

Visión de experto

Alberto Fernández, director general de Uno Correduría de Seguros. "La eficacia de costes en Autos"

Punto de encuentro

El incremento de siniestralidad complica la suscripción en Ciber

Más a fondo

Las empresas se vuelcan con los silver

In situ

Preocupación por las consecuencias de aplicar una cuota por cada reclamación al ombudsman Rafael Suárez, director de desarrollo de Negocio No Vida Mapfre España

Mapfre lanzará un seguro que proteja la **MOVILIDAD** de la persona

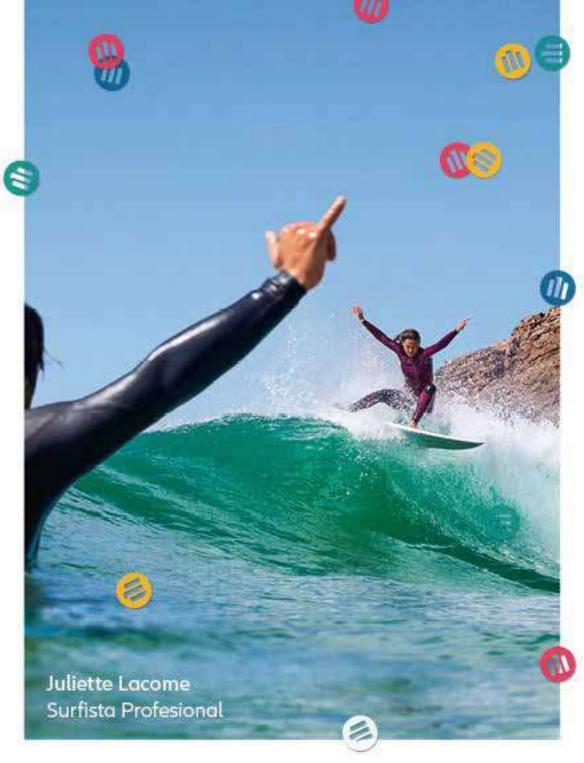


Prepárate para alcanzar todo lo que la vida te ofrece.







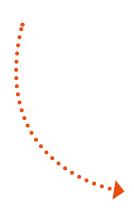








El seguro se intenta adaptar a los nuevos tiempos



Todo evoluciona cada vez más rápido. Y el Seguro no se puede quedar atrás si quiere aportar soluciones a las necesidades que aparecen. Un reciente informe dice que el 42% de los asegurados quiere una única póliza que les cubra con independencia de su medio de transporte, tanto si conducen su coche, como si utilizan un servicio de transporte compartido. Las aseguradoras tienen ante sí el reto de dar respuesta a ese deseo. Precisamente, Mapfre está trabajando para lanzar un seguro que proteja la movilidad de la persona, independientemente del vehículo que utilice (ver Hablando claro).

Antes, tienen que evolucionar también las tendencias regulatorias porque, aunque empiezan a incluir la necesidad y, en algunos casos, la obligatoriedad de asegurar los nuevos vehículos compartidos, todavía

presentan muchas barreras para que un seguro obligatorio relacionado con la circulación, se pueda establecer por persona y no por vehículo. Será difícil, en tanto en cuanto el seguro obligatorio se establezca por matrícula o lugar habitual de estacionamiento del vehículo y exista la prohibición de incluir una cobertura de seguro obligatorio innominada (ver **Visión de experto**).

Otro reto, sin duda, es el lanzamiento de productos y servicios dirigidos a los séniores. El 46% de las empresas cuenta actualmente con una estrategia empresarial y con propuestas para los mayores de 55 años, siendo el sector asegurador el más implicado con este colectivo. De hecho, 3 de cada 10 compañías tienen previsto desarrollar líneas de actividad específicas para los mayores en los próximos 5 años (ver Más a fondo).

Sin olvidar, por supuesto, los Ciberriesgos, que cada vez son más habituales. Antes, la ciberdelincuencia estaba especialmente centrada en las grandes corporaciones, pero cada vez afecta más a las pymes. Un aumento de la siniestralidad que ha mejorado la concienciación en esta protección, pero, por el contrario, ha provocado el endurecimiento de las condiciones de suscripción (ver **Punto de encuentro**).



Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com



Staff

Directora

Carmen Peña carmen@pymeseguros.com

Periodista

AITANA PRIETO aitana@pymeseguros.com

Área Comercial

CARMEN PARAMIO 616 468 849 carmen2@pymeseguros.com

Diseño y maquetación

Estudio 9C

Fotógrafa Irene Medina

Banco De Imágenes Fotolia

PymeSeguros

Número 125 **(Mayo 2022) www.pymeseguros.com** ISSN 2173-9978 Difusión gratuita

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





06 Hablando claro

Rafael Suárez, director de desarrollo de Negocio No Vida Mapfre España. Mapfre lanzará un seguro que proteja la movilidad de la persona



12 Visión de experto

Alberto Fernández, director general de Uno Correduría de Seguros. La eficacia de costes en Autos

03 Editorial

El seguro se intenta adaptar a los nuevos tiempos

46 Productos

Los últimos seguros del mercado

50 Al día economía

Noticias económicas que interesan a las pymes

54 Al día seguros

Noticias del sector asegurador

80 Al día distribución

Noticias de los corredores de seguros

102 Algo más que negocio

Acciones de RSC realizadas por corredores

106 Rincón de lectura

Libros útiles para la empresa



18 Punto de encuentro
El incremento de siniestralidad
complica la suscripción en Ciber



24 Más a fondo

Las empresas se vuelcan con los silver



30 In situ CGPA

Preocupación por las consecuencias de aplicar una cuota por cada reclamación al ombudsman



34 In situ Aunna
La profesión de
corredor solo seguirá
si sigue teniendo
sentido



necesidades
Cómo proteger a pymes
y autónomos de los
riesgos a los que se
enfrentan

40 Cubriendo



42 Empresa seguraSalud mental e
hipermedicación



44 Clave de empresaTarifas más
conectadas en Salud



Rafael Suárez, director de desarrollo de Negocio No Vida Mapfre España

Mapfre lanzará un seguro que proteja la **MOVILIDAD** de la persona

Un reciente informe dice que el 42% de los asegurados quiere una única póliza que les cubra con independencia de su medio de transporte, tanto si conducen un coche como si utilizan un servicio de movilidad compartido y precisamente ese va a ser el siguiente paso de Mapfre. Su director de desarrollo de Negocio No Vida, Rafael Suárez, explica que "estamos trabajando para lanzar un seguro que proteja la movilidad de la persona, independientemente del vehículo que utilice". Sobre el Anteproyecto de Ley por el que se modifica el texto refundido de la Ley sobre Responsabilidad Civil y Seguro en la Circulación de Vehículos a Motor, entre otras cosas, valora que introduzca una serie de cambios que agilicen el procedimiento de pago y acuerdos rápidos para las víctimas de accidentes de tráfico.

El seguro del Automóvil creció en 2022. ¿Cómo valora este hecho?

El crecimiento del seguro de Automóviles siempre es una buena noticia, especialmente en un momento como el actual, en el que el sector de la automoción atraviesa tantas dificultades, porque da una cierta idea de recuperación de esta industria. Desde las compañías seguiremos poniendo todo lo que esté en nuestra mano para que los datos continúen experimentando esa tendencia positiva.

El ratio combinado de Autos ha empeorado casi 5 puntos hasta situarse en el 97,7% en 2022, según Icea. ¿Qué supone para el ramo?

En ese sentido, los datos no han sido los deseados. Nos hemos encontrado con un importante aumento de la siniestralidad, debido a la reactivación de la economía tras la pandemia, y este factor, unido al incremento de los costes que se han producido como consecuencia de la guerra en Ucrania, han afectado de forma importante a la rentabilidad del sector.

De todas formas, creo que la mayoría de las compañías sabemos muy bien lo que hay que hacer para corregir esta situación y estamos en ello, aunque aquellas que no hayan hecho sus "deberes" en cuanto a solvencia, diversificación de cartera, etc., pueden pasar momentos difíciles.

En las jornadas de Perspectivas de Icea se dijo que Autos dejaría pronto de ser el ramo que más vende en seguros No Vida... CaReward
permite a los
clientes ahorrar
en la renovación
de su seguro,
según su forma
de conducir

Es difícil hacer predicciones, pero es cierto que hay ramos, como el de Salud, que están experimentando un gran crecimiento. En cualquier caso, consideramos que el ramo de Automóviles siempre será uno de los más importantes del seguro por la importante función que cumple de dar garantías a la movilidad.

¿Cómo se está comportando el negocio de Autos en 2023 y cuáles son las previsiones para todo el año, teniendo en cuenta el nivel de inflación en el que estamos?

Por los datos del sector publicados recientemente, hemos visto que las primas del seguro de Autos han crecido en el primer trimestre de 2023, y esperamos que continúen en esta tendencia todo el año.

Recientemente, Unespa ha informado de que el parque móvil creció un 1,27% en el primer trimestre de 2023. ¿Cómo influye este dato en el ramo de Autos?

Es un dato positivo, lógicamente, si se venden más coches hay una mayor demanda del seguro de Autos. Además, es una buena noticia para la sociedad en general, porque la industria de la automoción es uno de los principales motores de la economía de nuestro país, por lo que el buen funcionamiento de este negocio es muy importante para el tejido empresarial y para la salud económica de España. Asimismo, la renovación del parque también influye en la reducción de la siniestralidad, por lo que es positivo igualmente en el aspecto de seguridad vial.

He leído que los precios de los seguros de Autos han aumentado más de un 8% en comparación al pri-



mer trimestre del año pasado. ¿Esa va a ser la tónica de este año?

Desconozco ese dato, pero estamos en un entorno altamente inflacionario, en el que el seguro se enfrenta además a otros impactos en sus costes (nuevo baremo de accidentes de tráfico, por ej.), por lo que es lógico que las tarifas evolucionen al alza. En cualquier caso, las subidas del seguro que estamos viendo están muy alejadas de las que están experimentando otros productos de primera necesidad.

Según ICEA, en Automóviles, los 10 primeros grupos suponen el 85,36% de las primas. ¿Cree que la situación económica actual va a potenciar la concentración del negocio en pocas aseguradoras?

Habrá que ver lo que ocurre y cómo evoluciona la situación, pero es lógico pensar que las aseguradoras pequeñas o monorramo puedan tener más dificultades para ser rentables y, por tanto, para lograr la viabilidad de sus negocios.

Un reciente informe de Capgemini dice que el 42% de los asegurados quiere una única póliza que les cubra con independencia de su medio de transporte, tanto si conducen un coche como si utilizan un servicio de transporte compartido. ¿Cree que las aseguradoras están preparadas para dar esos productos?

Efectivamente, estamos asistiendo a una transformación en muchos sentidos, y en el sector de la movilidad especialmente. Los vehículos se transforman y surgen otros nuevos, como bicicletas eléctricas o patiEl seguro está haciendo un gran esfuerzo, desde hace años, para que los clientes conozcan bien lo que están contratando antes de firmar netes. También aparecen nuevas formas de uso del vehículo... Y el seguro tiene que adaptarse a esta realidad.

Nosotros en Mapfre lo hemos ido haciendo así, apostado siempre por la innovación, y hemos incorporado a nuestra tarifa, por ejemplo, prácticamente todo el parque de ADAS existente; hemos lanzado la 'Gama Cambio', nuestro seguro para vehículos eléctricos e híbridos enchufables, para dar respuesta a las necesidades de una movilidad más sostenible; y recientemente 'MásPatín', el seguro de patinetes que protege al usuario y al vehículo.

Nuestro próximo paso, y en eso estamos trabajando, será lanzar un seguro que proteja la movilidad de la persona, independientemente del vehículo que utilice.

Hace poco, se publicó el Anteproyecto de Ley por el que se modifica el texto refundido de la Ley sobre Responsabilidad Civil y Seguro en la Circulación de Vehículos a Motor ¿Qué puntos positivos y negativos destacaría de él?

Como puntos positivos destacaría que la modificación amplía y clarifica qué vehículos deben disponer de seguro obligatorio de Responsabilidad Civil, incluyendo el tipo de aseguramiento con el que deben contar los transportes agrícolas y/o industriales. Se amplía asimismo el concepto de "hecho de circulación" que cubre el seguro, con lo que se garantiza la protección de las víctimas, independientemente del terreno en el que el vehículo se encuentre. El Consorcio de Compensación de Seguros será el encargado de indemnizar a las víctimas

de accidentes de tráfico cuando la aseguradora esté en procedimiento concursal o liquidación.

Además, se pretende introducir una serie de cambios que agilicen el procedimiento de pago y acuerdos rápidos para las víctimas de accidentes de tráfico.

¿Cómo repercutirá en el ramo de Autos?

Destacaría dos aspectos, con la ampliación en la contratación de pólizas a vehículos que actualmente no lo hacen (agrícolas/industriales) se abren expectativas de crecimiento en cuanto a cuota de mercado y, sobre todo, el amparo a las víctimas de lesiones de tráfico por las cuantías en las indemnizaciones y los cambios en los procedimientos de pago para agilizar los tiempos en la gestión.

¿Qué opina de las pólizas de Auto con pago por uso? ¿Qué ventajas y desventajas tiene?

La principal ventaja de este tipo de pólizas es que pagas según la utilización que haces del vehículo. Como desventaja del pago por uso es que el coste no es fijo, y muchos clientes quieren tener claro cuánto les va a costar su seguro, independientemente del uso que hagan.

Por eso, en Mapfre hemos optado, preferentemente, por sistemas que incentiven la buena conducción. Ya tuvimos una iniciativa pionera en esta línea, 'YCAR', para jóvenes conductores, y en la actualidad

La ampliación en la contratación de pólizas a vehículos que actualmente no lo hacen (agrícolas/industriales) abre expectativas de crecimiento en cuanto a cuota x de mercado

contamos con 'CaReward', que permite a los clientes ahorrar en la renovación de su seguro, según su forma de conducir.

También en Verti disponemos de iniciativas de este tipo, como 'Verti Driver', una app con la que, a través de gamificación, se obtiene una serie de ventajas para la renovación del seguro del coche.

¿Las pólizas se están adaptando a las nuevas necesidades de los clientes con vehículos eléctricos o híbridos enchufables?

En el caso de Mapfre, hace ya un par de años lanzamos 'Gama Cambio', póliza con la que quedan cubiertas todas las necesidades del vehículo eléctrico e híbrido, además de los daños a la torre de recarga que el usuario tenga en su domicilio, así como los elementos específicos de este tipo de vehículos: batería de alta tensión y cable de recarga. Este seguro está disponible

para coches y motos.

Los colegios de mediadores, a través de su Consejo General, han presentado a la DGSFP su informe sobre legibilidad de los condicionados de las pólizas de Autos, en el que se dice que, entre diez y dieciséis millones de usuarios no entienden lo que están firmando porque las pólizas de Autos son técnicamente incomprensibles para un lector medio, tanto por tiempo de lectura y complejidad en la redacción, como





EN MAPFRE, EL 18,5% DE NUEVA PRODUCCIÓN EN AUTOS LLEGA A TRAVÉS DE CORREDORES

En 2022, el 14% del volumen de negocio del ramo de Autos en Mapfre llegó a través del canal corredores. Y en nueva producción subió hasta el 18,5%. Para sequir incrementando estos porcentajes, Rafael Suárez, director de desarrollo de Negocio No Vida Mapfre España, explica que "ofrecemos a nuestros corredores facilidad y agilidad operativa para la oferta y contratación de todos los productos a través de nuestro Portal de Corredores, Centro de **Soporte Territorial** (CST) y

multitarificadores.
Además, contamos
con una gran
capacidad de
suscripción en todas
las zonas de España,
el mejor servicio
posventa y una
amplia variedad
de productos

el mejor servicio posventa y una amplia variedad de productos, entre los que se encuentra la gama 'Cambio' para coches eléctricos o pólizas con amplias coberturas para satisfacer las necesidades de sus clientes. A cambio, "les pedimos confianza en nuestra gama de productos y servicios. Les ofrecemos una

relación a largo plazo en la que nos esforzamos por darle la mejor atención a su cliente", afirma Suárez.



por legibilidad. ¿Qué opina al respecto? ¿Qué se puede hacer para que deje de ser así?

El seguro está haciendo un gran esfuerzo desde hace años para que los clientes conozcan bien lo que están contratando antes de firmar. Unespa ha llevado a cabo varias campañas con este fin, y las propias compañías hemos trabajado y seguimos trabajando mucho en ello.

La experiencia de cliente requiere una parte de sorpresa en el servicio. ¿Cómo se puede hacer en el se-

guro de Autos, que está tan focalizado al precio?

Nosotros siempre hemos apostado por un seguro focalizado en el servicio, en la experiencia, en los valores, en la disponibilidad... Esto es lo que realmente le importa al cliente cuando tiene una incidencia. En ese momento, no da ningún valor a haberse ahorrado unos pocos euros en la contratación, sino tener una solución a su problema. Es el momento de la verdad.

Por otro lado, ponemos a disposición de nuestros clientes nuestro programa de fidelización, Club Mapfre, a través del cual nuestros asegurados pueden beneficiarse de servicios de valor añadido, como el acceso a asesores y expertos en diferentes ámbitos o beneficios y ofertas de ocio, sorteos, descuentos... Realmente los clientes se sorprenden cuando ven la gran variedad de ventajas que tienen en este plan.

¿Cree que sin las insurtech el ramo de Autos no innovaría? En Mapfre siempre hemos sido un referente en innovación. Como líderes del sector, a lo largo de los años hemos introducido novedades de productos, servicios y coberturas continuamente en el seguro de Autos, que luego se han ido incorporando al sector como usuales. Y lo seguimos haciendo.

Para nosotros, innovar es ayudar a nuestros clientes a lograr sus metas, ofreciendo una experiencia ágil, cercana, humana y de calidad. Por eso, la respuesta es no. Incluso sin las insurtech, el sector tiene capacidad de innovación, y lo hemos demostrado con creces.

Ahora bien, la colaboración con las startups nos aporta una mayor rapidez y agilidad a la hora de incorporar novedades. Nos permite avanzar en conjunto. Por eso, la valoramos de forma muy positiva y, desde el MOI (Mapfre Open Innovation), desarrollamos alianzas con otros actores y tecnologías emergentes para crear un impacto positivo en nuestro negocio y en la sociedad.

Mapfre es líder en el ramo...

Sí. Actualmente, somos los líderes en el ranking del ramo con más de 6 millones de vehículos asegurados y una cuota de mercado del 20%. Nuestro objetivo es seguir manteniendo este liderazgo y continuar siendo la aseguradora de referencia en España.

¿Qué está haciendo Mapfre para fidelizar al cliente?

Desde Mapfre ofrecemos el seguro con mayor cobertura, un producto 360° que nos permite estar al lado

El Anteproyecto
de Ley de la Ley
sobre
Responsabilidad
Civil y Seguro,
entre otras cosas,
da amparo a las
víctimas de
lesiones de tráfico
por las cuantías
en las
indemnizaciones

del cliente 24/7. Esto es lo que más fideliza a nuestros clientes: calidad y servicio. Además, contamos con la capilaridad de nuestra red de oficinas para estar cerca

del cliente, y con una red de talleres distinguidos que nos otorga una gran capacidad de gestionar los siniestros de forma rápida y eficiente. Y nuestro servicio de asistencia en carretera es uno de los mejor valorados por los clientes, por solo citar algunos detalles.

Como valor añadido, contamos con 39 Centros de Servicio del Automóvil en España, que ofrecen una gestión integral en la reparación del vehículo, un servicio único en el sector asegurador en este país. Se trata de centros que están orientados a simplificar todos los trámites derivados de un accidente. Los clientes pueden dejar sus vehículos

allí en caso de siniestro cuando les venga bien, y Mapfre se encarga de todo lo necesario para dejarlos en perfectas condiciones. Todo ello, con atención personalizada y la posibilidad de contar con un vehículo de sustitución de cortesía.

Contamos también con el 'Plan Familias', que permite agrupar los seguros de todos los miembros de la familia para beneficiarse de descuentos por vinculación y otros servicios de valor añadido asociados a su plan de fidelización. Y con un 'Plan de Pagos' que te ayuda a gestionar tu economía, decidiendo realmente cómo quieres pagar tus seguros, agrupados o no, incluso hasta de forma mensual. A tu medida.

Carmen Peña Fotos: Pablo Moreno



El ramo de Autos necesita. según Alberto Fernández, director general de Uno Correduría de Seguros, "una revisión de las bases técnicas de las aseguradoras, subida de primas generalizada, políticas de saneamiento de cartera y revisión de costes. El problema es que se trata de un mercado muy maduro en un contexto de inflación, en el que el margen de subida de primas que admite el consumidor es pequeño, pero los costes aumentan. Por tanto, las compañías luchan por ser más eficientes en costes".

Si analizamos el parque móvil de vehículos asegurados en España, en el último trimestre de 2022, se produjo un crecimiento del 0,95% (según datos del Fichero Informativo de Vehículos Asegurados), con respecto al mismo período de 2021. Por tanto, Alberto Fernández, director general de Uno Correduría de Seguros, deduce que "el crecimiento del ramo de Autos se debe principalmente a una subida generalizada de primas durante el ejercicio". En su opinión, "es el efecto de la inflación en el sector seguros, el que está teniendo más impacto este año, especialmente en el ramo de Autos".

A esto hay que unir que, según Icea, el ratio combinado de Autos ha empeorado casi 5 puntos hasta situarse en el 97,7% en 2022. Algo que, según Fernández, "implica, indudablemente, una necesaria revisión de las bases técnicas de las compañías, subida de primas generalizada, políticas de saneamiento de cartera

Alberto Fernández, director general de Uno Correduría de Seguros

La **EFICACIA** de costes en Autos

y revisión de costes. El problema es que se trata de un mercado muy maduro en un contexto de inflación, en el que el margen de subida de primas que admite el consumidor es pequeño, pero los costes aumentan. Por tanto, las compañías luchan por ser más eficientes en costes".

Por eso, "cabe esperar una mayor rotación de pólizas entre compañías, fenómeno que se produce habitualmente bajando primas de captación y subiendo primas de cartera. Es decir, la subida significativa de prima en la renovación, mueve al asegurado a buscar alternativas más económicas. Para compensar la fuga de clientes, las compañías bajan las primas de nueva producción. En ocasiones, la misma compañía que ofrecen primas de captación inverosímiles, está elevando desproporcionadamente las primas de renovación. Al final, los asegurados fieles y rentables financian la captación de otros que no lo son. Como resultado, se acorta la vida media de la póliza de Autos y se resiente la rentabilidad."

POSIBLES FUSIONES O CESIONES DE CARTERA

El director general de Uno Correduría de Seguros piensa que "están sufriendo las compañías en las que el ramo de Autos tenga un peso específico alto, no sean competitivas en costes y/o no tengan otros ramos que com-

pensen la rentabilidad". Sin embargo, confía en que "los requisitos de solvencia exigidos en España y el órgano y mecanismos de supervisión hagan su función, para evitar quiebras y, sobre todo, salvaguardar los derechos del asegurado. Es posible que veamos alguna fusión o cesión de cartera al respecto en los próximos tiempos".

Esta situación, el corredor la está sufriendo porque "hay una tendencia generalizada, por parte de las compañías, a bajar la comisión al corredor en el ramo de Autos, en aras de la mejora de la rentabilidad de la compañía. Sin embargo, los corredores debemos aumentar la comunicación con compañías que prefieren nuestro canal y penalizar aquellas que apuestan por otros canales. También nos toca trabajar la eficiencia en nuestras corredu-

que nos permitan optimizar recursos y aumentar la competitividad. Respecto a las subidas de primas provocadas por la falta de rentabilidad, sufrimos las quejas de nuestros asegurados por las subidas de cartera y tenemos que dedicar más tiempo a labores de retención y fidelización. Sin embargo, por el mismo motivo, también captamos más clientes de la competencia", explica Alberto Fernández.

rías, con inversión en tecnologías

En ocasiones, la misma compañía que ofrecen primas de captación inverosímiles, está elevando desproporcionadamente las primas de renovación

LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE CREA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

La situación ha provocado un aumento del 8% de los precios de los seguros de Autos en 2022. Algo que sigue ocurriendo, según Fernández, "durante el segundo trimestre y entiendo que así será durante todo el año. En este contexto de inflación y baja rentabilidad, hay que compensar las pérdidas acumuladas durante 2022. Además, es necesario que exista suficiencia de primas v que la tarifa sea sostenible en el tiempo. Por tanto, factores como la actualización del coste medio del siniestro (CMS) y la repercusión de la revisión del baremo de lesiones han de quedar íntegramente en la prima de riesgo de las compañías. Probablemente, el año que viene se suavicen las subidas de primas, previendo un menor impacto de la inflación. Los corredores lo estamos viviendo con algo de incertidumbre. Sin embargo, esta situación nos obliga a aumentar el nivel de comunicación con nuestros asegurados. Siempre que tenemos un mayor contacto con el cliente surgen más oportunidades de negocio".

LOS 10 PRIMEROS GRUPOS TIENEN MÁS DEL 85% DE LAS PRIMAS

Según Icea, en Automóviles, los 10 primeros grupos suponen el 85,36% de las primas. "El problema es que no todas están alineadas con el canal corredor. En nuestro caso, contamos con aquellas más próximas a nosotros. En Autos no todo es precio, en contra de lo que opina mucha gente. El precio pesa más en tanto en cuanto no seamos capaces de crear vínculo con el cliente y que este perciba el valor añadido que le aportamos. Los clientes no se suelen ir por 20 euros, sino porque les han prestado un mal servicio o, casi peor. ningún servicio y, por tanto, sienten indiferencia", explica el director general de Uno Correduría de Seguros.

Precisamente, esta correduría decidió apostar por el ramo de Autos porque "es un producto que nuestros asegurados demandan. Nosotros estamos orientados en mayor medida al cliente que al producto. Por tanto, inevitablemente el seguro de Autos juega un papel relevante en la labor de darles un asesoramiento integral. Nuestra perspectiva es de rentabilidad por cliente y no por producto".

En este momento, aproximadamente el 42% de las primas de la correduría corresponden al ramo de Autos, si bien en ingresos aporta un 34%. Lo relevante, explica su director general, es que "sean clientes empresas o particulares, más del 60% de nuestros asegurados tienen, al menos, un seguro de Autos con nosotros".

En opinión de Alberto Fernández, "la especialización siempre es un plus. El conocimiento del ramo te permite prever acontecimientos, ser más eficiente, negociar mejor con la compañías y, en definitiva, competir con mayor probabilidad de éxito. También, aporta mucha información y formación específica que te permite dar más valor añadido a tus clientes y ser capaz de comunicarlo. Por último, es importante que todos ganemos. Por tanto, hay que tener identificados aquellos clientes que son rentables para el corredor y para la

compañía y aquellos que no son rentables para nadie. Se pueden hacer planes de acción en consecuencia, orientados a aumentar la rentabilidad media por cliente".

Los clientes no se suelen ir por 20 euros, sino porque les han prestado un mal servicio

DESAFÍOS FUTUROS

Existe una serie de desafíos futuros para el ramo de Autos. En primer lugar, "se ha de equilibrar el resultado técnico. Por otro lado, el ramo tiene que integrar adecuadamente todos los cambios normativos que han llegado y que quedan por venir. También debe dar respuesta a los cambios que ya se están produciendo en materia de movilidad. Aumentar la oferta de valor, en Autos, puede ser una solución diferenciadora tal y como ya se está haciendo en otros ramos. Incluir más garantías de servicio en las pólizas

puede ser parte importante de una buena estrategia. Por otra parte, aunque es un ramo que tecnológicamente está más avanzado que otros, debe seguir apostando por los servicios de información que permitan valorar la prima adecuadamente, riesgo a riesgo. Por otra parte, cabe esperar que proliferen las modalidades de seguro ligadas a talleres concertados, que prospere aún más el uso de franquicias en coberturas de daños propios y que se reduzca la contratación del todo riesgo clásico".

Un reciente informe de Capgemini prevé un futuro en el que las aseguradoras tendrán que evolucionar y pasar de las ofertas tradicionales de seguros de Automóviles a la 'protección de la movilidad', que incluyan opciones multimodales autónomas, conectadas, eléctricas y compartidas. Sin embargo, Fernández entiende que "las tendencias regulatorias, aunque empiezan a incluir la necesidad y en algunos casos la obligatoriedad de asegurar los nuevos vehículos nacidos en este entorno, todavía presentan muchas barreras para que un seguro obligatorio relacionado con la circulación, se pueda establecer por persona y no por vehículo. Será difícil,

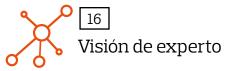
Hay una tendencia generalizada, por parte de las compañías, a bajar la comisión al corredor en el ramo de Autos, en aras de la mejora de la rentabilidad de la entidad en tanto en cuanto el seguro obligatorio se establezca por matrícula o lugar habitual de estacionamiento del vehículo y exista la prohibición de incluir una cobertura de seguro obligatorio innominada".

Alberto Fernández cree que crear una única póliza que cubra a la persona con independencia de su medio de transporte, "actualmente es viable en parte, en lo que respecta a la temporalidad. De hecho, ya existen pólizas que garantizan desplazamientos, pero vinculados a una matrícula. La novedad es la temporalidad, en tanto en cuanto se puede asegurar por días, en vez de anualmente. Con respecto a dar cobertura a todos los riesgos derivados de la circulación de una persona y para todos los vehículos en una sola póliza, entiendo que el entorno regulatorio y los sistemas de información tendrían que dar un giro importante para acoger estos modelos de negocio. Se podría hacer con coberturas de seguro voluntario (Accidentes, RC voluntaria, daños propios del vehículo, etc.), pero

no podemos sustituir el seguro obligatorio como hoy lo concebimos".

MAS DE DIEZ MILLONES DE USUARIOS NO ENTIENDEN LAS PÓLIZAS DE AUTOS

Los colegios de mediadores, a través de su Consejo General, han presentado su informe sobre legibilidad de los condicionados de las pólizas de Autos, en el que se dice que, entre diez y dieciséis millones de usuarios no entienden lo que están firmando porque son técnicamente incomprensibles para un lector medio. Algo que comparte Fernández: "Las pólizas son dificilmente comprensibles, pero, sobre todo, son largas. Lo cierto es que pocos usuarios dedican tiempo a su lectura, porque lo consideran desproporcionado. Para eso se acompaña en las cotizaciones y pólizas la IDD, que suele ser más legible y corta. Por parte de los mediadores, tenemos una labor importante en el campo de la interpretación de las pólizas y de hacer comprender al asegurado el alcance de las coberturas que contrata. La DGSFP,



VALORACIÓN DE LA LEY SOBRE RESPONSABILIDAD CIVIL Y SEGURO EN LA CIRCULACIÓN

Hace poco se publicó el Anteproyecto de Ley por el que se modifica el texto refundido de la Ley sobre Responsabilidad Civil y Seguro en la Circulación de Vehículos a Motor v Alberto Fernández, director general de Uno Correduría de Seguros, comparte los puntos positivos y negativos que ve en él.

POSITIVOS:

La clarificación y ampliación del concepto "vehículos a motor" y extensión del concepto "hechos de la circulación". Esto es importante para dar cabida a algunos de los nuevos vehículos



automóviles, que intervienen con cada vez más protagonismo en el tráfico de las ciudades y que son susceptibles de seguro obligatorio. También regula y aclara algunas situaciones como las derivadas del uso de remolques. De este modo, habrá más seguridad jurídica y más vehículos que asegurar. El Consorcio toma protagonismo

también, teniendo que asumir con cargo al fondo de garantía, la cobertura de aquellos siniestros de vehículos asegurados en compañías que se encuentren en situación de quiebra. Se amplia el límite de seguro obligatorio, mejorando así la protección a la víctima. Se incrementa en el baremo algunos conceptos como el lucro cesante para personas que ejercen las tareas del hogar.

NEGATIVOS:
Destacar que algunas
de estas mejoras
impactarán en la
cuenta de resultados
de las compañías
y repercute en un

aumento de la prima técnica. Se prohíbe la utilización de algunos conceptos, tales como la nacionalidad o el país de origen, para el cálculo de la prima, de estos datos, en aras del cumplimento de la Ley de Protección de Datos. Esta prohibición, afectará también a los ficheros informativos, que tendrán que ser opacos en algunos conceptos. La falta de algunos datos en las cotizaciones afecta directamente a la técnica actuarial que tendrán que programar tasas medias para compensar la pérdida de información en los

ficheros.

debería incidir más sobre el tema, ya que se trata de proteger los derechos del asegurado, razón de ser de este organismo".

Parece que el seguro de Autos, sigue siendo muy dependiente de los mediadores y el director general de Uno Correduría de Seguros espera que "siga siendo así. En especial, puede tener un papel relevante en tanto en cuanto la duración media de una póliza en la misma compañía tiende a acortarse y siempre podremos ofrecer alternativas de cobertura. Por otra parte, hay muchos clientes que sí valoran el asesoramiento".

En su afán de mejorar la experiencia del cliente con la correduría, están llevando a cabo un plan que llaman 'Proser.com', que son las siglas de: Proactividad (acciones para anticiparse a las necesidades del cliente. También incluyen acciones de venta cruzada); Servicio (medidas para mejorar la experiencia del cliente durante su relación con ellos y aumentar su catálogo de servicios); y Comunicación (aumentando los canales de comunicación con el cliente, el número de interacciones y la calidad de la comunicación con ellos).

Carmen Peña

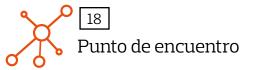




Seguro de automóvil

Un seguro completo y flexible que te permite escoger el nivel de protección que buscas para tu vehículo.

Cuenta con las mejores coberturas para que siempre disfrutes de tu coche como el primer día.



El incremento de siniestralidad **COMPLICA** la suscripción en Ciber

En los últimos años, estamos asistiendo a un incremento notable de la ciberdelincuencia. Antes, especialmente centrada en las grandes corporaciones, pero cada vez afecta más a las pymes. Un aumento de la siniestralidad que ha mejorado la concienciación en esta protección, a la vez que ha provocado el endurecimiento de las condiciones de suscripción.



La pandemia marcó un antes y un después en el ramo Ciber. No obstante, como constata Francisco Antonio Alcaide, responsable de Beazley Digital España (unidad centrada en el negocio pyme), previamente a la crisis sanitaria se ponían más facilidades a la hora de suscribir y los cuestionarios eran más sencillos, "pero teníamos el inconveniente de que no estaba el producto tan maduro como ahora". "Y después de la Covid, el cliente, cada vez, va siendo más consciente del riesgo, pero con el aumento de la siniestralidad la suscripción se ha puesto un poco más dura", atestigua.

"Desde el punto de vista de corredor hemos observado también una tendencia cambiante", corrobora Diego Silva, director técnico de José Silva Correduría de Seguros, toda vez que antes de la Covid eran muchas las aseguradoras, incluso generalistas, que estaban iniciándose en este ramo y que ahora o se empiezan a salir o dificultan la suscripción, a la vez que las especializadas trabajan con formularios más complicados: "En cuanto a



la contratación ha pasado de ser un producto sencillo a ser uno que requiere de unos conocimientos mínimos y cierta preparación, que antes no eran necesarios", reseña. Esta misma evolución la aprecia en la prima, ya que antes era una póliza barata y ahora se ha puesto en precio de mercado y con una tendencia al alza.

En este sentido, como insurtech, Pilar Andrade, CEO y cofundadora de Lisa Seguros, comenta que en su momento se dieron cuenta de que había que utilizar la tecnología para simplificar el proceso de contratación, que podía ser una barrera en algunos tramos, sobre todo en lo que se refiere a los complejos cuestionarios que incluyen los seguros de Ciber, porque los usuarios del seguro se ven obligados a responder a determinadas cuestiones que, a veces, no saben porque no tienen información ya que su actividad no está relacionada con la tecnología: "En muchos casos necesitan asesoramiento para responder a preguntas indispensables para poder acceder a la propuesta", asegura.

"Nosotros lo que intentamos, en un principio, fue facilitar la recopilación de datos de los asegurados de cara a poder cotizar", señala Manuel Cañamares, responsable de Expansión y Desarrollo de Coseba 1986, para quien es muy complicado abarcar a todas las compañías, ya que cada una tiene unos requisitos y cuestionario únicos, con coberturas y límites cambiantes. Además, las compañías exigen, cada vez, medidas más estrictas para poder contratar este seguro, con cuestionarios más extensos y preguntas complicadas. "El seguro ha madurado, pero todavía le queda mucho recorrido y hacer ver al cliente que el producto se adapta a él, es difícil debido a su complejidad", destaca.



ALIANZAS CON TECNOLÓGICAS

"Evidentemente, los cuestionarios se han endurecido porque la intensidad de los ataques es mucho más alta", destaca Pilar Andrade. Eso es un problema porque "cuando los riesgos dejen de ser aleatorios dejamos de tener sentido y eso es terrible".

La evolución del ramo también ha propiciado la colaboración entre tecnoló-

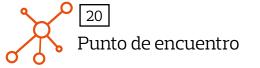
gicas y aseguradoras, ya que se ha constatado que, por muchos sistemas informáticos que se tengan, los ciberataques se producen y necesitan protegerse. "Muchas empresas de tecnología tienen acuerdos ya con aseguradoras con el fin de llegar a sus clientes y transmitirles la necesidad de que contraten un seguro: porque a pesar de que se hayan instalado y tomado todas la medidas de seguridad, los 'malos' siempre van por delante", afirma Andrade.

Además, como explica Manuel Cañamares, los ciberataques suelen ser muy estudiados y con mucha preparación, lo que hace que sean difíciles de detectar. "Se trata de virus alojados en tu sistema que no sabes ni cómo han entrado hasta que se produce el ataque", atestigua. "Aunque tomemos medidas para prevenirlos, pueden ocurrir de forma imprevisible y aleatoria", recalca.

"Por eso, las empresas tecnológicas son un aliado ideal en la lucha contra esas agresiones, aunque antes no apoyaban tanto debido a que los ataques eran menos profesionales", confiesa Andrade.

MAYOR CONCIENCIACIÓN

"Las pymes están contratando más seguros contra ciberataques, pero hay que tener en cuenta que, antes, las



tecnológicas no apoyaban. porque ellos tenían una fuente de ingresos por parte de esos pequeños ataques y ahora ha pasado a ser un problema y quieren externalizarlo", añade Diego Silva. Pero para él, la gran diferencia para las pymes es que cada vez ofertan este seguro más compañías, lo que ha llamado la atención a la banca, que ha entrado en el negocio y cuando un cliente va a hacer una gestión bancaria le ofrecen la pó-



"Ciber es el seguro más 360° que existe, y debe ofrecerse muy personalizado, muy adaptado a las necesidades de cada cliente". Pilar Andrade

liza Ciber: "Esto ha hecho que las pymes sean más conscientes de la importancia de protegerse. Pero es importante que la suscripción de una póliza ciber se realice con un mediador de seguros profesional por la complejidad y disparidad de oferta en el mercado. Una póliza insuficiente o suscrita sin un correcto asesoramiento probablemente será únicamente 'un gasto'".

De hecho, Cañamares recalca que ya incluso los clientes particulares reciben ofensivas, y las compañías están sacando productos Ciber para ellos. "Cuanto mayor sea el desconocimiento, más riesgo hay. Por eso, una de las medidas más importantes es la formación de los empleados de la empresa y también de los particulares para saber cómo proceder en caso de recibir un ciberataque", sugiere.

No obstante, Silva destaca que, con la Covid, ha habido

mucha incidencia porque trabajadores de las compañías han utilizado equipos portátiles: "Es común encontrar oficinas que tienen una seguridad magnífica con una empresa tecnológica que se encarga de ello, pero muchos empleados se llevan el portátil a casa sin antivirus y se conectan a la red".

De hecho, Francisco Antonio Alcaide asegura que han visto un aumento en la contratación debido a una mayor concienciación sobre la importancia de la ciberseguridad desde el inicio de la pandemia. Aunque reconoce que a veces, incluso los corredores tienen dificultades para sentirse



"Para que el cliente final tenga una póliza Ciber, el corredor debe educarle y formarle, y nosotros debemos crear ciberresiliencia en los corredores para que puedan transmitirla".

Francisco Antonio Alcaide

cómodos con el riesgo lógico y normal: "Es un trabajo de todos: para que el cliente final tenga una póliza de ciberseguridad, el corredor debe educar y formar a sus clientes, y nosotros debemos formar y crear ciberresiliencia en los corredores para que puedan transmitirla".

Además, en la mejora de la concienciación el director técnico de José Silva Correduría de Seguros aboga por un nuevo programa Kit Digital, "más sencillo y enfocado a la ciberseguridad para preparar a las pymes para que sean menos vulnerables y estén más aseguradas".



APETITO DE COMPRA

"La ciberdelincuencia está avanzando, y aunque el cliente puede tener dudas respecto al producto final, es cierto que vemos a corredores que se acercan porque clientes que antes ni se lo planteaban ahora preguntan por él", insiste Alcaide. De hecho, la CEO y cofundadora de Lisa Seguros llama la atención en que muchas empresas optan por contratar este producto por reputación: "Es un aspecto muy importante y el hecho de tener una compañía que les dé soporte o les apoye en todo el proceso mejora mucho la imagen", comenta.

"La cobertura de reputación la ofrecen casi todas las compañías. El inconveniente es que es opcional y ya el hecho de incluirla, al fin y al cabo, implica un incremento de prima", reseña el responsable de Expansión y Desarrollo de Coseba 1986.

En cualquier caso, Pilar Andrade, CEO y cofundadora de Lisa Seguros, considera que no se pueden cometer errores pasados, como querer venderle a cualquier cliente un seguro de Ciber. "Tenemos que saber muy bien cómo, a quién y cuándo debe de contratarlo", asegura, ya que no



"Cuanto mayor sea el desconocimiento, más riesgo hay. Por eso, es importante formar a los empleados para saber cómo proceder en caso de recibir un ciberataque". Manuel Cañamares



"Ciber ha pasado de ser un producto sencillo de contratar a ser uno que requiere de unos conocimientos mínimos y cierta preparación". Diego Silva todas las empresas necesitan todo tipo de coberturas Ciber. "Hay que analizar muy bien cada una e intentar ser muy flexible y personalizar mucho el seguro de Ciber para que tenga sentido", concluye.

Para Manuel Cañamares, responsable de Expansión y Desarrollo de Coseba 1986, los clientes se han concienciado mucho de este riesgo a raíz de la pandemia, pero son reticentes a él por el aumento de las primas, fruto

de la mayor siniestralidad, que algunas pequeñas pymes rechazan, ya que cuentan con una partida presupuestaria destinada a seguros y es complicado convencerles de añadir uno más "en una coyuntura económica difícil".

Diego Silva, director técnico de José Silva Correduría de Seguros, cree que el propio sector asegurador ha ido generando ese apetito de compra en el cliente, pero el problema que aprecia es que en el mercado existen pólizas Ciber totalmente insuficientes, y las que están perfectamente estudiadas y adaptadas al riesgo suelen tener primas altas, "y en este país, por norma general, quitando excepciones, la prima es el factor determinante". Con todo, confía en que el sector se adapte mejor a ese interés a medida en que los productos se especialicen cada vez más.

EL VALOR DE LAS ESPECIALIZADAS

En cualquier caso, Pilar Andrade critica que hay compañías que comercializan de manera errónea el seguro de Ciber, "que es un seguro de servicios, pero lo venden como un seguro de cobertura". "Está ocurriendo que hay muy pocas compañías que de verdad indemnizan y resuelven los problemas", critica, a la vez que aboga que las aseguradoras cuenten con especialistas en el tema para evitar la subjetividad a la hora de una incidencia.

Por eso, el responsable de Beazley Digital España considera muy importante acudir a compañías especialistas: "Resulta muy atractivo ver que hay coberturas cibernéticas a precios muy económicos, pero al final debes contar con el soporte de una compañía que lleva años haciendo esto y con un buen servicio en cuanto a incidentes", propone.

En este sentido, Diego Silva denuncia que ya se ha encontrado "alguna póliza en la que se incluye dentro del condicionado que en el supuesto de que la compañía no tenga disponibilidad para responder al ataque por falta de personal de las compañías que a veces subcontratan, el cliente podría utilizar su propia empresa para solventarlo", se queja, lo cual responde al aumento de la siniestralidad. "Eso en una póliza de Ciber es como decir 'búscate la vida", protesta.

"Es muy completo y complejo cuando está bien sus-

crito, porque es un seguro muy personalizado, muy adaptado a las necesidades individuales de cada cliente", sostiene Andrade, para quien "Ciber es el seguro más 360º que existe", ya que cubre la responsabilidad frente a terceros, los daños propios, los problemas con el hardware derivados de los virus, el ataque a los datos de la empresa que tienen como consecuencia una paralización del negocio, los perjuicios patrimoniales...

"Ahí estáis los corredores, que sois especialistas", insta Francisco Antonio Alcaide, responsable de Beazley Digital España, a sus compañeros de la mesa redonda. "Sabéis cuáles son los seguros más completos y cuáles no; ahí está vuestro valor añadido principal", tercia.

ENDURECIMIENTO EN LA RENOVACIÓN

Respecto al tema del pago de los rescates por ataques ransonware, Francisco Antonio Alcaide comenta que, aunque la póliza de Beazley los cubre, es decisión del cliente hacerlo o no. Nosotros ayudamos y asistimos al cliente para entender qué es lo mejor en todo momento para solucionar el incidente y recuperar la operativa normal lo antes posible, que es el objetivo final del seguro. Además, el aumento de ransomware está provocando un incremento en la prima en las renovaciones.

"En general, las primas en el último año han descendido, se han ajustado y mantenido en facturaciones muy bajitas en profesionales donde no hay alta siniestralidad, pero a partir de determinados clientes se han elevado muchísimo", añade la CEO y cofundadora de Lisa Seguros.

Silva pone sobre la mesa, eso sí, un problema con el

que se encuentra con este seguro y es la dificultad del cambio, ya que "normalmente supone un incremento de prima y de complejidad en la contratación", por lo que esas subidas que se pueden producir en la renovación normalmente se absorben.

Alcaide está de acuerdo en esa apreciación para empresas que facturen por



encima de 20 millones, en los que se establecen cuestionarios específicos de *ransomware* y se endurecen las condiciones. "Pero en el segmento de empresas que facturan hasta 20 millones, en Beazley no hemos tocado las primas desde 2019. Lo que sí que hemos hecho es incluir más preguntas de suscripción, por el aumento generalizado del *ransomware*", matiza.

No obstante, el ransomware supone el ataque más importante en cuanto a nivel de incidentes, tanto en frecuencia como en cantidad: "Desde el año 2020 ha habido un aumento del doble de los ataques", precisa el suscriptor de Líneas Financieras y responsable de Beazley Digital España. Pero no es el único tipo de agresión a tener en cuenta. Así, destaca la vulneración de cuentas de correo electrónico empresariales, que se produce mucho en los servicios profesionales, como abogados y consultores. Ahora bien, de cara al futuro, lo que más teme es el riesgo sistémico, que puede llevar a que colapsen grandes infraestructuras cibernéticas.

El director técnico de José Silva Correduría de Seguros coincide en que hay que estar atento a ese tipo de ataques, tanto por su número como por su intensidad. Eso sí, añade otro que está siendo especialmente preocupante entre las pequeñas empresas: la suplantación de identidad. "En pymes es lo que más nos estamos encontrando", confirma.

COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

Francisco Antonio Alcaide, responsable de Beazley Digital España, recuerda que un gran avance para gestionar los ciberriesgos será la colaboración público-privada. En este sentido, se congratula de que desde finales de 2022 hay una directiva europea que establece obligaciones de

ciberseguridad para los Estados miembros y medidas para la gestión de este tipo de riesgos, así como obligaciones de notificación para las entidades en su ámbito de aplicación, aunque todavía no se conozca exactamente cómo se va a transponer: "Es cuestión de tiempo que lo sepamos".

En caso de que este esquema público-privado se asemejase al papel del Consorcio de Compensación de Seguros, bastaría con que en el Ciber se pagase la tasa correspondiente y dotarla de micro coberturas muy excepcionales, para no saturar el mercado, "ya que no hay una masa suficiente como para empezar a abordar indemnizaciones futuras tan elevadas", aprecia Pilar Andrade, CEO y cofundadora de Lisa Seguros. "Entiendo que si hacemos nuestra labor de apóstoles del seguro y las empresas también se conciencian, la colaboración debería ir por ese camino", afirma.

Con todo, Francisco Antonio Alcaide cree que al final todo recae sobre el sector y "la clave es educar al cliente". Y en su caso, como compañía, también al corredor, ya que algunos se sienten inseguros con este producto y no lo venden, aunque tengan clientes con esa necesidad.

"Cualquier información nueva y todo lo que venga siempre es bienvenida, al final facilitará que los clientes conozcan más al respecto, sean más conscientes, pregunten más y, por tanto, suscriban más", ratifica Manuel Cañamares.

Aitana Prieto / Carmen Peña

Para leer más sobre la mesa redonda **pulse aquí**







El 46% de las empresas cuenta actualmente con una estrategia empresarial y con propuestas para los mayores de 55 años, siendo el sector asegurador el más implicado con este colectivo. Así se desprende del 'Monitor de Empresas de la Economía Sénior', elaborado por Fundación Mapfre, que también destaca que 3 de cada 10 compañías tienen previsto desarrollar líneas de actividad específicas para los mayores en los próximos 5 años.

Junto a las aseguradoras, las empresas que más cuentan con algún tipo de servicio o estrategia dirigida a séniores son las de asistencia sanitaria, farmacéuticas, gran consumo, banca, distribución/comercio y transporte de viajeros. De hecho, más del 40% de la facturación del 56% de estas compañías proviene de los séniores.

El interés por este colectivo ha llevado a un tercio de las empresas a realizar algún tipo de análisis o estudio de mercado para detectar necesidades específicas de este grupo poblacional y una de cada cuatro dispone de algún programa específico para séniores vulnerables. Además, la mitad vincula a su estrategia de negocio las acciones y/o servicios orientados al segmento silver (52%).

En concreto, el estudio ha establecido cuatro tipos de estrategias referidas al segmento sénior:

• Ofrecer bienes y servicios diferenciados dentro de su porfolio, propios o de terceros, para atender la demanda de la población sénior.

- Abrir canales de comunicación específicos y/u ofrecer servicios de atención preferentes.
- Proporcionar tarifas, descuentos u otro tipo de ventajas sobre sus bienes y servicios no diferenciados a los miembros del colectivo sénior.
- Dirigir campañas de marketing, posicionamiento o contenidos de alcance significativo en relación con el colectivo sénior.

Así, de la casi mitad de empresas que enfocan parte de su negocio a los séniores, siete de cada diez cuentan con bienes y servicios destinados a los *silver*. Además, un 60% les dedica campañas de marketing, un 30% les ofrece algún tipo de tarifa o descuento y dos de cada diez, canales de comunicación específicos.

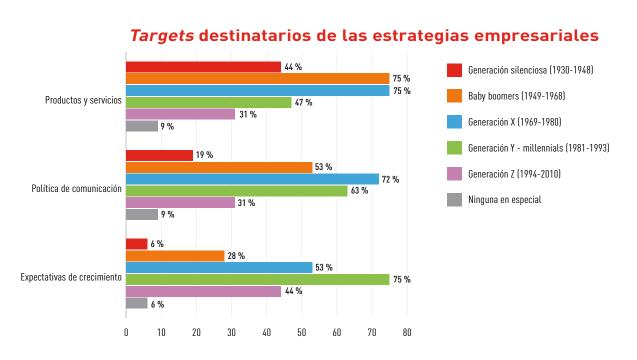


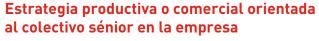
Tres de cada 10 empresas tienen previsto desarrollar líneas de actividad específicas para los mayores, en los próximos 5 años

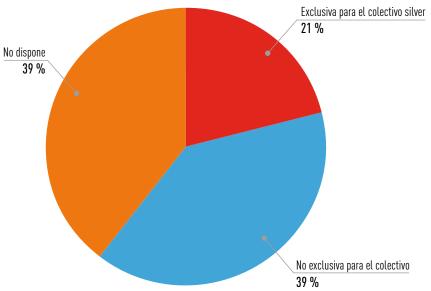
No obstante, el *target* destinatario de los productos y servicios de las empresas son los *baby boomers* y la generación X (75% ambos); el de la política de comunicación es sobre todo la generación X (que concentra el 72%), mientras que las expectativas de crecimiento parecen concentrarse en un grupo más joven, la generación Y o *millennials* (75%).

GENERACIÓN ATRACTIVA

Estas cifras ponen de relevancia que la economía silver se considera un factor dinamizador para la creación de nuevos bienes y servicios (más que como impulsor a la innovación tecnológica o generador de empleo) y el desarrollo económico del país, ya que este grupo representa el









34% de la población, y, según los expertos, dado el aumento de la esperanza de vida, en 20 años alcanzará los casi 21,4 millones de personas en nuestro país (44%).

Además, quienes se han empezado a incorporar a este segmento silver tienen un perfil distinto a la anterior generación, con un nivel educativo más elevado y las mujeres participando, en mayor medida, en el mercado laboral. Por tanto, se trata de un colectivo con un nivel adquisitivo

mayor y unas inquietudes distintas. Un ejemplo está en el uso de internet; 9 de cada 10 personas que en la actualidad tienen entre 55 y 64 años ya utilizan la red habitualmente.

Dado este potencial, el 60% de las compañías disponen de alguna estrategia productiva o comercial orientada al colectivo sénior, aunque únicamente el 21% de las mismas dispone de dicha estrategia en exclusiva para ellos. Lo que supone un auténtico reto para las mismas, ya que, como señaló Ignacio Baeza, vicepresidente de Mapfre, durante la presentación del informe "solo podremos considerar una bendición el aumento de la longevidad si los ciudadanos son capaces de vivirla con salud y dignidad. Es decir, no solo alejados de la pobreza, sino con rentas suficientes y capacidad de ocio y consumo para disfrutarla".

EL RETO DE LA LONGEVIDAD

Y es que, efectivamente, uno de los grandes retos a los que se enfrentan las empresas es el de la longevidad. No obstante, el incremento en la edad de la población es un



En 20 años, la población sénior en nuestro país alcanzará casi los 21,4 millones de personas (el 44%)



hecho demográfico que está presente en todos los países del mundo. Según estimaciones de la ONU, en 2050, el 22% de los habitantes del planeta será mayor de 70 años. En España, uno de los países con la tasa de natalidad más baja, los mayores supondrán ya el 46% de la población a mitad del siglo.

En un futuro a largo plazo, se producirá, asimismo, un incremento de la población más anciana, es decir, la que supere los 80 años. En la actualidad en España, las personas mayores

de 80 años representan el 31% de la población mayor de 64 años (el 18% del colectivo *silver*).

Este aumento de las personas mayores, junto a su importancia en cuanto al volumen y su peso en la población, unido a cambios en las formas de organización de la familia, sitúan a la dependencia y a las empresas asistenciales en un lugar destacado dentro de la economía *silver*. De hecho, el estudio recoge unas estimaciones de la empresa Jones Lang Lasalle, según las cuales el mercado español en 2021 contaba con 382.000 plazas repartidas en 5.500 residencias, y estiman que para 2024 el stock de residencias supere las 5.600 unidades y alcance las 407.000 plazas.

Todo ello lleva, resalta el informe, a que, dentro del sector asistencial, estén surgiendo iniciativas de mejora de la atención a las personas y también de cambios en el modelo de asistencia. Y ello en base a los principales conceptos que se relacionan con el envejecimiento poblacional, que hacen referencia al cuidado/asistencia (46%), a la experiencia y conocimiento (36%) y al desafío (30%). En

torno a estos aspectos, las empresas están desarrollando sus prestaciones a la generación *silver*.

COMPROMISO EMPRESARIAL

El compromiso empresarial con este grupo poblacional resulta, por tanto, evidente. Consultadas las compañías sobre su grado de orientación actual de la actividad hacia la economía *silver* lo valoraron con una media de 7,5 sobre 10, toda vez que consideran elevado el grado de importancia que tendrá el colectivo sénior para su empresa en los próximos 5 años (8 de 10).

El 60% de las compañías disponen de alguna estrategia productiva o comercial orientada al colectivo sénior

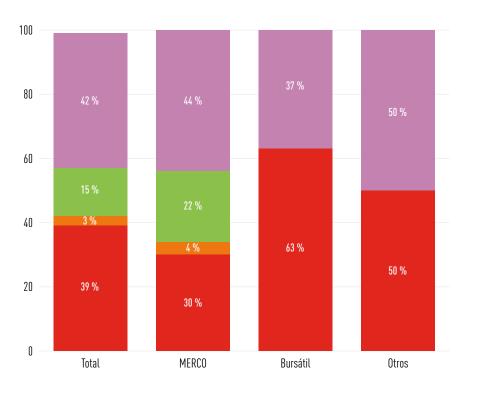
Ha aumentado

NS/NC

Se ha mantenido igual

No tiene estrategia sénior

Orientación del negocio hacia la economía silver en los últimos 5 años



Las empresas que en la actualidad están implicadas con este colectivo han ido aumentando su orientación al mismo en los últimos años, de modo que un 42% ha mejorado su acercamiento a los séniores, frente al 39% que aún no tiene ninguna estrategia para ellos.

En cuanto a la presencia y/o acciones orientadas a este segmento se vinculan más a la estrategia de negocio (en concreto así lo declara el 52%) que a la responsabilidad social corporativa (30%) o competitividad (12%).

En lo que sí que se aprecia una escasa apuesta por parte de las compañías es en la elaboración de proyectos de I+D orientados a los mayores de 55 años, ya que apenas un 18% de las empresas reconocen tenerlo, bien sea en innovación tecnológica, digitalización de asistencia o seguimiento a pacientes mayores, formulaciones y envases, uso de las nuevas tecnologías en personas mayores o investigaciones a nivel global sobre los consumidores séniores.

Uno de cada cuatro, eso sí, disponen de algún programa de responsabilidad social específico para colectivos séniores vulnerables: aprendizaje de calidad y alfabetización digital, prevención de soledad no deseada, reconectar al mundo corporativo a personas que han estado apartadas por cuidados de familiares y dependientes...

PLANES LABORALES

Teniendo en cuenta que los trabajadores séniores pueden contribuir en mayor medida a la identificación de necesidades y diseño de soluciones y campañas para los clientes mayores de 55 años, se recogen también en el cuestionario dos indicadores relativos al peso de estos trabajadores en la estructura de personal de la empresa y también a los planes o medidas concretas encaminadas a



la incorporación, retención o gestión del talento sénior en la plantilla.

En concreto, casi dos de cada diez trabajadores están en ese umbral de edad y apenas el 30% confirman que tienen algún plan o medida concreta encaminada a la incorporación, retención o gestión del talento sénior.

El informe también recoge un dato interesante respecto a los empresarios autónomos. Según ATA, el 45% de ellos tenían más de 50 años. Además, en los últimos 5 años se ha producido un crecimiento de un 18% de empresarios entre 60 y 64 años y un 41% entre los que cuentan con más de 64



LA GENERACIÓN SÉNIOR EN ESPAÑA

- Demografía: son más de 16 millones de personas (el 34% de la población), con una esperanza de vida de 82 años (la tercera del mundo).
- Empleo: suponen más de 4 millones de activos y 3,6 millones
- trabajando, de los que casi un millón son autónomos (un tercio de ese colectivo).
- Economía:
 generan el 60%
 del gasto y su
 aportación al
 PIB es del 25%.
 Además, 8 de
 cada 10 posee
 vivienda en
 propiedad, más
- de 8 millones tienen planes de pensiones privados y casi la mitad ahorran todos los meses. A ello hay que añadirle que 11 millones están en internet y 7 de cada 10 viajan por ocio.
- Poder público: suponen el 40% del censo

electoral y
generan
118.000
millones en
ingresos fiscales.
Un cuarto de los
diputados en los
parlamentos, un
tercio de los
alcaldes y el
40% de los
consejeros de
las comunidades
autónomas son
séniores.

años. Y hay más de 100.000 emprendedores de esa edad, siendo los españoles los séniores europeos más emprendedores.

Un tercio afirman haber realizado algún tipo de análisis o estudio de mercado para detectar necesidades específicas del colectivo sénior. De hecho, el 36% de las empresas declaran que tienen previsto desarrollar planes o líneas de actividad específicas para el colectivo sénior en los próximos 5 años, como el lanzamiento de productos y servicios; el "packing" y campañas adecuadas al colectivo sénior; los negocios alrededor del colectivo sénior basados en la tecnología y el acompañamiento digital; la retención del talento sénior mejor en su actividad; y la reubicación de puestos.

AITANA PRIETO



Ayudamos a sus clientes a CRECER en sus objetivos profesionales

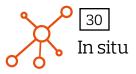
Con nuestros seguros de Caución tendrá todas las ventajas de contratar para sus clientes **garantías financieras** sin computar **CIRBE**, de forma **ágil** y al mejor **precio**.

Queremos que haga grandes los proyectos de sus clientes con total seguridad.



MIC Insurance, especialistas en Seguros de CAUCIÓN, Seguros de CONSTRUCCIÓN y Seguros de INDUSTRIA

www.micinsurance.net | T. 902 300 331



Durante la presentación del '9 observatorio europeo de Mediadores de Seguros' de CGPA Europe se dio un gran protagonismo al ombudsman (figura del defensor del cliente financiero) que aún está en trámite parlamentario en España. Tanto la representante de las aseguradoras como los de los corredores se opusieron rotundamente a establecer la cuota de 250 euros por cada reclamación que realice el asegurado y se mostraron muy preocupados por las consecuencias que podría conllevar en el sector asegurador.



Maciste Argente, Eric Evian, Carlos Montesinos y Jose Luis Quilis



'9 observatorio europeo de Mediadores de Seguros' de CGPA Europe

PREOCUPACIÓN por las consecuencias de aplicar una cuota por cada reclamación al ombudsman

Eric Evian, CEO y Chairman de CGPA Europe, inauguró la jornada con una presentación de la empresa de la que dijo que "no persigue ningún objetivo mercantil. Está gestionada por corredores y agentes y su objetivo es la defensa de la Responsabilidad Civil (RC) del corredor. Somos especialistas en este ramo y, como ha sido creada por mediadores, conocemos sus riesgos, sus necesidades". Está presente en 7 países europeos y Evian dijo que "somos líderes en casi todos".

A continuación, Carlos Montesinos, director general de España de CGPA Europe, se centró en el contenido del '9 observatorio europeo de Mediadores de Seguros', "un documento que trata de plasmar el compromiso de CGPA por la mediación". Comentó que "se pretende maximizar la protección del consumidor de seguros. Por eso, hay que cooperar entre todos los actores para dar el mejor servicio y evitar que el mediador



Eric Evian



Se propone la proporción de las sanciones en función del negocio de los corredores de seguros

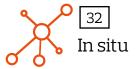
acabe teniendo un siniestro". El documento, que está en la web de la compañía, consta de 3 partes: el análisis de la jurisprudencia de la reclamaciones que tienen los corredores; la figura del ombudsman; y las cifras claves de la mediación, que superan los 7.000 millones de dólares a nivel mundial.

En el tema de las reclamaciones, Montesinos hizo hincapié en la necesidad de "documentar todas las conversaciones que tenemos con los clientes y conservarlas en un formato duradero".

Para ahondar sobre la figura del ombudsman, se contó con Arnaud Chneiweiss, Médiateur de l'Assurance France (defensor del cliente financiero), que explicó cómo funciona esta figura en Francia. Allí las aseguradoras que más reclamaciones tienen son las que más dinero aportan al presupuesto de siete millones de euros que tiene esta figura. Para evitar que la reclamación se demore en el tiempo, está establecido un periodo de dos







meses para que la aseguradora dé una resolución. Una vez pasado ese tiempo, se puede acudir al ombudsman, que en la mitad de los casos da la razón al asegurado. Aunque aclaró que no es vinculante esta resolución. "Mis decisiones no se imponen, aunque se aceptan. Mi papel es el de convencer. Estoy en la búsqueda de un acuerdo. No soy el supervisor". Es un servicio gratuito para el asegurado y los 7 millones de presupuesto se consiguen prácticamente por las aportaciones de las aseguradoras, porque los corredores solo ponen el 3 o 4%.



Los corredores no llegan a 60 reclamaciones al año

a hacerlo ahora junto con la creación de la figura de defensa del cliente financiero". Además, llamó la atención sobre el hecho de que no se tenga en cuenta la diferencia que hay entre el sistema financiero y Seguros. "Es fundamental que se mantenga esa diferenciación", apuntó.

Marín puso el acento sobre la bondad de cualquier norma que vaya buscando la defensa de los consumidores. "Sobre todo, si se legisla para las personas que no tienen medios para reclamar. Para los colectivos vulne-

rables". Pero recordó que en Seguros hay menos reclamaciones que en otros sectores financieros. En concreto, "los corredores no llegamos a 60 reclamaciones al año", dijo Marín.

Bataller explicó que el modelo que se quiere implantar en España no es el mismo que existe en otros países de la Unión Europea. Del Valle apuntó que "la diferencia con Francia es que allí ha sido una decisión del sector y aquí es una demanda de la Administracion".

Juan Bataller dijo que, entre los problemas que plantea están qu: "No se contemple el tema de la legitimización colectiva; no está claro sobre qué normas se puede decantar la autoridad; no está regulado qué ocurre si la compañía no cumple lo establecido...". En su opinión, se debería de haber ido a una solución más parecida al arbitraje de consumo". El catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad de Valencia tiene serias dudas

MANTENER SEPARADOS EL SISTEMA FINANCIERO Y LOS SEGUROS

Ya en la mesa redonda posterior, se habló de las 'Consecuencias en nuestro mercado tras la creación de la nueva figura de defensa del cliente financiero' en la que participaron: Arnaud Chneiweiss; Javier Barberá, presidente del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros; Mirenchu del Valle, secretaria general de Unespa; Juan Antonio Marín, presidente de Fecor; y Juan Bataller, catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad de Valencia; moderados por Juan Manuel Blanco, director editorial de Inese.

En ella se planteó la posibilidad de que no se llegue a publicar la norma que regula la figura de defensa del cliente financiero, que ahora está en tramitación parlamentaria.

Del Valle reiteró, como en otras ocasiones, la necesidad de crear una autoridad de Seguros independiente "deberíamos de aprovechar



Arnaud Chneiweiss



Begoña Outomuro

In situ

de que "dé tiempo a aprobarla antes de que se disuelvan las Cortes y si se va a llegar a implementar".

Barberá piensa que "el equipo quizás no tenga la independencia y medios humanos y materiales necesarios. Si no hay dotación de medios humanos y materiales no tendrá futuro". Tampoco tiene muy claro si se pasará satisfactoriamente de tres organismos a uno. "¿Por qué no



Juan Manuel Blanco, Juan Antonio Marín, Mirenchu del Valle, Javier Barberá, Arnaud Chneiweiss y Juan Bataller

dotar de medios a los tres organismos que ya tenemos?", se pregunta.

POSIBLE QUIEBRA DE ALGUNOS CORREDORES

Tanto la representante de Unespa como los presidentes de asociadiones de mediadores se mostraron en contra sobre el hecho de que se establezca un pago de 250 euros por cada reclamación que realice el asegurado, que —como apuntó Mirenchu del Valle— "supera lo que cuesta la prima de muchos seguros". Tanto a aseguradoras como a corredores de seguros les preocupa las consecuencias que puede conllevar establecer una tasa de 250 euros para cada reclamación. Barberá apuesta por "penalizar las malas prácticas ya demostradas y no a priori".

El presidente del Consejo General llamó la atención sobre el hecho de que "se puede llevar a la quiebra de algunos negocios de corredurías si se dan reclamaciones colectivas con un coste de 250 euros para cada uno de los asegurados". Eso puede llevar a que algunas corredurías paguen ellas la reclamación que pide el cliente



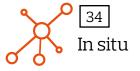
para ahorrase el costo administrativo y económico que conlleva.

Se propuso la exención de la tasa para los corredores de seguros puesto que "en el 50% de las reclamaciones no se da la razón al cliente". Así como la proporción de las sanciones en función del negocio y esperan que estas propuestas prosperen como enmiendas en el nuevo texto.

La jornada la clausuró Begoña Outomuro, responsable del Servicio de Reclamaciones en la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), que dijo que se presentan entre 115.000 y 120.000 reclamaciones a aseguradoras y de ellas, solo se estiman el 30%. Cada año se inician 11.000 expedientes. Pero las reclamaciones a corredores de seguros son "casi residual".

Asimismo, recordó que desde la DGSFP siempre se han mostrado a favor del proyecto de creación de la nueva figura de defensa del cliente financiero. Principalmente por tres puntos: porque son vinculantes las resoluciones inferiores a 20.000 euros; por la unificación de las tres servicios de reclamaciones (Banco de España, DGSFP y CNMV) en uno, ya que facilita las reclamaciones; y porque no se confunden las competencias de los supervisores financieros. En su opinión, "se aumenta la protección del cliente de servicios financieros y se refuerza la credibilidad del sector".

No obstante, comentó que en este momento "se están valorando las enmiendas que se han presentado y hay tantas, que seguro que el texto cambiará bastante".



Espacio Aunna

La profesión de corredor solo **SEGUIRÁ** si tiene sentido

Aunna Asociación celebró, a finales de abril en Madrid, su Espacio Aunna bajo el lema 'El futuro es ahora', en el que se hizo una revisión de la situación actual de la profesión de corredor, de la digitalización, del poder del dato y de las negociaciones de convenio colectivo de la mediación. Sobre el futuro de corredor de seguros se dijo que teniendo en cuenta que el 75% de los puestos de trabajo actuales serán reemplazados por la IA, la profesión de distribuidor de seguros solo seguirá si sigue teniendo sentido por su aporte de valor.

Tras el discurso inaugural del recién reelegido presidente de Aunna Asociación, Santiago Macho, se dio paso a una mesa redonda en la que se contó con representantes de los corredores: Javier Barberá, presidente del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros; Juan Antonio Marín, presidente de Fecor; Martín Navaz, presidente de Adecose; y Santiago Macho.

Ante la pregunta de si los clientes son conscientes del valor que aporta el corredor, Navaz comentó que depende del ramo, en los productos más sofisticados, en los que existe menos lucha por el precio, se es más cons-





In situ

capacidad que de forma individual no se tendría, explica Macho.

No obstante, Marín advierte que con la digitalización hay que ser especialmente cuidadosos con cómo se comparte el dato. Los corredores quieren que se les garantice que se hace un uso adecuado de él. Para ello, Cima y la firma digital son claves, porque pueden ser garantes para que el dato se proteja. Es importante que se proteja el trato que el corredor tiene con el cliente y que se respete.

En el futuro, el 75% de los puestos de trabajo actuales no existirán porque se sustituirán por la inteligencia artificial. Pero si la profesión de corredor sigue teniendo sentido, seguirá.

EL PREMIO DE LA JUBILACIÓN SOLO SE COBRA EN CASOS MUY CONCRETOS

Después tomó la palabra Lucia Relanzón, responsable del departamento jurídico de Aemes, que dijo que "tal vez la negociación del convenio colectivo, en esta ocasión, dure más de lo habitual. Pero espero que se cierre antes del verano".

Las principales demandas son: 4 años de vigencia del convenio, reducción de la jornada máxima, incremento salarial con cláusula de salvaguarda salarial vinculada al IPC, más premisos retribuidos, implantación de protocolos para evitar el acoso y para la igualdad de género en el trabajo, etc.

Por el momento, las reuniones están siendo cordiales con los sindicatos. Pero aún no se ha tratado el tema salarial. "CC.OO. piden un 4,5% de subida salarial en el primer año y un 3,75% en los tres restantes. Algo que

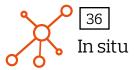
ciente de la importancia del asesoramiento del corredor. Pero aún queda mucho por hacer para comunicar a la sociedad la importancia de la figura del corredor.

Entre las cosas a favor del corredor, está su sensibilidad para estar en todos los sitios en los que se le necesita, afirma Barberá. Al contrario que las oficinas bancarias que están cerrando sucursales y obligando a los clientes a hacerlo todo a través de internet, sin tener en cuenta la brecha digital que existe en muchas personas.

A parte de su presencialidad, el corredor de seguros no puede olvidar la digitalización porque "si no somos capaces de hacerlo, puede ser nuestra muerte", dijo Navaz. Es vital para ellos comunicarse con el cliente a través de cualquier canal. Por eso, hay asociaciones, como Aunna, que están ayudando a sus socios a su implantación tecnológica. Así, se les proporciona la



Cima y la firma digital son claves, porque pueden ser garantes para que el dato se proteja



está lejos de lo que estamos dispuestos a negociar desde Aemes".

Sobre el premio de jubilación, Relanzón aclaró que "solo se puede recibir si se jubila en el mismo mes que cumple la edad pertinente de jubilación. Si es antes o después no tiene derecho a él". Consiste en el abono por parte de la empresa de un pago único de una mensualidad por cada cuatro años de antigüedad en la empresa. La cuantía de la mensualidad va del 75% al 100% del salario base mensual del nivel retributivo asignado en el momento de la jubilación, dependiendo del grupo al que pertenezca el trabajador. A la cuantía resultante, se le sumará el importe de los aumentos por antigüedad y permanencia que tuvieran reconocidos a 31/12/1995.

Recordó la obligatoriedad de la exteriorización de este premio de jubilación según el Real Decreto Legislativo 1/2002, que aprueba el texto refundido de la Ley de Regulación de los Planes y Fondos de Pensiones. Si las primas son imputadas al trabajador y son de su titularidad, se deben considerar prestaciones en especie y quedan integradas en la base de cotización del trabajador.



Es importante que la aseguradora devuelva el dato tratado y analizado al corredor para que pueda concretarlo en cada uno de los clientes que tiene

En cuanto al tema de la sucesión de empresa cuando se produce una adquisición, la responsable del departamento jurídico de Aemes aclaró que "cuando se vende la cartera se transfiere la unidad de negocio y es necesario cumplir una serie de obligaciones y derechos: el nuevo empresario queda obligado en los derechos y obligaciones laborales y de la seguridad social; el cedente y el cesionario serán responsables solidarios durante 3 años, por las obligaciones laborales existentes antes de la transmisión, que no hubiera sido satisfechas; las relaciones laborales de los trabajadores afectados por la sucesión pueden continuar siendo las mismas o modificarse; para su modificación es necesario un acuerdo de empresa entre el cesionario y la representación legal de los trabajadores (RLT) una vez concretada la sucesión; en su defecto, continúan vigentes las del convenio colectivo en el momento de la transmisión hasta la expiración del convenio colectivo o la entrada en vigencia de un nuevo convenio colectivo; la transmisión no extingue las relaciones laborales, si el nuevo empresario no subroga al trabajador, se considera despido improcedente: si la sucesión de empresas no afecta a la autonomía de la unidad productiva, tampoco extingue el mandato de los RLT, que se mantiene en las mismas condiciones que antes de la cesión.

Si hay una venta íntegra de cartera, estaría exenta de IVA porque es un unidad íntegra de negocio.

LOS DATOS VUELAN

Ramon Álvarez-Castañón, director del departamento de brokers y director comercial de la zona centro de Allianz; Arrate Sáez, Direction Data Office y analítica











nombre, tarjetas de crédito, pedidos...). Antes había hackeado también otras empresas y a la Policía Nacional. Vendía a trozos toda esa información. Luis Bonet demostró así que más importante que los datos en sí es "la gestión y análisis del dato".

Por eso, la mayoría de las aseguradoras se han adherido voluntariamente a la Guía de Buenas Prácticas que Unespa estableció con las principales asociaciones de corredores. En la que los corredores se comprometen a facilitar a las compañías los datos que sean necesarios para la gestión del seguro y la prestación de servicio. Mientras que las aseguradoras se comprometen a no utilizar los datos aportados por los corredores para hacer ofertas de seguros.

El director de Desarrollo de Negocio del Canal Corredores de Mapfre España está convencido de que "debemos estar unidos para no permitir el intrusismo".

Álvarez-Castañón señaló que esa buena gestión del dato "nos permite dar una respuesta más rápida al cliente, con la oferta de valor que eso supone. Es importante devolver el dato tratado y analizado al corredor para que pueda concretarlo en cada uno de los clientes que tiene".

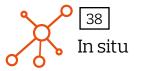
La idea es mejorar la experiencia del cliente con todos los datos que se disponen. Sáez explica que, con ellos, es posible "adelantarse a las acciones o comportamiento del cliente: como abandonar la compañía o comprar un seguro nuevo". Señala la importancia de juntar "el conocimiento técnico de las compañías y el conocimiento del cliente que tienen los corredores". Por eso, Moreno incide en la importancia de compartir los datos que tenemos.

clientes oficina del dato y analítica avanzada de AXA España; Daniel Moreno, director distribución intermediada y partners en Liberty Seguros; y Luis Bonet, director de Desarrollo de Negocio del Canal Corredores de Mapfre España, participaron en una mesa redonda sobre el 'Dato del cliente'.

Bonet demostró que los datos vuelan compartiendo una noticia aparecida hace poco sobre un hacker llamado Alcasec detenido por un ciberataque al Consejo General del Poder Judicial. Accedió a través de las claves de dos funcionarios de la Administración de Justicia al Punto Neutro Judicial y desde ahí a la base de datos de "cuentas ampliadas" de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria. Como consecuencia de dichos ataques se filtraron los datos bancarios de más de medio millón de contribuyentes. Ha conseguido la mayor base de datos de España con acceso a información del 90% de los españoles (DNI, números de teléfono, direcciones,







SANTIAGO MACHO REELEGIDO PRESIDENTE DE AUNNA ASOCIACIÓN POR CUATRO AÑOS MÁS

En la XXX Asamblea General de la asociación, se ha aprobado el cierre de 2022, los presupuestos de 2023 y el Reglamento de Régimen Interno con un 98,66%, 89,74% y 92,95%, respectivamente. Además, los socios eligieron a la Junta Directiva encabezada por Santiago Macho como presidente de la asociación, para los próximos 4 años, con más del 97% de los votos. Tras la Asamblea. se celebró la

primera Junta

Directiva en
la que se han
analizado los
objetivos para
estos cuatro
años y se han
elegido los cargos
de todos los
miembros de la
Junta Directiva
quedando
conformada así:

Santiago Macho, presidente; Ramón Sampedro, vicepresidente; Álvaro Sáez, secretario; Dimas Suárez, tesorero; y Juan Remolí, Alicia Retuerto, Laura Molero y Gerard Alegret, como vocales.





CIMA MOVIÓ 3 MILLONES DE FICHEROS EN 2022

La segunda mesa redonda trató sobre 'La digitalización del negocio', en la que se trató, sobre todo, de presentar la plataforma Cima. Para ello, se contó con Rafael Calderón, director del Canal de Corredores y Asociaciones de Reale Seguros; Javier Montoya, director de Desarrollo Comercial de Corredores e Instituciones del Grupo Catalana Occidente; Rosa Oña, directora de Distribución y Conectividad de Zurich España y presidenta de Cima; y Guillermo Calderón, Head os Customer & Distrubuitor Experience de Generali Seguros.

Cima, además de una plataforma en donde todo el sector se intercambia información, es una mesa de discusión para la innovación. En la comisión técnica hay 10 aseguradoras a las que, próximamente, se unirá una más, pero en el proyecto ya están adheridas 33 compañías, 22 tecnológicas y entre 1.200 y 1.300 corredores. En 2022, se movieron tres millones de ficheros.

En el tercer trimestre de este año estará plenamente operativa la bidireccionalidad, que permitirá al corredor comunicar ciertas gestiones a la compañía como todo lo relacionado con los recibos. "Es un proyecto de todos y para todos, que permite ser más eficientes" se dijo.

La clausura del acto corrió a cargo de Alejandro Izuzquiza, director de operaciones del Consorcio de Compensación de seguros, que afirmó que "el corredor es la sal del seguro porque está al lado del asegurado y le asesora". Además, reconoció que es una figura muy importante para el Consorcio porque "cuando se produce un siniestro existen miles de asegurados reclamando y ahí es importante que el corredor oriente a sus clientes sobre cómo dirigirse al Consorcio".

REALE AUTO MUCHO MÁS QUE UN SEGURO DE COCHE.

MUCHO MÁS es saber que cuentas con un mediador que conoce tus necesidades y las de tu coche y está dispuesto a ayudarte de manera personalizada cuando lo necesitas.

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



900 455 900 / reale.es





Adolfo Masagué, director comercial de DAS Seguros

Cómo **PROTEGER** a pymes y autónomos de los riesgos a los que se enfrentan

La ciberseguridad, como la protección de datos, continúan siendo tareas pendientes para el tejido empresarial español. Los corredores de seguros tienen una labor importante en la concienciación de las pymes sobre la importancia de estar protegidas ante los riesgos latentes a los que se enfrentan.

¿Sabías que el 94% de las empresas españolas sufrió un incidente relacionado con la ciberseguridad durante 2022, según datos de Incibe? Estos delitos informáticos pretenden usurpar datos de la compañía o de sus clientes para sacar rédito económico, ya sea mediante su venta, el chanta-je o para suplantar la identidad de la compañía; todos ellos motivos con un elevado impacto tanto en la reputación de la empresa como legalmente.

En nuestro país, con más de un 99% del tejido empresarial conformado por pymes y autónomos, es especialmente relevante que la ciberseguridad sea parte de la estrategia de la compañía. Y es que, aunque pueda parecer que sólo las grandes compañías están expuestas a estos peligros, según un informe de la empresa tecnológica Datos 101, 7 de cada 10 ciberataques que se produjeron en España tuvieron a las pymes como objetivo y costaron, de media, 35.000 euros. Podemos imaginar lo que esto puede suponer para

una pyme: el cese definitivo de su actividad. La ciberseguridad, como la protección de datos, continúan siendo tareas pendientes para el tejido empresarial español y, por tanto, no cuentan entre su estructura con una persona especializada en la materia ni un asesor que les guíe en la prevención y gestión de los riesgos. Sin duda, el desconocimiento de las empresas sobre las consecuencias económicas y los gastos jurídicos que podría comportar tener un conflicto de esta índole se ponen, cada vez más, de relieve.

EL MEDIADOR PUEDE DAR VISIBILIDAD A LOS RIESGOS DE UNA PYME

¿Qué puede hacer el mediador para dar visibilidad a este y otros riesgos cuando trata con su cliente? Desde **DAS Seguros**, compañía especialista en protección jurídica, hemos creado la herramienta 'Legal Risk Scanner'; una novedosa plataforma a través de la cual en sólo 4 minutos el mediador es capaz de conocer el nivel de riesgo al que se expone la compañía de su cliente. Mediante un sencillo e intuitivo cuestionario, los empresarios



y autónomos logran adquirir una mayor conciencia de los peligros a los que se enfrenta su empresa y, por ende, de la necesidad de contra-

tar un seguro que dé respuesta de forma directa a estas preocupaciones.

Contar con un seguro de Protección Jurídica como '**DAS Abogado de Negocio' permite a autónomos y empresarios asegurar sus derechos y sentirse protegidos tanto en su día a día como en momentos de conflicto**, pudiendo dedicar más tiempo al crecimiento de su negocio
gracias al asesoramiento continuado por parte de un equipo legal especialista.

A través de 'DAS Abogado de Negocio' en DAS Seguros damos respuesta de forma directa a las preocupaciones de las pymes y los autónomos gracias a las novedosas y completas coberturas con las que cuenta el producto, además de apoyar al canal mediador en su labor como asesores —especialmente en un ramo tan complejo como éste—. En esta línea, los mediadores van a poder ofrecer un seguro flexible que incluya solo aquellas coberturas que sean realmente necesarias, informando sobre la modalidad de contratación más adecuada y la prima exacta que se debe pagar.

Entre las coberturas con las que cuenta este producto encontramos el **asesoramiento legal ilimitado**, la elaboración y revisión de documentación legal, **conflictos con empleados**, **servicios y suministros contratados**, **incumplimiento de contratos**, **infracciones tributarias**,

En nuestro país, con más de un 99% del tejido empresarial conformado por pymes y autónomos, las oportunidades de crecimiento en el ámbito de la protección jurídica son relevantes

la defensa administrativa ante actuaciones de la Agencia Española de Protección de Datos o la reclamación de conflictos relacionados con internet, como son la suplantación de identidad o el robo de datos.

Si estás interesado en conocer más sobre esta solución
para pymes y autónomos, desde DAS te invitamos a que participes en las formaciones webinar que estamos llevando a
cabo. Unas sesiones prácticas en
las que especialistas del equipo de
DAS explican, mediante casos de
éxito reales y casuísticas, las diferentes coberturas que componen este
novedoso producto.

Refuerza tu propuesta de valor adentrándote en la protección jurídica de la mano de DAS Seguros.



DAS Abogado de Negocio

Calcula el riesgo de las empresas y ofrece un seguro a medida





SALUD mental e hipermedicación

Desde hace unos años, la salud emocional de la población ha cobrado importancia. La vía rápida y más económica para mejorarla es la medicación. Sin embargo, a la larga, no es una estrategia que mejore la salud mental de un país. Porque no ahonda en las raíces que llevan a una persona a la depresión o la ansiedad. El acompañamiento de profesionales en el proceso de recuperación y mejora de su salud emocional es fundamental. Algo que se está valorando en el seguro de Salud.

Mar Romero, directora de Distribución de AXA España

La salud mental ha irrumpido en la agenda política y mediática de una forma que nadie podía predecir antes de la pandemia. Es el primer e importantísimo paso para despojar a esta cuestión del estigma social que le acompaña desde hace décadas. Y no es un fenómeno exclusivo de España. En estos momentos, todas las sociedades desarrolladas están haciendo un autodiagnóstico sobre su salud emocional. Recientemente, ha visto la luz el III Informe de Bienestar Emocional del Grupo AXA realizado en 16 países con más de 16.000 encuestas, elaborado por Ipsos, del que se desprende que un 40% de los españoles reconoce sentirse emocionalmente mal o muy mal.

El estudio internacional, que recoge datos de Tailandia, Francia, México, Suiza, China, EE.UU., Filipinas, Bélgica, España, Irlanda, Alemania, Reino Unido, Hong Kong, Turquía, Japón e Italia, sitúa a tailandeses, franceses y mexicanos como los ciudadanos con mejor situación emocional. Por el contrario, italianos, japoneses y turcos son los encuestados que se

encuentran en peor situación anímica o psicológica.

Con estos datos en la mano, podríamos afirmar que los españoles no somos los ciudadanos que peor estamos. Por eso, llama especialmente la atención que seamos el país del mundo con mayor consumo de tranquilizantes. Hace unas semanas, conocíamos el último informe anual de la Junta Internacional de Fiscalización de Estupefacientes (JIFE), donde se señala a España como el país con mayor consumo de benzodiacepinas, prescritas por

su efecto ansiolítico, hipnótico y relajante. De todas ellas, el diazepam (comercialmente conocido como Valium) es el rey. La Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS) del Ministerio de Sanidad ha notificado un incremento de su consumo del 110%.

Por su parte, la Encuesta sobre Alcohol y otras Drogas (Edades), elaborada en 2022 por el Plan Nacional sobre Drogas, revela que el consumo de hipnosedantes en España ha alcanzado el máximo de su serie histórica: el 23,5% de la población de entre 15 y 64 años los ha tomado alguna vez, con o sin receta.

LA SALUD EMOCIONAL VERSUS MEDICACIÓN

¿Si no somos el país con peor salud mental, por qué somos el que más se medica? Desconozco la respuesta a esta pregunta, pero mucho me temo que hay más de una razón para que esto sea así: y la manera en que el sistema sanitario está afrontando la cuestión es una de ellas.

La vía rápida y más económica para mejorar la salud emocional de las personas es la medicación. Sin embargo, a la larga, no es una estrategia que mejore la salud mental de un país. Porque la medicación es un paliativo que no ahonda en las raíces que llevan a una persona a la depresión o la ansiedad.

Tenemos que ser capaces de normalizar la asistencia frecuente a consultas terapéuticas que nos ayuden a salir de estados de estrés, ansiedad o depresión

El acompañamiento de profesionales en el proceso de recuperación y mejora de su salud emocional es fundamental. Entender por qué nos sentimos mal es el primer paso para recuperar el bienestar, pero esto nunca lo vamos a lograr siendo líderes en el consumo de benzodiacepinas.

Tenemos que ser capaces de normalizar la asistencia frecuente a consultas terapéuticas que nos ayuden a salir de estados de estrés, ansiedad o depresión. Este es el siguiente paso que tenemos que dar como sociedad. Ya hemos abandonado el pudor que nos daba reconocer un problema de salud mental, ahora toca hacer lo propio con la forma en que nos curamos sin hipermedicarnos.





Tarifas más conectadas en **SALUD**

DKV sigue trabajando para estar más conectada. Por eso, la aseguradora ofrece la posibilidad de tarificar las pólizas de Salud individual y pymes en las campañas de Integral, Reembolso, Profesional, Personal Doctor y Pymes, hasta el 30 de junio.

Estas campañas son otra prueba de la dedicación de DKV a sus colaboradores y clientes, demostrándolo, por ejemplo, con el **servicio dental que se ofrece sin coste adicional en vez de los 55 euros por asegurado que se ve en otras compañías,** o la consulta virtual incluida al seguro, que tiene un valor de mercado de aproximadamente 50 euros por sesión.

Por otro lado, su apuesta por el buen servicio ha llevado a DKV a posicionarse en la XIV Edición del **Barómetro Adecose** (Asociación Española de Corredurías de Seguros y Reaseguros), por segundo año consecutivo, en la **primera posición en el ramo de Salud individual**.

Este ranking, que valora las aseguradoras en cuanto a satisfacción global, con la calidad del servicio y los ramos en que ejercen su actividad, se ha convertido en un referente del mercado. A parte del primer puesto en Salud Individual, DKV también se ha colocado como **tercera en el ramo de Salud Colectivos, cuarta en Decesos** y quinta en Adaptación de la cartera de productos a nuevas necesidades.

En cuanto a predisposición de volver a trabajar con las compañías, **DKV obtiene un 7,04 de los socios de Adecose**, situándose así ligeramente por encima de la media en esta categoría. Entre los votantes en la encuesta, un 84% trabaja con DKV.

COBERTURA EN CUALQUIER PARTE DEL MUNDO

Según el ranking publicado por la OMS en 2019, el sistema sanitario público español forma parte del **Top 10 en eficiencia en la sanidad**. Aun así, hace varios años ya que se viene produciendo en **el Sistema Nacional de Salud un aumento en las listas de espera**, además de frecuentes colapsos en los servicios de urgencias, una situación que no ha hecho más que intensificarse tras pasar por la situación de pandemia global. Asimismo, la situación sanitaria derivada de la Covid-19, sumada a la alta carga asistencial que ha traído consigo, puso el foco en las debilidades del sistema español.

La comparación en los tiempos de espera entre salud pública y privada muestra claramente estas carencias (según el Sistema de Información de Listas de Espera del Sistema Nacional de Salud (SNS), diciembre de 2020), las consultas en especialistas en sanidad pública

tardaban una media de 99 días, frente a los 12,2 días que tardaba la sanidad privada.

Así, las ventajas de un seguro privado se detectan claramente frente a la alternativa. En esta línea, un seguro completo como '**DKV Integral' destaca por "su prestigioso cuadro médico concertado que ofrece asistencia médica completa**, además de **coberturas adicionales y diferenciales** que lo hacen muy competitivo en el mercado. Éste incluye medicina general, especialidades médicas, medios de diagnóstico y terapéuticos, y hospitalización e intervenciones quirúrgicas", señalan desde la entidad.

Esta opción se adapta perfectamente a personas que quieren tener la mejor calidad disponible en caso de necesidad, además de **cubrir asistencia sanitaria en cualquier parte del mundo** y garantizando **visitas sin esperas a familias con hijos menores de 15 años** que precisan de especialistas. En caso de necesitarlo, "este tipo de seguros ofrecen **tranquilidad a sus usuarios gracias a la gran cantidad de especialistas** que están disponibles y la rapidez en la atención en todos los casos, teniendo siempre en cuenta a personas mayores de 65 años que quieren la posibilidad de elegir a su médico, priorizar el ahorro de tiempo y tener **la salud en la palma de sus manos, con apps de salud digital como 'Quiero Cuidarme Más' de DKV**", añaden.

DESCUENTOS DISPONIBLES

- INTEGRAL NACIONAL: promociones del 36%, 30%, 24%, 18%, 12% y 6%, excepto en Pamplona.
- REEMBOLSO NACIONAL: promociones del 30%, 25%, 20%, 15%, 10% y 5%, excepto Mundisalud en Pamplona.
- PROFESIONAL: con descuentos del 20%, 15%, 10% y 5% excepto en Pamplona y Madrid.
- PYMES NACIONAL: excepto en Madrid y Cádiz, promociones del 10%, 7,5%, 5% y 2%.
- PERSONAL DOCTOR PREMIUM: hasta el 30 de abril, descuentos del 36%, 30%, 24%, 18%, 12% y 6%.
- PERSONAL DOCTOR: también hasta el 30 de abril, están disponibles descuentos del 20%, 15%, 10% y 5%.







Allianz Seguros ha lanzado su nuevo seguro de D&O orientado a empresas MidCorp, que amplía el espectro de coberturas y casuísticas para proporcionar la mejor protección a compañías cuyo rango de facturación oscile entre 5 y 500 millones de euros.

D&O para empresas MidCorp

'Allianz D&O MidCorp' contempla todas las necesidades de estas organizaciones y garantiza la máxima salvaguarda para el colectivo de administradores y directivos con una gama renovada de coberturas y límites que se adapta a los nuevos riesgos y exigencias del mercado.

Este seguro incorpora un límite de indemnización de hasta diez millones de euros con coberturas que contemplan desde la responsabilidad Ciber a la cobertura de gastos por secuestro y extorsión, prácticas de empleo indebidas, gastos de constitución y mantenimiento fianza civil, gastos de emergencia, de revocación, extradición o asistencia psicológica, entre un largo etcétera de casuísticas. Ha sido diseñado para proporcionar a las empresas medianas las mismas ventajas y protección de que disponen las grandes corporaciones.

En este sentido, merece especial mención el asesoramiento y protección jurídica que proporciona a los asegurados que incorpora no sólo la defensa jurídica especializada sino el pago de las costas y la indemnización al perjudicado.

Allianz Seguros dispone, además, de 'Allianz D&O Pyme' para el segmento de compañías cuya facturación es inferior a cinco millones de euros.

Decesos para séniores

Reale Seguros ha lanzado una nueva modalidad de su producto de Decesos.

Bajo la denominación de 'Reale Contigo Prima Única', va dirigido al segmento sénior (mayores de 65 años).

El producto tiene un único pago en la contratación de su póliza y cuenta con garantías como: servicio de decesos por un capital máximo de 6.000 euros; cobertura de asistencia en viaje; de asistencia a personas acompañantes; y servicios de asesoramiento telefónico (Testamento e Impuesto de Sucesiones y Donaciones ISD), gestión documental y asistencia psicológica telefónica.

Nueva emisión de 'Maxiplan Inversión Premium'

Santalucía está comercializando una nueva emisión de 'Maxiplan Inversión Premium', con mejores condiciones para el cliente. Ofrece un cupón del 11,47% para el cliente, pagadero al vencimiento. El plazo de la inversión será de 4 años y 9 meses.



Es un producto a prima única que vincula la inversión del cliente a la Deuda Pública italiana.

El periodo de colocación de esta quinta emisión comenzó el día 3 de abril y se cerrará el próximo 5 de junio.



Producto de Vida Ahorro para un perfil conservador

AXA ha lanzado 'Flexiplus Depósito Flexible', un seguro de Vida Ahorro a prima única con interés garantizado de entre el 1,6% y el 1,7%, en función del capital aportado a la inversión. Dirigido a ahorradores de perfil conservador que desean protegerse de la volatilidad de los mercados.

'Flexiplus Depósito Flexible' ofrece una liquidez total o parcial después de la primera anualidad sin comisiones, así como la posibilidad de realizar aportaciones adicio-

nales en períodos de campañas.

Además, para aquellos inversores de AXA que a vencimiento de sus inversiones en productos garantizados (no Unit Linked) decidieran reinvertir en 'Flexiplus Depósito Flexible' todo lo obtenido, les garantiza una rentabilidad de entre el 1,7% y el 1,8%, en función del capital reinvertido. Asimismo, AXA pone a disposición del cliente 'Depósito Fusión Asigna', que junta 'Flexiplus Depósito Flexible' con 'Asigna' (Unit Linked). Es una modalidad de inversión a prima única donde el cliente puede elegir



una cartera de fondos de inversión totalmente personalizada a su perfil de riesgo. 'Depósito Fusión Asigna', en función de las opciones de inversión disponibles seleccionadas por el cliente en Asigna, garantiza en el contrato de 'Flexiplus Depósito Flexible' un tipo de interés que va del 1,95% al 2,1%.

Devolución del importe de una compra en caso de desempleo u hospitalización

La insurtech Insurama ha creado 'Compra Protegida', el seguro que reembolsa el importe de la compra de cualquier artículo al tomador ante una situación de desempleo, baja laboral u hospitalización.



'Compra Protegida' cubre el reembolso de la compra si el cliente incurre en alguna de las situaciones descritas anteriormente durante los 12 meses siguientes a la adquisición del artículo. Así, en caso de siniestro, el seguro de Insurama devuelve el importe total de la compra, con una indemnización máxima de 1.500 euros. Los clientes que contraten este producto podrán asegurar un máximo de tres compras al año y no necesitarán ningún tipo de declaración de salud o del bien protegido, más allá del importe de

El seguro se caracteriza por su modularidad, ya que puede ser comercializado de forma independiente o junto al resto de seguros de dispositivos que ofrece Insurama.

la compra. Como requisito, el tomador debe ser una persona físi-

ca de entre 18 y 67 años, y que el importe de la compra asegurada

sea igual o superior a 20 euros, sin límite de valor.



Unit linked colectivo para generar ahorro para la jubilación



'MaxiPlan Cestas Colectivo' de Santalucía es una modalidad Unit linked colectivo destinada a la venta en el canal corredores, alianzas y canal de agentes exclusivos, que permite el desarrollo de la previsión social, con la base esencial de

los planes de pensiones y la esperada irrupción de los planes de empleo, fundamentalmente los simplificados.

'MaxiPlan Cestas Colectivo' es un seguro de Vida colectivo unit linked, a través del cual se pueden instrumentar los compromisos por pensiones que mantiene el tomador con sus empleados. Las aportaciones del tomador se invierten en las opciones elegidas por los asegurados de entre las ofrecidas por Santalucía. Asimismo, como característica específica de los unit linked, este seguro cubre el riesgo de fallecimiento del asegurado con un capital adicional al valor del fondo acumulado. En caso de declaración de incapacidad permanente absoluta y gran invalidez del asegurado, éste percibirá el valor del fondo acumulado. Además, salvo pacto en contrario, el tomador podría disponer anticipadamente del fondo acumulado asignado, en los supuestos de enfermedad grave y desempleo de larga duración.

Por otro lado, este producto también tiene ventajas para la empresa tomadora ya que busca complementar el salario de sus empleados ofreciendo un compromiso por pensiones. 'MaxiPlan Cestas Colectivo' es un incentivo personalizable ya que la empresa elige a quién se lo ofrece y cuánto aportará por cada empleado.

Existen 4 cestas en función del perfil de riesgo de los clientes que invierten en los fondos gestionados por Santalucía Asset Management.

Helvetia Seguros ha puesto en el mercado un nuevo producto de Accidentes Colectivos de actividades de corta duración para garantizar el bienestar de aquellos participantes que realizan una actividad durante un breve periodo de tiempo, protegiéndoles ante posibles percances que puedan sufrir durante la ejecución de su actividad.

Cobertura de Accidentes para actividades temporales

'Helvetia Accidentes Colectivo Temporal' puede adaptarse con agilidad y facilidad a las necesidades específicas de cada organización. Incluye las garantías más deman-



dadas del mercado, como fallecimiento por accidente, invalidez permanente por accidente, invalidez parcial por accidente (según baremo) y asistencia sanitaria por accidente (ilimitada o limitada), entre otras.

Soluciones creativas para tus necesidades de comunicación

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





maytemunoz563@gmail.com • 626388002



La Ley de Familias incluye nuevos permisos pagados para el trabajador

La Ley de Familias, que aprobó a finales de marzo el Gobierno y que se espera que entre en vigor antes de agosto, equipara los derechos de las parejas de hecho a los de los matrimonios e incluye un permiso retribuido de cinco días al año por cuidado de un familiar o conviviente. Los beneficiarios podrán utilizar este permiso en caso de accidente o enfermedad grave. También por hospitalización o intervención quirúrgica sin hospitalización que necesite reposo. Además, entre otras medidas, extiende los beneficios de familias numerosas a monoparentales con dos hijos.

La norma, que fue aprobada en primera lectura por el Consejo de Ministros, en diciembre, también regula un permiso parental de ocho semanas, que se podrá disfrutar de forma continua o discontinua, hasta que el menor cumpla ocho años.

En cuanto a la ampliación de la protección social a las familias, se extenderá la renta crianza de 100 euros al mes para un mayor número de familias con hijos e hijas de 0 a 3 años. Ahora, esta renta ya está vigente desde enero para las mujeres que están en paro o que hayan cotizado al menos un mes.

Asimismo, la norma da un paso más en la equiparación de derechos entre los matrimonios y las parejas de hecho. Éstas últi-

mas tendrán acceso a los 15 días de permiso por registro equiparables al matrimonio.

Le ley se articula en torno a cuatro pilares principales: la ampliación de la protección social a las familias y el apoyo a la crianza; avanzar en la garantía del derecho a la conciliación; el pleno reconocimiento de los distintos tipos de familias que ya existen en España, y el reconocimiento y protección de los derechos de los niños y adolescentes.

Respecto a la garantía del derecho a la conciliación, la ley crea tres permisos de cuidados:

Permiso por cuidado de cinco días al año, retribuidos, para aten-

der a un familiar hasta segundo grado o conviviente, que los trabajadores o trabajadoras podrán utilizar en caso de accidente o enfermedad graves, hospitalización o intervención quirúrgica sin hospitalización que necesite reposo.

- Permiso parental de ocho semanas, que se podrán disfrutar de forma continua o discontinua, hasta que el menor cumpla 8 años
- Permiso de cuatro días por ausencia para atender a un familiar que requiera atención inmediata, que se podrá disfrutar por horas.

La ley también equipara derechos entre los matrimonios y las parejas de hecho, puesto que estas últimas tendrán acceso a los 15 días de permiso por registro equiparables al matrimonio.

Por otro lado, el anteproyecto de Ley de Familias da la posibilidad de solicitar hasta 12 años de teletrabajo tras tener un hijo o una hija.

"Las personas trabajadoras tienen derecho a solicitar las adaptaciones de la duración y distribución de la jornada de trabajo, en la ordenación del tiempo de trabajo y en la forma de prestación, incluida la prestación de su trabajo a distancia, para hacer efectivo su derecho a la conci-

liación de la vida familiar y laboral. Dichas adaptaciones deberán ser razonables y proporcionadas en relación con las necesidades de la persona trabajadora y con las necesidades organizativas o productivas de la empresa. En el caso de que tengan hijos o hijas, las personas trabajadoras tienen derecho a efectuar dicha solicitud hasta que los hijos o hijas cumplan doce años", dice literalmente el

anteproyecto de Ley.

Con la confección actual de la ley, la solicitud de teletrabajo o de adaptación de jornada no se limitaría al momento del nacimiento. Es decir, si unos padres tienen una hija o hijo de siete años de edad, en el momento en el que la ley se aprobara definitivamente, podrían pedirlo igualmente para tener en ese caso cinco años de teletrabajo o del resto de adaptaciones.

Con el fin de evitar que las peticiones de adaptación de jornada caigan en saco roto siendo ignoradas por parte de las empresas, la futura ley establece que las compañías tendrán como máximo quince días para estudiar una solicitud de este tipo, "presumiéndose su concesión si no concurre oposición motivada expresa en este plazo".

Finalizado el proceso de negociación, las empresas, por escrito, deberán comunicar la aceptación de la petición. "En caso contrario, planteará una propuesta alternativa que posibilite las necesidades de conciliación de la persona trabajadora o bien manifestará la negativa a su ejercicio. Cuando se plantee una propuesta alternativa o se deniegue la petición, se motivarán

decisión".

Asimismo, el anteproyecto fija que la persona trabajadora tendrá derecho a regre-

las razones objetivas en las que se sustenta la

sar a la situación anterior a la adaptación una vez concluido el período acordado o previsto o cuando decaigan las causas que motivaron la solicitud. "En el resto de los supuestos, de concurrir un cambio de circunstancias que así lo justifique, la empresa sólo podrá denegar el regreso solicitado cuando existan razones objetivas motivadas para ello", expresa el documento.



El trabajador puede rescindir el contrato y ser indemnizado por el retraso en el pago de nóminas

La Sala de lo Social del Tribunal Supremo ha dictado una sentencia en la que determina que un retraso "grave" y reiterado de la empresa en el pago del salario a un trabajador justifica que este resuelva su contrato de trabajo y sea indemnizado con una cantidad equivalente a la del despido improcedente.

El fallo del Supremo, con el que unifica doctrina, parte de un recurso de casación presentado por un trabajador al que la empresa en la que trabajaba le pagó su salario, durante un año, con una media de 10,5 días de retraso. El trabajador solicitó a los tribunales que declararan que ese retraso en el pago de su salario era causa para extinguir el contrato de trabajo y condenar a la empresa al pago de una indemnización.

Pero el Tribunal Superior de Justicia de Madrid (TSJM), en una sentencia previa a la del Supremo, negó tal derecho al trabajador al considerar que el promedio de retraso en el abono del salario "no era excesivo", y que, al ser una práctica reiterada, era "perfectamente previsible", teniendo en cuenta que la empresa atravesaba dificultades económicas. El Supremo, por el contrario, no comparte este argumento y anula el fallo del TSJM al entender que demorar durante un año completo el pago del salario en una

media de 10,5 días "es suficiente para declarar la existencia de causas para extinguir el vínculo laboral a instancia del trabajador".

UPTA pide que la factura
electrónica sea un servicio de
Hacienda. Por eso, solicita que
ponga en marcha una
plataforma única de intercambio
de facturas electrónicas que sea
pública, obligatoria y gratuita, para la
entrega, recepción y comunicación de los
cambios de estado de tramitación de las facturas.

Los autónomos solicitan a Hacienda que cree una plataforma de intercambio de facturas electrónicas

Desde UPTA recuerdan que los autónomos tendrán que cumplir con la ley y presentar de manera electrónica las facturas. Aunque la ley actualmente se encuentra pendiente del desarrollo reglamentario, existe un plazo de dos años (hasta 2025) para adaptarse a ella. A partir de esta fecha, será obligatorio cumplir con la normativa, algo que afectará a más de 3,3 millones de trabajadores por cuenta propia y a las empresas españolas.

En este sentido, la organización ha señalado que solo aceptará que se implante una solución tecnológica o plataforma cuya titularidad pertenezca a la administración tributaria, ya que, en caso contrario, los datos relativos a la facturación, clientes, proveedores y todos aquellos referidos a los
negocios podrían estar en manos de particulares, en calidad
de proveedores de servicios de facturación electrónica.



Las pymes ya pueden pedir las ayudas para costear los gastos de la jornada laboral de cuatro días

Desde el mes de mayo, las pymes de hasta 249 trabajadores podrán acceder al proyecto piloto aprobado por el Gobierno para incentivar la reducción de la jornada laboral de cuatro días, que prevé ayudas de hasta 200.000 euros por negocio durante el próximo año. El Ejecutivo estima que, a esta primera toma de contacto para impulsar este recorte de horas semanales de 40 a 32 horas, se podrían acoger unas 160 empresas afectando a cerca de 3.000 trabajadores.



Según las bases publicadas el 13 de abril por el BOE, pueden solicitar las ayudas aquellas pymes que quieran implementar proyectos piloto de reducción de la jornada laboral siempre y cuando tengan la consideración de pequeñas y medianas empresas, con personalidad jurídica propia legalmente constituidas en España y debidamente inscritas en el registro correspondiente, que no formen parte del sector público y que desarrollen una actividad industrial.

La dotación presupuestaria asignada a esta convocatoria es de 9.650 millones de euros, y el gasto se realizará con cargo al presupuesto de la Fundación Escuela de Organización Industrial (Fundación EOI). La

financiación total que se concederá en forma de subvención será, como máximo, del 90% sobre el presupuesto financiable, en función del número de trabajadores. El plan impulsado por el Gobierno recoge hasta tres escenarios en función del tamaño de la pyme. Las empresas de hasta 10 empleados podrán conseguir el 90% del gasto de personal soportado por la empresa como consecuencia de la reducción de la jornada durante el primer año. Las de entre 11 y 52 trabajadores podrán acceder a una subvención asignada del 80% y para aquellas entre 53 y 249 empleados, la subvención será del 75%.

Los proyectos piloto deberán reflejar una reducción de jornada mínima del 10% para un número de trabajadores determinado según el tamaño de la empresa, y con una duración mínima de 24 meses desde la fecha de resolución de la concesión.

Según la Orden del Gobierno, publicada el pasado mes de diciembre, el número de trabajadores participantes en el proyecto piloto deberá afectar como mínimo al 30% de la plantilla en empresas de hasta 20 trabajadores y al menos al 25% en las pymes con entre 21 y 249 trabajadores.

Además, las pymes deberán garantizar que el número de mujeres participantes en el proyecto responda al porcentaje de distribución de género existente en la totalidad de la plantilla con contrato indefinido a tiempo completo, permitiéndose una desviación del 10%.



Con motivo del 15° aniversario de su creación y la celebración de su Asamblea General Ordinaria, los miembros de la Asociación de Agencias de Suscripción Españolas han decidido darle un nuevo enfoque y diseño, al frente de la cual se situará Darío Spata.

La Asociación de Agencias de Suscripción Españolas se refunda con Darío Spata al frente

Con el nombre de Asociación de Agencias de Suscripción Españolas (Asase) pretende ser la voz única de las agencias de suscripción en España, abriéndose a otros mercados además de Lloyd's, quien



desde sus inicios apostó por la asociación para proteger y potenciar esta figura en el mercado español.

La Asamblea aprobó una nueva composición de Junta Directiva, quedando conformada por Darío Spata (Iberian Insurance), Álvaro Satrústegui (Exsel Underwriting), Andrés Martínez (Dual Ibérica), José Luis Muñoz (Ayax Suscripción) y Félix Ferrer (Crouco agencia de suscripción). La presidencia y la secretaría estarán ocupadas por Darío Spata y Álvaro Satrústegui, respectivamente. Asimismo, los asociados aprobaron las cuentas del ejercicio 2022 y la gestión de la Junta Directiva saliente.

DKV incrementa un 10% su facturación

El **Grupo DKV** alcanzó los 876 millones de euros en primas en 2022, cifra que implica un incremento del 10% respecto al ejercicio anterior (793 millones de euros).

El resultado antes de impuestos del Grupo alcanzó los 57 millones de euros, un 4% superior al previsto, mientras que el resultado neto fue de 43 millones de euros, un 5% inferior al del año anterior por el estrechamiento de márgenes, pero un 5% superior al previsto gracias al mayor crecimiento. En el ramo de Asistencia Sanitaria, que representa el 87% del total de sus primas, la compañía ha aumentado la facturación un 12%, superando los 760 millones de euros (678 millones de euros en 2021) y convirtiéndose en la compañía que más creció en seguros privados de Salud, excluyendo el negocio de mutualidades.

En Decesos experimentó un crecimiento del 4%, alcanzando los 66 millones de euros (63 millones en 2021). En 2022, el Grupo DKV cerró el ejercicio con 1.962.144 clientes, lo que supone un incremento del 5% respecto a 2021.





Las aseguradoras evolucionarán a productos de Autos que protejan el trayecto

El Informe Mundial sobre Seguros de No Vida, de Capgemini, revela un futuro en el que las aseguradoras tendrán que evolucionar y pasar de las ofertas tradicionales de seguros de Autos a la "protección de la movilidad", a medida que los usuarios adopten nuevas soluciones de movilidad que incluyan opciones multimodales ACES (autónomas, conectadas, eléctricas y compartidas).

Según el informe, los asegurados de todo el mundo manifiestan su interés y predilección por los vehículos conectados y de energías alternativas (66%) y vehículos autónomos (49%). El estudio muestra que la adopción de la micromovilidad, los vehículos compartidos y las alternativas de transporte multimodal entre usuarios, en entornos urbanos, se duplicará, pasando del 29% actual al 58%, en 2025. Además, el informe concluye que este cambio en el comporta-



miento de los consumidores multiplicará por ocho las cuotas de los vehículos ACES, que pasarán de 0,07 billones de dólares a 0,57 billones, en 2030.

Ante esta revolución de la movilidad, las aseguradoras se enfrentan a importantes retos para poder cubrir estos desplazamientos: el 63% de las aseguradoras están preocupadas por la capacidad de su tecnología y el 45% por la evolución de las expectativas de los clientes.

"Las aseguradoras deben aprovechar su experiencia en gestión de riesgos y asociarse con especialistas como InsurTechs y BigTechs para proteger al usuario durante el trayecto. Las organizaciones que examinen propuestas de valor de movilidad de alto potencial y escalen soluciones de movilidad a través de plataformas de seguros conectadas, se posicionarán para lograr una relevancia y un crecimiento sostenibles", afirmó Kiran Boosam, responsable mundial del sector de Seguros en Capgemini.

Esta nueva ola de movilidad exigirá que los operadores pasen de asegurar los bienes a proteger los desplazamientos, lo que exigirá nuevos modelos de negocio centrados en la personalización. De hecho, el 42% de los asegurados quiere una única póliza que les cubra con independencia de su medio de transporte.

Sin embargo, las aseguradoras actuales no están preparadas para satisfacer las expectativas de los asegurados. Menos de un tercio de las aseguradoras (29%) afirmaron tener la capacidad necesaria para desarrollar productos, y aún menos (26%) dijeron tener el talento adecuado para ofrecer soluciones de movilidad centradas en el cliente.

Con la movilidad ACES escalando posiciones, los modelos de seguros embebidos son cada vez más populares, lo que plantea problemas de intermediación para los transportistas en toda la cadena de valor, incluida la distribución, la suscripción y la gestión de siniestros, cita el informe. Una forma de navegar en la ola de ACES es crear un ecosistema de movilidad que ofrezca seguros de suscripción modulares para satisfacer las expectativas de los clientes de una cobertura sin fisuras, al tiempo que se prestan servicios diferenciados y de valor añadido. Sin embargo, solo el 21% de las aseguradoras afirma haber avanzado en la colaboración con el ecosistema para satisfacer estas necesidades de los consumidores.



Eduardo Sánchez, nuevo Senior Risk Manager de QBE

QBE ha anunciado la incorporación de Eduardo Sánchez como Senior Risk Manager para su departamento de Risk Solutions.

Sánchez se suma al equipo de OBE procedente de Mapfre Global Risks. Graduado en Ingeniería industrial, especializado en electrónica y automática por la Universidad Europea de Madrid y con un Máster de Ingeniería indus-

trial por la misma u n i v e r s i d a d, cuenta con una dilatada experiencia en el ámbito del análisis de

riesgos.



La omniexperiencia ofrece una experiencia de compra fluida y sin fisuras

En el marco de las 56ª Jornadas de Estudio para la Alta Dirección del Sector Seguros, organizadas por Icea, Sergi Ramo, CEO de Growz Consultants y

experto en venta híbrida, ha tratado la evolución de la omnicanalidad hacia la omniexperiencia dentro del mundo del comercio, los seguros y negocios.

En este contexto, para que la venta híbrida sea exitosa, se debe dar una integración de canales de venta en línea y fuera de línea, como tiendas físicas, sitios web, aplicaciones móviles, redes sociales, entre otros, para interactuar con los clientes y cerrar ventas.

"Mientras que la omnicanalidad se centra en la integración de múltiples canales de venta y comunicación, la omniexperiencia va más allá, centrándose en brindar una experiencia de usuario coherente y unificada en todos los puntos de contacto", asegura Ramo.

La forma en que las empresas se relacionan con sus clientes ha evolucionado de la omnicanalidad a la omniexperiencia en la venta híbrida, sobre todo durante los últimos meses, con los avances de la tecnología.

"La clave está en ofrecer una experiencia coherente y fluida en todos los canales, de manera que el cliente pueda interactuar con la empresa de forma integrada y sin fricciones", asegura el experto en venta híbrida.

Aquí la tecnología juega un papel fundamental: el uso de herramientas como CRM, plataformas de comercio electrónico, analítica de datos, automatización del marketing, entre otros, permite gestionar de manera eficiente y efectiva la experiencia del cliente en los distintos canales, así como obtener información valiosa para la toma de decisiones.

"La capacidad de adaptarse a los cambios en el comportamiento del consumidor, anticiparse a sus necesidades y ofrecer soluciones personalizadas en el momento adecuado, son elementos clave para brindar una experiencia de compra diferenciada y memorable", afirma Sergi Ramo.

El big data y la IA impactan en siete áreas claves de las aseguradoras

El *big data*, la analítica de datos y la inteligencia artificial (IA) han entrado con fuerza en las grandes aseguradoras según la consultora **AIS Group**, especialista en el desarrollo de modelos predictivos. Su suma aporta un enorme valor a la hora de ser más eficientes y competitivos, identificar nuevas oportunidades de negocio, optimizar procesos, mejorar la experiencia de cliente y la rentabilidad. El objetivo es tomar las mejores decisiones basadas en datos.

Disponer de información de calidad es la base para construir modelos predictivos cuyo impacto en el negocio es notorio, al facilitar la toma de decisiones óptimas. Hasta la llegada de estas tecnologías, las decisiones tenían un fuerte componente de subjetividad. Hoy, disponer de datos internos, complementarlos con fuentes externas que aportan información sociodemográfica, catastral o de caracterización de zonas territoriales,

permite tomar decisiones *data-driven*, decisiones informadas, que comportan un mayor grado de poder predictivo y de acierto. En paralelo, la IA y el *big data* facilitan la automatización de tareas y procesos, reduciendo los costes y aumentando su eficiencia.

Según Germán Sánchez, responsable de Big Data e IA de AIS Group, hay siete áreas donde son claves para las aseguradoras.

La primera, enriquece automáticamente los datos de sus asegurados. Por ejemplo, pueden completar el perfil de sus clientes incorporando una estimación de sus ingresos o datos de valoración automática de sus inmuebles de residencia, sin tener que solicitarles nada. De este modo, pueden calcular con mayor precisión el valor de reposición en caso de siniestro.

La segunda, optimiza y personaliza las campañas. Se puede segmentar su cartera de clientes en base a un perfil concreto para ofrecerle la contratación de determinados productos o servicios



para los que se observa una elevada propensión de compra.

Del mismo modo, pueden servirse de toda la información del cliente y de datos estadísticos complementarios como los demográficos, los catastrales o los climatológicos para ajustar coberturas y precios de las pólizas.

Otro elemento clave es mejorar la experiencia del cliente. Personalizar la oferta y la comuni-

cación con el cliente deriva en un aumento de la satisfacción.

También permiten predecir la fuga de los clientes y activar alertas para detectar de forma temprana señales en el comportamiento del asegurado que indiquen un posible abandono de la compañía y poner en marcha estrategias de retención.

El *big data* y la IA permiten detectar el fraude porque se identifican patrones sospechosos más eficazmente.

Finalmente, estas tecnologías ofrecen *insights*. Al analizar los datos, las aseguradoras pueden identificar tendencias y oportunidades de mercado, lo que puede representar una ventaja competitiva.

"La simbiosis entre big data y modelos de inteligencia artificial —afirma Germán Sánchez— está llamada a convertirse en un pilar en lo que a las estrategias de captación y fidelización de asegurados".



Clara López se incorpora al equipo de Energía y Construcción de AGCS

Allianz Global Corporate
& Specialty (AGCS) ha
incorporado a Clara
López como
suscriptora senior
para el equipo de
Energy & Construction.

López es ingeniera de Caminos, Canales y Puertos y Máster de Riesgos Financieros, y ha estado vinculada al sector de la construcción durante varios años hasta que inició su andadura en el sector asegurador de la mano de Mapfre Global como Ingeniera de Riesgos. Después pasó a ocupar el cargo de suscriptora de Construcción y Montaje. En este periodo ha gestionado cuentas relevantes y grandes proyectos de construcción de ingeniería civil, obras pesadas y renovables.

Energy & Construction supone ya el 12,5% del negocio total de la firma, que ha experimentado un crecimiento del 45% en la región los últimos 2 años.

Vida ahorro impulsa la facturación del seguro

Los ingresos de las aseguradoras por primas se situaron en 21.880 millones de euros a cierre del primer trimestre de 2023, lo que supone un incremento del 25,54% respecto al mismo periodo de un año antes. Este aumento se ha debido, principalmente, al tirón del seguro de Vida ahorro. De la facturación lograda a lo largo del ejercicio, 11.601 millones de euros correspondieron al ramo de No Vida, y los 10.278 millones restantes, al de Vida, según muestran los datos provisionales recabados por **Icea**.



Las subidas de tipos de interés han impulsado los productos de ahorro garantizados, que han incrementado su facturación un 78,02%. Su empuje permitió que la facturación total del ramo de Vida (la suma de ahorro y riesgo) se incrementara en un 57,42%. El volumen del ahorro gestionado por parte de las aseguradoras a través del seguro de Vida se elevó un 1,68% de un año para otro, de manera que las provisiones técnicas superaron los 197.900 millones al cierre de marzo.

La facturación del ramo de No Vida se situó, por su parte,

claramente en positivo en todos sus ramos, al anotar un repunte interanual del 6,44%. Los seguros de Salud crecieron de un año para otro un 7,53% y aportaron 2.944 millones. Las pólizas empresariales, englobadas en la categoría "resto no vida", sumaron 3.151 millones de euros y crecieron otro 7,34% en los últimos 12 meses. Los seguros de Multirriesgo subieron un 6,21% en términos interanuales, hasta los 2.401 millones; mientras los seguros del Automóvil aportaron 3.105 millones de euros en los tres primeros meses del año, un 4,72% más.

Mediadores, compañías y empresarios abordan los problemas de capacidad aseguradora

Fundación Inade ha celebrado un encuentro para analizar la situación del mercado de riesgos empresariales. Desde el año 2019, las aseguradoras han endurecido sus condiciones a la hora de suscribir riesgos y esto está causando una situación incómoda en las empresas, sus gerentes de riesgos y brokers.

Los representantes de las empresas coincidieron en que están encontrando grandes dificultades a la hora de transferir sus riesgos, destacando daños materiales, Pérdida de Beneficios, Responsabilidad Civil profesional, D&O y Ciber. "Cada vez nos exigen más medidas de prevención y, aunque las implantemos, las primas siguen siendo muy altas, por no hablar de las franquicias. Hay actividades que ninguna aseguradora quiere asumir y no estudian el riesgo de esa empresa en concreto", destacaron.

Las asociaciones empresariales compartieron su punto de vista: "En los polígonos industriales hay empresas de todos los tamaños y la capacidad que tienen para gestionar sus riesgos no es la misma. Existe una falta de cultura de riesgo y desde las asociaciones, en colaboración con Fundación Inade, queremos mejorar esta situación a través de la formación y la concienciación. Además, los polígonos tratamos de ofrecer servicios comunes para mitigar riesgos, como los parques de bomberos o los servicios de vigilancia".

Las ingenierías de riesgos piensan que empresas y aseguradoras deben hacer autocrítica, las primeras asumiendo que no están gestionando bien sus riesgos y las segundas reconociendo que sus asegurados "no pueden pasar de 0 a 100" y deben de acompañarlos en este proceso "con planes de acción razonables".

Por su parte, los distribuidores de seguros coincidieron en su postura: "La situación de mercado blando y la enorme siniestralidad asumida en ciertos ramos por las reaseguradoras nos ha traído a dónde estamos".

Pero suscriben la opinión de las ingenierías de riesgos: "Las compañías deben acompañar a los asegurados en este proceso, utilizando al mediador como un aliado, ya que puede ofrecer a la empresa los conocimientos que le faltan en cuanto a la gestión de sus riesgos y, a la vez, aportar a



la compañía lo que necesita".

Los distribuidores solicitaron a las compañías "más concreción en las normas de suscripción, un periodo de implantación de medidas, más estabilidad en los presupuestos y más capacidad". A su vez, animan a las empresas a invertir en prevención y a hacerlo de manera asesorada, "vigilando tanto a los instaladores como a los equipos de mantenimiento de las medidas preventivas".

Las aseguradoras comentaron que "la situación de mercado blando llevó a la industria a una situación insostenible. Las primas no sostenían el riesgo y, además, se produjo una concentración de siniestros en determinados ramos que obligaron a corregir la situación. Es cierto que la capacidad es reducida, pero en la medida en la que las empresas mejoren la calidad de sus riesgos, esto debería de verse reflejado tanto en las primas como en las franquicias".





Lisa Seguros acaba de obtener su certificación como Joven Empresa Innovadora, sello que avala de forma oficial la capacidad de innovación de la neo

aseguradora, fundada en 2018 y enfocada en la creación de seguros digitales que integra en plataformas, aplicaciones y entornos web de terceros, en diferentes sectores.

Lisa Seguros, acreditada como Joven Empresa Innovadora

De la mano de ACIE (Agencia de Certificación en Innovación Española), Lisa se ha sometido a una rigurosa evaluación de los recursos que aplica a procesos de innovación y los resultados que obtiene.

Lisa ya fue reconocida hace unos meses como Empresa Innovadora de Base Tecnológica. Ahora, con el sello JEI, será incluida en el registro oficial de empresas innovadoras.

Lisa Seguros también ha acreditado que su inversión en investigación, desarrollo e innovación supera el 15% del total de sus gastos en los dos últimos ejercicios.

Unespa promociona la cultura de la prevención entre los jóvenes

La V edición de 'El riesgo y yo', el programa de educación financiera



desarrollado por **Unespa** en colaboración con la **Fundación Junior Achievement**, ya ha comenzado. La iniciativa contará con la participación de decenas de voluntarios procedentes de aseguradoras, quienes compartirán sus conocimientos sobre el riesgo con más de 1.500 adolescentes de entre 15 y 17 años.

Las sesiones de formación se canalizarán a través de más de 80 programas (aulas) que se llevarán a cabo en los centros educativos. En esta edición se combinarán los encuentros presenciales con reuniones virtuales. Un planteamiento híbrido que permitirá llegar a más de 60 centros educativos repartidos por toda la geografía española.

Cada programa contará con cuatro sesiones, de una hora de duración cada una, en las que se fomentará la reflexión de los alumnos sobre la importancia de gestionar y prevenir el riesgo, así como las ventajas de conocer las actitudes ligadas al mismo. Para ello, los jóvenes abordarán diferentes herramientas de control de contingencias, como el ahorro o la mutualización del riesgo. Cerca de 9.000 escolares españoles se han formado a través de este programa educativo desde su primera edición, en 2018.

A través de 'El riesgo y yo', Unespa y sus asociadas desean contribuir al aprendizaje de conceptos que ayuden a los jóvenes a tomar decisiones de forma prudente y acertada, además de formarse como ciudadanos socialmente responsables.

Ya han confirmado su participación **Santalucía**, **Allianz Seguros** y **CNP Assurances**, Sucursal en España.

DAS nombra a Arturo Delgado como subdirector comercial del Canal Mediación

DAS Seguros ha nombrado a Arturo Delgado, hasta ahora director Territorial Oeste, como nuevo subdirector comercial del Canal Mediación.

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por las Universidad Complutense de Madrid, Delgado ha desarrollado prácticamente la totalidad de su trayectoria profesional en el Grupo DAS, especialmente en la dirección territorial de la compañía. Primero lo hizo

como director Territorial en la zona Centro, durante seis años, y desde 2019 ocupaba el cargo de director Territorial Oeste, cubriendo las áreas de Madrid, Galicia, Castilla La Mancha, Castilla y León, Andalucía, Extremadura y Asturias.

Por otro lado, ante el creciente uso y desarrollo de herramientas basadas en la IA, el equipo de expertos de la aseguradora ha analizado estos modelos, y en concreto, el novedoso ChatGPT, con el fin de advertir sobre su uso inapropiado y los riesgos legales a los que se expondrían las empresas.



El ChatGPT (Generative Pretrained Transformer) es un prototipo de chatbot de inteligencia artificial desarrollado por la compañía OpenAI con capacidad de responder a preguntas y mantener conversaciones o generar materiales en tiempo real, dando respuesta en cuestión de segundos. El modelo de lenguaje utilizado permite que éste continúe aprendiendo a través de la interacción de los usuarios, quedando registrada toda la información que se aporte. Esto supone un riesgo implícito, especialmente para las organizaciones que hacen uso de esta herramienta.

Entre los diversos riesgos de seguridad y privacidad que esta herramienta podría comportar, los expertos de DAS destacan la protección de datos, los derechos de autor y la propiedad intelectual: "Estos

sistemas se nutren de todo tipo de contenidos publicados en Internet sin contrastar y sin citar a las fuentes. Esto no sólo puede generar desinformación, sino que puede exponer a las empresas ante reclamaciones por competencia desleal o fraude empresarial", señala Natalia Mañas, abogada especialista del Centro de Asistencia Jurídica de DAS Seguros.

En otro orden de cosas, DAS ha presentado su seguro de protección jurídica de las empresas, 'DAS Abogado de Negocio', a los mediadores gallegos y asturianos.



Metlife nombra a Ricardo Sánchez subdirector general

Metlife ha comunicado la incorporación de Ricardo Sánchez como subdirector general y nuevo director de Corporate Sales y Bancaseguros en Iberia.

Sánchez se reincorpora al que fuera su departamento en 2012, cuando comenzó su primera etapa en Metlife en la que, durante casi 6 años, lideró el crecimiento de la compañía en productos de Protección de Pagos como director de Bancaseguros y Corporate Sales. Durante esa primera etapa también consiguió el cierre de nuevos acuerdos de Direct-to-Consumer con partners de diferentes industrias y el desarrollo de Previsión So-



cial Colectiva a través de la red de corredores y acuerdos con multinacionales. En esta nueva etapa dentro de Metlife Iberia, retoma su responsabilidad en el desarrollo de negocio corporativo a través de nuevos acuerdos de distribución con terceros para Direct to Consumer y el crecimiento exponencial del canal de Bancaseguros. Además, como subdirector general, trabajará en nuevas iniciativas, estratégicas y proyectos clave para la evolución y crecimiento de la aseguradora en España y Portugal.

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, así como en Ciencias Financieras y Actuariales por la Universidad Complutense de Madrid, Pato ha cursado además diferentes estudios de postgrado como un Executive Máster en Dirección Comercial y Marketing por el Instituto de Empresa (IE Business School) y un Máster en Digital Business (PADDB+) por The Valley Digital School.

Campus Asegurador lanza 20 cursos online especializados en seguros



La escuela de seguros **Campus Asegurador** ha presentado 20 píldoras formativas especializadas en seguros. Son cursos 100% online y tienen una duración de entre 1 y 15 horas.

Estas píldoras formativas son sobre: Historia del seguro; La Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP); Las agencias de suscripción; Directiva de distribución de seguros (IDD); Marketing calidad del dato; El vendedor de seguros híbrido; Programas de gestión de corredurías de seguros; El EIAC; Los multitarificadores; Sandbox regulatorio; IPS: el impuesto sobre primas de seguros; La sede electrónica de la DGSFP y las DEC; Fundamentos básicos del asesoramiento de productos de seguros; Gestión comercial de seguros; Canales de distribución de seguros; Organización y gestión de equipos de venta de seguros; Gestión de riesgos con seguros; Conceptos, elementos, tipos y comunicación de siniestros; Gestión de propuestas de seguros; e Informar y asistir técnicamente a los clientes en la contratación de seguros.



Liberty Seguros obtuvo un beneficio récord de 381,4 millones en 2022

Liberty Seguros, que engloba el negocio de la compañía en España, Portugal, Irlanda e Irlanda del Norte, y que forma parte de Liberty Mutual, ha anunciado una cifra récord de más de 381,4 millones de beneficios brutos en 2022, de los cuales 126 millones son resultados extraordinarios provenientes de la simplificación del sub-grupo de Solvencia II en Europa.

Vida arrojó un resultado técnico de 134 millones, mientras que la cuenta técnica de No Vida se incrementó desde los 98 millones de 2021 hasta los 134 millones de 2022. El ratio combinado de No Vida fue del 90,76% en 2022, casi 4 puntos inferior al de 2021 (94,48%). La compañía alcanzó unos ingresos totales por primas de 1.235 millones de euros.

Más de 3.600 mediadores de toda Europa trabajan con la compañía y mantienen una sólida y duradera relación de confianza. Estos mediadores gestionan el 54% del negocio total de Liberty, mientras que el resto procede de socios de bancaseguros (17%) y de su canal directo (29%).

Del total de primas, el 66% son pólizas de Automóvil, la principal línea de negocio de la compañía, el 14% son pólizas de Hogar, el 9% son pólizas de Vida y el 5% son pólizas Multirriesgo.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha dado a conocer los datos de su última encuesta del consumidor 'Consumer Spotlight' en la que se dice, entre otras cosas, que el 79% de los españoles toma medidas de seguridad adicionales al dejar su casa en los períodos vacacionales. Entre las acciones más

comunes están: evitar publicar en redes sociales contenido sobre su viaje y pedir a un familiar o amigo que retire el correo o que pase por su casa a echar un ojo (33%); no bajar del todo las persianas (31%); o dejar ropa tendida para simular la presencia de los dueños (17%). Únicamente el 21% de los encuestados reconoce no implementar ninguna medida adicional durante sus es-

Resultados de Liberty Seguros en 2022

Euros (en miles)	2022	2021
Total primas	1.234.748	1.265.22
Total primas No-Vida	1.122.222	1.145.72
Total primas Vida	112.526	119.49
ROE	34,60%	4,45%
Ratio Combinado No-Vida	90,76%	94,489
Ratio Combinado de Auto	90,64%	95,089
Ramos (Total primas)		
Auto (coches y motos)	815.494	839.45
Hogar	169.652	165.13
Multirriesgo	64.992	66.07
Vida	112.526	119.49
Otros (Responsabilidad civil, Indemnización laboral, Marítimo, Accidentes)	72.084	75.06
Canales (Total primas)		
Corredores	666.413	671.32
Directo	359.093	384.35
Bancaseguros	208.869	209.49
PTOI (Beneficio Operativo antes de Impuestos)	381.410	60.12
Pólizas vida y No-vida	4.055.605	
Clientes	3.500.000	
Ratio de Solvencia sobre SCR Capital de Solvencia O	bligatorio	
	332%	2039

tancias fuera de casa. A la hora de valorar la contratación de un seguro de Hogar, la preocupación más común entre los encuestados es dar cobertura a un posible daño a terceros, en concreto, para un 27%, seguido por el riesgo de sufrir filtraciones y daños por agua (26%). Frente a esto, protegerse ante posibles robos solamente es decisivo para un 19%.



Tirea nombra a Inmaculada César nueva directora de Medios y Tecnología

Inmaculada César se ha incorporado al equipo directivo de **Tirea** como directora de Medios y Tecnología asumiendo, de forma progresiva, funciones relacionadas con las áreas de Innovación, Procesos, Alianzas/Proveedores, Seguridad y PCN.



Licenciada en Administración de Empresas y Ciencias Empresariales por las Universidades Autónoma de Madrid y Carlos III, cuenta con una completa formación de postgrado entre los que destacan certificaciones como Sloan MIT Strategy & Innovation, MIOTI ebusiness Executive Program, Esade Promociona, London Business School Sales Executive Certification Program y MBA PDD por la Universidad Autónoma de Madrid.

Asimismo, tiene una experiencia de más 20 años en los sectores financiero y asegurador desempeñando puestos directivos en las áreas de operaciones, recursos humanos, tecnología e innovación de empresas como Seguros RGA, Bankinter o Línea Directa Aseguradora. Se incorpora a la compañía tras su paso por Pelayo Seguros, como directora general de Innovación y Medios.

El IES forma sobre 'Las funciones del seguro' y 'La DEC'

Instituto e-Learning del Seguro (IES) ha lanzado dos nuevas píldoras formativa online, una sobre 'Las funciones del seguro' y la otra sobre 'La DEC o

Documentación Estadístico Contable'.

En la primera, de 1,5 horas de duración, se profundiza en los distintos conceptos que recibe el seguro, así como en todas las funciones que se le atribuyen, tales como: la función general, la función económica, la función social, la función financiera, etc.



En la segunda, se abordan aspectos importantes para conocer más en profundidad la DEC como, por ejemplo: su normativa, quién tiene que hacerla, qué ocurre si no se realiza, cuándo hay que presentarla, qué información hay que adjuntar, cómo se descarga la aplicación, etc. Además, el curso se complementa con una clase práctica impartida por Jorge Campos, director del IES, en la que se elabora paso a paso la DEC completa de un caso ficticio de una correduría de seguros.

Por otro lado, IES y **Mapfre** han lanzado el curso online 'El seguro de pérdida de beneficios o lucro cesante', de 3,5 horas. En él se abordan: su concepto, sus particularidades y requisitos, cómo se calcula su tarificación, cómo se valora la indemnización y cuáles son sus coberturas, entre otros aspectos.



Mapfre idea nuevas soluciones para sus clientes particulares de embarcaciones

Mapfre ha incluido novedades en su catálogo para las embarcaciones de recreo, como la 'comunidad de navegantes', en la que se incorpora soluciones pioneras en el mercado adaptadas a las necesidades de los clientes, detectadas tras un estudio previo.

Por ejemplo, contratando la nueva póliza 'Todo Riesgo Náutico' (modalidad estándar), los clientes podrán beneficiarse de la cobertura Bricomar, que ofrece servicios como pequeñas reparaciones de fontanería, pintura o electricidad que se puedan realizar con el barco en el amarre. La compañía garantiza la realización del servicio por los profesionales adecuados en un plazo máximo de 72 horas (en días hábiles) desde su solicitud. Asimismo, se ha incluido el servicio de envío de llaves al puerto donde se encuentre la embarcación (con un coste máximo 60 euros).

Además, Mapfre pone a disposición de los asegurados la posibilidad de elegir al final de la temporada el reembolso de un servicio de tintorería/lavandería de enseres náuticos (cojines, lonas, abrigos antilluvia, traje neopreno, etc.) o higienización del barco.

Dentro de este concepto de 'comunidad de navegantes', Mapfre ha incluido un software de ayuda a la navegación en colaboración

con la empresa Shore View, especialista en servicios náuticos. Se trata de una app que permite disfrutar de las costas mostrando alertas de situaciones que puedan poner en peligro a la embarcación y a sus ocupantes.

En otro orden de cosas, la aseguradora ofrece a los nuevos clientes que contraten un seguro de Salud individual un regalo de 50 tréboles para familias con 2 asegurados o 100 si son 3 o más, antes del 31 de mayo. El trébol es la 'moneda' Mapfre que equivale a un euro y sirve para obtener descuentos en los seguros de la compañía.

Por otro lado, con la llegada de la campaña de la Declaración de la Renta 2022, la aseguradora ofrece a través de Club Mapfre el servicio de asesor fiscal para realizar este trámite con Hacienda, gestionado por un amplio equipo de expertos asesores fiscales especializados, que ofrecen una atención online personalizada sin coste para los socios de Club Mapfre.

Sompo International ha anunciado el nombramiento de Jamie Cañellas como Country Manager de sus operaciones de seguros en España y Portugal. Jamie Cañellas, nuevo Country Manager Insurance para Iberia de Sompo International

Con más de 30 años de experiencia en el sector, Cañellas se incorporó a Sompo International en 2018 y, recientemente, ocupó el cargo de Head of Distribution Europe.



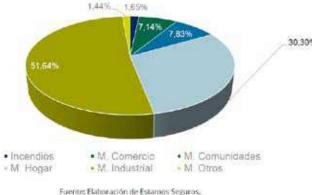
El seguro indemniza cada año con cerca de 600 millones por incendios

El sector asegurador paga cerca de 600 millones de euros al año debido a los daños que ocasionan los incendios en inmuebles. En concreto, el seguro atiende un siniestro de este tipo cada siete minutos y 12 segundos en España, según revela el informe '¡Fuego! Los incendios asegurados. Datos 2021-2022', elaborado por Estamos Seguros, la iniciativa de divulgación de la cultura aseguradora de Unespa, en colaboración con Cepreven y Tecnifuego.

El coste medio de estos sucesos asciende a 7.800 euros. Aunque la mayor parte de los incendios asegurados ocurre en viviendas, la mitad de los daños totales ocasionados por las llamas se produce en industrias (51,6%). Esto se explica porque el incendio en un

hogar tiende a ser significativamente menos grave (su coste medio es de 3.378 euros) que el que se produce en una industria (35.485 euros).

Un análisis por provincias desvela que los



percances de mayor gravedad se dieron en las provincias de Lérida (40.070 euros por percance, de media), La Rioja (20.087 euros) y Huesca (19.226 euros). En la situación contraria se situaron Córdoba (2.156 euros), Teruel (2.702 euros) y Jaén (3.096 euros).

Las provincias donde se produjeron más incendios son las que tienen más inmuebles asegurados y, también, más población. El listado lo encabezan territorios como Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla... Sin embargo, si los datos se analizan en términos relativos, se observa que Zamora, Soria, Segovia, Lérida y Huesca son las provincias donde es más probable que se desate un incendio.

Aegon se ha incorporado a Cima, la plataforma de conectividad, innovación y servicios para la mediación aseguradora. Esta herramienta garantiza el intercambio de ficheros Eiac (Estándar de Intercambio de Información entre Entidades Aseguradoras y Mediadores) entre las aseguradoras y las corredurías de una forma segura y eficaz.

Aegon se adhiere a la plataforma Cima

Con esta integración, Aegon permitirá a sus socios de distribución gestionar ficheros y notificaciones, visualizar las alertas, realizar seguimientos y consultas, solicitar la reposición de ficheros eliminados por error, transformar su contenido, etc.



En este sentido, Cima funcionaría como un hub de comunicaciones que aportaría funcionalidad de soporte para mejorar o solucionar los problemas identificados en la puesta en marcha de la conectividad Eiac.



La contratación de los seguros agrarios alcanza cifras récord

La Junta General de Accionistas de **Agroseguro** ha aprobado el Informe Anual del ejercicio 2022, con las Cuentas Anuales, el Informe de Gestión y el Estado de Información No Financiera, en donde ha quedado patente importantes crecimientos en el seguro agrario.

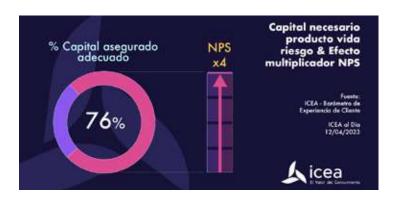
La contratación de los seguros agrarios combinados ha cerrado el año con unas primas comerciales imputadas al ejercicio de 834 millones de euros (un 4,3% más que en el ejercicio precedente), con un claro impulso del aseguramiento de producciones como los cultivos herbáceos, los frutales, la uva de vino o los cítricos. El valor de la producción asegurada en 2022 ha alcanzado su máximo histórico por octavo año consecutivo, con 16.286 millones, es decir, un 3,9% más que en 2021. Las primas devengadas (las contratadas en 2022, aunque en parte correspondientes a riesgo de 2023) también han reflejado un incremento del 3,4% hasta situarse en 859 millones.

Por su parte, la siniestralidad de 2022 ha crecido un 7,9% respecto al año anterior y se ha situado en 807 millones de euros, lo que eleva el ratio de siniestralidad del ejercicio sobre las primas de riesgo hasta el 121%.

Por otro lado, Agroseguro ha dado a conocer que el seguro agrario cubre



esta campaña 2,7 millones de hectáreas de cultivos herbáceos frente a la sequía. Suponen más de 1.700 millones de euros de capital asegurado. El impacto definitivo de la baja pluviometría de la campaña actual (en términos de superficie siniestrada e indemnizaciones) se podrá concretar según avance la cosecha y la meteorología de las próximas semanas. En el caso de las zonas tempranas, se iniciará durante el mes de mayo, y en el resto de zonas productoras, a partir de junio.



La adecuación del capital asegurado en Vida Riesgo cuadruplica el NPS

Icea informa que cuando el cliente con un seguro de Vida riesgo considera que el capital que tiene asegurado es el adecuado a sus necesidades, se produce una mejora muy significativa de su índice de recomendación, multiplicándose por cuatro el NPS y aumentando en 20 p.p. más en el indicador de satisfacción general con el servicio de la compañía.

Los clientes mayores de 55 años son los que, en mayor medida, manifiestan su satisfacción con el capital, llegando al 79%. En sentido contrario, se encuentran los menores de 35 años, para los que un 74% señala que cuenta con un capital asegurado adecuado.



Berkley forma sobre RC sanitaria a los mediadores gallegos

Héctor Bello, presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Lugo, y Javier Bermejo, vocal de la junta de gobierno del Colegio de La Coruña, recibieron a Ruth Aracil, suscriptora senior de RC Sanitaria y César Morales, responsable de Negocio Zona Norte de Berkley España, que presentaron a la mediación gallega las novedades sobre RC profesional sanitaria, ensayos clínicos y Life Science.

Durante la jornada, se expusieron diversos ejemplos de siniestros en el sector biotecnológico y la importancia de contar con un seguro adaptado a sus necesidades.



Según el observatorio Prisma (Procesos y Recursos de Inteligencia al Servicio de la Mediación Aseguradora), el precio medio de renovación de cartera del seguro de Autos en el canal de corredores aumenta un 3,1%



(11 euros) en el primer trimestre del año con respecto al mismo periodo de 2022, situándose en 365 euros. En lo que concierne a la nueva producción, la prima del seguro se encarece más, ascendiendo un 4,3% hasta los 339 euros. La prima media total se sitúa en 359 euros, lo que significa un incremento del 3,2% con relación al año pasado.

La prima media de renovación de Autos en el canal de corredores sube un 3,1%

En el ramo de Motocicletas el precio medio del seguro en el canal de corredores en el primer trimestre de 2023 alcanzó los 164 euros, lo que supone un incremento del 3,8% con respecto al mismo periodo del año anterior. En nueva producción, la prima se incrementó un 5,2%, situándose en 161 euros, mientras que la subida para la renovación de cartera es del 3,8%, situándose en 165 euros.

Para eHogar también se observa un incremento general. En esta ocasión, el precio medio se sitúa en los 251 euros, lo que supone un aumento del 5% respecto a 2022. En nueva producción, el precio del seguro alcanza los 230 euros, una subida del 4,1%. En renovación de cartera, aumenta el precio un 4,9%, siendo este para el primer trimestre del año de 255 euros.

En el ramo de Comercios, la prima media del seguro aumenta un 1,9%, situándose en 435 euros. Para la nueva producción el precio del seguro disminuye apenas un 0,2%, situándose en 405 euros, y en renovación de cartera, los datos nos muestran que la prima es de 441 euros, un aumento del 1,6% con respecto al mismo periodo de 2022.

Fiatc coloca a Joan M. Castells al frente de su cúpula renovada

El Consejo de Administración de **Fiatc Seguros** ha aprobado el nuevo organigrama de la entidad en el que destaca el nombramiento de Joan M. Castells Molinero como director general.

Tras desarrollar su carrera como analista en diversas entidades como Morgan Stanley y como asociado senior en Abac Capital, Joan M. Castells se incorporó a la aseguradora en 2017 como director de Estrategia y Desarrollo Corporativo. Desde entonces, ha liderado la creación y desarrollo del plan estratégico de la entidad para 2021-2025.

Al mismo tiempo, se ha confirmado el cargo de la directora general adjunta y responsable del Área Técnica, Marisa Galán y el nuevo nombramiento del director general adjunto, Francesc Xavier Sellarés, responsable del Área de Recursos Humanos. Asimismo, se incorporan al Comité de Dirección, la directora del Área Legal, Alejandra Barba y la directora de Siniestros, Mar Latorre.



AXA XL fortalece su equipo de suscripción de Property y Risk Consulting





AXA XL ha anunciado que ha reforzado su equipo de Property en Iberia con el nombramiento de Nelly Mata como Underwriter, Enrique Carvajal, José Ángel Salgado y María Díaz Hurtado como Risk Consultants.

Carvajal, Salgado y Hurtado ayudarán a los clientes de AXA XL a comprender, evaluar y mitigar mejor su exposición a los riesgos de daños materiales, mientras Mata desarrollará soluciones para transferir dichos riesgos y contribuirá a gestionar la cartera de AXA XL en España y Portugal.

Nelly Mata inició su carrera profesional en 2016 en Zurich Insurance PLC Sucursal en España, donde desempeñó diversas funciones de suscripción de daños materiales y accidentes. Enrique Carvajal cuenta con más de 15 años de experiencia en ingeniería y construcción. Inició su carrera profesional en Pefipresa S.A.U. donde desempeñó diversas funciones de ingeniería y ventas.

José Ángel Salgado tiene más de 20 años de experiencia en ingeniería. Comenzó su carrera como ingeniero antes de incorporarse a AIG en 2011 como Consultor Senior de Riesgos. María Díaz comenzó su carrera en 2014 en ASJ Ingeniería antes de incorporarse a Generali Global Corporate & Commercial como Ingeniera de Riesgos en 2018.





Allianz fortalece su relación con la mediación

Allianz Seguros ha mantenido un encuentro con cerca de un centenar de representantes de asociaciones de corredores y colegios profesionales de mediadores para afianzar la relación y reforzar el diálogo y la escucha con la mediación.

Durante la jornada se hizo un repaso detallado del proceso de transformación que vive la compañía con un foco especial en la propuesta de valor específica de Allianz para mediadores en el mercado. Dicha propuesta, fundamentada en tres pilares: vocación de servicio y mejora continua; escucha y diálogo permanente y, en tercer lugar, una compañía comprometida con un equipo comercial reforzado.

Este encuentro permitió, además, ahondar en algunas de las

líneas de acción sobre las que la compañía ha trabajado ya y continúa desarrollando para alcanzar sus objetivos y crecer junto a su mediación. Cabe mencionar, entre otras, el foco en el servicio, un enfoque de simplicidad o los activos digitales adaptados al apetito y encaje del modelo de negocio del mediador.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha comunicado que contará de nuevo con una sucursal en Castellón de la Plana que, hasta el pasado año, estaba integrada con Cataluña y Baleares.

Los ingresos de Sanitas crecieron un 10% en 2022

Los ingresos de **Sanitas** han crecido un 10% en 2022 hasta 2.636 millones de euros y el beneficio de explotación aumentó un 29% hasta un total de 273 millones de euros.

Los ingresos y beneficios han crecido debido a que el plan de expansión del negocio dental ha alcanzado su madurez, con más de 200 clínicas en todo el territorio español.

Por su parte, el negocio asegurador continúa creciendo a un ritmo similar al de años anteriores. Las altas en los seguros de Sanitas en 2022 superaron las 400.000. El



acuerdo firmado con Generali ha permitido a más de 137.000 clientes tener ahora acceso a los servicios de salud de Sanitas.

Respecto al negocio asegurador, aumentó el volumen de facturación hasta 1.674 millones de euros (+7,38%) frente a los 1.559 millones en 2021.

El año pasado se cerró con un importante crecimiento en clientes, con 129.000 nuevos, que ha permitido alcanzar una cartera total de 2,4 millones de asegurados (+5,7% que en 2021). Esta cifra consolida a Sanitas como segunda aseguradora del ramo de Salud con una cuota de mercado del 20,30%.



El 50% de las primas potenciales está ubicado en 3.000 secciones censales

Analizando la distribución de primas por sección censal y las características sociodemográficas de las mismas, **Icea** estima que existen zonas con potencial crecimiento, debido a su similitud a otras con mayor volumen de negocio.

Estas primas potenciales suponían en 2021 casi un 12% de las primas reales, pero este importe se concentra en un número reducido de secciones censales. Concretamente, el 50% de estas primas potenciales está ubicado en 3.000 secciones censales, que tienen una población de unos 5,7 millones de habitantes, similar a la provincia de Barcelona. Sin embargo, a pesar de esta concentración, la distribución es muy dispersa, ya que estas secciones están repartidas entre las 52 provincias y las 2 ciudades autónomas españolas, con 1,8 millones de personas en Madrid, 1,6 en Barcelona, hasta los 1.700 habitantes que hay en una única sección censal en Zamora, que tiene un mayor potencial.



Solunion cumple diez años en España

Solunion ha celebrado su décimo aniversario en España rodeado de todos aquellos que, en palabras de Alberto Berges, director general de la compañía, "han contribuido de manera decisiva al crecimiento de Solunion".

Sus orígenes se remontan a enero de 2013, cuando inició operaciones en España y Argentina, con sus dos accionistas: Mapfre y Allianz Trade (en aquel momento Euler Hermes), para impulsar el crecimiento de los ramos de Crédito y de Caución en España y Latinoamérica.

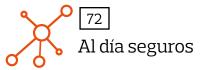
Desde entonces, la compañía ha expandido su negocio hasta ofrecer sus productos y servicios a empresas de todos los sectores de actividad en España y 15 países de Latinoamérica, experimentando un crecimiento rentable y sostenido en todos los mercados donde opera. En 2022, registró una cifra de



negocio global de 294,4 millones de euros, un 21,2% más que el ejercicio anterior.

Ignacio Baeza, vicepresidente primero de Mapfre y vicepresidente de Solunion comentó los 3 factores que han llevado a este éxito: la complicidad entre los *partners* y sus ejecutivos; la responsabilidad y trabajo de todos los trabajadores; y la ilusión de la plantilla, de los solunioners.

Con motivo de su aniversario, Solunion ha adaptado su logotipo con una mención específica al aniversario, que será visible en todos sus materiales a lo largo del año, y que incluye el número y el lema '10 años juntos'.



Hiscox España reestructura su canal de Distribución para mejorar el servicio a la mediación



Hiscox continúa creciendo y reforzando su servicio a sus colaboradores

mediante la reorganización y ampliación de su canal de Distribución. De esta forma, da un paso más en su propósito de dotar al canal de la mediación de herramientas, productos y vías de suscripción adaptadas a sus necesidades buscando ofrecerles el mejor servicio.

En este sentido, Hiscox reorganiza y amplía su canal de Distribución y Ventas, dirigido por Miguel Ángel Aguilar, incorporando y reforzando la figura del suscriptor sénior especialista en equipos diferenciados, añadiendo además dos nuevas incorporaciones que podrán no solo desarrollar nuevo negocio sino asesorar al corredor en materia de riesgos de sus clientes.

Dicha reorganización se ha producido gracias a tres promociones internas. Ignacio Checa pasa a liderar la unidad de corredores nacionales y asociaciones, creada para ofrecer un mayor servicio de calidad a corredores y asociaciones de ámbito nacional. Natalia Martín estará al frente de la unidad de brokers internacionales, así como de la línea de negocio de Secuestro y Rescate. Asimismo, Fernando Julián y Ander Moreno se incorporan como suscriptores y desarrollo de nuevo negocio en cada una de estas nuevas unidades. Dentro del departamento de Distribución, Hiscox contará además con los equipos ya existentes encargados de potenciar los acuerdos especiales con *partners* o acuerdos digitales con corredurías, por un lado y, por otro, la línea de Arte y Clientes Privados que pasa a estar liderada por Eva Peribáñez, máxima responsable de suscripción de esta línea y ahora también al frente de su desarrollo de negocio.

CNP Assurances inaugura su *flex office* en el centro de Madrid

CNP Assurances, Sucursal en España, ha estrenado su nueva oficina en formato flex office, con el objetivo de disponer de un espacio multifuncional sostenible que facilite el trabajo en equipo, la innovación y la creatividad y, al mismo tiempo, mejore el bienestar y la calidad de vida en el trabajo.

Ubicada en el número 10 de la calle Cedaceros de Madrid, todos los trabajadores disponen de puestos rotativos equipados con la tecnología necesaria para la conexión de forma presencial o remota, así como de espacios de reunión flexibles, que facilitan la interacción entre los equipos y fomentan la colaboración.





AXA alcanza los 2.717 millones de ingresos en 2022

AXA España consiguió cerrar 2022 con un volumen de negocio superior a 2.717 millones de euros. La compañía, que sigue inmersa en un intenso Plan de Transformación, afronta 2023 con la mirada puesta en el crecimiento sostenible y la integración de los activos de Credit Mutuel para final de año.

Los negocios estratégicos de Salud (+6%), Vida Riesgo (+4%) y Empresas (+8% en daños) impulsaron el avance de primas, situando la cuota de mercado total de la compañía en el 4,6%. En Auto, el negocio creció un 6% en flotas (hasta los 65 millones), mientras en particulares el volumen de primas se situó en los 835 millones (-3%).

Por canales, el 48% de los 2.717 millones de euros se gestionan por parte de los agentes exclusivos, 38% en la red no exclusiva y 14% en negocio directo.

El resultado operativo de AXA se situó en 197 millones de euros, un 2,9% menos en un entorno en el que la aseguradora pagó más de 1.000 millones de euros en siniestros.

El beneficio neto, por su parte, fue de 148 millones de euros, con un descenso del 7,5%, impactado principalmente por la evolución negativa de mercado financiero, la incertidumbre internacional y las tensiones inflacionistas, cerrando 2022 con 3,2 millones de clientes y 5,5 millones de pólizas en España.

AXA España continúa en 2023 inmersa en su plan de transformación con el objetivo de acelerar el crecimiento y la diversificación con especial atención al servicio de clientes y distribuidores. Desde 2016 la compañía ha invertido en España casi 200 millones de euros en proyectos centrados en digitalización, servicio al cliente y distribuidor, con proyectos pioneros como la

Digital Health Platform, centrada en servicios de Salud a través de tecnología.

Asimismo, en 2022 el Grupo AXA anunció la adquisición de los activos de Credit Mutuel en España por 310 millones de euros, una operación que cuyo cierre está previsto para el tercer trimestre de 2023. De esta manera, AXA pasará a ser el cuarto grupo asegurador en España con un volumen de negocio de más de 3.000 millones de euros.

Por otra parte, la aseguradora ha comunicado que su servicio de Asistencia Digital en carretera ha gestionado, en el primer trimestre de 2023, un 30% más de servicios que en el mismo periodo del año anterior.

Santalucía ficha a Joseba Corbera como nuevo director del Canal Corredores de Cataluña

Santalucía ha nombrado a Joseba Corbera nuevo director del Canal Corredores de Cataluña.

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, Ciencias Empresariales, y con un Máster en Dirección de Marketing y Comercial por Esade, Corbera, que cuenta con más de 20 años de experiencia en áreas de ventas, distribución y marketing en el sector asegurador, se incorpora a la compañía tras pasar por Zurich Insurance.



Picazo de Nova se apoya en MPM para la gestión integral de la correduría

La correduría Picazo de Nova ha firmado un acuerdo de colaboración con MPM software, para que, además de la implementación de la plataforma tecnológica segElevia y su módulo de tarificación, se incorpora la aplicación de firma digital Signaturit.

La integración de la plataforma segElevia en el negocio de Picazo de Nova permitirá aportar las ventajas de una aplica-



ción en la nube junto con el enfoque centrado en el cliente. El objetivo de la correduría al implementar la plataforma de MPM Software segElevia, es contar con una solución que no solo permita una gestión eficiente de la correduría, sino que también brinde la adaptabilidad, eficacia, seguridad, confianza y escalabilidad necesarias para integrar el crecimiento de Turboseguros.com y enfrentar los desafíos tecnológicos del futuro cercano.

En otro orden de cosas, MPM Software e **Imeureka** han sido premiados en la categoría al mejor *partnership* en el evento Insurance World Challenges 2023 organizado por Community Of Insurance.

Reale da sus primeros pasos en el metaverso

Reale Seguros ha comenzado a explorar las oportunidades que ofrece el metaverso con el objetivo de aprender y familiarizarse con él de manera que pueda brindar nuevas oportunidades a sus usuarios y, al mismo tiempo, aportar valor a la comunidad *gaming*.

Para ello, ha firmado un acuerdo de colaboración con la empresa tecnológica navarra Nexxyo Labs, una de las tecnológicas más importantes de España y de Europa en desarrollo de videojuegos y Web3, y que en la actualidad está a punto de lanzar el videojuego Outer Ring MMO el cual, además de su jugabilidad

intrínseca, ofrecerá una experiencia inmersiva en el metaverso, comenzando en el Área central de Great Silver City.

"El metaverso y la industria del videojuego plantean oportunidades para diferentes sectores desde el punto de vista de estrategias de desarrollo de negocio, marketing y formas de interacción con nuestros clientes y la sociedad", ha afirmado José Ramón López, director general de Estrategia e Innovación de Reale Seguros.





Cecas impartirá un curso sobre RC

Cecas ha impartido un nuevo curso en formato webinar para profundizar en los seguros de Responsabilidad Civil y su gestión.

La formación, de tres horas de duración repartidas en dos sesiones, corrió a cargo de Luis de Mauricio, experto en responsabilidad civil y profesor de la Escuela de Negocios, que abordó los aspectos fundamentales de uno de los seguros de mayor relevancia en el mercado. Para De Mauricio este producto es "especialmente importante si tenemos en cuenta que más de 1.200 actividades profesionales, empresariales y particulares tienen la obligatoriedad legal de contar con un seguro de Responsabilidad Civil".

El curso profundizó en los fundamentos técnicos y jurídicos de la Responsabilidad Civil, así como en conocer los aspectos esenciales de este tipo de seguros, sus características y tipologías. También se adquirió los conocimientos necesarios para definir y diseñar la oferta adecuada en función de las necesidades y circunstancias particulares de cada cliente.



International SOS y Airbus Helicopters unen fuerzas para lanzar un programa de mejora del Sistema Médico de Emergencias de última generación, 'LifeSaver', cuyo objetivo pasa por optimizar los sistemas de atención sanitaria.

International SOS y Airbus Helicopters

optimizan el sistema médico de emergencias

El programa LifeSaver permite mejorar la eficiencia, por ejemplo, reduciendo el tiempo de respuesta de la atención, igualando los niveles de servicio del Sistema Médico de Emergencias en toda la geografía nacional, tanto en zonas urbanas como en remotas, y optimizando la red logística del país. Así, el proLifeSaver
Preparing the future of Emergency Healthcare Systems

Though assume and immediate learning enclosed. Another statement of the statem

grama funciona sobre la base del uso eficiente y eficaz de los recursos existentes y optimiza los procesos del Sistema Médico de Emergencias para garantizar la eficiencia en la prestación.

Además, el programa se encuentra dirigido por médicos, maximizando el uso de la tecnología moderna, optimizando los resultados y creando un acceso equitativo a los Sistemas Médicos de Emergencia independientemente de la ubicación dentro de un mismo país.

Por otro lado, International SOS ha anunciado que su solución 'Workforce Resilience' ya está disponible en el App Center de SAP Concur en la categoría de aplicaciones recomendadas por SAP Concur. Esta integración da acceso a la empresa de asistencia médica y de seguridad con presencia global y que apoya a las empresas en la elaboración de sus políticas de seguridad en viaje y a la protección de su capital humano.



Correduidea apuesta por la inteligencia artificial



Correduidea ha llegado a un acuerdo de colaboración con DataNow, consultoría de inteligencia artificial (IA), para acercarla a las distintas figuras del sector asegurador: mediadores, asociaciones, colegios y compañías de seguros.

"Gracias a DataNow hemos dado un paso adelante para facilitar a todos los actores de nuestro sector, el acceso y uso de herramientas y recursos en: la atención al cliente, análisis y predicción de riesgos, reclamaciones, automatización y optimización de procesos, análisis de datos, identificación de oportunidades y la mejora de experiencia del cliente", ha manifestado Mamen Sáez, de Correduidea.

En otro orden de cosas, Correduidea ha puesto en marcha una formación exclusiva en la gestión de colegios de mediadores de seguros. Está dirigida a profesionales del sector que ejercen cargos en las juntas directivas de estas corporaciones, así como a los trabajadores de las mismas. El objetivo es brindar las ideas, pautas y recursos necesarios para gestionar eficazmente un colegio.

Durante el programa se abordan temas como: la planificación estratégica, la comunicación interna y externa, negociación de patrocinios, protocolos de actuación, entre otros aspectos relevantes para el crecimiento y fortalecimiento de la organización. Dicha formación se realiza de forma presencial en las instalaciones de los colegios interesados y es totalmente gratuita.

Comunidad Autónoma	Deducción	Limite	Comentarios
Andalucía	15%	600€	
Aragón	-	-	Arrendamientos con opción a compra derivados de una previa dación en pago
Asturias	10%	500 €	20% con límite de 100 euros en concejos en riesgo de despoblación
Baleares	15%	440 €	•
Canarias	24%	720 €	
Cantabria	10%	300€	
Castilla La Mancha	-	-	Está prevista para ingresos inferiores a 12.500 euros
Castilla y León	20%	459 €	Puede aumentar en municipios de menos de 10.000 habitantes
Cataluña	10%	300 €	
Extremadura	5%	300 €	
Galicia	10%	300€	
Madrid	30%	1.000 €	
Murcia	10%	300 €	
La Rioja	10%	300€	20% con un límite de 400 euros en municipios pequeños
Valencia	25%	950€	
Navarra	15%	1.200€	
País Vasco	20%	1.600 €	

País Vasco, la región con más beneficios fiscales para los inquilinos

Arag ha indicado que la normativa del País Vasco es la más ventajosa para que un inquilino pueda deducirse su vivienda de alquiler en la declaración de la renta del 2022. En un caso hipotético de una persona joven de 30 años con ingresos de 19.000 euros se podría desgravar un 20% del alquiler pagado con un máximo de 1.600 euros anuales.

Según este ejemplo, en el caso de Madrid, la deducción sería del 30% de las cantidades pagadas con un máximo de 1.000 euros. La Comunidad Valenciana, por su parte, prevé desgravaciones del 20, 25 o 30% llegando hasta los 1.100 euros. Como contrapartida, Extremadura tiene la deducción más escasa, limitándose a un 5% de las cantidades pagadas con un máximo de 300 euros. La deducción estatal de alquiler de vivienda habitual para el inquilino se encuentra en un régimen transitorio desde el año 2015 por el que solo se permite aplicar la desgravación a quien haya firmado el contrato antes de enero de ese año y se hubiese beneficiado de la deducción con anterioridad.



Codeoscopic presenta sus novedades tecnológicas en Zaragoza

La 4ª Jornada **Codeoscopic** de tecnología sirvió para presentar la evolución de las diferentes soluciones para el sector asegurador.

Codeoscopic Workspace es la suite de aplicaciones que reúne todas las soluciones de la compañía. Multitarificación, gestión de cartera, administración del negocio, análisis de datos, gerencia de riesgos. Se trata de un entorno en el que el corredor de seguros encuentra Avant2 Sales Manager, Tesis Broker Manager, Versus Analytics, Bcover.

Además, se presentó la nueva API Rest, que permite un flujo de información, entre aseguradora y correduría, más seguro y más ágil.

En otro orden de cosas, Codeoscopic ha dado a conocer que la prima media de Hogar da un respiro en su evolución frente al incremento de los precios de los seguros Autos, que aumentan más de un 8% en comparación al primer trimestre del año pasado. De esta forma, el precio medio de Autos acumula más de 24 meses de subida continua. El primer trimestre del año, el ramo de Autos ha cerrado con 120.000 emisiones, cifra que supera al primer trimestre de 2022, con un crecimiento interanual del 15%. Precisamente, el mes de marzo ha superado todas las expectativas con más de 44.000 emisiones. Por su parte, la prima



media mantiene su aumento continuo, cerrando el trimestre con una subida interanual del 8,47% y un máximo de 372 euros en el mes de marzo.

En Hogar, el primer trimestre alcanza más de 22.000 emisiones, con un crecimiento interanual del 27%. En estos tres primeros meses, la prima media ha alcanzado 227 euros, con un incremento del 3%.



Los clientes de Mutua Levante podrán solicitar asistencia en viaje a través de WhatsApp

Mutua Levante ha incorporado el WhatsApp como canal de comunicación para solicitar asistencia en viaje gracias al chatbot de **Europ Assistance**.

El uso de WhatsApp permite geolocalizar al cliente, lo que facilita la llegada de la grúa y la prestación de asistencia en caso de avería. Europ Assistance ha resaltado que, con la ayuda de esta plataforma, ofrece una respuesta inmediata a los clientes del seguro Autos de Mutua Levante, gracias a un chatbot que puede atender sus necesidades de manera automatizada.



Zurich Seguros da asesoramiento al Ayuntamiento de Madrid en riesgos climáticos

Zurich Seguros, a través de la unidad Zurich Resilience Solutions, está asesorando al Ayuntamiento de Madrid, a través de un acuerdo de Adaptación al Cambio Climático, el primer acuerdo de Zurich Resilience Solutions con una Administración Pública.

Las líneas de trabajo que se están desarrollando son la identificación y cuantificación de peligros asociados al calor y definición de medidas de adaptación a incluir en el plan de Resiliencia Climática (Estrategia de Sostenibilidad Ambiental Madrid 360) que depende del Área de Gobierno de Medio Ambiente y Movilidad.

Con este análisis quieren evaluar la exposición de la ciudad a los diferentes peligros climáticos (inicialmente calor extremo), identificar factores de vulnerabilidad que puedan incrementar el riesgo, y determinar los posibles escenarios de impacto a los que está expuesta la ciudad, cuantificando de manera cualitativa y cuantitativa (población, coste, etc.) el posible impacto asociado. De esta manera se pueden definir y priorizar medidas de adaptación concretas necesarias para mitigar los riesgos climáticos identificados y mejorar la resiliencia climática de la ciudad.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha presentado su nueva campaña de marca



bajo el lema '¡Hagámoslo épico!' para acercarse a los clientes y sus nuevas necesidades mucho más respetuosas con el medio ambiente. Como hilo conductor están la sostenibilidad y los nuevos hábitos de consumo, y se quiere fomentar la movilidad sostenible y promover un uso más consciente de los recursos de nuestros hogares a través de las pequeñas reparaciones.



Soria, Alicante y Ávila, las provincias donde más crecen los asegurados de Salud

Icea informa que el número de asegurados del ramo de Salud creció en 2022 un 3,73% a nivel nacional, respecto al cierre del año anterior.

Por provincias, destacan Soria, Alicante y Ávila, que superaron este crecimiento, con un 10,8%, 9,1% y 6,9%, respectivamente.

La 9ª edición del Insurance World Challenges, la conferencia internacional de referencia en el sector asegurador en torno a los retos y tendencias de la industria a nivel global, contó con Javier Contín, director de Marketing e Innovación en Iris Global, junto con otros expertos del sector en el panel titulado 'Hacia empresas cada vez más digitales, con propósito, diversidad y talento'.

Diversidad, talento e innovación abierta, claves del sector asegurador

Partiendo desde un punto de vista histórico del sector, Contín recordó que el seguro es "casi tan antiguo como el ser humano. Hace 4.000 años en Babilonia los mercaderes aseguraban sus cargas para viajar a través del desierto". Echando la vista atrás se hace evidente que los seguros "suponen una importante palanca para el crecimiento económico, gracias a la mutualización del riesgo", apuntó el directivo.

En su intervención, el director de Marketing e Innovación de Iris Global hizo hincapié en que son precisamente los países más desarrollados los que mayor aportación al PIB supone el sector asegurador, con España por debajo de la media mundial. Asimismo, destacó la necesidad de adaptar el propósito empresarial a la propuesta del cliente, "incorporando los nuevos servicios que

la sociedad comienza a demandar".

En esta línea, Javier Contín se refirió a la importancia de observar el entorno y hacerse consciente de la riqueza que puede suponer la diversidad. Concretamente, puso de manifiesto que "es necesario atraer al talento joven a nuestras plantillas para que ellos también aporten su visión, facilitando el diseño de una oferta atractiva para las nuevas generaciones".

Nichole Viviani, nueva Chief People & Culture Officer de Prima Seguros

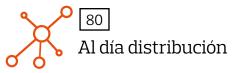
La insurtech Prima Seguros ha nombrado a Nichole Viviani como nueva Chief People & Cultura Officer.

Con el desembarco en dos nuevos mercados, España

y Reino Unido, la insurtech está expandiendo su modelo basado en la tecnología y la innovación en el mercado internacional, por ello, se ha reestructurado como grupo Internacional en el que Viviani dirigirá el equipo de personas y cultura a nivel global.

La nueva Chief People & Cultura Officer está especializada en el diseño organizacional y en la aplicación de estrategias de potenciación de talento y evolución de plantilla. También cuenta con una amplia experiencia en la creación de cultura corporativa, propósitos y valores y en la expansión global en diferentes sectores como software, Fintech y Retail, trabajando para diferentes empresas como Worldpay, FIS, Dixons Retail y Xplor Technologies.





Aemes quiere incorporar como falta grave y muy grave la disminución continuada del rendimiento de trabajo

La última reunión de abril de la Comisión Negociadora del Convenio Colectivo de la Mediación de Seguros Privados ha tratado los capítulos XIII, XV y XVII, relativos a faltas y sanciones, derechos sindicales y planes de igualdad y comisión paritaria de igualdad, respectivamente. En ella, **Aemes** solicitó incorporar como falta grave y muy grave la disminución continuada del rendimiento de trabajo.

El transcurso de la negociación hasta la fecha se ha desarrollado de forma cordial, como viene siendo habitual en las negociaciones del convenio del sector. En la última, Aemes ha solicitado incorporar como falta grave y muy grave la disminución continuada del rendimiento de trabajo. Mientras que los sindicatos han propuesto suprimir la embriaguez y drogodependencia como causa de sanción, al considerarlo enfermedad. Sin embargo, la patronal considera que, si existe habitualidad y repercute negativamente en el trabajo, debe poder ser sancionable.

Aemes considera que el convenio es conforme al estatuto. No obstante, se muestra dispuesto a que lo sindicatos le envíen un

redactado de las modificaciones que quieren incluir, para analizarlas con detenimiento. Por otro lado, los sindicatos desean incorporar una serie de derechos a las víctimas de violencia de género, como puede ser la preferencia en los traslados, permisos retribuidos, o una compensación económica. Sobre los capítulos IX, X y XI, relativos a la movilidad geográfica, suspensión y extinción del contrato de trabajo y protección y salud laboral, respectivamente. Aemes ha solicitado aumentar a 50 km la distancia a partir de la cual se considere movilidad geográfica y, con respecto a los traslados superiores a 3 meses, reducir el periodo de preaviso a 10 días naturales. Con respecto a las excedencias voluntarias, la patronal propone aumentar a 3 los años de antigüedad mínima que deba tener el trabajador solicitante en la empresa.

Aemes también quiere que, en caso de baja voluntaria, si el trabajador no cumple con el plazo de preaviso que establece el convenio, la empresa le pueda descontar no sólo el salario fijo (como actualmente dispone el convenio), sino cualquier concepto salarial, de forma proporcional a los días que no haya cumplido el preaviso.

Por su parte, el bloque sindical propone ampliar las excedencias por cuidado de un familiar a 3 años. Sus reivindicaciones fundamentales son: Incluir la obligación de realizar de forma periódica una evaluación de los riesgos psicosociales por puesto de

trabajo; Incorporación de medidas de protección a la maternidad; e incluir la obligación de formar a los trabajadores en materia de primeros auxilios.

En los capítulos III, IV y VI, relativos a Política de Empleo, Periodos de Prueba y Formación Profesional, respectivamente. Aemes ha solicitado la ampliación de la duración de los contratos eventuales a 12 meses y que los contratos para la sustitución permitan agrupar varias reducciones de jornada y hacer un único contrato de sustitución a tiempo completo.

En relación al Periodo de Prueba, la parte sindical en bloque propone reducir los actuales periodos de prueba y que las situaciones derivadas de nacimiento, adopción, acogimiento, riesgo durante el embarazo, violencia de género o incapacidad temporal, puedan suspender el cómputo del periodo de prueba. La patronal, por su parte, considera necesario revisar únicamente los periodos de prueba de los contratos para la formación y en prácticas, para adaptarlos a la nueva regulación.

Sobre la formación, Aemes propone eliminar la posibilidad de que las 20 horas de formación de convenio se puedan acumular en 3 años, y que el tiempo de formación sea el correspondiente según la regulación de la IDD (15 horas para el nivel 3 y 25 para el restante).

Aunna Asociación aumenta un 17% sus consultas legales el año pasado

Aunna Asociación ha incrementado sus consultas legales un 17% en 2022 con relación al año anterior. Eso supone un total de 738 cuestiones realizadas y resueltas por el área legal de la asociación.

Los temas más consultados tienen que ver con cuestiones relativas a temas regulatorios sobre normativa específica en seguros, lo que representa un 21% del total de consultas; consultas con relación a siniestros rehusados por las aseguradoras e indemnizaciones mal ejecutadas, con especial asesoramiento sobre exclu-



siones e interpretaciones de coberturas, lo que supone un 20% de todas las cuestiones realizadas. También interesa mucho a los socios los temas relacionados con la formación para empleados y colaboradores, y estar adaptados al marco normativo de la Ley de Distribución de Seguros y la Resolución de Formación de la Dirección General de Seguros y Fondo de Pensiones, que alcanza el 14% del total de temas asesorados. Por último, destacan las consultas sobre la revisión de contratos de colaboradores, cartas de condiciones con aseguradoras, y diversos tipos de contratos con proveedores, que llegan al 13% del total de consultas realizadas a esta área.

Otras cuestiones que interesan son: protección de datos, temas laborales, fiscales y distribución de seguros por la banca, que han supuesto el 15% del total.

En otro orden de cosas, la asociación ha dado a conocer la incorporación de nuevos socios: **Astral Brokers**, Ipar Artekaritza, **Larrea Broker**, Pikabea Aseguru Artekatitza, **Servimediación** y **SM Madariaga**.





Adecose renueva los cargos de su Junta Directiva

Adecose ha celebrado su Asamblea General Ordinaria, donde se ha procedido a la renovación ordinaria de cargos a la Junta Directiva para el periodo 2023–2027. En estas elecciones ordinarias se han elegido las 15 corredurías más votadas para formar parte de la Junta Directiva. Los nuevos vocales han decidido que Martín Navaz continúe en la presidencia de Adecose para los próximos 4 años.

Mediante este proceso electoral, al que se han presentado 17 corredurías, los socios han procedido a la votación de candidaturas a la Junta Directiva de Adecose, quedando conformada por: Martín Navaz (Confide), como presidente; Julio de Santos (Alkora EBS), Carmina Homs (Ferrer & Ojeda) y Alfonso Valera (Asecore), como vicepresidentes; David de la Cueva (March), como secretario; David Salinas (EPG & Salinas), como tesorero; y David Alonso (Aon

Iberia), Anna de Quirós (Cobertis), Carlos Galcerán (Cogesa), Enrique Schoch (Filhet-Allard MDS), Alfredo Arán (Howden Iberia), Carlos Jiménez (Medicorasse), Oliva Gómez (Molyma), Mónica Ribé (RibéSalat), Javier López-Linares (UBL Brokers) y Javier Gausí (Willis Iberia), como vocales.

Por otra parte, los representantes de las corredurías asociadas han aprobado la cuenta general de ingresos y gastos de la asociación del ejercicio; el presupuesto de la asociación del ejercicio 2023; y se ha presentado la Memoria Anual 2022 y el Informe de Gestión, entre otros puntos del orden del día.

En otro orden de cosas, la asociación ha presentado la quinta edición del Estudio Sectorial de la Mediación 2023, desarrollado en colaboración con Icea. En él se informa, entre otras cosas, que la cuota de negocio del canal corredores dentro de la industria española "continúa con la tendencia ligeramente positiva marcada desde el año 2014".

Por otro lado, Adecose ha hecho entrega de la VIII Edición de los Premios Estrella Adecose 2022 a los máximos representantes de las aseguradoras mejor valoradas en el Barómetro Adecose 2022: "Estudio sobre la calidad de servicio de las compañías aseguradoras". En esta edición, han sido galardonadas: Arag (Premio Estrella de Oro y Premio Estrella de Bronce en Defensa Jurídica y Asistencia en Viaje); Asefa (Premio Estrella de Plata y Premio Estrella de Bronce en Ramos Técnicos); Aserta (Premio Estrella de Bronce en Caución); Axa XL (Premio Estrella de Bronce en Seguro de Riesgo Político); Cigna Healthcare (Premio Estrella de Plata y Premio Estrella de Bronce en Salud Colectivo); DKV (Premio Estrella de Bronce en Salud Individual); Ergo (Premio Estrella de Plata y Premio Estrella de Bronce en Pérdidas Pecuniarias); Fiatc Seguros (Premio Estrella de Oro y Premio Estrella de Bronce en el ramo de Decesos); Hiscox (Premio Estrella de Plata y Premio Estrella de Bronce en los ramos de Daños/Patrimoniales (Particulares), Ciberriesgo, D&O y Responsabilidad Civil); Iris Global (Premio Estrella de Plata); Plus Ultra (Premio Estrella de Bronce en los ramos de Flotas y Transportes); Reale (Premio Estrella de Oro y Premios Estrella de Bronce en Autos y Daños/Patrimoniales (Empresa); Seguros Catalana Occidente (Premio Estrella Oro); Solunion (Premio Estrella de Bronce en Seguro de Crédito); y Surne (Premio Estrella de Plata y Premio Estrella de Bronce en los ramos de Accidentes Individual, Accidentes Colectivo, Vida Ahorro/Pensiones Individual, Vida Ahorro/Pensiones Colectivo, Vida Riesgo Individual y Vida Riesgo Colectivo).

Por último, señalar que Fundación Adecose ha organizado un encuentro presencial con los grupos de Madrid y Barcelona del Programa de Desarrollo Directivo (PDD), con el fin de que los alumnos puedan ampliar su red de contactos profesionales e intercambiar impresiones sobre preocupaciones trasversales. Flavia Rodríguez-Ponga, directora general del Consorcio de Compensación de Seguros (CCS), realizó una clase magistral en la que acercó la labor de esta institución. En su exposición, compartió datos del sector asegurador en España, el funcionamiento del CCS como instrumento al servicio del sector asegurador español; así como el papel del corredor de seguros en la economía. Asimismo, los alumnos recibieron lecciones en materia de ventas, marketing, estrategia e innovación.

La fintech de asesoramiento financiero independiente Micappital ha llegado a un acuerdo con la insurtech Singular Cover para adquirir su cartera de clientes, con el objetivo de acelerar el negocio de su división aseguradora, Micappital Seguros, lanzada hace cinco meses, y reforzar su posicionamiento en el mercado. De este modo, Micappital Seguros gestionará las más de 4.000 pólizas que pertenecían a esta correduría de seguros especializada en pymes y autónomos.

Micappital adquiere la cartera de clientes de Singular Cover

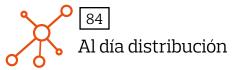
Las negociaciones comenzaron en agosto de 2022, antes incluso del lanzamiento oficial de Micappital Seguros, y la operación se ha financiado con fondos propios, en el marco de la ampliación de capital que actualmente mantiene abierta la compañía.

Los expertos de Micappital consideran que el segmento de seguros para pymes y autónomos ha estado muy desatendido por los corredores más tradicionales, y los grandes brokers del sec-



tor no han mostrado tampoco un gran interés por entrar en la batalla del cliente profesional.

Se trata de clientes que pueden tener un gran potencial como titulares de otro tipo de pólizas más allá de las relativas a su actividad profesional. Gracias al servicio de Micappital Seguros podrán tener todas ellas centralizadas en un mismo lugar y gestionarlas de forma automática.



Bibe Seguro se transforma en Bibe Group y prepara el lanzamiento de la insurtech Wonnai

La correduría **Bibe Seguro** se ha transformado en Bibe Group para intentar poner en valor la constante evolución experimentada en los últimos tiempos, así como reflejar la transformación tecnológica de la compañía y la reestructuración estratégica de sus líneas de negocio que configuran una cartera líder en el mercado. Actualmente, Bibe Group, con sede central en Madrid, cuenta con más de 100.000 clientes.



Con esta renovación de la estrategia de negocio, Bibe Group reafirma su apuesta por la tecnología como principal fortaleza competitiva. Además, articula su plan de acción en torno a la consultoría y la configuración de servicios y seguros a medida para los modelos affinity y los grandes riesgos. Ambas son líneas muy exigentes dónde se requiere una gran especialización por ramo y sector. Prueba de ello es la recién renovada área de sports, que se suma a las otras especializaciones aseguradoras del grupo.

Por su parte, la gestión y distribución de seguros para particulares, autónomos y pymes gana peso dentro de la cartera y también va a ser impulsada en los próximos años gracias a la innovación tecnológica mediante una herramienta desarrollada *in-house* que facilitará la creación de proyectos TPA llave en mano que ayuden a terceros a ser más ágiles en sus procesos de distribución, gestión o postventa de seguros, así como a integrar los mismos dentro de sus procesos. Por último, Bibe Group prepara el lanzamiento de Wonnai, una plataforma web que busca revolucionar el proceso de contratación y gestión de los seguros entre particulares. El nuevo proyecto insurtech da respuesta a la evolución digital prevista del sector asegurador para optimizar los procesos de contratación, gestionar de forma eficiente la cartera y ofrecer un asesoramiento personalizado a cada cliente.



Grupo 10 incorpora 7 nuevos socios

Grupo10 continúan su expansión con la incorporación de 7 nuevos asociados en este último trimestre.

Recientemente, ha quedado inaugurada la última incorporación de la correduría en Las Cabezas de San Juan (Sevilla).

Las altas de corredores descienden un 24% en el primer trimestre del año

Según el informe que ha realizado el portal www.

quierosercorredordeseguros.es, en el primer trimestre de 2023 se han registrado un total de 38 nuevas altas en la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), de las que el 68% (26) han sido corredurías, frente al 32% (12) que han sido corredores individuales. Esto supone un descenso del 24% respecto al mismo periodo del año anterior.



Según destacan desde el portal www.quierosercorredordeseguros.es, el mayor descenso entre ambos periodos se acumula en el número de nuevas corredurías, ya que, en el primer trimestre de 2022 hubo un total de 36 nuevas altas frente a las 26 que ha habido en el mismo periodo de este año, lo que supone un descenso del 30%.

Sin embargo, en el caso de claves de nuevos corredores individuales, el descenso ha sido tan solo del 15%, pasando de 14 nuevas altas en el primer trimestre de 2022 a 12 nuevas altas de corredores individuales en el mismo periodo de 2023. El 58% de ellas (7) han sido hombres frente al 42% (5) que han sido mujeres.

Este portal ha asesorado a 1 de cada 2 nuevas altas de corredores y corredurías con clave nacional que han llegado a la profesión durante el primer trimestre de 2023.

Por otra parte, Quierosercorredordeseguros ha elaborado un análisis sobre la presencia de la mujer en los proyectos de corredores y corredurías con clave nacional que han iniciado la actividad durante 2022 concluyendo que, de las 124 nuevas corredurías de seguros que iniciaron su actividad en 2022, 41 de ellas (33%) tenía, al menos, una mujer como socia.

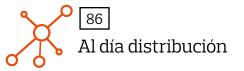
El portal señala, además, que el 11% de estos nuevos proyectos de corredurías con clave nacional de 2022 fueron puestos en marcha exclusivamente por mujeres, frente al 47% que lo hicieron hombres, el 23% por equipos societarios mixtos de hombres y mujeres y el 19% que tienen como socios a otras sociedades.

Respecto a los cargos de máxima responsabilidad en las nuevas corredurías de 2022, el informe determina que el 22% del total

de cargos de Administrador de las 124 nuevas sociedades están ocupados por mujeres. El 17% tienen como administradora única a una mujer.

En cuanto al cargo de "responsable de la distribución" —anteriormente cargo de "director/a técnico/a"— cargo que es el que, además, debe acreditar que dispone del título necesario del Nivel 1, el informe señala que en 1 de cada 4 casos hay una mujer al frente de este cargo, concretamente en 28 de las 124 nuevas corredurías con clave nacional de 2022 (23%).

En cuanto a los emprendedores que optaron por la figura de corredor o corredora individual (persona física), el portal señala que del total de 55 nuevas claves nacionales que ha habido en esta figura durante 2022, 21 de ellas (38%) fueron mujeres frente a 34 que fueron hombres (62%).



La correduría ASP mejora la gestión de su negocio

La correduría ASP del Colegio de la Arquitectura Téccnica de Barcelona ha finalizado la implementación de la solución segElevia de MPM Software para la gestión de su negocio.

La integración de la plataforma en el negocio de ASP ha permitido aportar las ventajas de una aplicación en la nube junto con su moderno enfoque centrado en el cliente.

En palabras de Llorenç Serra, director de ASP Correduría: "La adopción de este tipo de soluciones tecnológicas nos permitirá dar un paso adelante para poder ganar en eficiencia, productividad y seguridad y poder dar el salto definitivo a orientar toda nuestra actividad hacia el cliente".





Óscar Herrero ha resultado el ganador de la primera edición de 'Seguro que eres un diez'

(SQEUD), en la última gala celebrada en la sede del Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla (Colmedse), en la capital hispalense. En ella, los cuatro participantes finalistas tuvieron que presentar en público un proyecto asegurador creado por ellos mismos.

Óscar Herrero, ganador del concurso SQEUD de Colmedse

Verónika Ruiz, con su presentación 'Prevención y Salud', defendió su proyecto que consistía en un plan preventivo (Sukha) comercializado por mediadores, como complemento al seguro de Salud, para reducir el absentismo laboral, velar por la salud de los trabajadores en las empresas y, por ende, aminorar el uso del seguro.

Javier Morales, por su parte, promocionó su proyecto de 'Correduría de seguros Guilda', un modelo basado en *team buddies*, donde los colaboradores o red comercial, toma protagonismo teniendo a su alcance recursos y herramientas de Inteligencia Artificial (IA), para facilitar la gestión de su día a día y un innovador sistema de control de producción y retribución de incentivos. Óscar Herrero, presentó 'Vidapordias.com' una *insurtech*, donde de forma totalmente online se podía contratar un seguro de Vida para un momento puntual: días, semanas, meses, con la ayuda de IA, siempre bajo la supervisión del mediador. Explicó los pasos que había seguido para crear desde cero esta *startup* que se convertiría en empresa tecnológica del seguro.

Mila Bellido, terminó exhibiendo su proyecto de 'Correduría Bajo Guadalquivir'. Un formato diferencial basado en el capital humano, la colaboración con despachos profesionales, centros médicos y talleres de reparaciones, etc. Y con atención al cliente personalizada 24/7.

Ante la demanda recibida, ya está en marcha la preparación de la segunda edición de SQEUD, con nuevos retos y emociones.

El Consejo General trata la falta de coberturas en la actividad industrial con la DGSFP y el Consorcio

El número de actividades industriales con dificultades para suscribir un seguro sigue en aumento. Por eso, el Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros ha mantenido una reunión a tres bandas con la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones y el Consorcio de Compensación de Seguros para presentarles una situación que, en muchos casos, puede ser "complicada".



Durante la reunión, se puso de manifiesto los problemas de muchas empresas industriales, tanto para renovar los contratos de seguro de cartera, como para suscribir nuevos riesgos.

Los mediadores han señalado que los sectores más castigados son: las empresas de reciclaje y tratamiento de residuos, alimentación en todas sus variedades, plásticos, madera, química, papel, piensos o energías renovables, entre otros.

Javier Barberá, presidente del Consejo General, ha advertido sobre las consecuencias para los negocios de mediación: "El agente y corredor tiene que enfrentarse a situaciones donde no hay posibilidad de ayudar a los clientes cuya industria puede verse sin seguro y las consecuencias que acarrea: pérdida de certificaciones de calidad y falta de financiación para crecer o, simplemente, acometer las mejoras necesarias para reducir riesgos".

Como un posible punto de partida, el Consejo General propuso la posibilidad de crear un pool, de la misma forma que se hizo en su día cuando el cambio de normativa obligó a los corredores a tener póliza de RC profesional sin posibilidad de contratarla en el mercado tradicional. Los representantes de la DGSFP y del Consorcio se comprometieron a estudiar las alternativas que se les presenten.

Por otro lado, el Consejo General ha firmado un acuerdo de colaboración con **Exsel Underwiting Agency** para ofrecer a los mediadores, a través de los colegios, el 'Escudo Ciber', para hacer frente a ciberataques.

El convenio permite a los miembros de Colegios de Mediadores estar protegidos frente a posibles ataques cibernéticos con un precio reducido.

Las coberturas incluyen los costes derivados de la interrupción del negocio; pérdida de beneficios o costes por remediación; restablecimiento de datos; incumplimiento de la Ley de Protección de Datos como consecuencia de un ataque; respuesta personalizada con atención 24/7 a través de técnicos expertos en delitos cibernéticos; robo o transferencia no autorizada de fondos por vía electrónica o responsabilidad legal por la transmisión de un virus a un tercero, entre otros.

El acuerdo incluye, también, la herramienta de gestión de riesgos proactiva, Cloud CareTM que protege al asegurado en tiempo real contra amenazas como el *ransomware* y la pérdida de datos críticos de la empresa. La protección, de nivel empresarial, consta de antivirus, cortafuegos, copia de seguridad en la nube y otras utilidades de seguridad.



Amado Consultoría de Seguros incorpora a Miguel Medina como gerente

Amado Consultoría de Seguros, socio de Cojebro, ha incorporado a Miguel Medina como nuevo gerente de la correduría y se responsabilizará de su gestión integral.

Medina es un profesional con formación y amplia experiencia en el sector asegurador, en el que ha desempeñado puestos de gerencia y labores comerciales y operativas. Al mismo tiempo, se ocupará de modernizar la imagen y los procesos de la

empresa para afrontar los retos actuales y futuros del sector.

Antes de incorporarse como gerente a Amado Consultoría de Seguros, Medina trabajó durante 14 años en la dirección comercial del Grupo Catalana Occidente en



Asturias y, en los últimos 13 años, en SegurCaixaAdeslas como responsable comercial para CaixaBank en Castilla y León, Asturias y Cantabria.

E2K mejora su app de verificación de riesgos para corredores

E2K ha anunciado el lanzamiento de una nueva versión de su app de 'Verificación de Riesgos', programada con una tecnología de última generación que permite un menú de navegación sencillo, una mejor experiencia de usuario (facilidad en su manejo); velocidad de carga mejorada; autoguardado de forma constante; y creación de gestor de administrador, entre otras ventajas.

Según Paloma Arenas, directora general de E2K, "es una herramienta de trabajo fundamental para el corredor a la hora de identificar los riesgos de las empresas. Esta APP sirve de guía para la 'conversación' con el cliente, para recoger de forma completa, estructurada y sistemática toda la información fruto de la observación, el análisis y la experiencia. De esta forma, ayudamos al trabajo del corredor a obtener la mejor cotización adaptada a la pyme".

Arenas destaca además que "esta herramienta permite al corredor la verificación de riesgos in situ de las empresas, a través de un conjunto de trabajos y técnicas, dirigidas a conocer y



describir las distintas características del riesgo, entendido éste como patrimonio expuesto". Con esta aplicación, el corredor de seguros realiza una descripción minuciosa con el objetivo de conocer las características completas de la empresa, lo cual hace posible determinar el mejor programa de seguros.

Los asegurados se fijan cada vez más en los servicios y menos en el precio de las pólizas de Viaje

Más de tres años después del inicio del Covid-19, no cabe duda de que muchas de las transformaciones, tecnológicas, sociales y estructurales que trajo consigo, han llegado para quedarse. Así lo afirmó la doctora Susana de la Fuente, responsable médica de Iris Global, durante el seminario 'Volver a Viajar Seguro', celebrado en el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid. En donde se dijo, entre otras cosas, que los asegurados se fijan cada vez más en las prestaciones que les ofrecen sus aseguradoras y menos en el precio de la póliza.

La sesión inaugurada por Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio, contó, además, con las voces expertas de Zsuzsanna Bodo, responsable del departamento de Asistencia en Viaje; Carlos Nadal, director de negocio asegurador; y Rafael Aznar, de la dirección comercial mediación Zona Centro, para aportar una perspectiva multidisciplinar sobre el futuro de los seguros de Viaje.

Como indicó De la Fuente, es previsible que la recuperación del turismo se alcance, prácticamente, en 2023 en Europa y Oriente Medio, aunque es probable que el impacto de la inflación provoque que, pese al aumento de los turistas, estos gasten menos en sus viajes y estancias.

Bodo alertó de que en el año 2022 se registraron unas cifras de siniestralidad en viajes superiores a las del año 2019, con una can-

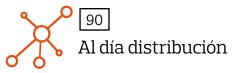


tidad escandalosa de cancelaciones por parte de las aerolíneas durante el verano de 2022. Además, según la experta, los asegurados se fijan cada vez más en las prestaciones que les ofrecen sus aseguradoras y menos en el precio de la póliza.

En este sentido, Carlos Nadal recordó que Iris Global ofrece pólizas personalizadas para cada cliente, acorde con sus necesidades y, según señaló, esta modalidad supone un importante volumen de negocio de la compañía.

Para finalizar, Rafael Aznar puso de manifiesto que, tras el estallido de la pandemia, la contratación de seguros se disparó del 25 al 60%. Además, el experto hizo hincapié en que "nos sentimos muy protegidos cuando viajamos por Europa, pero la Tarjeta Sanitaria Europea no cubre los traslados

hospitalarios o la repatriación de restos, por lo que contratar un seguro sigue siendo imprescindible para viajar con la máxima tranquilidad dentro y fuera de la Unión Europea". En otro orden de cosas, el Colegio ha anunciado que el próximo 29 de junio, se celebrará la séptima edición de Madrid Seguro bajo el lema 'Inteligencia Artificial & Seguro: Aliados de Futuro'.



Apromes integra a su red al broker Jhasa

El broker **Jhasa**, se incorpora a **Apromes**, reforzando la expansión corporativa de la marca apoyando la presencia con la que cuenta la asociación en países de Latinoamérica.



Jhasa continua de este modo con su estrategia de crecimiento bajo un acuerdo de colaboración que le conecta con la red de *partners* de Apromes.

Esta asociación cuenta con una red de socios similares en seis países de Iberoamérica, lo que significa una oportunidad de desarrollo de las actividades profesionales y comerciales de la correduría.

La incorporación de Jhasa se basa en una relación *win win* en la que el broker aporta sólidas relaciones favoreciendo al colectivo de asociados de Apromes, especialmente en los sectores de Energía, Construcción y M&A además de más de veinticinco años de experiencia en los mercados de la distribución, donde destaca en servicios especializados en el asesoramiento y diseño de productos.

En otro orden de cosas, Apromes ha informado a sus socios por videoconferencia sobre los últimos requerimientos de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP). El presidente de Apromes, Javier García-Bernal, destacó que una de las misiones de la corporación es la de asesorar puntualmente acerca de los requisitos normativos, exigidos para el ejercicio profesional. Resaltó la importancia de contar con diversos servicios, entre ellos, el de asesoría técnica y cuya titular es la letrada del ilustre Colegio de Madrid, Ana Moreno, que manifestó que este requerimiento guarda relación con la puesta a disposición de DGSFP de datos de corredores y corredurías sobre el ejercicio de mediador complementario, cuenta con clientes o código LEI. Del mismo modo, recordó los requisitos y obligaciones necesarios para el mantenimiento de la autorización administrativa.



La correduría Santasusana avanza en la digitalización de su negocio

La correduría Santasusana y MPM han cerrado un acuerdo para la implantación del software segElevia para la gestión integral del negocio asegurador que está totalmente operativo.

Santasusana pretende trabajar con un sistema de gestión homogéneo, centralizado, basado en tecnologías en la nube que facilita el desempeño de tareas de gestión de forma centralizada y la optimización de flujo de trabajo mediante la automatización de los principales procesos de gestión y de intercambio de información con aseguradoras.

ACS-CV forma a sus corredurías sobre la presentación de la DEC

El salón de actos de la Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV) ha acogido los cursos Documentación Estadístico Contable (DEC) 2023 y 'Memoria de contenidos. Presentación de la información estadístico-contable', impartidos por Jorge Manuel Pascual.

Estas formaciones, de gran utilidad para poder presentar la DEC de manera correcta a través de los software de gestión de SIMS y Segurlif, estuvieron dirigidas al personal de las corredurías que cuenten con esos programas.

En el primer curso se mostró cómo introducir en los programas de gestión todos los datos requeridos, así como el envío tanto a la plataforma de la Generalitat Valenciana como a la de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

Por su parte, el curso de Segurlif 'Memoria de contenidos. Presentación de la información estadístico-contable' aportó detalles sobre la información general a presentar, la generación de la información estadístico-contable desde el programa, los métodos de presentación de la información en función del registro de cada correduría y la documentación necesaria para realizar la presentación.

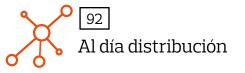
Asimismo, la asociación dedicó otra jornada a la figura del perito tercero, con la colaboración de la Asociación de Peritos de Seguros y Comisarios de Averías (Apcas). El objetivo fue despejar las dudas que surgen en la interpretación del artículo 38 de la Ley de Contrato de Seguro en cuanto al nombramiento de la figura del perito tercero y en la conveniencia de proceder vía notarial o acudir al juzgado de lo mercantil.



Por otro lado, ACS-CV ha celebrado el taller presencial 'Mujeres sin límites', impartido por Francis Ferris, abogada, coach certificada y facilitadora en temas de sexualidad consciente desde la perspectiva de género; y por José Luis Vázquez, médico cirujano, terapeuta cognitivo comportamental y orientador en sexología. Según Ferris, que también es responsable de Motivación de ACS-CV, "queremos visibilizar el papel de las mujeres en el seguro, así como, transformar los estereotipos que afectan a las mujeres en su desempeño profesional".

A través de consejos y diferentes técnicas Ferris y Vázquez ofrecieron claves para aprender a fortalecer su autocuidado, bienestar y autoconocimiento, logrando el equilibrio entre su poder personal y profesional y a negociar en lugar de confrontar.

Por último, señalar que la asociación ha renovado su acuerdo con la **Escuela de Seguros Campus Asegurador**.



Instituto de Desarrollo Asegurador presenta su plataforma Protege Tu Movilidad

Instituto de Desarrollo Asegurador,

que pertenece a la plataforma de Empresas por la Movilidad Sostenible, ha lanzado al mercado un nuevo hub para que los clientes, tanto particulares como empresariales, puedan asegurar estos nuevos modelos.

"Los seguros tradicionales en los que pagabas una prima anual para proteger tu coche y a sus conductores, tasados y especificados en el contrato, siguen siendo válidos para ese modelo concreto de movilidad, pero ahora convive con otras opciones que no son excluyentes, por lo que el mercado tiene que responder", explica Cristina Llorens, directora de Desarrollo de Negocio del Instituto de Desarrollo Asegurador. Esta correduría ha lanzado recientemente la plataforma 'Protege Tu Movilidad', que se erige como un punto de encuentro digital en el que los usuarios pueden encontrar soluciones aseguradoras adaptadas a cada modelo de movilidad que existe en la actualidad.

"Si las formas de movernos cambian y se amplían, también tenemos que hacerlo a la



hora de asegurarnos, por lo que 'Protege Tu Movilidad' facilita el acceso a esos seguros y permite contratar los productos necesarios, personalizarlos y gestionarlos", explica Llorens.

La plataforma ya ha sellado un acuerdo con Carné Xove de Galicia para ofrecer a sus más de 200.000 usuarios, descuentos y condiciones preferentes de contratación en los seguros para patinetes eléctricos y bicicletas.

El acuerdo entre la plataforma Protege Tu Movilidad y Carné Xove de Galicia sigue la estela del sellado recientemente con el Carné Joven de la Comunidad de Madrid. Gra-



Francisco Rodríguez dirigirá Aon en Asturias

Aon ha anunciado el nombramiento de Francisco Rodríguez como director en Asturias, donde la firma está presente y ha acompañado a las empresas locales desde hace más de 30 años.

Rodríguez cuenta con más de 23 años de experiencia y una extensa carrera profesional dentro de Aon, habiendo desarrollado diferentes responsabilidades tanto a nivel regional como de ámbito nacional e Iberia. Con anterioridad a su reciente puesto como director de Riesgos Paramétricos de España y Portugal, desempeñó, entre otras, las funciones de director de la oficina de Vigo, director técnico del área Centro Noroeste o director de Empresas Multinacionales del área Centro Noroeste.

Por otro lado, Aon ha estrenado su nueva sede corporativa de España en el edificio Velázquez 86d de Madrid. Su objetivo es garantizar la optimización de la tecnología, la sostenibilidad y el bienestar de sus empleados.

Jesús Nagore y Asefa Seguros, Premios Mediaoro 2022 del Colegio de Navarra

Jesús Nagore, recientemente jubilado en Allianz, y Asefa Seguros han sido galardonados con el Premio Mediaoro 2022 del Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra.

Nagore dijo que "pese a los cambios tecnológicos y la concepción de cómo funciona el seguro, hay algo que no debe fallar: la confianza", pilar "fundamental" del sector. En este sentido, afirmó que "los mediadores de seguros son totalmente necesarios e insustituibles, porque, en definitiva, son quienes deben transmitir el correcto asesoramiento, el enfoque de las necesidades del cliente, adecuado a sus realidades, no a estrategias o a intereses económicos".



RibéSalat sigue con su estrategia de atracción de talento con la incorporación de Maurici Torres como nuevo director Técnico y de Operaciones y de Sandra Samartín como responsable de Empresas, para reforzar el plan de crecimiento previsto para este año.



Maurici Torres y Sandra Samartín se unen a RibéSalat

Con más de 30 años de experiencia en el sector, Maurici Torres se encargará de gestionar un equipo especializado en siniestros, calidad y proyectos o mejora continua, además de supervisar y evaluar riesgos. También formará parte del Comité Ejecutivo de la compañía. Licenciado en Ingeniería por la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC), ha trabajado en Prepersa (del Grupo Catalana Occidente) o en Aon, donde dirigió el área de Broking y, más tarde, fue nombrado Head of Commercial Risk Solutions de la correduría, combinando ambas posiciones. Ha coordinado los departamentos de Specialties, Colocación, Consultoría y Siniestros de la oficina de Barcelona en Aon, cargo que ha ejercido hasta la fecha.

Por su parte, como responsable de Empresas y Grandes Cuentas, Sandra Samartín se ocupará de gestionar la cartera, además de detectar nuevas oportunidades de negocio y apoyar al departamento comercial en la captación y desarrollo de nuevos clientes. Diplomada en Marketing y Gestión Empresarial, ha desarrollado su trayectoria profesional en compañías como Mapfre, Aon o GDS. Hasta su incorporación a RibéSalat ha ejercido de responsable de la Unidad de Arte y Colecciones Privadas en Confide. En otro orden de cosas, la correduría y **Keewaymotor España** han renovado un año más su acuerdo de colaboración. Gracias al convenio, la marca podrá seguir ofreciendo a sus clientes una serie de ventajas y productos exclusivos, como pólizas especializadas en la compraventa de todos sus modelos, o el programa de extensión de garantía de tres a cinco años para las motocicletas Benelli y MBP de cilindradas 500cc y superior.





Los colegiados valencianos asisten a una masterclass sobre planes de pensiones

La sede del Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia ha acogido una masterclass sobre planes de pensiones de Allianz.

Vicente Albir y David Blanco, consultores financieros de la Dirección Comercial de Levante de la aseguradora, desgranaron las características, fortalezas y debilidades de los planes de pensiones individuales y colectivos, exponiendo sus tipologías básicas, así como la importancia de contar con uno adaptado a las necesidades particulares.

El Colegio de Castellón acude a la jornada sobre seguros éticos convocada por el Consejo autonómico



El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón ha estado presente en la jornada sobre 'Seguros Éticos y Economía Sostenible, una realidad al servicio del sector de la mediación de seguros de la Comunidad Valenciana. Retos del Sello Ético Ethsi', organizada por el Consejo de Colegios de Mediadores de Seguros de la Comunidad Valenciana.

El vicepresidente del Colegio, Fernando Solsona, fue el encargado de la inauguración junto con José Vicente Soler, director general de Economía Sostenible de la Generalitat. Tras su intervención comenzó la mesa redonda sobre seguros éticos, economía sostenible y los retos del sello ETHSI, un distintivo de calidad ética y solidaria que valora el grado de transparencia y buenas prácticas que llevan a cabo las aseguradoras, los gestores aseguradores y los productos que comercializan, y se reflexionó y debatió sobre la nueva realidad.

Por otro lado, los colegiados castellonenses pudieron asistir a una jornada formativa sobre las novedades de la Declaración Estadístico Contable (DEC) de 2022 y recordar los cambios implementados en el pasado ejercicio. En ella se trataron 3 puntos fundamentales: la cuenta de clientes, las novedades en la DEC del ejercicio 2022 y la falta de efectividad de actividad del corredor de seguros.

Entre las novedades de la DEC 2022, se añade información sobre la tasa de presencia de ambos sexos en la actividad de mediación en el ámbito autonómico valenciano. También se informó acerca del número de pólizas intermediadas por el mediador con domicilio del tomador fuera de la Comunitat Valenciana. Asimismo, se informó sobre el Plan de la Dirección General de Economía Sostenible para 2023 que recoge las acciones correctoras ante la situación de los corredores en los que incurra la falta efectiva de actividad.

Coseba abre cuatro nuevas oficinas y se incorpora al mercado canario

La correduría **Coseba 1986** ha anunciado la apertura de cuatro nuevas oficinas dentro de su red de distribución en el primer trimestre del año. Se trata de dos oficinas Premier, una en Baza (Granada) y otra en Andújar (Jaén), y otras tantas oficinas Connexta en Gibraleón (Huelva) y Las Palmas de Gran Canaria, lo que supone la primera incursión que realiza en las islas.

Con estas nuevas incorporaciones, son ya un total de 54 las oficinas Premier y seis las oficinas Connexta que Coseba tiene repartidas por todo el territorio español, que se suman a las cuatro oficinas Inicia además de la central en Córdoba, sucursales en Sevilla y Valdepeñas y un punto de venta en Madrid.



Espabrok comienza sus reuniones zonales en La Coruña

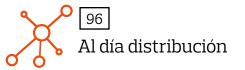
Espabrok ha iniciado en La Coruña su primera etapa de las 7 reuniones zonales previstas con toda su red. Bajo el lema 'Comprometidos con rumbo al éxito', va convocando a sus 117 corredurías en La Coruña, Valencia, Barcelona, Sevilla, Bilbao, Madrid y Almería.



La agenda de las diferentes jornadas gira sobre un nivel alto de participación de los asistentes y puesta en común de iniciativas que consolidan la estrategia de Espabrok para los próximos ejercicios. Así como la búsqueda de la mejora continua de la oferta de servicios de la organización hacia sus asociados y el seguimiento de negocio con los diferentes proveedores.

"Tener encuentros con un número reducido de corredurías, nos permite ganar en cercanía con nuestra red, tener una agenda donde prima la intervención y escucha de valiosas opiniones", han mencionado desde Espabrok.

Por otro lado, la asociación ha incorporado a **Brokalia** a su red, sumando así ocho nuevas corredurías en lo que va de año. Con esta inclusión, se aproxima a las 120 corredurías, presentes en las 17 comunidades autónomas y en 44 provincias.





Söderberg & Partners adquiere la participación de JZI en Grupo Galilea

La empresa sueca Söderberg & Partners ha llegado a un acuerdo con la firma de inversión JZ International ("JZI") para adquirir su participación mayoritaria en el grupo español Grupo Galilea.

La operación, el primer proyecto buy & build de éxito en el sector de la correduría de seguros en España, marca el siguiente capítulo en la trayectoria de expansión de Galilea, tras 18 años de fructífera colaboración con JZI. "Grupo Galilea continuará operando exactamente igual que ahora. La gestión, los socios y el personal seguirán siendo los mismos", explica José María Galilea, presidente de Grupo Galilea. Söderberg & Partners ha entrado recientemente en el mercado español mediante la adquisición de una participación en

ERSM Grupo. Ahora, con la adquisición de Grupo Galilea, la compañía ha establecido una base sólida para continuar su expansión en España. "Estamos encantados de asociarnos con Grupo Galilea y esperamos poder ayudarles a entrar en un nuevo capítulo de expansión. Con dos empresas de tanto éxito como Grupo Galilea y ERSM Grupo en nuestra red española, tenemos grandes expectativas para nuestros futuros proyectos en el mercado", afirma Gustaf Rentzhog, consejero delegado de Söderberg & Partners.

El CCC organiza una formación comercial

El Club Catalán de Corredores de Seguros (CCC) ha llevado a cabo una jornada de formación comercial con la participación de algunas de las aseguradoras con las que colabora habitualmente. En la última jornada realizada en el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona participaron Ca Life, MMT, Reale y Zurich.

El objetivo de la jornada fue profundizar en los productos y la argumentación comercial para seguir mejorando el asesoramiento que se brinda a los clientes de los socios de las corredurías. En este sentido, las compañías pusieron el foco en las ventajas y características de los productos especiales diseñados para el CCC.





Confluence Group instruye a sus colaboradores en compliance legal

La red de corredores que conforman Confluence Group han recibido una formación sobre *compliance* legal de la mano del letrado especialista en cumplimiento normativo en el sector seguros, David Tierno.

Para esta correduría existe un fuerte compromiso adquirido en el cumplimiento de las obligaciones a las que está sujeta, y no sólo en cuanto a leyes y normativas legales en todos los campos de actuación sino también aquellas normas y reglamentos internos y buenas prácticas que han elaborado de manera interna (código ético, régimen disciplinario, dossier de valores, protocolo protección contra acoso sexual...) destinando un departamento exclusivamente a la supervisión del cumplimiento por parte de trabajadores y colaboradores.



Howden Iberia gestionará el seguro de daños materiales de Galicia

Howden Iberia gestionará el seguro de daños materiales de Galicia durante los dos próximos años y con posibilidad de prórroga de otros dos adicionales.

El broker ha conseguido la adjudicación del contrato de mediación de seguros para riesgos referidos a daños materiales de los bienes que integran el patrimonio de la Comunidad Autónoma de Galicia tras la resolución de adjudicación del contrato por el secretario técnico y de Patrimonio, de acuerdo con la propuesta realizada por la mesa de contratación. La prima total anual de la póliza es de 1.664.999 euros.

En otro orden de cosas, la correduría ha reunido durante dos días en Oporto a 250 directivos en su convención anual, cuyo lema ha sido 'Pies en la Tierra, mirada en el cielo'. Se trata de la primera vez que la empresa reúne a todos sus directivos tras la adquisición de March RS.

La situación del Grupo a nivel mundial, los objetivos de la parte corporativa,



las posibles sinergias entre los departamentos de la empresa tras las últimas adquisiciones, la transformación digital, la filosofía *People First* o los planes de retribución flexible fueron algunos de los temas que se abordaron a lo largo de las sesiones.



El Colegio de Asturias celebra su Asamblea General 2023

El Colegio de Mediadores de Seguros de Asturias ha celebrado su Asamblea General, en la que se ha puesto en valor la figura del mediador.

El encuentro se inauguró con el informe del presidente del Colegio, Reinerio Sarasúa, quien destacó la capacidad de la mediación para adaptarse a los cambios que le afectan directamente, pero, sobre todo, a los cambios que afectan a los clientes, que pertenecen a sectores



diversos y viven circunstancias y acontecimientos muy distintos.

Sarasúa explicó que, en el contexto actual, es más importante que nunca crear escenarios que permitan garantizar la esencia de nuestra profesión: asesorar libremente en la contratación de pólizas y prestar la asistencia necesaria en caso de siniestro. Algo que, de un tiempo a esa parte, no está exento de obstáculos. "Para ello, como profesionales, debemos replantearnos qué negocio queremos tener y revisar nuestras estrategias de desarrollo. Y, como colectivo, debemos defender nuestros intereses y reforzar nuestro peso dentro del mercado. En estos momentos de incertidumbre es cuando se hace más necesario seguir creciendo y mejorando como colegio".

El balance económico de 2022 y el presupuesto para 2023 fueron aprobados por unanimidad. El vicepresidente del colegio, Ignacio Friera, fue el encargado de presentar la memoria anual, en la que se recogen las actuaciones más relevantes llevadas a cabo durante el pasado ejercicio, para dar soporte a los mediadores colegiados en el desarrollo de la actividad profesional que ofrecen a la sociedad, y representar y defender los intereses que afectan a la mediación.



JMG Mediación de Seguros se adhiere a Ágora Broker

Ágora Broker, socio de Cojebro, que integra corredores y corredurías de seguros que persiguen un nuevo modelo de negocio basado en una mayor orientación al cliente y en una mejora de la actividad comercial, ha integrado en su proyecto a JMG Mediación de Seguros.

"Tenemos en marcha un proyecto empresarial que pretende cambiar la orientación del modelo de negocio, optimizando recursos y potenciando la actividad comercial", señala Vicente Pino, CEO de Ágora Broker. "Nuestro objetivo es conseguir la integración de corredores y corredurías de seguros que quieran compartir la idea de iniciar una transformación, apostando por una mayor orientación al cliente y una mejora de la actividad comercial".

Los mediadores de Valladolid se forman sobre la nueva directiva en

materia de RC en Automóviles

El Colegio de Mediadores de Seguros de Valladolid, con el patrocinio de Divina Seguros, ha organizado una charla sobre 'La gestión de accidentes de circulación con componente extranjero y la nueva Directiva 2021/2018 en materia de RC y Seguro en la circulación de vehículos a motor'.

La jornada arrancó con la ponencia de Joaquín Ortiz, director de la asesoría jurídica de Ofesauto, quien trasmitió la evolución histórica para la creación del sistema de Carta Verde, el sistema de protección de visitantes, así como el seguro de frontera necesario por nuestra situación geográfica. A continuación, Alejandro Arango, director de Operaciones de Ofesauto, desde un enfoque más práctico, explicó el tratamiento de accidentes de circulación con vehículo extranjero así como la Directiva UE 2021/2118 relativa al seguro de la Responsabilidad Civil que resulta de la circulación de vehículos y el control de la obligación de asegurar esta responsabilidad.



WTW asesorará a proyectos innovadores de salud y bienestar



WTW y la aceleradora de *startups* **UnLimited Spain** han unido fuerzas para promover el impulso a la innovación y el emprendimiento social en nuestro país.

La alianza sellada entre ambas entidades tiene una aproximación dual. De un lado, incluye un proceso de sensibilización para directivos de WTW, quienes podrán conocer la importancia del propósito empresarial y el impacto social en las empresas del futuro. De otro lado, la iniciativa proporcionará diferentes sesiones de *speed mentoring* en las que, a través de sesiones de *coaching* personalizado de una hora y media de duración, expertos de WTW estarán en contacto directo con los proyectos desarrollados por *startups* seleccionadas por UnLImited Spain bajo el criterio de que innoven y/o mejoren soluciones ya existentes, principalmente en el sector de la salud y el bienestar.



El Colegio de Toledo presenta el Estudio sobre legibilidad de los seguros de Automóvil al supervisor de Castilla–La Mancha

El presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Toledo, Enrique García

Mérida, ha entregado el 'Estudio sobre la Legibilidad de los seguros de Automóvil' al director general de Política Financiera, Tesorería y Fondos Comunitarios, Francisco Hernández, responsable de las competencias de Supervisión de Seguros en Castilla La Mancha.

El estudio, realizado por el Centro de Estudios del Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros (Cecas), ha tomado como muestra los condicionados de diez de las principales aseguradoras de Automóvil en España, que representan al 75% de las primas.

Según el informe, las pólizas de seguro analizadas son técnicamente incomprensibles para un lector medio, tanto por tiempo de lectura como por legibilidad. Su correcta comprensión requiere un nivel medio de formación superior: graduado o licenciado universitario para los más fáciles. Los más complejos exigen haber acabado los estudios de Derecho, Económicas o similar.

En opinión del presidente del Colegio de Toledo "la labor del mediador de seguros es fundamental para poder informar y asesorar al cliente en todos los contratos de seguros, incluso en el seguro del coche, que a priori, todo el mundo cree que puede conocer, y luego se comprueba que no es así". La institución colegial pretende difundir la importancia de estar asesorados antes de contratar un seguro, y formar a los profesionales de la mediación de seguros y estudiantes que puedan ver en este sector, un futuro profesional.



El Colegio de Lérida estrena sede

El Colegio de Mediadores de Seguros de Lérida cuenta con una nueva sede con un espacio amplio y más abierto para proporcionar un mejor servicio a los colegiados.

Esta nueva sede ofrece más prestaciones para impartir formaciones presenciales, hacer reuniones o concertar visitas.



Senda Vivir Seguros crece casi un 8% en 2022

Senda Vivir Seguros ha experimentado un crecimiento del 7,9% en 2022. En este momento, cuenta con 47 corredurías que operan en todo el territorio nacional, excepto en el archipiélago canario, Ceuta y Melilla.

La organización tiene un total de 262.000.000 de euros de cartera, compuesta en un 27% por Autos, en un 53% por Diversos; y en un 20% por Vida.

"Continuamos trabajando para crecer en 2023, tanto en la atracción de clientes como de nuevos socios", han comentado desde la compañía. Por otro lado, tras finalizar la primera fase de la campaña publicitaria en medios nacionales, la asociación de corredores ha firmado un acuerdo con **Grupo COPE** para dar continuidad a su mensaje en las diferentes provincias, dando visibilidad directa a cada una de las corredurías que forman la asociación.





Quality Brokers nombra a Sergio Alonso director comercial

Quality Brokers ha nombrado a Sergio Alonso director comercial. De esta forma, refuerza y dirige diversas áreas estratégicas para contribuir al crecimiento y desarrollo de los servicios prestados por la correduría: integración de nuevos negocios, dirección de equipos comerciales, atención de negocio directo, coordinación del modelo comercial de franquiciados y red de oficinas propias QB.

Licenciado en Derecho por la Universidad de Valencia y Executive MBA por la ESIC, posee una dilatada experiencia profesional y comercial de casi 15 años en Previsora General. Además, es miembro del Claustro del Cecas.



El fútbol se suma a la XI edición del Camino de la Integración con la participación, como peregrinos, de varios integrantes del equipo ELC Special Skills, pertenecientes al Club de Fútbol Electrocor Las Rozas.

El Consejo General suma al equipo Special Skills de Electrocor Las Rozas a su Camino de la Integración

El grupo, compuesto por 60 peregrinos, cuenta con integrantes pertenecientes a las asociaciones Apnaba y Aspanias, así como allegados de los colegios de mediadores y de Iris Global, patrocinador de la iniciativa, además de familiares, voluntarios de apoyo y organización para llevar a cabo el viaje de una forma segura.

La actividad, que permite a personas con discapacidad diversa realizar varias etapas del Camino de Santiago, está organizada por los Colegios de Mediadores a través del Consejo General. Arrancará el martes 9 de mayo con el traslado a Portomarín (Lugo) de tres grupos, uno con salida desde Madrid, otro desde Badajoz y un tercero desde Burgos. Los participantes completarán las cinco últimas etapas del Camino Francés, teniendo previsto su regreso el lunes 15 de mayo.

RibéSalat patrocina la XIII BTT Masadas de Ejulve

RibéSalat ha sido uno de los patrocinadores de la BTT Masadas de Ejulve, una prueba de mountain bike que se ha perfilado como una de las más relevantes del panorama de la BTT en Aragón y, este año, también a nivel nacional e internacional UCI C2.

La carrera dispuso de dos rutas de diferente duración e intensidad. El recorrido largo, que es la prueba UCI C2, contó con 70,94 km y 1.900 metros de desnivel que discurrieron por los caminos, bosques, montañas y sendas, propias de la orografía de Ejulve.

El deportista español que compite en ciclismo de montaña en la disciplina de campo a través y actual Campeón de España de XCM y ganador de una medalla de plata en el Campeonato Europeo de Ciclismo de Montaña de 2012, Sergio Mantecón, se hizo con la segunda posición. La medalla de oro fue para el ciclista profesional alemán Simon Stiebjahn.





Grupo S4 apoya la VII Carrera Nocturna de Nigrán

Grupo S4 ha sido el patrocinador único de la VII Carrera Nocturna Nigrán S4, del 7 de mayo en Playa América, donde contó, como madrina, con la presencia de la piragüista y subcampeona olímpica Teresa Portela.

La Carrera Nocturna Nigrán S4 contó un año más con dos distancias en la categoría de adultos (5 y 10 kilómetros), ambas en su totalidad sobre asfalto. Previamente también hubo diversas carreras para los más pequeños en función de su edad.

Además, Teresa Portela, como madrina de la carrera, llevó a cabo diversas actividades con los más pequeños de la casa como calentamientos guiados y fue la encargada de dar el pistoletazo de salida.

La edición de este año contó con sorpresas y actividades alrededor del recorrido de la carrera para que familiares y amigos de los participantes disfrutaran del evento y de la puesta de sol en un marco incomparable.



Grupo Bárymont patrocina el evento deportivo FID de Miraflores de la Sierra

La experiencia FID Miraflores contó con el patrocinio del **Grupo Bárymont** que ya estuvo presente en otras experiencias FID



Este evento deportivo tiene como objetivo acercar a la ciudadanía los valores del deporte y contó con la presencia de deportistas de la talla de Emilio Amavisca, Fernando Sanz o Ruth Beitia entre otros.

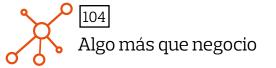
La correduría Kalibo organiza la I Jornada Canina y Familiar de Zaragoza

La correduría **Kalibo** ha organizado con la Consejería de Servicios Públicos y Movilidad del **Ayuntamiento de Zaragoza** la I Jornada Canina y Familiar de Zaragoza. En ella, se desarrolló la 'Kalibo 5K Andada Canina y Familiar', taller de primeros auxilios para mascotas, consejos legales, las Tribus del Parque, exhibición de perros policía y de perros bomberos.



La Jornada ha sido al aire libre, en el corazón del Parque del Agua Luis Buñuel de Zaragoza, y ha contado con la participación activa de Natalia Chueca, candidata a la alcaldía de Zaragoza para las próximas elecciones municipales.





Confluence Group idea un concurso para los niños ingresados en el hospital

La correduría **Confluence Group** ha puesto en marcha la iniciativa #Una Gran Sonrisa, que busca ayudar a los más pequeños a tomar conciencia de la necesidad de ayudar a otros.



La iniciativa consiste en un concurso de ilustraciones donde los más pequeños hacen un dibujo animador con la frase "Una gran sonrisa" y se les

hace llegar a otros niños que están en un proceso de enfermedad. Los ganadores han tenido la oportunidad de asistir a un taller de técnicas avanzadas de dibujo para niños.

Además, se ha impartido el mismo taller en el hospital Universitario Reina Sofía de Córdoba para niños ingresados.

Junto a los dos talleres, se ha impartido una pequeña charla a los pequeños sobre los beneficios del ánimo y otras muestras de afecto en procesos de enfermedad y han vivido de primera mano la satisfacción de apoyar a quien más lo necesita.

Mena Asesores ha

presentado el cortometraje 'La selva de cristal' en los cines Odeón de Elche. Un documental producido por la ONG Oxizonia y patrocinado por Cojebro.



Mena Asesores presenta el documental 'La selva de cristal' en los cines Odeón

Luis Carlos Mena, socio director de Mena Asesores y vicepresidente de Cojebro, se siente orgulloso "de haber llevado a cabo esta presentación porque es la puesta de largo, aquí en Alicante, del trabajo dirigido por Gerardo Olivares y protagonizado por Arturo Valls. 'La Selva de Cristal' muestra el deterioro de la Amazonía Peruana y su objetivo es concienciar y enseñar la importancia de construir una sociedad respetuosa con el medio ambiente".

Tras la proyección, que duró unos 25 minutos y captó el interés del público asistente, hubo un turno de preguntas que prolongó el encuentro con una animada conversación sobre la biodiversidad del principal pulmón del planeta en un momento en que el bioma amazónico y la población indígena de la región se encuentran gravemente amenazados por el cambio climático y la presión de las industrias mineras y madereras ilegales.

A la presentación también asistió el socio fundador de la ONG Oxizonia José Ramón Mena, hermano de Luis Carlos, que promovió y asistió al rodaje y contó a los asistentes cómo, gracias a Cojebro y a las seis aseguradoras que han participado (Allianz, Axa, Generali, Plus Ultra, Reale y Zurich) "Ahora si hemos alcanzado el sueño de llevar a la pequeña y gran pantalla la realidad de la Amazonía Peruana. Ojalá que, a través del documental y de actos como este, seamos capaces de seguir generando conciencia en las personas, algo tan necesario para el medio ambiente y mucho más para nosotros".

Revista online para corredores y corredurías

Información relevante para pymes y autónomos

A diario

Accede a las noticias que te interesan en

Los trabajadores con largas carreras de cotización

RESP



que el Banco Sabadell impuso a un particular





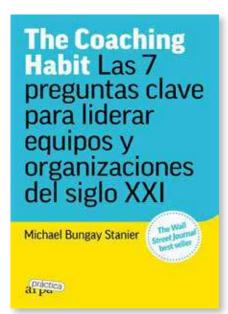
Pon un Beatle en tu empresa

Lecciones para tu negocio

Roger Pastor

Editorial: Marcombo **Precio:** 15,40 € libro impreso 14,24 € libro digital

El día en que un John Lennon de 16 años conoció a un Paul Mc-Cartney de 15, dejó una lección de liderazgo que se debería enseñar en todas las escuelas del mundo: ¿Prefieres un equipo con personas más potentes que tú o te conformas con la mediocridad? En este libro navegarás entre las historias que los convirtieron en la banda con más éxito de la historia mientras sacas valiosas lecciones para tu negocio: 10 maneras de innovar y pensar diferente, que los Beatles aplicaron en sus discos; Cómo dirigir tu empresa con visión y corazón como hizo John Lennon; El motivo que te impide llegar a tus objetivos y que mandó a George Harrison a la India; Cómo crear productos increíbles utilizando tus errores como en A Hard Days Night; La lección de liderazgo que dio Paul McCartney al asumir el rol de bajista; Los factores que los separaron y que (si no anticipas) pueden acabar con tu proyecto....



The Coaching Habit

Las 7 preguntas clave para liderar equipos y organizaciones del siglo XXI

Michael Bungay Stanier

Editorial: Arpa practica **Precio:** 19,90 € libro impreso

El liderazgo de equipos y organizaciones está en plena transformación. Muchos de nosotros no queremos ni mandar ni que nos manden. Preferimos trabajar en equipo, empatizar con los demás, enseñarles lo que sabemos hacer bien y ayudarles a crecer, y esperamos que ellos hagan algo parecido con nosotros. El coaching es la piedra de toque de esta transformación.

El éxito de este libro radica en condensar la práctica del coaching en diez minutos diarios y siete preguntas esenciales que ayudarán a todo tipo de líder a forjar equipos más sólidos y obtener mejores resultados.



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

El ENVÍO PERIÓDICO DE UNA NEWSLETTER

te permite enviar contenidos interesantes a la vez que le haces saber todos los seguros en los que trabajas. Si no tienes tiempo, nosotros lo hacemos por ti a un **PRECIO AJUSTADO A TUS NECESIDADES**, con envíos de newsletters mensuales o bimestrales. Confía en periodistas con **GRAN EXPERIENCIA** en el mundo económico y empresarial para hacer un buen contenido.



El video marketing al alcance de las pymes y emprendedores

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



La fuga de información empresarial crece un 32%

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

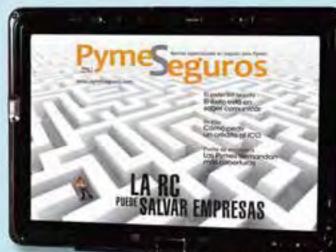


Se quiere potenciar la presencia de los autónomos mayores de 55 en las Redes Sociales

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

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

PymeSeguros y corredores y corr



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



A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA WEB WWW.PYMESEGUROS.COM