers (Valencia), U & Ene Associats (Tarragona) y Solergasto (Gerona).

E2K reúne soluciones y herramientas de marketing y comunicación, asesoría técnica, formación, apoyo a la venta, modelos de especialización para el desarrollo de negocio asegurador y de índole tecnológica que permiten a los corredores disponer de las prestaciones más avanzadas para competir sin tener que hacer un esfuerzo inversor permanente para la actualización de sus servicios al cliente.

Brokalia alcanza las 7.100 pólizas de Comunidades

Brokalia, la correduría de seguros de los administradores de fincas, ha llegado a las 7.100 pólizas de comunidades aseguradas.

En lo referente a las primas intermediadas, han logrado alcanzar los ocho millones de euros, que supone un crecimiento del 24% con respecto a 2021.
El ejercicio anterior ha alcanzado el hito de emitir mensualmente más de 150 pólizas de comunidades.

WTW Networks incorpora a la correduría Daga Broker

Willis Towers Watson Networks ha comenzado el año incorporando a la correduría Daga Broker para cubrir la plaza de Tenerife.

Daniel García, socio y gerente de Daga Broker, ha afirmado que "sin duda este es un paso muy importante para seguir desarrollándose como correduría de seguros enfocada a riesgo de empresa e integración y administración de carteras". Para WTW Networks es un paso más hacia la consolidación de la Alianza en Canarias.

Fecor reparte regalos a más de 400 niños con su campaña Queridos Reyes Magos

La acción solidaria 'Queridos Reyes Magos' organizada por **Fecor**, en colaboración con **Mensajeros de la Paz**, ha conseguido que más de 400 niños y adolescentes hayan recibido su regalo el día de Reyes.

La gran aceptación de esta iniciativa solidaria y el alto grado de colaboración de todo el sector asegurador ha derivado en la ampliación de dos centros más de distribución de regalos. La campaña comenzó cubriendo los centros de Mensajeros de la Paz de León, Toledo y Ribera de Curtidores, a los que se han sumado los centros de Villaverde y el Pozo. También, por segundo año consecutivo, se han incorporado como destinatarios de los regalos de Reyes, a adolescentes de entre 12 y 16 años.

Una labor fundamental para que esta campaña 2022 - 2023 haya sido un éxito ha sido la realizada por los pajes reales de este año: Asefa, AXA, Berkley, Caser, CGPA Europe, DKV Seguros, Fiatc Seguros, Markel, Pelayo, Preventiva, Reale Seguros, Sanitas, Seguros Catalana Occidente y Vantevo Claims Advisors.

Gesa destaca su apuesta por el deporte y la vida sana

La élite del deporte regional se reunió en enero en la sede central de la correduría murciana para celebrar los logros conseguidos y para dar la bienvenida a los nuevos embajadores. **Gesa** aumenta su apuesta por el deporte de cara a 2023 con nuevos deportistas y eventos.

Fútbol, ciclismo, motociclismo, baloncesto, fútbol sala, vela, trail, pádel… El apoyo al deporte forma parte de la identidad corporativa de Gesa desde sus inicios, hace casi 30 años. Cada año Gesa fortalece su apuesta con nuevos deportes, diferentes disciplinas y niveles de rendimiento y formación: local, regional, nacional e internacional.

"El deporte y la vida sana forman parte de nuestra cultura empresarial; son valores que coinciden con lo que somos y que nos empujan a aumentar las colaboraciones cada año. Estamos orgullosos de que nuestra inseparable relación con el deporte sea lo que nos defina", afirma Mariano Albaladejo, presidente de Gesa.

Mediante sus oficinas en Valencia, Alicante, Murcia y Lorca, además de varias donaciones de colaboradores y clientes, la correduría **Ruiz Re** ha realizado una campaña de donación de alimentos y productos de higiene de primera necesidad en colaboración con **Cáritas**.

Ruiz Re hace una donación de alimentos a Cáritas a través de su primer árbol solidario

La campaña se realizó del 19 al 26 de diciembre, fechas en las que se colocó la insignia de la campaña bajo el árbol de cada una de las oficinas, animando a empleados, clientes y amigos a realizar una donación de alimentos no perecederos o productos útiles para ayudar a las familias más desfavorecidas. Además, se han ajustado las donaciones a las necesidades específicas de cada una de las zonas.

ACS-CV apoya a las familias de niños con cáncer

La **Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana** (**ACS-CV**) ha llevado a cabo una donación a la **Asociación de Madres y Padres de Niñas y Niños con Cáncer de la Comunidad Valenciana** (**Aspanion**), para sufragar 107 estancias de familias en los pisos de acogida con los que la entidad cuenta en Valencia y Alicante.

Los pisos de acogida se encuentran cerca de los hospitales de referencia y ofrecen a las familias de zonas alejadas un importante recurso. Están completamente equipados, cuentan con zonas comunes y privadas y están siempre a disposición de quienes lo necesitan de forma puntual. El mantenimiento es asumido por Aspanion, también su limpieza diaria y acondicionamiento.

Cojebro organiza una comida solidaria en Vallecas

El staff de **Cojebro**, varios socios de diferentes lugares de España, familiares y amigos organizaron, el pasado 30 de diciembre, una comida solidaria en el comedor social San José del Puente de Vallecas. El equipo preparó y dio de comer a 160 personas y repartió táperes a otras 40.

En total fueron 200 los menús, consistentes en huevos rellenos de atún, lacón a la gallega, arroz caldoso con calamares, langostinos y rape, brocheta de fruta variada y dulces navideños. Los voluntarios calificaron la experiencia con expresiones como "emocionante", "gratificante, aunque con momentos muy duros, con nudo en la garganta y alguna lágrima que otra" o "RSC de la de verdad".

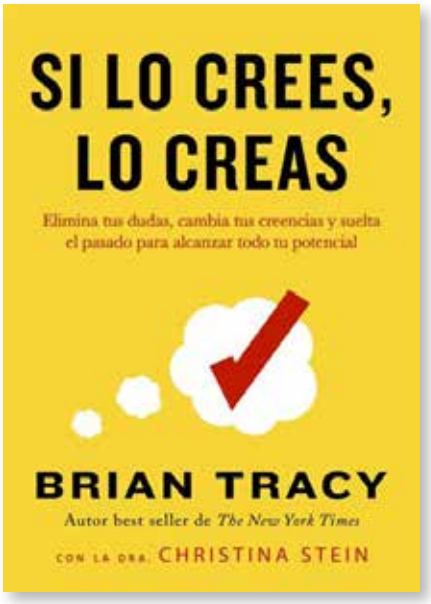
En palabras de Roberto del Olmo, director comercial de Cojebro e impulsor de la iniciativa: "Algo no estamos haciendo bien. Espero poder repetir esta acción, con la que, sin duda, ayudamos a mejorar la sociedad". "Así será, repetiremos esta acción varias veces al año, ¡cuánto podemos hacer por tan poco! Cojebro volverá a estar junto con los que más nos necesitan", ha confirmado Antonio Muñoz-Olaya, presidente de Cojebro.

El Colegio de Asturias recauda más de cuatro mil euros en su último Brindis Solidario

Medio centenar de personas se sumaron al Brindis Solidario del **Colegio de Mediadores de Seguros de Asturias** que, en su última edición, se celebró a favor del **Proyecto Alpha**, para ayudar a quienes padecen de distrofia muscular de cinturas por déficit de sarcoglicanos. El principal objetivo: buscar un tratamiento para esta enfermedad que destruye los músculos y causa cansancio y debilidad de forma crónica.

El presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Asturias, Reinerio Sarasúa, entregó a la representante del Proyecto Alpha en Asturias, la periodista y presentadora del informativo de TVE Asturias, Irene Alonso del Río, un cheque con el importe íntegro recaudado: 4.025 euros. Esta cuantía, la más alta conseguida hasta el momento con esta acción, se destinará a financiar la creación de un registro de afectados y a apoyar la investigación en busca de un tratamiento.

El Brindis Solidario es una acción de Responsabilidad Social Corporativa del Colegio de Asturias que simboliza el compromiso de este colectivo con su servicio a la sociedad y que busca concienciar y dar visibilidad a causas y organizaciones cuya razón de ser es el desarrollo positivo de la sociedad.



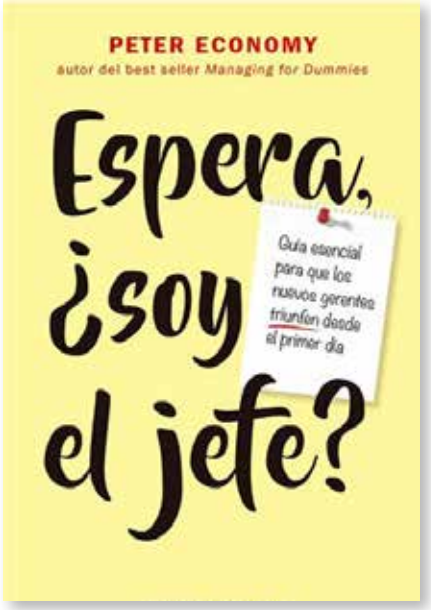
Si lo crees, lo creas

Elimina tus dudas, cambia tus creencias y suelta el pasado para alcanzar todo tu potencial

Brian Tracy

Editorial: Debolsillo
Precio: 9,45 € libro impreso

Una guía motivacional para usar la psicología del logro para desterrar pensamientos y conductas negativas y desbloquear todo tu potencial para el éxito. Dejar ir los pensamientos negativos es uno de los pasos más importantes para vivir una vida exitosa y satisfactoria, pero también el más difícil. Te ayuda a identificar y superar patrones e ideas perjudiciales que te impiden alcanzar tus metas o sentirte feliz y satisfecho en tu vida. Al reconocer cómo la negatividad consciente (y muchas veces inconsciente) afecta tu personalidad, tu perspectiva y tus decisiones, y te muestran cómo recuperar el control de tus pensamientos, sentimientos y acciones para convertir lo negativo en positivo y aprender a aceptar cambios de vida inesperados.



Espera, ¿soy el jefe?

Guía esencial para que los nuevos gerentes triunfen desde el primer día

Peter Economy

Editorial: Ediciones Obelisco
Precio: 15,20 € libro impreso
10,44 € ebook

Se trata de una guía de referencia para tomar buenas decisiones, ayudar a los equipos a trabajar juntos, hacer frente a los problemas de las personas y lograr los objetivos cuando acabas de ocupar el cargo de gerente o buscas refrescar tus habilidades de liderazgo. Espera, ¿soy el jefe? es un libro repleto de información, consejos útiles y listas de comprobación que puede utilizar cualquier persona que aspire a convertirse en un hábil gerente, ya sea que desempeñe por primera vez ese puesto o bien que necesite ponerse al día, independientemente de cuál sea su nivel de experiencia.

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

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