Premio San Francisco Javier
de Anacose en 2012

# PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

Número 130 Diciembre 2023

www.pymeseguros.com

**Visión de experto**
Miguel Sanz, gerente de Riesgo y Gestión Correduría de Seguros. "Pymes y autónomos, pilares de crecimiento del ramo de Accidentes"

**Punto de encuentro**
Los seguros de flotas se adaptan a riesgos más complejos

**Más a fondo**
La profesionalidad del corredor gana peso en la sociedad

**In situ**
Ámbitos en los que el RIS influirá en el corredor

**Miguel Ángel Blanca,** director comercial de Previsión Mallorquina

## La **ILT** sigue siendo un gran desconocido entre los autónomos

beazley

Insurance. Just different.

# Perspectiva

Es maravillosa.
Da igual por
donde lo mires

# Los corredores de seguros tienen un papel relevante en la sociedad

Los que optan por contratar el seguro a través de corredores, valoran su conocimiento del sector y buen precio. Sin embargo, el colectivo tiene ante sí un gran reto: hacer llegar su labor a la población más joven, toda vez que casi un tercio confiesa que no contrata seguros a través de ellos porque desconocen sus servicios (ver **Más a fondo**).

Este papel relevante en la sociedad se hace más patente en los seguros que necesitan de una cierta especialización, como es el caso de flotas. Una modalidad que se está viendo especialmente impactada por la subida de los costes, que ha provocado que las primas, que durante la pandemia sufrieron un descenso, estén aumentando y adaptándose a unos riesgos cada vez más complejos. Algunos tipos de vehículos, como los VTC o los dedicados al comercio electrónico, están sufriendo especialmente esta presión del mercado, por la fuerte evolución de sus negocios, que ha empeorado su siniestralidad y complicado su aseguramiento (ver **Punto de encuentro**).

También ocurre así en el seguro de ILT. Un producto que se ha visto favorablemente impactado por la reforma en las bases de cotización de autónomos de Seguridad Social, que se inició el año pasado, porque deja ver, si cabe, aún más la necesidad de complementar las prestaciones públicas con un seguro personal de baja laboral. Supone una oportunidad de negocio. El problema es que este seguro sigue siendo un gran desconocido entre los autónomos (ver **Hablando claro**).

Precisamente los autónomos y las pymes son los pilares del crecimiento del seguro de Accidentes, porque, aunque el grado de aseguramiento en estos momentos es importante en este ramo, todavía queda mucho camino que recorrer hasta conseguir, que todas las empresas y autónomos cuenten con el seguro de Accidentes que necesitan. Para incrementar ese porcentaje, se propugna por la obligación de su aseguramiento por convenio en todos los sectores con unos capitales adecuados a cada actividad (ver **Visión de experto**).

**Carmen Peña**
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

# Sumario

## Staff

**Directora**
Carmen Peña
carmen@pymeseguros.com

**Periodista**
Aitana Prieto
aitana@pymeseguros.com

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

**Diseño y maquetación**
Estudio 9C

**Fotógrafa**
Irene Medina

**Banco De Imágenes**
Fotolia

**06 Hablando claro**
Miguel Ángel Blanca, director comercial de Previsión Mallorquina. La ILT sigue siendo un gran desconocido entre los autónomos

**10 Visión de experto**
Miguel Sanz, gerente de Riesgo y Gestión Correduría de Seguros. Pymes y autónomos, pilares de crecimiento del ramo de Accidentes

PymeSeguros Revista online para corredores y corredurías

Número 130 { Diciembre 2023 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

03 **Editorial**
Los corredores de seguros tienen un papel relevante en la sociedad

36 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

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

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

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

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

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

14 **Punto de encuentro**
Los seguros de flotas se adaptan a riesgos más complejos

20 **Más a fondo**
La profesionalidad del corredor gana peso en la sociedad

26 **In situ**
Ámbitos en los que el RIS influirá en el corredor

32 **Empresa segura**
La importancia de cuidar la salud en las empresas

34 **Clave de empresa**
El seguro de Crédito, solidez ante la incertidumbre

**Miguel Ángel Blanca,** director comercial de Previsión Mallorquina

# La ILT sigue siendo un gran **DESCONOCIDO** entre los autónomos

Miguel Ángel Blanca, director comercial de Previsión Mallorquina, está convencido de que "la reforma en las bases de cotización de autónomos de la Seguridad Social, que se inició el año pasado, no solo no resta razón de ser a la cobertura de ILT, sino que deja, si cabe, aún más patente la necesidad de complementar las prestaciones públicas con un seguro personal de baja laboral". El problema es que este seguro sigue siendo un gran desconocido entre los autónomos. En la aseguradora "confiamos en la oportunidad de negocio que su desarrollo y crecimiento representa, del cual estamos totalmente convencidos".

**¿Cómo está evolucionando la contratación de los seguros de Incapacidad Laboral Transitoria (ILT)?**

Si bien el ramo en su conjunto, según las estadísticas de Icea, no está en crecimiento, la nueva producción de ILT en nuestra compañía va recuperando el terreno perdido durante la pandemia, con crecimientos moderados, pero estables.

**¿Cómo prevé que se comportará el ramo de ILT el año que viene?**

Nuestra previsión es que se mantenga la tendencia vista durante 2023. Es un ramo que dentro de las compañías generalistas que lo distribuyen no apunta al crecimiento, pero que en compañías especializadas en el mismo, como la nuestra, mantendrá una tendencia positiva.

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

El ramo de ILT, a diferencia de otras modalidades de seguro, no depende de manera tan esencial de la prestación de proveedores de servicios externos. Eso nos da más margen para poder mantener la estabilidad en las primas que en cualquier caso se verán tensionadas por subida de los precios de los salarios, gastos corrientes, etc.

**En el seguro de ILT la modalidad de individual tiene mayor peso que la de colectivos. ¿Cree que continuará así?**

La contratación de colectivos está creciendo en ILT. La mutualización de las primas pagadas por un grupo de afinidad resulta una fórmula atractiva para su contratación, pero, realmente, el sentido de un seguro de baja laboral (ILT) es adaptarse a las necesidades económicas reales e individuales de cada asegurado, de ahí que su contratación individual siga siendo efectivamente mayoritaria.

**¿Qué opina sobre trabajar nichos o segmentos por baremos para potenciar este ramo?**

Las pólizas baremadas son un recurso habitual para la entrada al ramo de compañías no especializadas en el mismo. Sin duda. tienen su hueco en el mercado. Pero en Previsión Mallorquina hemos optado, hasta el momento, por mantener el carácter personalizado de nuestra cobertura. No dura lo mismo una lesión o una enfermedad en cada persona. Ni siquiera en una misma persona dura igual en cada ocasión un mismo proceso de enfermedad o lesión por accidente. De ahí que nosotros optemos por la protección total, la que acompaña a cada asegurado durante el desarrollo completo de su recuperación, que es único e individual.

**Las pólizas baremadas son un recurso habitual para la entrada al ramo de compañías no especializadas. Pero en Previsión Mallorquina optamos por mantener el carácter personalizado de nuestra cobertura**

**¿Qué se puede hacer para ampliar el porcentaje de autónomos que opten por el seguro de ILT?**

Informar, informar e informar… Nuestro seguro sigue siendo un gran desconocido entre quienes lo necesitan: los autónomos. El carácter emprendedor y con amplia tolerancia al riesgo que les acompaña hace que, en muchos casos, no tomen conciencia de las enormes dificultades que una incapacidad de larga duración por enfermedad o accidente pueda causar en su proyecto profesional, en definitiva, en su proyecto de vida. Un riesgo fácilmente soluciona-

# EL CORREDOR ES IMPRESCINDIBLE PARA PREVISIÓN MALLORQUINA

**Miguel Ángel Blanca, director comercial de Previsión Mallorquina explica que apuestan por los corredores porque son "el altavoz de cliente. Quién nos transmite sus necesidades, sus expectativas, su satisfacción y, por supuesto, si no lo hacemos bien, también sus quejas. El corredor de seguros resulta imprescindible para nuestro modelo de negocio y, en general, para la manera de entender nuestra actividad hacia la sociedad como compañía de seguros".**

**La aseguradora proporciona, según Blanca, "la capacidad de diálogo e interlocución personal para resolver cualquier incidencia. Nuestro *'call center'* son nuestros números de teléfono directos: el de nuestros directores territoriales, comerciales, tramitadores e inspectores de siniestros, departamento de administración, etc. y siempre contestamos las llamadas. Nuestros mediadores conocen perfectamente nuestros nombres de pila y nosotros los suyos".**

**Con los corredores que quieren vender los productos de ILT de Previsión Mallorquina, les gusta "compartir una buena formación, la puesta al día de los cambios que puedan afectar a nuestros actuales o potenciales clientes en su condición de autónomos y, sobre todo, el convencimiento de que juntos podemos hacer crecer un ramo que además de un buen negocio, representa un bien social".**

**Los mediadores nos trasladan los cambios en las necesidades y expectativas de nuestros clientes**

ble y de la manera más eficiente con un seguro de ILT. Nos corresponde a aseguradoras y mediadores hacer esa labor de pedagogía.

**¿Cómo está la siniestralidad?**

En nuestra compañía, pasado el periodo crítico de la pandemia, la siniestralidad ha vuelto a sus ratios habituales.

**¿Se puede decir que las aseguradoras de ILT tienen suficiente "cintura" para adaptarse rápidamente a los cambios?**

No puedo hablar por otras entidades, pero en nuestro caso, quizás por nuestra condición de empresa mediana (alrededor de 100 empleados), la toma de decisiones es rápida, lo que nos permite adaptarnos a las circunstancias que influyen de manera directa en nuestra actividad. Y, además, hacerlo escuchando a nuestros mediadores. Son ellos quienes nos trasladan los cambios en las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

**¿A qué retos se enfrenta el ramo de ILT?**

Nuestra actividad se encuentra directamente relacionada con la previsión social. En este caso, la incapacidad temporal. La reforma en las bases de cotización de autónomos de la Seguridad Social que se inició el año pasado, no solo no resta razón de ser a nuestras coberturas, sino que deja si cabe aún más patente la necesidad de complementar las prestaciones públicas con un seguro de ILT. Pero, entre todo el ruido generado, debemos ser capaces de transmitir adecuadamente esa información. Una vez más, informar, informar e informar.

**Los seguros de ILT solo aportan un capital en caso de baja laboral. ¿Cree que puede evolucionar a dar otro tipo de garantías y servicios?**

Lo que hace perfectamente reconocible nuestro seguro es la contundencia y sencillez de su propuesta: indemnizar con una cantidad determinada por el propio cliente, cada día que no pueda trabajar a consecuencia de una enfermedad o un accidente. Desde una propuesta así de clara y directa, no resulta sencillo encontrar garantías adicionales que aporten un valor real a nuestra oferta y no se limiten a ser un adorno superficial que, sin embargo, terminen por encarecer la prima. Dicho lo cual, siempre valoramos nuevas ideas o iniciativas que puedan completar la propuesta comercial a nuestros asegurados.

**Los autónomos se puede desgravar 500 euros al año de las primas de ILT. ¿Cree que se podría establecer otro tipo de incentivos fiscales para la contratación de este tipo de seguros?**

El valor social que representa indemnizar a un profesional autónomo para que pueda mantener su nivel de ingresos, manteniendo también, por tanto, su capacidad de compra y pagos y, en consecuencia, dando estabilidad económica a todo su entorno: proveedores, empleados, etc., podría justificar un mejor tratamiento fiscal de este tipo de seguros.

**¿Por qué Previsión Mallorquina apuesta por el seguro de ILT?**

Porque confiamos en la oportunidad de negocio que su desarrollo y crecimiento representa, del cual estamos totalmente convencidos. La necesidad de tener una protección adecuada para complementar las prestaciones públicas, en nuestra opinión va a seguir siendo imprescindible para que los profesionales por cuenta propia afronten el día a día de sus proyectos empresariales y personales, al menos con la misma tranquilidad que los trabajadores por cuenta ajena, lo cual además es lo justo. Por otro lado, ILT no es un ramo de gestión sencilla y nuestra condición de especialistas nos permite ser líderes en el mismo, posición que aspiramos a mantener, con mucha humildad, pero con determinación.

**ILT no es un ramo de gestión sencilla y nuestra condición de especialistas nos permite ser líderes en el mismo**

**¿Previsión Mallorquina prevé algún cambio o novedad en las coberturas de ILT próximamente?**

No descartamos, en absoluto, nuevas ideas. Pero solo aplicaremos aquellas que, validadas con nuestros mediadores, realmente aporten valor para nuestros asegurados.

**¿Considera que los seguros de ILT es un buen negocio para los corredores?**

ILT es sin duda un gran negocio para los corredores. En primer lugar, porque hay aún muchos profesionales por cuenta propia que no cuentan todavía con un seguro de ILT y, por tanto, es un terreno totalmente propicio para la oferta comercial; cuenta con un margen económico de distribución de los más interesantes del sector; fideliza al cliente y supone en sí mismo una manera de proteger los propios ingresos de las corredurías, ya que un cliente autónomo con un buen seguro de ILT, no anulará el resto de sus pólizas por problemas económicos durante su periodo de baja laboral.

*Carmen Peña*
*Fotos: Irene Medina*

**Miguel Sanz,** gerente de Riesgo y Gestión Correduría de Seguros

# Pymes y autónomos, pilares de **CRECIMIENTO** del ramo de Accidentes

Miguel Sanz, gerente de Riesgo y Gestión, piensa que el pilar del crecimiento del seguro de Accidentes está en los autónomos y las pymes, "porque, aunque el grado de aseguramiento en estos momentos es importante, todavía nos queda mucho camino que recorrer hasta conseguir, que todas las empresas y autónomos cuenten con el seguro de Accidentes que necesitan". Para incrementar ese porcentaje, propugna por la obligación de su aseguramiento por convenio en todos los sectores con unos capitales adecuados a cada actividad.

La correduría Riesgo y Gestión decidió apostar por el ramo de Accidentes para "poder ofrecer una cobertura total a nuestros clientes. Nos parece que lo más importante es la protección a las personas. Sobre todo, ampliando el paraguas para poder cubrir cualquier eventualidad que ocurra al cliente".

Miguel Sanz, gerente de Riesgo y Gestión Correduría de Seguros, considera que la evolución que está teniendo el ramo de Accidentes es "buena, aunque se podría mejorar". Señala que "al aumentar la actividad laboral, aumenta la siniestralidad. Esto afecta, por un lado, a la prima que se paga por los seguros, pero también a la necesidad por parte de las empresas de contratar seguros de Accidentes para sus trabajadores, en unos casos obligatorios por convenio y en otros voluntarios, para poder cubrir los gastos derivados de estos accidentes".

Desde el punto de vista de un corredor, para 2024 se plantean, entre otras cosas, aumentar la cartera de Accidentes porque piensa que tiene que tener más relevancia en el mercado. Actualmente, aproximadamente el 10% de su cartera proviene del ramo de Accidentes, pero su objeto para 2024 es "aumentar ese porcentaje al menos al 15%".

Ve, sobre todo, una buena oportunidad en los accidentes colectivos, tanto los de convenio como de empresas y deportivos. "La sociedad evoluciona constantemente y cada vez necesita más protección de su patrimonio", señala Sanz.

Sobre la aparición en el mercado de seguros de Accidentes Colectivos de actividades de corta duración, opina que es un nicho importante para el sector. Al aumentar las actividades de ocio y deporte, este tipo de seguros se hace más necesario porque hay un alto riesgo de accidente.

**Los seguros flexibles permitirían contratar solo coberturas que realmente se necesiten y optimizar los costes**

## SEGURO OBLIGATORIO EN CONVENIO

El pilar del crecimiento del seguro de Accidentes está en los autónomos y las pymes, "porque, aunque el grado de aseguramiento en estos

**Lo razonable es que lo mismo que se pactan en los convenios subidas salariales según el IPC, se aumenten los capitales asegurados en los seguros de Accidentes**

momentos es importante, todavía nos queda mucho camino que recorrer hasta conseguir, que todas las empresas y autónomos cuenten con el seguro de Accidentes que necesitan. Para incrementar ese porcentaje, se nos ocurre que fueran obligatorios por convenio en todos los sectores con unos capitales adecuados a cada actividad", afirma Miguel Sanz. También considera una buena idea crear seguros flexibles para que el autónomo contrate solo aquellas coberturas que realmente necesite y así, "optimizar los costes".

Sanz piensa que todos los sectores económicos deberían contar obligatoriamente, por convenio, con un seguro de Accidente. De esta forma, "con el paso del tiempo, las garantías contratadas al inicio, no perderían poder adquisitivo con los años, siendo equivalentes al momento de la contratación".

La actual inflación hace necesaria la actualización del capital asegurado en este tipo de póliza porque, según Miguel Sanz, "las indemnizaciones están pactadas en convenios desde hace años, para cubrir unas necesidades concretas, si debido al aumento de la inflación con el paso de los años el dinero pierde valor, esa indemnización también perderá valor, por lo que lo razonable es que lo mismo que se pactan en los convenios subidas salariales según el IPC, se aumenten los capitales asegurados en los seguros de Accidentes".

Los clientes cada vez sienten más la necesidad de contratar el seguro de Accidentes, asesorado por un corredor que "conoce bien el mercado y los productos que existen en el sector. Eso le permite aconsejar al cliente, según sus necesidades". Sin embargo, como corredor, se queda de la competencia de otros canales de comercialización, el desconocimiento de los productos existentes por parte de los clientes y la delicada situación económica actual, entre otras cosas.

*Carmen Peña*

Allianz
Cómo vas a tener un seguro pequeño para proteger algo tan grande
En Allianz sabemos que cuando algo realmente te importa, la dimensión cambia. Por eso, nuestros seguros tienen todas las coberturas para proteger lo más grande
Descubre nuestros seguros en allianz.es

# Los seguros de flotas se **ADAPTAN** a riesgos más complejos

El seguro de flotas se está viendo especialmente impactado por la subida de los costes, que ha provocado que las primas, que durante la pandemia sufrieron un descenso, estén aumentando y adaptándose a unos riesgos cada vez más complejos. Algunos tipos de vehículos, como los VTC o los dedicados al comercio electrónico, están sufriendo especialmente esta presión del mercado, por la fuerte evolución de sus negocios, que ha empeorado su siniestralidad y complicado su aseguramiento.

"El seguro de flotas es un reflejo de cómo está el ramo de Autos", considera Jesús Rivera, director de Negocio Mediado de **Mutua Madrileña**. Ha sufrido varios factores relevantes que le han afectado negativamente. Uno de ellos es la subida de los módulos de compensación, que en 2022 pasó de los 882 euros a los 907 y, este año, se ha incrementado hasta los 1.012 euros. También los baremos de lesiones han subido en 2 años prácticamente un 16%, así como el IPC, un 5,5% en 2022 y se espera un 3,6% en 2023 y un 4,3% en 2024. "Todo el esfuerzo que en la pandemia se ha hecho de bajada por parte de las compañías en este segmento (al utilizar menos los coches y solicitar una reducción de sus primas), ha repercutido en la actualidad en la pérdida de margen para las aseguradoras a causa del incremento de frecuencia y costes medios", atestigua.

Kike Ubeira, director técnico en **Tempu Correduría de Seguros**, coincide en que en la parte de seguros de flotas en vehículos de primera categoría han subido todos los costes, "y al final eso se repercute en las primas". Aunque matiza que la situación es distinta en vehículos de segunda categoría, que son más complicados de colocar, porque hay pocas compañías que se dediquen a ellos y las que hay "o están en una situación cómoda y no tienen ese apetito de riesgo que había anteriormente o no les apetece entrar en este tipo de riesgo".

Además, como menciona César Martín-Ávila, responsable de Distribución de Seguros de **Segurbus** (Grupo 1844),

el mercado está duro y algunos corredores están asumiendo este final de año algunas operaciones que les viene "rebotadas" porque hay compañías que están haciendo saneamiento de su cartera y no renuevan a clientes que tenían de varios años por la subida de costes o por la rentabilidad.

Efectivamente, Manuel Díaz, responsable de Flotas de **Reale Seguros**, confirma que están llegando muchas operaciones que históricamente estaban colocadas en otras compañías. "Al ser un sector tan especializado, no todas las compañías hacen segunda categoría", reseña.

"Cuando el mercado toca fondo, que es lo que ha ocurrido ahora, lo que hacen las aseguradoras es poner la prima donde tiene que estar", advierte Jesús Rivera, toda vez que los precios en determinadas flotas eran muy bajos y no se adaptaban a la realidad de los riesgos. Ello ha generado subidas en el sector de hasta el 60%, difíciles de asumir por corredores y clientes.

## SEGUIMIENTO DEL CLIENTE

"Es cierto que hay muchas primas que no son adecuadas", asegura César Martín-Ávila, quien reivindica la figura del corredor especializado, que debe acompañar al cliente de flotas durante todo el año, no sólo en la renovación "a través de informes periódicos de siniestralidad e indicadores (KPI) para ir tomando medidas correctivas", de modo que al cliente no le pille por sorpresa ninguna subida en la renovación. En este sentido, aboga por hacer un trabajo de seguimiento de la siniestralidad, medidas correctoras, protocolos de accidentes y formación para los conductores, revisar los puntos negros que tiene la flota, siniestros más frecuentes… y control mediante KPI.

Efectivamente, Manuel Díaz opina que cuando un cliente es bueno la subida de prima que habrá será más moderada, pero cuando un cliente tiene una siniestralidad alta "necesitas una interlocución continuada en el tiempo para que, por lo menos, el asegurado sea consciente de las posibles repercusiones".

El problema de las primas, para Rivera, es que "habitualmente emerge un 'caballero blanco'" que tiene capacidad para adquirir cuota que, en un momento determinado, decide bajar las primas de forma relevante y desestabiliza el mercado. A esto se une, según sus palabras, la subida de costes y de inflación, que hace que la situación actual sea aún más complicada.

Una circunstancia que se agrava aún más a finales de año, cuando se concentran muchos vencimientos: "Y cuando una compañía necesita o quiere facturar, solo tiene que bajar las primas los últimos dos meses", sostiene Díaz, logrando sus objetivos particulares, pero perjudicando al sector.

## SINIESTROS EN EL EXTRANJERO

Sobre la gestión de siniestros cuando se producen en el extranjero, el director de Negocio Mediado de Mutua Madrileña asume que cuando ocurre en España tiene una contención de la indemnización y una gestión mucho más viable, "lo que permite que el coste de finalización del siniestro sea menor". La gestión a través de corresponsales, la prácticamente inexistencia de convenios en el extranjero, los gastos dispares según cada país de asesoría, defensa

jurídica y los daños en mobiliario urbano, daños personales, etc. hacen que la tramitación sea complicada y cara. "Los siniestros en el extranjero son de muy difícil solución y de muy larga duración".

Kike Ubeira se queja también de que los corresponsales muchas veces actúan de manera deshonesta por su propio interés. Además, para mejorar la gestión de los siniestros fuera de España, propone crear una guía práctica, con la colaboración de las compañías, para que los conductores sepan cómo tienen que actuar en el extranjero, "porque muchas veces tienen un siniestro y no saben lo que hacer".

Otro aspecto es el que se produce en aquellos siniestros de eventos producidos en España, pero que la reclamación de daños personales la hacen los turistas cuando llegan a su país de origen. En este sentido, Martín-Ávila comenta que desde su correduría se intenta contener muchos de ellos, ofreciendo incluso algún tipo de compensación, ya que son de difícil solución por esos costes elevados y porque la interlocución tampoco es fácil. "Yo insisto mucho a las compañías de que esos tipos de siniestros hay que cogerlos desde el principio y solicitamos que la interlocución sea directamente con el abogado que represente al cliente", advierte.

**"La evolución de los VTC ha sido tan rápida que es complicado para las compañías nivelar la prima correcta para cubrirlo, porque el riesgo es gigante".**
**Kike Ubeira**

## DEFENSA JURÍDICA

Y eso que, habitualmente, la defensa jurídica en el seguro de flotas "funciona bastante bien" precisa Ubeira, quien destaca que solo se produce cuando ocurre algún conflicto de intereses, que se puede dar cuando tiene lugar un siniestro entre dos vehículos que tienen la misma compañía.

"En general, no tenemos ningún problema y el conflicto de interés que pueda haber también lo podemos tener con particulares", ratifica Manuel Díaz, responsable de Flotas de Reale.

Además, como recuerda Jesús Rivera, director de Negocio Mediado de Mutua Madrileña, las aseguradoras suelen disponer de una cobertura que contempla la libre elección de abogados. Con lo cual, si el cliente o el corredor no están de acuerdo con que un abogado de la compañía lleve la defensa, tiene un capital para nombrar a un abogado externo. Asimismo, existe la opción de hacer un seguro paralelo de Defensa Jurídica con una compañía especialista. Tan solo aprecia cierto conflicto en algunas tipologías de reclamaciones de bajo impacto económico (por ejemplo, lucro cesante) porque es muy difícil llevar a término reclamaciones de pequeñas cantidades ("anti económicas").

Ante esta situación, el responsable de Distribución de Seguros de Segurbus reconoce que en su correduría se ha optado por la contratación de compañías especializadas de Defensa Jurídica, porque "el tratamiento del siniestro es totalmente distinto, más personalizado, con una comunicación mucho más directa, preparando los posibles juicios, los testigos, las declaraciones con mucha antelación que nos permite poder corregir y ser más eficientes".

## COMERCIO ELECTRÓNICO

El ramo también tiene que asumir desde hace unos años un impacto en resultado del sector logístico (furgones y pequeños camiones reparto última milla) debido al comercio electrónico. Jesús Rivera cita dos impactos fundamentales. El primero tiene que ver con la circulación, ya que los vehículos que se dedican a este tipo de negocio han aumentado su frecuencia en los últimos años al no existir conductores habituados a este tipo de uso intensivo. Además, las aseguradoras carecen de la información necesaria sobre el origen real, el uso y la actividad de ese tipo de flotas, lo que dispara las primas de RC. "Todo el tema del comercio electrónico en el ramo de Autos ha hecho que la siniestralidad en un determinado tipo de vehículo se dispare en frecuencia y en costes de una forma exponencial", aclara.

Además, César Martín-Ávila, responsable de Distribución de Seguros de Segurbus, aprecia que se están produciendo muchas compras de pequeñas flotas por parte de grandes grupos y fondos de inversión y, al final, cuantos más vehículos se tienen, hay que asegurar más unidades y se dispara el riesgo, con el consecuente aumento de las primas: "Cuando ya tienes 500 vehículos de autocares o de última milla en una flota, el descontrol de la siniestralidad es mayor, si no hay una gestión y protocolos por parte del corredor especializado", asegura.

Y, como reseña Manuel Díaz, ahora estos vehículos no hacen uno o dos viajes de entrega, sino quince, a lo que hay que añadir los problemas de llevar a cabo un correcto mantenimiento de los vehículos y disponer de conductores experimentados, todo lo cual supone un incremento en el precio de los seguros.

**"Todo el esfuerzo que en la pandemia se ha hecho de bajada prima ha repercutido en la actualidad en la pérdida de margen para las aseguradoras a causa del incremento de la frecuencia y de costes medios".**
**Jesús Rivera**

También advierte el director técnico en Tempu Correduría de Seguros que están evolucionando los clientes, de modo que antes estas empresas distribuían para una clientela concreta y ahora se está diversificando, lo que obliga a cambiar la forma de trabajar y se van ampliando las líneas de negocio, de modo que las empresas deben notificar a las aseguradoras esa grabación del riesgo y no todas lo hacen.

## TRANSPARENCIA EN LA INFORMACIÓN

"Analizando las peticiones de cotización, prácticamente en ningún caso se facilitan datos mínimos de análisis de riesgo como tipo de mercancía, uso del vehículo o situación actual (modalidad, primas, resultado, etc.)", indica Rivera. Eso obliga a las aseguradoras a ir "a ciegas" cuando tienen que cotizar vehículos dedicados al transporte o usos especiales. "No se suelen facilitar datos relevantes de riesgo por parte del cliente o el corredor para poder justipreciar la prima real del riesgo asegurado, lo que puede implicar anti selección", precisa.

Kike Ubeira, director técnico en Tempu Correduría de Seguros, reconoce que ese proceso no se hace en los seguros de flotas (sí en los de mercancías, porque es imprescindible) e insta a empezar a hacerlo para ir nivelando el mercado con respecto a lo que tiene que ser.

"Es que cada riesgo tiene su prima. Porque no es igual un portavehículos, un transporte de ganado vivo, transpor-

tar áridos o transportar una mercancía peligrosa de nivel 5", añade el director de Negocio Mediado de Mutua Madrileña, quien protesta porque esa falta de información lo que provoca es que se están bonificando las primas de unos y recargando las primas de otros.

"Las empresas de camiones de transporte de mercancías que he visto en los últimos dos meses, tienen sus riesgos mal asegurados de origen, porque tienen asegurado en la actualidad la actividad que hacían al principio", afirma César Martín-Ávila. Precisamente por eso, pone en valor el papel de los mediadores para actualizar sus riesgos y pólizas, aunque suponga un aumento de la prima del seguro, ya que están especializados en este tipo de riesgos tan complejos. El problema, es que "siempre va a haber algún mediador que le haga lo básico para que le salga más barato".

**"Reivindico la figura del corredor especializado, acompañando al cliente de flotas a través de informes periódicos de siniestralidad, protocolos e indicadores (KPI)".**
**César Martín-Ávila**

Kike Ubeira coincide en que no solo las aseguradoras lo están haciendo mal en este ramo, sino también los corredores: "Te encuentras muchas pólizas que no están bien hechas en el mercado porque tampoco el corredor sabe lo que hay que hacer y termina tirando hacia delante", arguye.

## PROBLEMAS CON LOS VTC

Otro de los sectores que ha evolucionado y que afecta al ramo de flotas es el de los VTC, que, además, genera cierta reticencia entre los profesionales. "El taxi ya es un negocio complicado de tarificar, pero está mucho más controlado y maduro", asegura Jesús Rivera, para quien el VTC es un negocio "bastante diferente". En parte, por la falta de conductores, la alta rotación y la incertidumbre de un negocio joven. Asimismo, indica que, a fecha de hoy los datos indican que VTC registra una accidentabilidad superior al taxi. "El VTC es un negocio con incertidumbre, en el que prácticamente todas las aseguradoras hemos realizado pruebas, cerrando o endureciendo su línea de suscripción, porque hemos empezado facilitando unas primas orientativas en modelo de prueba", precisa, a la vez que puntualiza que la experiencia que las aseguradoras han tenido es de frecuencias de personales y materiales muy elevadas. De ahí que intuya que las primas se vayan a poner en el nivel que se tienen que poner esperando que la conducción y el uso de esos vehículos evolucionen hasta el punto de que la siniestralidad se estabilice.

Díaz coincide en que "la experiencia no ha sido buena", aunque apunta que los VTC han tenido una gran evolución en muy pocos años, pues antes se usaban como alquiler de conductor que se utilizaban para eventos y el uso que se da hoy en día es mucho mayor. Así, las compañías, en un proceso de aprendizaje, pusieron primas similares a un taxi, asemejando los riesgos, pero hay una serie de circunstancias que hace que el riesgo no sea igual de bueno", afirma.

Efectivamente, ese tipo de transporte antes hacían cuatro viajes contados y ahora mismo están circulando 24 horas en la calle, valora Ubeira: "La evolución es tan rápida que es complicado para las compañías nivelar la prima correcta para cubrirlo, porque el riesgo es gigante", atestigua. En cualquier

caso, lo que sí que echa más en falta por parte de las compañías es la colocación en el mercado en taxis, ya que lo considera un servicio esencial.

"Muchos taxistas no encuentran aseguramiento y esto es un servicio público, tienen que salir a la calle", redunda Martín, quien pediría a las compañías que "no demonizaran ni a los taxis ni a los VTC, que personalizaran y profundizaran en esos vehículos".

En este sentido, el responsable de Flotas de Reale asume que es un sector muy especializado, pero todas las compañías tienen un cupo de tipo de riesgo que quieren, por lo que unas pocas no pueden encargarse de asegurar a todos los VTC de España, porque no podrían soportarlo, por lo que tendría que ser un compromiso a nivel sectorial.

**"Los mayores problemas que nos encontramos con los siniestros en el extranjero son los incrementos de costes".**
**Manuel Díaz**

**COBERTURA DE INCENDIOS**

Sobre el hecho de que el seguro de flotas no cubra el incendio y se tenga que recurrir a un producto externo, el responsable de Distribución de Seguros de Segurbus cree que es una de las grandes carencias que existe en estos seguros ya que algunas compañías no dan cobertura y "al final el patrimonio de una empresa de transporte está en los hierros, está en sus vehículos", y en caso de producirse un incendio el impacto es tremendo, por lo que aboga por buscar remedio, aunque es consciente de que el mercado está duro: "Muchas flotas no tiene esta cobertura y las soluciones aseguradoras son muy pocas", ratifica.

Manuel Díaz, responsable de Flotas de Reale, sí reconoce que su compañía ofrece incendio en los productos que tienen (camiones y remolques) y tampoco tienen ningún problema en primera categoría. "Lo que sí es cierto es que el cliente, usualmente, no pide solo incendio, sino que viene con la cobertura de daños", justifica.

"No es igual asegurar el incendio en primera categoría, que en segunda o tercera", asegura Jesús Rivera. Mientras en primera categoría la mayoría de las aseguradoras lo contemplan, la segunda categoría habitualmente se incluye en ramos distintos a Autos y además del riesgo de cúmulo (estancia en recintos), cuantos más vehículos se tengan en el negocio, mayor es el riesgo a que se te quemen varios. Además, señala que la opción aseguradora sobre otros ramos (por ejemplo, avería externa de daños o vehículos en reposo como cobertura de multirriesgo) es diferente a la opción del ramo de Autos. Por todo ello, valora que "la cobertura del incendio es más complicada de lo que parece, sobre todo por el tema de cúmulos y de la gestión del ramo que lo soporte", concluye.

Además, como precisa el director técnico en Tempu Correduría de Seguros, muy pocos clientes que quieren asegurar lo que es la parte de incendio no quieren asegurar lo que es la parte de daños materiales, por lo que muchas veces se coloca directamente en un todo riesgo.

*Aitana Prieto / Carmen Peña*

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

## I Informe del Corredor de Seguros en España Perspectivas, Digitalización y Retos

# La profesionalidad del corredor **GANA** peso en la sociedad

Conocimiento del sector y buen precio son los dos aspectos que más valoran los clientes de los corredores de seguros, según el último estudio elaborado por Aegon, que evidencia el papel relevante que tienen los mediadores en la sociedad. Con todo, el colectivo tiene ante sí un gran reto: hacer llegar su labor a la población más joven, toda vez que casi un tercio confiesa que no contrata seguros a través de ellos porque desconocen sus servicios.

La mayor parte de la población tiene una valoración general positiva (34%) o muy positiva (19%) sobre las corredurías de seguros, aunque un gran grupo de los encuestados (40,8%) manifiesta tener una percepción neutra sobre la mediación de seguros, en tanto que el resto de la muestra califica de negativa (5,3%) o muy negativa (1%) su percepción.

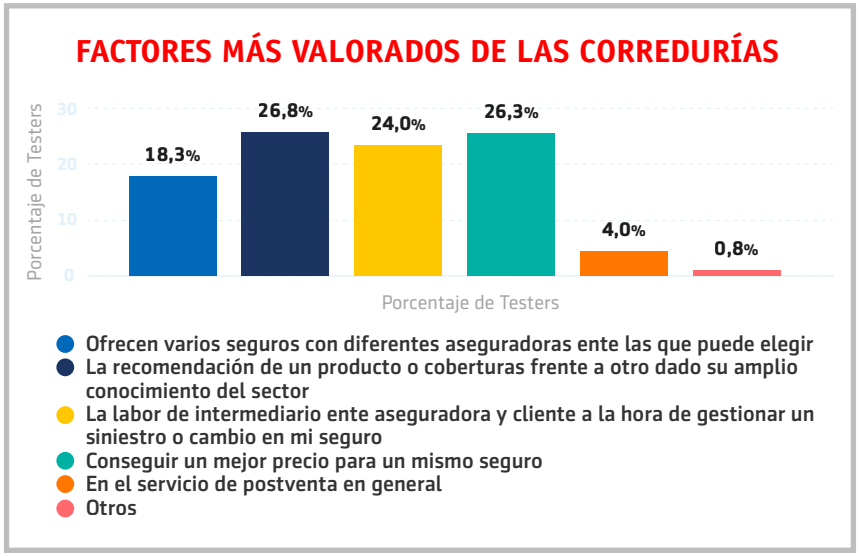
Preguntados específicamente sobre el reconocimiento que tienen los corredores de seguros como actores económicos de la industria y la sociedad, un 54,5% considera que estos profesionales sí están suficientemente reconocidos. De quienes responden afirmativamente, un 26,5% cree que la sociedad valora cómo ayudan con la gestión de los seguros y siniestros, en tanto que un 17% de los sondeados opina que se tiene en cuenta, sobre todo, que ofrecen un precio económico y coberturas de calidad, y el 11% restante destaca que se reconoce la labor del corredor como experto. En cambio, un 29,3% afirma que estos profesionales no están tan bien considerados como deberían, y un 13,3% de la muestra cree que la mediación no aporta valor añadido.

A la hora de contratar un mediador, los clientes aprecian principalmente su capacidad para asesorar sobre el producto o las coberturas que más se ajustan a sus necesidades basándose en su amplio conocimiento en el sector y obtener un mejor precio para un seguro determinado. Otros de los factores de más peso a la hora de acudir a un mediador es la labor de intermediación que hace entre el cliente y la aseguradora en el caso de que haya algún siniestro o se necesite algún cambio en las pólizas y la variedad de seguros que ofrecen los mediadores, que permiten al cliente elegir entre varias aseguradoras.

Quienes no han utilizado los servicios de la intermediación de seguros para contratar sus pólizas tienen muy

claro sus motivos. En concreto, el 41% preferían contratar directamente con la aseguradora, el 24% porque no conocían los servicios de las correduría, el 16% porque decidieron operar online desde casa y el 13,5% porque lo consideraban más caro que otras vías.

Segmentados por edad, destaca que el grupo más joven (18-34 años) tiene un mayor desconocimiento del papel de las correduría: el 31% afirma no contratar a través de ellos porque desconocen sus servicios.




## VALOR DE LA MEDIACIÓN

Los corredores de seguros consideran que la aportación de su actividad que más valoran los clientes es el servicio posventa, en un 28,3% de los casos. También mencionan la labor de intermediación que hacen las correduría entre la aseguradora y el cliente como uno de los aspectos más reconocidos (26,3%), así como las recomendaciones que ofrecen al comparar las diferentes pólizas y coberturas (18,8%).

Atendiendo a los aspectos mejor considerados por los clientes al contratar un seguro a través de una correduría, los mediadores creen que tienen casi el mismo peso para el cliente el asesoramiento (35,5%) y la relación calidad-precio (35%), seguido de la atención al cliente y el servicio posventa (21,3%).

Ahora bien, cuando se les pregunta si los clientes reconocen suficientemente la aportación del mediador como actor económico de la industria y la sociedad, los corredores tienen la sensación de que la profesión no está todo lo valorada que debería: un 58,5% de los encuestados afirma que la mediación no tiene el reconocimiento que se merecería y un 13% adicional asegura que los clientes solo acuden a ellos por una cuestión de precio, sin esperar un valor añadido. Apenas un 17,8% de la muestra considera que el cliente sí aprecia el papel de experto en seguros del mediador y otro 7,8% asegura que quien busca un precio atractivo y coberturas de calidad, sí reconoce la aportación del corredor.

**El 53% de la población tiene una buena percepción de la labor de la mediación**

También han valorado los beneficios que las aseguradoras aportan a la mediación. El aspecto más destacado ha sido el servicio, con 5,12 puntos sobre 6, seguido del producto (4,55) y la agilidad de los procesos (4,33). Los tres factores con menor valor añadido percibido son las campañas comerciales de las aseguradoras (1,9 puntos), la innovación (2,49) y la formación (2,65).

En este sentido, más de la mitad de los encuestados tiene claro cuál es el aspecto que más debe mejorar en la relación entre las aseguradoras y los corredores y es el servicio y valor añadido ofrecido a la mediación, seguido de una mejor atención al cliente, una mayor transparencia en las pólizas y la optimización del sistema de comisionamiento.

## PERCEPCIÓN DEL SECTOR ASEGURADOR

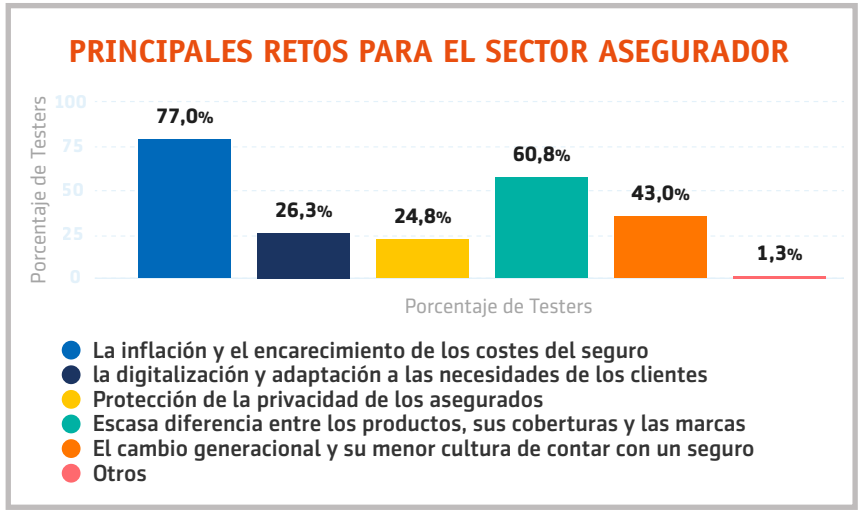
A grandes rasgos, al pedir a los encuestados una valoración general sobre las aseguradoras, su respuesta es positiva. Así, un 36,3% de los encuestados tiene una consi-

deración algo positiva del sector, mientras que para un 9,5% de la muestra su opinión es muy positiva. El resto de las opiniones se reparten entre la posición neutral (43,3%), postura dominante, y las algo negativas (9,3%).

Cuando contratan un seguro, la relación calidad-precio es el factor de más peso para un 47,8% de los participantes en el estudio. Al mismo tiempo, un 37,5% de los encuestados señalan las coberturas y los servicios incluidos en la póliza como el elemento decisivo para elegir sus seguros. La atención al cliente y el servicio posventa determinan la contratación para el 10,9% de la muestra, mientras un 3,6% de los sondeados señalan la confianza y el reconocimiento de la aseguradora como el valor principal al comprar un seguro.

Si se segmenta por edades, destaca que el precio es el motivo de contratación principal para el rango de edad más joven (18 a 34 años), para el 54,8% de los encuestados. En cambio, el factor diferencial para contratar un seguro entre los mayores de 55 años es el nivel de coberturas y servicios, elegido en primer lugar por un 42,2% de la muestra.

Preguntados sobre cuáles son los tres principales retos a los que se enfrenta el sector asegurador en el corto plazo, parece haber consenso en que los más perjudiciales podrían ser la inflación y el encarecimiento de los costes de los seguros (77%), la escasa diferencia entre los productos, coberturas y marcas (60,8%) y el menor interés de las nuevas generaciones por contar con seguros (43%).




**Inflación, siniestralidad general, regulación de la industria y fusión entre aseguradoras, principales preocupaciones de los corredores**

## PERSPECTIVAS DEL SECTOR

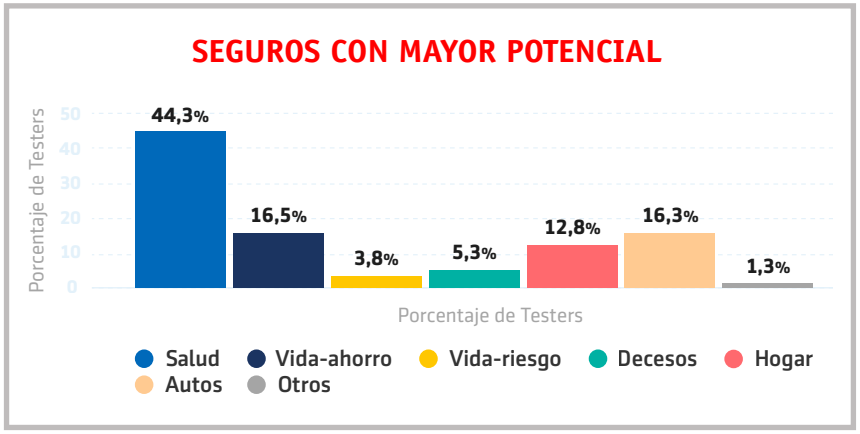
Otro de los aspectos que ha querido indagar el informe de Aegon tiene que ver con el contexto económico actual. Los mediadores ven en la inflación el riesgo principal para su negocio, en un 72,3% de los casos. La siniestralidad general del (53,2%), la regulación de la industria (29%) y la fusión entre aseguradoras (28%) son otras de las preocupaciones para la actividad de la mediación.

Con una mirada más a largo plazo, la percepción de los riesgos principales cambia. A diez años vista el 57,3% de los profesionales resaltan el hecho de que las compañías no aseguradoras empiecen a comercializar seguros. A este factor se añaden la transición generacional y la evolución de los nuevos consumidores (28,3%), la evolución de la digitalización y la venta directa (28%) y la evolución de las medidas económicas del Gobierno que afectarán a los ramos de seguros (24,3%).

Sobre las perspectivas del sector, los mediadores tienen claro que las pólizas de cobertura de Salud son los seguros que más van a crecer en los próximos años y eligen este ramo un 66,5% de los participantes. A mucha distancia de estos se sitúan los seguros de Vida Ahorro y los de Vida Riesgo. Preguntados sobre los riesgos que perciben para el ramo de Salud en los próximos años, los mediadores enumeran como factores más destacados la saturación de la sanidad privada y el empeoramiento de la situación económica y la pérdida de poder adquisitivo. A

continuación, aluden al envejecimiento de la población y el aumento de los costes médicos y una menor rentabilidad del seguro.

Con respecto a los seguros de Vida Riesgo, un 45,5% de los corredores que trabajan mayoritariamente en este ramo pronostica que su negocio crecerá en los próximos años, aunque no demasiado. Con respecto a los riesgos principales para estos productos, la mediación hace hincapié en el deterioro de la situación económica y del poder adquisitivo como la principal amenaza para el ramo. Tras este riesgo, se señalan la entrada de nuevos competidores, capaces de hacer una selección de riesgos más exhaustiva o basada en herramientas digitales y el aumento de la esperanza de vida y un riesgo implícito en el largo plazo para las aseguradoras.




## DIGITALIZACIÓN

El informe dedica un extenso bloque a analizar el nivel de digitalización de las corredurías, valorando la implantación de procesos digitales, los sistemas de conectividad, la atención a los clientes en remoto y las herramientas de gestión de negocios basadas en soluciones tecnológicas, ofreciendo así un punto de situación muy exacto de la madurez digital de las corredurías.

Más de dos tercios de los encuestados utilizan habitualmente sistemas tecnológicos de gestión. Así, un 89% de las corredurías cuenta con un software de gestión de datos, mientras que un 78,5% tiene en marcha medidas de ciberseguridad, un 69,5% tiene sistemas de conexión con las aseguradoras, a través de plataformas como CIMA, y un 67,3% cuenta con procesos de firma electrónica y digitalización de documentos. El principal punto de mejora es la incorporación de herramientas de captación a las páginas webs de las corredurías, ya que el 49,3% no dispone de ellas ni tiene previsto implementarlas en el corto plazo.

En esta línea, más de la mitad de las corredurías posee soluciones de conexión en remoto a sus sistemas informáticos o bien los tienen en proceso de implementación. Además, un 46,8% de los encuestados utilizan plataformas de comunicación online, como *Teams*, para interactuar con sus equipos, clientes y aseguradoras. Asimismo, más del 40% de los mediadores tienen sistemas automatizados de atención por teléfono o correo y gestionan activamente sus perfiles en redes sociales. En cambio, solo un 17,8% de los participantes cuentan con sistemas de chat online o respuestas automatizadas.

## PERFIL DEL CORREDOR

**El perfil prototípico del corredor de seguros en España es una persona de entre 51 y 65 años, con más de 10 años de experiencia en la mediación de seguros y que trabaja en una correduría que es una sociedad anónima, sociedad limitada o persona jurídica. El cargo que desempeña con mayor frecuencia es el de director o gerente de la correduría y su oficina gestiona un volumen de primas de más de 1,5 millones de euros.**
**Con respecto al tamaño de las poblaciones en las que los mediadores ejercen su actividad, la muestra se reparte con bastante uniformidad entre localidades de 20.000 a 100.000 habitantes (30,3%), ciudades de más de 400.000 habitantes (29%) y núcleos de 100.000 a 400.000 personas (26,3%). La comunidad autónoma más representada es Valencia (19%), seguida de Cataluña (13,3%), Madrid (13%), Andalucía (9,5%) y Galicia (9%).**
**Por ramos, la mayor parte de los corredores ofrecen servicios de intermediación para seguros de Automóvil (87%) y de Hogar (83%), seguidos a cierta distancia por los productos aseguradores para pymes (68%) y Salud (53%).**

Ante este contexto, la media de madurez digital de las corredurías de seguros sería de 7,22 puntos, de acuerdo al nivel de implantación de tecnologías de gestión. En cuanto al nivel de conectividad en remoto de las corredurías, la puntuación media baja considerablemente hasta los 4,47 puntos.

La gran mayoría de los mediadores, un 63,3%, considera que la digitalización de sus negocios ha tenido un efecto beneficioso sobre sus operaciones, mientras que un 28% cree que no ha afectado a su actividad ni para bien ni para mal, mientras que un 8,8% opina que la digitalización ha tenido un efecto perjudicial sobre su trabajo.

Entre lo que piensan que la digitalización ha sido beneficiosa para sus corredurías señalan el ahorro de tiempo en la gestión de las pólizas como la principal ventaja. La reducción de costes y la posibilidad de llegar a más clientes son los otros beneficios más destacados. Los mediadores que afirman que la digitalización no les ha traído ninguna ventaja ni desventaja basan su opinión en que no han notado ningún cambio ni en su modelo de negocio, ni en la captación de clientes. Por último, aquellos profesionales que indican que el uso de tecnologías les ha perjudicado, señalan como principales puntos negativos que la digitalización ha hecho el sector más competitivo y que tienen que invertir demasiado tiempo en estar al día.

### FORMAS DE CONTACTO

A pesar de esta creciente implementación tecnológica, las interacciones presenciales con sus clientes siguen siendo la forma de contacto preferida por los corredores, que eligen esta modalidad en el 68% de las ocasiones. A continuación, como segunda vía de comunicación favorita,

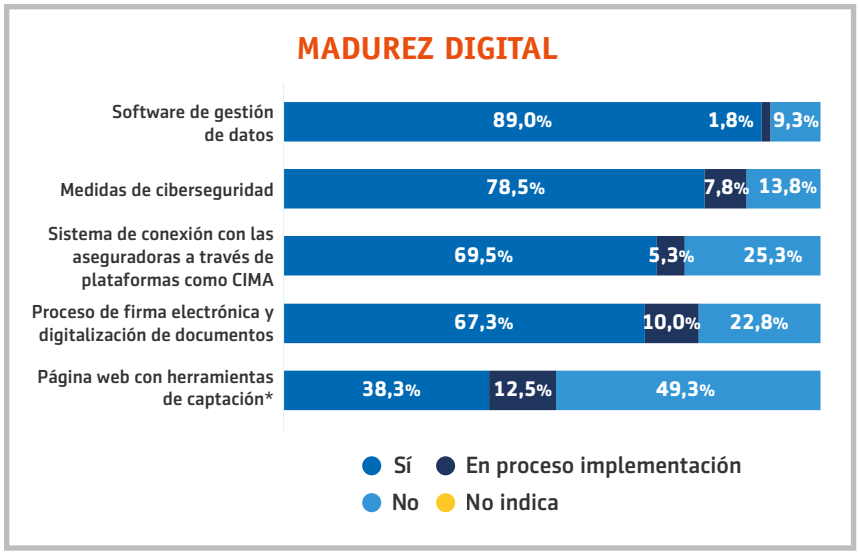
se sitúa el teléfono (57,8% de los casos), seguido del correo electrónico (52,3%) y el WhatsApp (43,5%). Las videollamadas solo se priorizan en un 8% de los casos.

De cualquier modo, los mediadores anteponen en todos los casos el canal preferido por el cliente, con independencia de cuál sea la opción elegida. Destaca especialmente el caso de uso de WhatsApp, en el que la preferencia del cliente por este canal (35,6%) sobresale de manera ostensible respecto de los otros beneficios de utilizarlo.

En el caso del contacto presencial y telefónico, las razones destacadas para seleccionar esta vía de comunicación son la preferencia del cliente (en el 29,4% y el 35,1% de los casos, respectivamente) y la posibilidad de captar mejor sus necesidades (27,6% y 21,7%).

El uso de la plataforma de la aseguradora como vía de contacto entre estas y los mediadores es, con diferencia, el canal predominante en la relación entre las compañías y los intermediarios, utilizado en el 90,3% de los casos. A mucha distancia, más igualados entre sí, se sitúan el correo electrónico específico para dar soporte al mediador (46,5%) y el gestor comercial (46,3%). A continuación, se mencionan el teléfono de soporte del mediador (39,8%), las plataformas de conectividad (27,8%) y la plataforma del corredor (19,5%).

**Un 63,3% de los corredores considera que la digitalización de sus negocios ha tenido un efecto beneficioso**




Además, la plataforma de la aseguradora sobresale como el canal de comunicación más utilizado por los mediadores con independencia del tipo de gestión que realicen. Este medio prevalece para cuestiones globales (90%), gestiones de siniestros (77%), ventas y emisiones de nuevas pólizas (67%) y suplementos y tareas administrativas (65%).

El segundo canal más usado para contactar con las aseguradoras cambia en función de la gestión. Para cuestiones generales y suplementos o tareas administrativas, el segundo puesto lo ocupa el correo de soporte del mediador (47% y 34% de las ocasiones, respectivamente). En cambio, en el caso de ventas o emisiones de nuevas pólizas la segunda vía elegida es el contacto con el gestor comercial (36% de las ocasiones), y cuando se trata de gestionar un siniestro, la segunda opción es el teléfono de soporte del mediador (29%).

*Aitana Prieto*

En la jornada sobre 'Directiva ómnibus: Nuevas medidas de protección al inversor minorista que impactan sobre la IDD' organizada por **Icea,** se hizo un análisis de los cambios que producirá esta norma europea que pretende actualizar la estrategia que existe en la UE sobre la inversión minorita para promover el ahorro financiero, reforzando la protección al inversor minoritas (RIS). En los corredores de seguros, los ámbitos de impacto que más influirán será el comisionamiento, porque se prohíbe la percepción de comisiones de terceros distintos del propio cliente cuando no se preste asesoramiento; y el mejor interés del cliente, porque obliga al asesor a evaluar una gama adecuada de Ibips/subyacentes y recomendar el más rentable y adecuado.

**Jornada sobre 'Directiva ómnibus:** Nuevas medidas de protección al inversor minorista que impactan sobre la IDD'

# Ámbitos en los que el RIS **INFLUIRÁ** en el corredor

En la jornada participaron Ignacio Ortiz del Río, socio responsable de la Práctica de Regulatorio & Fiscal en el sector seguros y fondos de pensiones en Deloitte Legal; Joaquín Ruiz, socio del área de Seguros y Reaseguros de Pérez-Llorca; y Carmen Vázquez, asociada sénior de Regulatorio y cumplimiento normativo de Seguros y Fondos de Pensiones en Deloitte Legal.

Ortiz del Río explicó que "estamos en periodo de borradores de la directiva ómnibus y aún le queda uno o dos años antes de que se traslade al ámbito español". Se enfoca en transparencia y seguridad. Su objetivo es "actualizar la estrategia que existe en la UE sobre la inversión minorita para promover el ahorro financiero, reforzando la protección al inversor minoritas porque:

- La UE presenta niveles de ahorro financiero inferiores al de otras economías comparables (por ejemplo, Estados Unidos), que además no ha crecido pese a los esfuerzos recientes de la UE por promover la inversión minorista.
- Pese a la regulación reciente en materia de distribución de productos de inversión (Mifid e IDD), se siguen identificando conflictos de interés relacionados con el tipo de venta y el cobro de incentivos por parte del distribuidor. Además, se han detectado deficiencias en otros ámbitos de protección al inversor: información al cliente, gobernanza de producto, información de costes y gastos, etc.
- La regulación actual presenta diferencias según el producto de ahorro/inversión distribuido (seguros de ahorro, fondos de pensiones, fondos de inversión, etc.)".Ignacio Ortiz del Río dijo que va a influir, sobre todo, "en la IDD, en Solvencia II y en el reglamento Priips".

**La directiva ómnibus está en periodo de elaboración de borradores y aún queda uno o dos años antes de que se traslade al ámbito español**

Pese a las buenas intenciones de la UE con esta nueva directiva, Insurance Europe y diversas asociaciones representativas del sector de los servicios financieros emitieron una declaración muy crítica con algunas de las medidas del nuevo paquete legislativo expresando su preocupación, porque creen que no beneficia a los consumidores.

## SEIS ÁMBITOS DE IMPACTO

Los principales impactos, en opinión del socio responsable de la Práctica de Regulatorio & Fiscal en el

sector seguros y fondos de pensiones en Deloitte Legal, se producirán en 6 ámbitos:

**Comisionamiento**, que influye a los corredores de seguros: porque se prohíbe la percepción de comisiones de terceros distintos del propio cliente cuando no se preste asesoramiento. La limitación no aplica a prestaciones no monetarias con valor total menor de 100 euros al año o que no obstaculicen el cumplimiento de mejor interés.

**Gobernanza de productos.** Nuevo proceso de fijación de precios 'value for money'. Limitaciones a la venta si no hay justificación ni proporcionalidad en costes y gastos. Eiopa elaborará índices de referencia comunes y proyectos de normas técnicas con formatos, metodologías, frecuencias recomendadas, etc.

**Transmisión, Información/formación.** Se establece el formato electrónico por defecto para comunicaciones con clientes. Nuevos requisitos en materia de formación (ej. inversión sostenible o preferencias de sostenibilidad en el asesoramiento). Las directrices sectoriales de Eiopa servirán para especificar mejores prácticas sobre formato de información a clientes.

**Comunicaciones publicitarias.** Registro interno de comunicaciones publicitarias. Informe anual al Consejo de Administración sobre el uso de comunicaciones publicitarias y estrategias de comercialización.

**Documentación precontractual, test y evaluaciones.** Eliminación de las notas Vida/No Vida derivadas de Solvencia II. Generación de un IPID de Vida. Eiopa elaborará normas técnicas (template normalizado). Incorporación del criterio de 'diversificación de cartera' en el test de idoneidad.

**La directiva ómnibus va a influir, sobre todo, en la IDD, en Solvencia II y en el reglamento Priips**

**Mejor interés del clientes,** también influye en los corredores de seguros. Se obliga al asesor a evaluar una gama adecuada de IBIPs/subyacentes. Se obliga al asesor a recomendar el más rentable y los subyacentes más adecuados. Prohibición de recomendar productos con características adicionales no necesarias para el cliente que conlleve costes adicionales.

## TRANSPARENCIA DE PRECIOS

Joaquín Ruiz estableció los orígenes históricos del debate sobre: La transparencia en la formación de precios en productos de seguros: **a)** Airmic y las comisiones contingentes. **b)** El llamado "bid-rigging scandal" de Spitzer. **c)** La respuesta europea en la IMD de 2002. **d)** El "impact assessment" de Eiopa sobre la IMD de 2012; la IDD de 2016 y su transposición al Derecho español; la falta de aplicación uniforme de la IDD en los Estados miembros y las comisiones aplicables a los seguros; y el Plan de Acción para la Unión de los Mercados de Capitales de 2020.

La Directiva Ómnibus, según Ruiz, pone "el foco en los intereses de los inversores-minoristas (consumidores), entendido como: Capacitación de los consumidores para la toma de decisiones adecuada a sus necesidades y preferencias; Trato justo a los consumidores; y Protección debida a los consumidores.

En el concepto de incentivos, el socio del área de Seguros y Reaseguros de Pérez-Llorca se centró en la redacción del nuevo artículo 29 bis sobre 'Honorario,

Igancio Ortíz del Río; Carmen Vázquez y Joaquín Ruiz

comisión, beneficio monetario o no monetario'. Se establece el interés superior de los clientes, traducido en la obligación del intermediario de: "Proporcionar asesoramiento sobre la base de una evaluación de una gama adecuada de productos de inversión basados en seguros y, en su caso, de activos de inversión subyacentes; Recomendar el Ibip más rentable y, en su caso, los activos de inversión subyacentes más idóneos para el cliente; Recomendar el Ibip idóneo sin características adicionales que no sean necesarias para la consecución de los objetivos de inversión del cliente y que den lugar a costes adicionales; y recomendar un Ibip coherente con las demandas y necesidades de seguro del cliente".

También explicó la triple actuación en incentivos "Capacitación de los consumidores para la toma de decisiones adecuada a sus necesidades y preferencias; Trato justo a los consumidores; y protección debida a los consumidores".

Ruiz habló de los Ibips y la "clara identificación y cuantificación de todos los costes y gastos relacionados con el producto" y de si "estos costes y gastos están justificados y son proporcionados, teniendo en cuenta las características, los objetivos, la estrategia y el rendimiento del producto, así como las garantías y la cobertura del seguro de los riesgos biométricos y de otro tipo". También se establece "el coste del asesoramiento, cuando proceda, cómo puede pagarlo el cliente y la duración de los pagos". En su opinión, la directiva ómnibus va a fracasar en su objetivo de "controlar precios y dar transparencia en precios". Además, no cree que esté en vigor antes de 5 años.

**Insurance Europe y diversas asociaciones representativas del sector de los servicios financieros creen que la nueva directiva no beneficia a los consumidores**

***VALUE FOR MONEY***

Carmen Vázquez centró su exposición en el 'value for money' y la nueva gobernanza de productos, porque "se modifican las normas de supervisión y gobernanza de los productos para garantizar que lo que se ofrece a los clientes sea una combinación ventajosa de rentabilidad, coste y calidad del servicio para satisfacer las necesidades del cliente".

Vázquez señaló que "las perspectivas de la UE es continuar evolucionando los requerimientos para que no se incorporen gastos injustificadamente elevados y garantizar que solo se ofrezcan a los inversores minoristas productos que ofrezcan una buena rentabilidad".

Entre las nuevas medidas establecidas por la Directiva RIS (modificando el artículo 25 de la IDD) están: identificar y cuantificar los costes relacionados con cada producto (tanto para los productos existentes como para los nuevos); y justificar que se ofrece una buena rentabilidad al mercado objetivo, en comparación con otros

# POTENCIALES CAMBIOS EN EL MODELO DE VENTA DE SEGUROS EN ESPAÑA

**Tras la aprobación de la directiva Omnibus, Ignacio Ortiz del Río, socio responsable de la Práctica de Regulatorio & Fiscal en el sector seguros y fondos de pensiones en Deloitte Legal, indicó los potenciales cambios en el modelo de venta de seguros en España:**

**Cambios regulatorios:**

**Los cambios sobre la Directiva IDD afectan a todos los productos de seguro, sin embargo, se identifica una especial incidencia en aquellos requerimientos específicos aplicables a productos de inversión basados en seguros (Ibips).**

**El regulador ha considerado la prohibición de incentivos como uno de los cambios a incluir en la IDD pero, de momento, no se ha producido una propuesta que implique la prohibición total, sino que será aplicado paulatinamente.**

**Otras modificaciones englobadas en el concepto de 'value for money' buscan una mayor transparencia y una mejor relación calidad precio del producto que se recomienda al cliente.**

**Transformación operativa y de servicios:**

**Impacto de transformación en la operativa de distribución de las compañías y mediadores, tanto en los procedimientos de distribución, como en los de fabricación de los productos de seguro.**

**Las exigencias incluidas en el 'value for money' acarrearán importantes cambios en el modelo operativo afectando a la gobernanza del producto.**

**Se espera una trasformación a modelos de comerciales más digitalizados.**

**Las evaluaciones realizadas al cliente, así como la documentación que se entrega, se verá impactada tanto, desde un punto de vista documental, como operativo.**

**Cambios en los modelos de negocio:**

**La imposibilidad de percibir incentivos por terceros en venta de productos de inversión basados en seguros cuando no se preste asesoramiento al cliente, hará que el mercado se incline a un cambio en su modelo de venta.**

**Los distribuidores de productos de inversión basados en seguros que desarrollaban ventas informadas se encontrarán incentivados a un cambio al modelo de venta asesorada.**

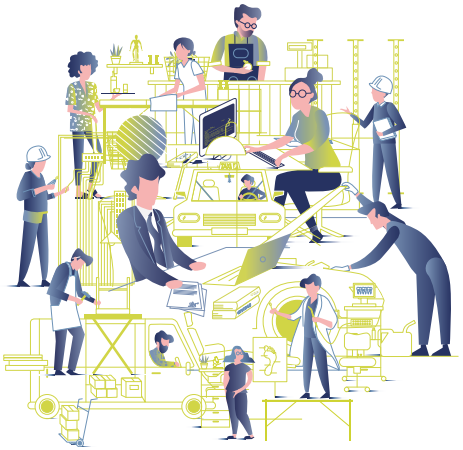
**Algunos distribuidores más pequeños, de nicho o poco competitivos podrían desaparecer del mercado por no poder dar continuidad ni viabilidad a su negocio ni a las nuevas obligaciones.**

productos del mercado (teniendo en cuenta los índices de referencia).

Ante eso, la asociada sénior de Regulatorio y cumplimiento normativo de Seguros y Fondos de Pensiones en Deloitte Legal se preguntó ¿Qué ocurre con la libertad de fijación de precios? ¿Cómo se articularán los índices de referencia ante la falta de homogeneidad de los productos? ¿Habrá una tendencia a estandarizar y abaratar el producto?

También puso el acento sobre el hecho de que se establece la digitalización por defecto. El cliente solo bajo petición, puede solicitar formato de papel gratuito y se le debe informar de que tiene esta posibilidad. Asimismo, a aquellos clientes que, hasta ahora, recibían formato no electrónico deben ser informados de que, si en 2 meses no solicitan continuar con formato papel, se les transferirá a formato electrónico.

*Carmen Peña*



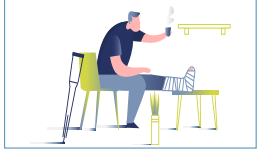
# Ser autónomo cuesta. Encontrar el mejor seguro no tanto

## Seguros para autónomos y profesionales

## El seguro que necesitas está en Previsión Mallorquina

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

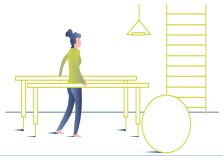
**baja laboral**
Incapacidad temporal derivada de enfermedad o accidente



**enfermedades graves**
Incapacidad temporal por determinadas enfermedades graves

**autónomos basic**
Indemnización diaria por hospitalización por accidente y baja laboral posthospitalaria

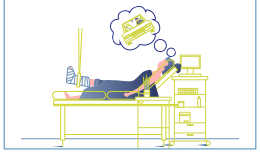
**hospitalización**
Indemnización diaria por hosp. e ILT posthospitalaria



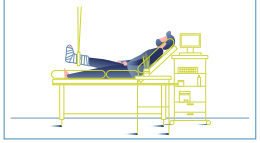
**hospitalización**
Indemnización diaria por hospitalización integral

**hospitalización**
Indemnización diaria por hospitalización por accidente

**hospitalización**
Indemnización diaria por hospitalización por accidente y accidente de circulación



**hospitalización**
Indemnización diaria por hospitalización por accidente, fracturas y fisuras

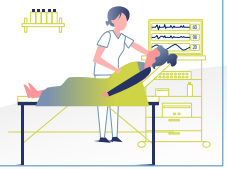


**hospitalización**
Seguro familiar de indemnización diaria por hosp. por enfermedades víricas y Covid19 Plus

**reembolso de gastos**
Reembolso de gastos hospitalarios

**reembolso de gastos**
Reembolso de pruebas diagnósticas

**reembolso de gastos**
Reembolso por complicaciones médicas y reintervención postquirúrgica



## Expertos en seguros de autónomos. Expertos en ti desde 1969

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

**900 103 057 - www.previsionmallorquina.com**

previsión pm mallorquina seguros in

contáctanos

Jaime Ortiz, director Comercial y Marketing de Asisa

# La importancia de cuidar la **SALUD** en las empresas

Los seguros de Salud son una de las demandas más frecuentes de los empleados de las empresas españolas y uno de los beneficios sociales más valorados. A partir de esta realidad, numerosas empresas, de todos los tamaños, han empezado a incluir entre sus prioridades el cuidado de la salud y el bienestar de sus trabajadores a través de la contratación de seguros de Salud. Con ellos garantizan un acceso rápido, con tiempos de espera reducidos, a una asistencia sanitaria de alta calidad y personalizada, que incluye la telemedicina y los medios de diagnóstico y tratamiento más avanzados.

Además, la contratación de seguros de Salud incluye ventajas fiscales, tanto para la empresa como para el empleado, ayuda a mejorar la productividad, reduce los costes administrativos, potencia el atractivo de las compañías a la hora de contratar nuevos empleados y mejora la fidelización. Estos beneficios explican la creciente demanda por parte de las pequeñas y medianas empresas de este tipo de seguros.

Hasta hace unos pocos años, eran las grandes empresas las que apostaban por incluir los planes de cuidado de la salud de sus empleados en los planes de retribución flexible. Las aseguradoras líderes del mercado, como Asisa, desarrollaron estrategias para atender esta demanda y ofrecer una atención personalizada y adaptada a las necesidades de cada compañía. Ahora, ese modelo se está extendiendo a las pequeñas y medianas empresas, que son cada vez más conscientes de las ventajas de contar con un seguro de Salud que cubra a sus empleados y de la alta valoración que estos hacen del acceso a esos planes salud.

Para facilitar el acceso de las pymes a estos seguros de Salud, Asisa ha creado 'Vocación Pymes', un canal especializado en dar respuesta a las necesidades de las pequeñas y medianas empresas a través de una oferta personalizada y adaptada a sus demandas concretas. Con este canal, Asisa refuerza su vocación de cuidar a las pymes y ofrecer a sus empleados tranquilidad y protección.

'Vocación Pymes Asisa' incluye una gama de productos que se ajustan a las necesidades específicas de cada empresa, en coberturas, precios o formas de pago. La flexibilidad a la hora de contratar permite a cada cliente diseñar el seguro que requiera en cada momento.

En todos los casos, Asisa garantiza el acceso a un amplio cuadro médico, formado por más de 42.000 profesionales y más de 1.000 centros médicos y hospitalarios, entre los que destacan los 18 hospitales y clínicas del Grupo Hospitalario HLA. Disponer de esta red propia distingue al Grupo Asisa del resto del sector y permite ofrecer a los asegurados una asistencia de gran calidad, acceso a las técnicas médicas más avanzadas y gran flexibilidad de adaptación a sus demandas.

**'Vocación Pymes Asisa' da respuesta a las necesidades de las pymes a través de una oferta personalizada y adaptada a sus demandas**

## TELEMEDICINA Y AMPLIAS COBERTURAS

Igualmente, los productos 'Vocación Pymes Asisa' garantizan el acceso a Asisa Live, la plataforma de telemedicina de la compañía, que incluye videoconsultas en más de 20 especialidades; un Servicio de Ayuda Psicoemocional; y un Chat Médico, una app de orientación médica disponible las 24 horas con respuestas de los especialistas más habituales en menos de cuatro minutos.

Los asegurados en los productos de Asisa diseñados específicamente para las pymes podrán acceder a una cobertura total para el cuidado de su salud, que incluye: medios avanzados de diagnóstico, entre ellos algunos estudios genéticos, test de ADN fetal en sangre materna o acceso a plataformas genómicas para la detección del cáncer de mama; 30 días de asistencia al recién nacido con la póliza de la madre; estudio biomecánico de la marcha; rehabilitación y logopedia sin límite de sesiones; diálisis en procesos agudos y crónicos; coste del dispositivo DIU; o ambulancia sin límite por proceso o por kilómetros.

Todos estos servicios y coberturas ofrecen a los asegurados respuestas para cuidar su salud, una de las preocupaciones que más ha crecido tras la pandemia. Las empresas que entiendan esta realidad y faciliten el acceso de sus empleados a planes ambiciosos de cuidado de la salud serán capaces de generar valor a sus puestos de trabajo, atraer talento y mejorar la implicación y la fidelización en un entorno cada vez más competitivo. Para ello, pueden contar con la experiencia y la capacidad asistencial del seguro de Salud.

# El seguro de Crédito, **SOLIDEZ** ante la incertidumbre

Nos encontramos en un contexto económico complejo, donde la inflación, el menor crecimiento económico de los mercados en Europa y a nivel mundial, y los conflictos geopolíticos, hacen que la gestión del riesgo comercial sea una prioridad para las compañías a la hora de garantizar su negocio. Las empresas necesitan, ahora más que nunca, protegerse frente al riesgo en todas las fases de su proceso productivo, desde la elección y relación con sus proveedores hasta el recobro de facturas impagadas. Ahí entra en juego el seguro de Crédito, un compañero de viaje indispensable a lo largo de todas las fases del negocio de las organizaciones, y cuyas primas en el mercado español registraron un crecimiento del 9,8% en 2022 motivado, entre otros, por la recuperación del flujo comercial empresarial tras la pandemia.

Uno de los actores clave en el mercado asegurador, tanto en España como en Latinoamérica, es Solunion, la compañía de seguros de Crédito, de Caución y de gestión del riesgo comercial, que ha cumplido, en 2023, su décimo aniversario, desde que comenzara a operar en España y Argentina en 2013.

Esta *joint venture*, participada al 50/50 por Mapfre y Allianz Trade, ha logrado consolidar una historia de éxito, con una propuesta de valor basada en un acompañamiento integral a lo largo de todo el ciclo de vida del negocio de sus clientes y un modelo de distribución multicanal, donde los mediadores se presentan como figura esencial para la compañía, tal y como reconoce Massimo Reale, Country Manager de Solunion España. *"Nuestro modelo de servicio se basa en la cercanía, la escucha y la agilidad para poder ofrecer a nuestros clientes productos y servicios adaptados a sus necesidades, para proteger su capital y que puedan explorar nuevas oportunidades de desarrollo del negocio con total seguridad. Y, sin duda, uno de nuestros pilares para alcanzar el éxito son los mediadores, figura clave para identificar las mejores soluciones. Su conocimiento del territorio y la profesionalidad que los caracteriza son esenciales para lograr la excelencia y, por ello, destinamos recursos a su formación continua y actualización técnica para seguir alcanzando nuestros objetivos comunes"* indica.

## OFERTA INTEGRAL, ÚNICA Y DIFERENCIAL

A través de su red comercial con amplia presencia territorial en España (en 2023, la empresa ha presentado oficinas en Sevilla, Vigo o Málaga), Solunion ha logrado ofrecer al mercado una oferta integral, única y diferencial, adaptada a todo tipo de empresas, sea cual sea su tamaño, para proteger su negocio antes, durante y después de la venta. Así, la compañía cuenta con un portfolio de servicios flexibles e innovadores, orientado tanto a grandes compañías multinacionales como a pequeñas y medianas empresas. En particular, con respecto al segmento de las pymes, Solunion dispone de soluciones altamente automatizadas y pre cotizadas, como su 'Póliza Py', con procesos eficientes que requieren poca gestión administrativa y que contribuyen a mejorar la experiencia de clientes con estructuras reducidas, garantizando el monitoreo de su cartera tanto en el mercado doméstico como en el de exportación. Además, Solunion forma parte de la red internacional de vigilancia de riesgos de Allianz Trade, uno de sus dos accionistas, compuesta por más de 1.500 analistas y que ofrece información sobre la estabilidad financiera de más de 80 millones de empresas de diversos países y sectores de actividad.

**Los mediadores se presentan como figura esencial para alcanzar el éxito de la compañía**

De momento, el modelo funciona. Solunion cuenta con más de 10.000 pólizas a nivel global y, en España, ya ha superado sus previsiones y espera mantener su senda de crecimiento para el nuevo año. Un crecimiento asentado en gran medida en su equipo humano, compuesto por más de 600 "Solunioners" distribuidos por España y Latinoamérica. Un equipo que, en palabras de Massimo Reale, "*marca la diferencia*" y que se asienta en valores como la audacia, la ambición o el trabajo en equipo, presentes en el día a día de todas las personas que componen la organización y que han hecho posible que Solunion alcance su primera década mirando al futuro con optimismo y con ganas de seguir creciendo junto a sus aliados comerciales y clientes.

# Salud para mascotas

**MGC Mutua** ha lanzado un nuevo seguro que protege la salud de las mascotas con coberturas de asistencia veterinaria en caso de enfermedad o cirugía, que cubre los gastos hasta un 80% de reembolso, e incluye además los gastos derivados de la estancia, con una limitación global de garantías cubiertas de 2.000 euros al año.

"Los beneficios de esta póliza van desde la libertad para escoger el centro veterinario de confianza o el especialista que prefiera el cliente, pasando por tener una protección del perro o gato ante cualquier incidente o enfermedad, sin incurrir en sobrecostes veterinarios, hasta la tranquilidad y confianza que aporta este tipo de seguro", indica Xavier Plana, director general de MGC Mutua.

# Rentas vitalicias al 4%

**Santalucía** ha comenzado a comercializar una nueva modalidad de seguro de rentas vitalicias, 'MaxiPlan Inversión Rentas Decreciente', que ofrece un interés técnico garantizado del 4% a todos los clientes que pueden contratar el producto, que son aquellos con edades comprendidas entre 60 y 85 años.

Se puede acceder a este seguro aportando una prima única superior a 30.000 euros e inferior a 500.000 euros y con la posibilidad de realizar el rescate total si lo considerara necesario. A cambio, el asegurado/beneficiario recibirá una renta vitalicia, constante, mensual e inmediata hasta su fallecimiento. Por ejemplo, una persona que contrate este seguro con 75 años con una prima de 200.000 euros, recibirá una renta mensual bruta de 1.000 euros durante toda su vida.
En el momento del fallecimiento del asegurado, el beneficiario o los beneficiarios designados recibirán un capital que coincidirá con la prima única aportada si se produjera en los primeros 12 meses y va decreciendo un 5% cada año, sin que en ningún caso sea inferior al 50%. Este diseño del producto permite que la renta mensual sea más elevada aportando un mayor complemento a los ingresos del cliente.

Se puede beneficiar de la exención en el IRPF de la ganancia patrimonial generada. En este caso, la prima única no puede superar los 240.000 euros, tal y como estable la legislación vigente.

# PPA con una rentabilidad bruta del 3,50%

**Mutua Madrileña** ha lanzado al mercado un nuevo Plan de Previsión Asegurado (PPA), con una rentabilidad bruta garantizada del 3,50% durante el primer año.

Este producto puede contratarse con una aportación mínima inicial de 30 euros y permite hacer aportaciones adicionales. Incluye, además, una prestación por fallecimiento del titular, en cuyo caso los beneficiarios recibirán el ahorro existente en el momento, más un capital adicional de 1.200 euros. A partir del primer año, la entidad fijará el tipo de interés de forma trimestral. Se trata de un producto de bajo riesgo adecuado para inversores conservadores que buscan alternativas sin riesgo con las que planificar su ahorro de cara a la jubilación. Los PPA´s carecen de derecho de rescate, salvo que el asegurado declare uno de los supuestos excepcionales previstos en la normativa vigente, como enfermedad grave y desempleo de larga duración, o se produzca alguna de las contingencias, como jubilación, fallecimiento, incapacidad laboral total y permanente para su profesión habitual o absoluta y permanente para todo trabajo, dependencia severa, gran dependencia o gran invalidez.

# Producto de ahorro para empresas y autónomos

**Avanza Previsión** ha anunciado el lanzamiento de 'Ahorro Flexible Entidades y Autónomos', un producto que aporta una atractiva rentabilidad garantizada para aquellos clientes que busquen maximizar sus ahorros con total liquidez.

El producto se dirige tanto a entidades como a autónomos, permitiendo, en consecuencia, que también los trabajadores por cuenta propia puedan beneficiarse del tipo que ofrece este producto: una rentabilidad garantizada del 3,20% anual neta de comisiones y gastos, y con total liquidez desde su contratación. Además, las aportaciones y la rentabilidad acumulada de 'Ahorro Flexible Entidades y Autónomos' están 100% garantizadas y el producto no requiere ningún tipo de vinculación o contratación de otros productos de Avanza Previsión.

A efectos fiscales, únicamente se tributará por el rendimiento obtenido en el momento del rescate. Es decir, no se tributa mientras el rendimiento generado permanezca en el fondo. Además, el indicativo de riesgo de este producto se establece en el mínimo posible, 1 sobre 6.

Una encuesta realizada por InfoJobs entre más de 1.800 empresas revela que más de la mitad se oponen a cualquier tipo de reducción de jornada.

# Más del 60% de las empresas, en contra de la semana laboral de 4 días

Si observamos con más detalle la actitud de las empresas hacia la posibilidad de una semana laboral de 4 días, notamos que, aunque en términos generales la resistencia es alta, existen algunas tendencias interesantes. Un 19% de las empresas se muestra dispuesta a implementar este cambio sin reducir los salarios y sin que ello afecte al nivel de productividad. Además, otro 18% consideraría aplicarlo manteniendo el mismo número de horas semanales y sin modificación salarial. Los modelos que implican una reducción salarial, ya sea de manera proporcional (12%) o sin ella (10%), son los que obtienen menos apoyo.

Las empresas que han implementado el teletrabajo al 100% son las que muestran una mayor flexibilidad ante la posibilidad de adoptar la semana laboral de 4 días. Un 28% de estas empresas estarían dispuestas a llevar a cabo esta medida, incluso si conlleva la reducción de horas y salarios, siempre y cuando se mantenga el nivel de productividad. Además, un 24% de ellas consideraría la reducción proporcional de salarios. En contraste, la opción de mantener el mismo número de horas semanales concentradas en menos días, sin alterar los salarios, es apoyada por empresas que ya tienen un modelo de trabajo no presencial.

# Trabajo multa con hasta 7.500 euros a las empresas que no tienen plan de igualdad

La Inspección de Trabajo multa a las compañías que no tienen aprobado un plan de igualdad con hasta 7.500 euros. Ya ha iniciado los controles para asegurarse de que lse cumple con esta obligación que establece el Real Decreto de 2020 que desarrolla la Ley de Igualdad.

La norma obliga a las empresas con más de 50 empleados a tener estos planes antes de marzo de 2022 y exige a las firmas que no tienen representación sindical o la tienen incompleta a llamar a los sindicatos del sector para negociarlos. Sin embargo, muchas compañías se han visto incapaces de sacar adelante estos planes porque los sindicatos están desbordados y no responden, lo que, en muchas ocasiones, está derivando en litigios.

Cabe recordar que la norma establece que las compañías deben depositar estos planes en el Registro de Planes de Igualdad. Estos programas deberán contener medidas para evitar cualquier tipo de discriminación laboral entre mujeres y hombres, promover condiciones de trabajo que eviten el acoso sexual o por razón de sexo y arbitrar fórmulas para su prevención. Debe figurar un diagnóstico de la situación de la empresa, los resultados de la auditoría retributiva, objetivos cuantitativos y cualitativos, medidas concretas para asegurar la igualdad, calendario de actuaciones y un sistema de seguimiento y evaluación.

# Los autónomos exigen al nuevo ejecutivo concluir la reforma fiscal y mejorar las pensiones del colectivo

Desde UPTA se reclama concluir la reforma fiscal, que mejore la actual brecha fiscal de los autónomos; las deducciones por gasto de manutención, por gastos de suministros cuando coincide el domicilio fiscal y particular; deducciones por la compra de vehículos y mantenimiento así como el combustible, para todos los autónomas que lo necesiten para el desarrollo de su actividad; además de acometer la puesta en marcha del nuevo modelo de IVA de franquicias que supone la transposición de la directiva 2020/285 de la UE.

Desde esta asociación se dice que "en materia de protección social, es imprescindible poner en funcionamiento la prestación para los autónomos mayores de 52 años que se ven abocados al cierre de su negocio". Contando que la media de edad del 40% de los autónomos en nuestro país supera los 58 años, es urgente desarrollar un plan integral de relevo generacional.

Por último, es imprescindible poner en marcha un verdadero plan de rescate del pequeño comercio. Dotar a las administraciones autonómicas de las competencias que se le han usurpado en materia de comercio interior.

# Industria lanza un programa para ayudar en ciberseguridad a 4.500 pymes

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo ha publicado la convocatoria para la concesión de ayudas a pequeñas y medianas empresas dentro del 'Programa Activa Ciberseguridad'. El presupuesto de la convocatoria es de 9,63 millones de euros para ayudar a 4.500 pymes de todo el territorio nacional.

La Escuela de Organización Industrial (EOI) será la encargada de gestionar este programa. La modalidad de las ayudas que se concedan en el marco de esta convocatoria tendrá la consideración de ayudas en especie, consistente en la recepción de un asesoramiento especializado y personalizado que permita una mejora en los niveles de ciberseguridad de las pymes. Las pymes beneficiarias seleccionarán, a través de su formulario de solicitud, a la entidad especializada que les prestará el servicio de entre las que han resultado adjudicatarias en dicho procedimiento.

El objetivo de las ayudas es ofrecer el análisis de la situación actual de la empresa en materia de ciberseguridad para conocer su nivel de seguridad actual, así como la elaboración de un Plan de Ciberseguridad específico para la misma.

# Mapfre crece casi un 11% en los primeros nueve meses del año

**El incremento de los ingresos del 10,8% de Mapfre consolida la tendencia de los últimos trimestres y refleja, tanto un aumento significativo de los volúmenes de negocio, como una mejora de los ingresos financieros. Las primas en España han subido un 16,3%.**

Las primas avanzan un 10,9%, lo que supone una mejora generalizada del negocio, con incrementos del 8,7% en No Vida y del 20% en Vida. Contribuyen positivamente Iberia, Latam y el negocio del Reaseguro. Respecto a No Vida, las primas se incrementan más de 1.300 millones de euros en los primeros nueve meses del año, con un crecimiento del 12,5% en Seguros Generales, 10,2% en Salud y Accidentes y 3,9% en Autos.

En cuanto al negocio de Vida, las primas suben más de 730 millones impulsadas por Vida Ahorro en España. El resultado de este ramo sigue beneficiándose tanto de un buen comportamiento técnico como de los fuertes ingresos financieros, especialmente en Latinoamérica.

Las primas en Iberia se sitúan en 6.744 millones (+17%), destacando España con 6.511 millones (+16,3%). Las primas de Portugal ascienden a 233 millones (+40,9%). El negocio de Vida multiplica su volumen por casi 1,5 veces frente al año anterior, alcanzando los 1.930 millones, de los cuales 1.671 millones corresponden a Vida Ahorro (1.025 millones en 2022).

Las primas del negocio de No Vida crecen un 7,9% y reflejan la buena evolución del negocio de Seguros Generales (+9,8%) impulsado por los ramos empresariales, y los ramos de Salud y Accidentes (+8,3%). En Automóvil las primas crecen un 5,1% debido a la progresiva adaptación de tarifas al contexto inflacionario. La cartera alcanza cerca de 6,2 millones de vehículos asegurados, con una ligera reducción relacionada con medidas de selección de riesgos, por tanto, el incremento de la prima media se estima alrededor del 6,2%.

Seguros Generales, impulsado por los ramos empresariales, y el negocio de Vida Riesgo, continúan contribuyendo positivamente a los resultados, con ratios combinados del 98,1% y 67,2%, respectivamente. Las fuertes tormentas en España durante el tercer trimestre han afectado al resultado técnico de los segmentos de Hogar y Comunidades.

El resultado neto alcanza los 245,5 millones, de los cuales España aporta 238,6 millones y Portugal 6,9 millones. Las plusvalías netas de deterioros han tenido un impacto en el resultado neto de 9,9 millones (49,4 millones en 2022). También incluye un impacto neto de 46,5 millones como consecuencia del arbitraje por la ruptura de la alianza con Bankia (29,4 y 17,1 millones en Vida y No Vida, respectivamente).

Por otra parte, Mapfre ha acometido una profunda revisión de su estructura y una renovación de los equipos directivos para adaptar mejor la compañía al entorno cambiante. La salida del vicepresidente primero Ignacio Baeza por jubilación, se cubre con el nombramiento de José Manuel Inchausti, actual CEO de Mapfre Iberia y vicepresidente tercero. Fernando Mata incorpora la vicepresidencia tercera de Mapfre a sus responsabilidades actuales como CFO del Grupo. A esa Área Financiera se incorpora el actual director general de Inversiones, José Luis Jiménez, como CFO Adjunto, y continuará como máximo responsable de la gestión

global de Inversiones.

Raúl Costilla, actual CEO de Mapfre Vida, es nombrado director general de Negocio, el Área corporativa que dirige la estrategia comercial y técnica del Grupo a nivel global.

Por último, se simplifica la estructura corporativa integrando Personas, Estrategia y Sostenibilidad en una sola Área, que será dirigida por Alfredo Castelo, hasta ahora director general de Negocio. Al frente del Área Corporativa de Personas y Organización continuará Juan Carlos Rondeau. Asimismo, José Luis Gurtubay asumirá la dirección general de Auditoría Interna a partir del 31 de marzo de 2024, en sustitución de María Luisa Gordillo, quien se jubilará en esa fecha.

La actual directora general de Personas y Organización, Elena Sanz Isla, es nombrada CEO de Mapfre Iberia (España y Portugal), mientras que el actual CEO territorial de Latam, Jesús Martínez Castellanos, se incorpora también a esta unidad como CEO Adjunto y Consejero Delegado de Mapfre Vida.

Todas las áreas geográficas de LATAM (Brasil, Latam Sur-Centro y México), junto a EMEA y Mapfre Global Risks, se integran en una nueva unidad denominada Seguros Internacional, al frente de la cual se incorpora como CEO Eduardo Pérez de Lema, hasta ahora CEO de Mapfre RE, y que además asumirá la presidencia de Mapfre Global Risks. Para sustituirlo como CEO de la Unidad de Reaseguro se ha nombrado a Miguel Ángel Rosa, actual CEO de Verti Alemania, que goza de una amplia trayectoria en esa Unidad. En su lugar se incorporará como CEO de Verti Alemania Mónica García Cristóbal, actualmente directora de Transformación de Mapfre España.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha registrado cerca de 75.000 siniestros en los últimos dos meses derivados de condiciones meteorologías adversas. Concretamente, el ramo de Hogar es el que se ha visto más afectado, con 45.694 siniestros en todo el país. Precisamente, la entidad ha mejorado el seguimiento de los partes abiertos en Hogar a través de su app.

Por otra parte, Vanessa Escrivá, Group CIO de la aseguradora, ha recibido el premio Cionet Vocento 2023 a mejor CIO del año en la categoría estrella del evento, 'CIO of the Year Región Global'. Esta tercera edición ha reconocido los mejores proyectos de transformación digital llevados a cabo en España, así como ha destacado el trabajo que los líderes del sector y sus equipos desarrollan en áreas como la inteligencia artificial, la analítica de datos, la ciberseguridad, la automatización y eficiencia operacional, o el futuro del trabajo, entre otros ámbitos.

En el nicho de los séniores, Savia, la plataforma de Salud Digital de Mapfre, ha desarrollado 'Savia Silver', una solución integral que fusiona la asistencia digital con el soporte presencial para abordar de manera completa las necesidades de salud y bienestar de la generación sénior y de aquellos que se preocupan por ellos. De este modo, pone a disposición de los usuarios servicios relacionados con la telemedicina, la prevención, el bienestar, la ayuda a la dependencia y la asistencia con seguimiento personalizado.

Por otra parte, la aseguradora regalará (desde el 1 de octubre de 2023 y hasta el 31 de enero de 2024) un reloj OystaCare Watch al contratar una póliza de seguro Accidentes Sénior +55 y de Salud Tú eliges. Este dispositivo cuenta con prestaciones como, por ejemplo, botón SOS, a través del cual podrá hablar con la central en manos libres, o actualización de la ubicación.

Por último, señalar que la aseguradora y **Grupo MásMóvil** han firmado un acuerdo para ofrecer a sus más de 15 millones de clientes en España los seguros de Hogar, Responsabilidad Civil y Comercio de Mapfre. Con el fin de gestionar su actividad aseguradora el Grupo MásMóvil ha creado una nueva sociedad, 'MásMóvil Mediación de Seguros'.

# ¿Existe doble castigo a los enfermos de cáncer por parte de aseguradoras y bancos?

Durante el III Foro Anual **Finsalud** se celebró una mesa coloquio sobre el olvido oncológico, que ha venido a intentar paliar la situación de doble castigo de los pacientes oncológicos por padecer esta enfermedad y por no poder acceder a créditos y seguros. No obstante, se advirtió que aún falta por desarrollar el reglamento de la ley en donde se perfilarán cosas y participará el lobby asegurador.

Esta mesa coloquio estuvo moderada por Fernando Zunzunegui, presidente de Finsalud, y en ella participaron Pedro Pérez, jefe del servicio de oncología del **Hospital Clínico San Carlos**; Pablo Franquet, patrono de Finsalud y abogado experto en litigios bancarios y mercantiles; y Carlos Lluch, experto en seguros y fundador de **Lluch & Juelich Correduría de Seguros**.

A través de cifras, Pedro Pérez aportó la dimensión real del problema oncológico: En 2020, se produjeron 18 millones de pacientes diagnosticados cada año en el mundo y, en 2050, se calcula que habrá 30 millones de pacientes diagnosticados cada año. En España se cree que en 2050 habrá 350.000 pacientes nuevos cada año. La causa de este incremento se produce por dos motivos, según Pérez: "porque cada vez nos cuidamos menos y porque cada vez buscamos más esos posibles cánceres".

Los más habituales son los de colon, mama y próstata. La buena noticia es que hay un 90% de supervivencia en ellos. Aunque el jefe del servicio de oncología del Hospital Clínico San Carlos advierte de que "se curan del cáncer, pero no vuelven a su vida normal". Ni físicamente por los efectos secundarios de los tratamientos, ni económicamente por el problema a la hora de conseguir créditos.

La ley del derecho al olvido oncológico, que se aprobó en julio de este año, intenta subsanarlo. Aunque España ha sido uno de los 3 últimos países de la Unión Europea en implantarla, al menos se ha sido garantista estableciendo el límite en 5 años después de haber padecido el cáncer y no haber tenido ninguna recaída (algunos países lo tienen en 10 años), para no tener que revelar sus antecedentes médicos. Pablo Franquet afirma que "se pretende paliar la situación de doble castigo de los pacientes oncológicos". Pero advirtió que aún falta por desarrollar el reglamento de la ley en donde se perfilarán cosas y participará el lobby asegurador. Además, animó a los pacientes a utilizar su derecho de acceso y supresión de sus datos en los bancos y aseguradoras para que borren sus antecedentes médicos anteriores a 5 años.

Carlos Lluch explicó que en el tiempo que dedica a modo de ONG (porque no cobra por su asesoramiento a los perjudicados por aseguradoras), se ha encontrado con 15.000 casos de abusos de las entidades. Sobre todo, llamó la atención sobre el hecho de que en la Ley del Contrato de Seguro (LCS), en su disposición adicional cuarta y quinta, se prohíbe: la denegación de

acceso a la contratación; el establecimiento de procedimientos de contratación diferentes a los habitualmente utilizados por la aseguradora; o la imposición de condiciones más onerosas, por razón de discapacidad (en la quinta disposición adicional se especifica que sea por VIH/Sida u otras condiciones de salud), salvo que se encuentren fundadas en causas justificadas, proporcionadas y razonables, que se hallen documentadas previa y objetivamente. En muchos casos, según Lluch, las aseguradoras "están conculcando esa ley". Por eso, duda de que la ley del derecho al olvido oncológico "se vaya a cumplir".

Franquet apuntó que la diferencia entre lo que había antes (cuarta y quinta disposición adicional) es que ahí existen excepciones (salvo que se encuentren fundadas en causas justificadas, proporcionadas y razonables, que se hallen documentadas previa y objetivamente) y en la Ley del Olvido Oncológico no hay ninguna excepción. A lo que Lluch apuntó que esa excepción tiene que estar previamente documentada y en las aseguradoras te lo dicen cuando les presentas el posible asegurado.

El corredor de seguros reclama que aquí se haga como en Nueva Zelanda en donde el seguro médico, que es obligatorio, no realiza ninguna pregunta de salud para su contratación. Él se muestra firme defensor de la mutualización del riesgo, algo que con "la inteligencia artificial se va a complicar, porque se hará una selección mayor del riesgo".

## El 72% de los españoles, preocupados por la exposición al riesgo climático en sus hogares

**Europ Assistance** ha presentado los resultados internacionales de su primera edición de la encuesta 'Hogar Sostenible'. En él se dice que el cambio climático ocupa un lugar destacado en las preocupaciones de los españoles, con un 72% expresando inquietud por la exposición al riesgo climático en sus hogares.

En el informe se expone que el 79% de los españoles expresa una preocupación constante por reducir su huella en general, superando ligeramente el promedio general de la muestra (78%). De manera notable, el 75% manifiesta esta preocupación específicamente en el ámbito doméstico, siendo un indicativo claro del compromiso de la sociedad española con prácticas más respetuosas con el medio ambiente (comparado con el 76% en la muestra total).

El cambio climático también ocupa un lugar destacado en las preocupaciones de los españoles, con un 72% expresando inquietud por la exposición al riesgo climático en sus hogares. Este interés se traduce en un deseo de conocer mejor el nivel de protección ofrecido en caso de eventos climáticos, con una preferencia marcada por los servicios de aseguradoras en este ámbito.

En términos de mantenimiento del hogar, a los españoles les interesa contratar un seguro o servicio para el mantenimiento de sus sistemas domésticos, con preferencia por la contratación a través de una aseguradora.

# Solución aseguradora para riesgos por pandemias

**International SOS** se ha unido a **Munich Re** para desarrollar una solución aseguradora integrada para la gestión de riesgos asociados a epidemias y pandemias.

La solución de seguro y financiación del riesgo de pandemias incluye el acceso al portal de pandemias de International SOS, con los últimos consejos médicos relacionados con las pandemias, y el acceso directo a los expertos médicos de la compañía.

Al abordar el riesgo de forma proactiva y preparar la respuesta de una organización ante una pandemia en el futuro, las empresas pueden contribuir a mejorar el Deber de Protección con sus trabajadores y su agenda ESG, retener y proteger el talento y, en última instancia, proteger el negocio, el valor para los accionistas y su reputación.

En la necesidad de que las empresas protejan a sus empleados, International SOS ha subrayado la importancia de que las organizaciones cuenten con una sólida estrategia de gestión de riesgos para protegerlos en zonas de conflicto. A medida que las manifestaciones públicas y las protestas masivas se generalizan y se hacen más frecuentes, las organizaciones deben reforzar su capacidad de seguimiento y hacerse más proactivas para garantizar la seguridad de sus trabajadores.

Por otro lado, la aseguradora ha anunciado su acuerdo con **Safehotels** para mejorar su base de datos de alojamientos seguros. Esto ayudará a los clientes a proporcionar al personal que viaja opciones de alojamiento seguro, un componente clave de un plan más amplio de gestión de riesgos de viaje, tal como se especifica en la norma ISO 31030:2021. El aumento de viajes, las restricciones posteriores a la pandemia Covid-19 y las recientes tensiones geopolíticas han incrementado la necesidad de que las empresas evalúen la seguridad y protección de los alojamientos utilizados por sus trabajadores y empleados en viaje.

# La venta de Salud aumenta en el final del año

El seguro de Salud, a través de **Avant2 Sales Manager**, presenta una clara evolución al alza durante el cuarto trimestre de los últimos años, según datos recogidos por Versus Analytics.

Este aumento se debe a que tradicionalmente este tipo de pólizas se revisan y renuevan en el último mes del año. Por lo que la previsión para final de este 2023 augura una subida similar.

# GCO aumenta un 10,4% su beneficio en el tercer trimestre

**Grupo Catalana Occidente (GCO)** ha obtenido en el tercer trimestre de 2023 un resultado consolidado de 526 millones de euros, un 10,4% más que en el mismo periodo del año anterior. El volumen de negocio ha aumentado un 9,2%, hasta los 4.436,5 millones de euros, como resultado del crecimiento sostenido en el negocio tradicional, la positiva evolución del negocio del seguro de Crédito y la incorporación de Mémora en el negocio funerario.

(cifras en millones de euros)

| Principales magnitudes | 9M2022 | 9M2023 | Var. 22-23 | 12M2022 |
|---|---|---|---|---|
| **CRECIMIENTO** | | | | |
| Volumen de negocio asegurador | 4.059,0 | 4.277,7 | 5,9% | 5.245,6 |
| - Negocio tradicional | 2.153,8 | 2.317,8 | 7,6% | 2.842,9 |
| - Negocio seguro de crédito | 1.802,2 | 1.954,9 | 3,9% | 2.402,7 |
| Negocio funerario | 25,1 | 158,8 | | 32,8 |
| Volumen de negocio total | 4.061,1 | 4.436,5 | 9,2% | 5.278,4 |
| **RENTABILIDAD** | | | | |
| Resultado consolidado | 475,5 | 526,0 | 10,4% | 542,6 |
| - Negocio tradicional | 199,2 | 201,3 | 1,1% | 257,7 |
| - Negocio seguro de crédito | 275,9 | 312,5 | 13,3% | 354,6 |
| - Negocio funerario | 3,9 | 9,0 | | 4,8 |
| - No ordinario | -2,5 | 3,1 | | -74,7 |
| Resultado atribuido | 430,6 | 479,5 | 9,3% | 485,6 |
| Ratio combinado negocio tradicional | 90,3% | 92,5% | 2,2 p.p. | 90,8% |
| Ratio combinado bruto seguro de crédito | 69,9% | 71,2% | 1,3 p.p. | 72,3% |

| | 12M2022 | 9M2023 | Var. 22-23 |
|---|---|---|---|
| **SOLVENCIA** | | | |
| Reservas patrimoniales valor mercado | 4.916,3 | 5.455,7 | 10,9% |
| Provisiones técnicas | 11.733,1 | 12.076,0 | 2,9% |
| Fondos administrados | 14.991,1 | 15.209,1 | 1,5% |

En el negocio tradicional, formado por las compañías Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros, Seguros Bilbao y Norte-Hispana Seguros, que próximamente se unificarán bajo la nueva marca Occident, el volumen de negocio crece un 7,6% hasta los 2.317,8 millones de euros. En este sentido, destaca el crecimiento del 7,1% en Multirriesgos y del 8,2% en diversos. Por su parte, el resultado ordinario se sitúa en 201,3 millones de euros, un 1,1% superior al obtenido en el tercer trimestre de 2022.

En cuanto al negocio del seguro de Crédito, el resultado ordinario aumenta un 13,3%, hasta los 312,5 millones de euros. Asimismo, el volumen de negocio (primas facturadas más ingresos por información) crece un 3,9% hasta los 1.954,9 millones de euros.

Por su parte, el negocio funerario registra unos ingresos de 163,8 millones de euros y un resultado ordinario de 9 millones de euros. Esta partida incorpora los datos de Asistea y los correspondientes a los 8 meses de Mémora, desde que forma parte de GCO.

En otro orden de cosas, GCO Gestora de Pensiones ha aplicado nuevos criterios de sostenibilidad a las políticas de Inversión de todos sus fondos de pensiones y planes de previsión de la EPSV desde el 1 de octubre para promover características medioambientales y sociales.

Esto significa que las inversiones se guiarán por principios sostenibles y financieros, en línea con el compromiso adquirido por el grupo asegurador con las mejores prácticas de gobierno corporativo y sostenibilidad, contribuyendo al desarrollo social y económico y respetando los derechos humanos y el medio ambiente.

Por último, señalar que GCO ha incorporado la esclerosis múltiple (EM) y la esclerosis lateral amiotrófica (ELA) en sus seguros de Vida. Han incluido estas dos patologías a la lista de enfermedades graves que sus seguros de Vida ya cubren, como el cáncer, la insuficiencia renal, el Alzheimer y el Parkinson; así como también el ataque al corazón (infarto de miocardio), derrame o hemorragia, cirugía arterio coronaria (bypass) y trasplantes de órganos mayores. Esta mejora en las coberturas no supone un aumento en el precio de la póliza. Todos los asegurados que opten por esta, en caso de contraer alguna de estas enfermendades, podrán recibir un anticipo de entre el 25% y el 75% del capital de fallecimiento, según el porcentaje contratado, hasta un máximo de 150.000 euros. En torno a un 30% la tienen contratada.

# Markel asegura los accidentes del personal del Ayuntamiento de Sevilla

**Markel España**, con la colaboración de **Howden**, ha sido seleccionada por haber realizado la mejor oferta en la licitación pública para cubrir de forma colectiva los accidentes del personal del Ayuntamiento de Sevilla.

El objeto principal es garantizar los daños personales que pueda sufrir el grupo asegurado, formado por la totalidad de los empleados públicos, tanto personal funcionario (de carrera, interino, etc.) como el personal laboral, el personal directivo, eventual, de programas y los miembros de órganos municipales, así como los concejales, por los accidentes cubiertos por la póliza, dando cobertura a diversas garantías de fallecimiento e invalidez permanente.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha presentado las novedades del seguro de Responsabilidad Civil (RC) en el **Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid**. "Los colegiados han apreciado conocer las distintas soluciones para cubrir la RC en el segmento de profesionales y compañías que ofrece Markel", afirma Ángel Corada, director del Centro de Estudios.

Los asistentes tuvieron la oportunidad de conocer los elementos que analiza Markel en el momento de calcular la prima del seguro para compañías, como son la retroactividad del siniestro, el tema jurisdiccional, los daños patrimoniales y la descripción de las actividades objeto del seguro.

Atención especial en la jornada recibió el servicio de e-*Compliance* que proporciona la compañía a los profesionales y corredores a través de su *partner* IDBO para que puedan conocer, de forma totalmente gratuita, su vulnerabilidad en materia de responsabilidad penal corporativa a través de un mapa personalizado de su actividad empresarial y profesional, que obtienen después de contestar un cuestionario online.

Por otro lado, la aseguradora ha realizado un webinar sobre el proceso de suscripción y la coordinación técnico-comercial en D&O, a los colegiados gallegos.

# Lorena Núñez, nueva directora general adjunta de Europa Seguros

**Europea Seguros** ha promovido a Lorena Núñez a la posición de directora general adjunta. Desde su incorporación a la empresa, en 2015, ha demostrado un compromiso excepcional y una gran implicación, lo que la llevó a ser ascendida a directora financiera en 2019.

Con formación académica en Administración y Dirección de Empresas, Núñez ha acumulado experiencia en los sectores financiero y asegurador.

Su trayectoria académica incluye un máster en Asesoría Jurídica y Fiscal de Empresas por el CEF y un máster en Dirección Aseguradora Profesional de la Universidad Pontificia de Salamanca e Icea.

# Hiscox sigue creciendo dos dígitos cada año

**En el 'Evento Anual Colaboradores 2023' de Hiscox, su director general, David Heras, se mostró muy agradecido por ser una compañía muy querida por los corredores, que les permite "crecer cada año a doble dígito y doblar de tamaño cada cinco años". Entre las novedades para 2024 está la creación de productos pensados por y para el cliente.**

Heras resaltó la valentía de Hiscox con la creación este año de 'Hiscox on Tour', una propuesta que no estaba planificada, pero "que surgió en febrero para ir a donde están los corredores y ayudarles a descubrir las bondades del cambio a los entornos digitales para sus negocios". El resultado es que "hemos duplicado las ventas digitales y hemos incrementado un 50% el número de usuarios".

David Heras remarcó la apuesta de Hiscox por la digitalización del sector de la mediación y por la humanización de la misma. Así, la compañía ha recordado a sus colaboradores el ecosistema tecnológico que tienen a su disposición en pro de su digitalización, como su plataforma online para corredores 'MyHiscox', las tecnología para facilitar ventas digitales y el equipo de soporte digital para acompañarlos a introducirse en la capacidades digitales.

En 2024, habrá inversión en IA con 'IA Hiscox' y en el desarrollo de una generación de productos "más amigables". Y es que, como concluyó Heras, "la siguiente parada" será el viaje al centro del cliente, para lo que preparan ya una nueva generación de productos "pensados por y para el cliente".

Han digitalizado 'Hogar Premium by Hiscox' con el fin de maximizar la claridad para el asegurado con una póliza interactiva y es el ejemplo de la nueva generación de productos que van a poner en el mercado. Asimismo, seguirá con 'Hiscox on Tour' bajo el eslogan 'Siguiente parada: Viaje al centro del cliente'.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha advertido de los "fantasmas" que acechan las viviendas de lujo, que representa el 5% del total del mercado inmobiliario. Con motivo de la celebración de Halloween, Hiscox avisó de los principales peligros a los que se enfrentan los propietarios de viviendas de lujo para evitar que se conviertan en 'mansiones encantadas'. Entre otros, señala la rotura del termostato de la vivienda, de bienes de alto valor por descuido, daños en el jardín de la casa y sus vallas, daños por forzamiento de la puerta principal e intento de robo o incendios por cortocircuito de la instalación eléctrica.

Por último, señalar que la aseguradora ha reforzado su Área de Ciberriesgos con el objetivo de apoyar a las pymes en su aumento de demanda de protección. Se trata de un equipo formado por profesionales de diferentes perfiles, que ofrecerán un soporte personalizado tanto al mercado asegurador como a las pymes en materia de ciberseguridad, desde la detección de sus riesgos particulares hasta su gestión y suscripción.

Tras simplificar las condiciones de suscripción y ajustar las primas para ayudar a las pymes y a los corredores a acceder a este seguro, Hiscox ha conseguido duplicar las cotizaciones de su producto de Ciber en la plataforma.

La startup Life5 ha incluido el derecho al olvido oncológico en las contrataciones online de sus seguros de Vida. Gracias a ello, desde hace unas semanas ya es posible ver como en su página web se omite la obligación de dar esta información a la hora de la contratación y se reafirma el respeto al derecho al olvido oncológico transcurridos cinco años desde la finalización del tratamiento.

# Life5 incluye el derecho al olvido oncológico en sus seguros de Vida

El pasado 28 de junio se aprobó el Real Decreto-ley 5/2023 en el que se introdujo un derecho que afecta a todas aquellas personas que han padecido cáncer en España, el denominado "derecho al olvido oncológico". Con este nuevo decreto, las personas que han superado un cáncer no están obligadas, entre otras cosas, a declarar su situación a la hora de contratar pólizas de seguros, situándose en una condición mucho más favorable que la que tenían en el pasado.

Life5 ha sido uno de los pioneros en tener en cuenta esta condición y, por ello, anima a la contratación de seguros de Vida con la que poder tener tranquilidad al saber que los familiares del asegurado estarán bien pase lo que pase y que podrán continuar manteniendo su vida, evitar problemas frente a deudas de herencias o simplemente asegurar el bienestar y el futuro.

# Cecas analiza los riesgos de los mediadores en el desarrollo de su actividad

Cecas ha profundizado en la realidad de la actividad de la mediación y la evolución de la responsabilidad de los mediadores de acuerdo con la normativa actual. El curso, de una hora de duración, fue impartido por Óscar Bustos y Miguel Lanchares, gerente y responsable de Siniestros y Asesoría Jurídica, respectivamente, del Pool de Corredores.

Según Jordi Parrilla, director de Cecas, "este curso es de gran relevancia para los mediadores ya que, cada día, están asumiendo nuevas funciones y riesgos que aumentan la siniestralidad. Es un webinar que nos ha permitido conocer el alcance de estos riesgos".

Durante el curso, los expertos analizaron los datos extraídos de la gestión de más de 3.000 siniestros en la historia del Pool de Corredores, "extrayendo las conclusiones que ayuden a mejorar el servicio que ofrecen los mediadores a sus clientes", señaló Óscar Bustos.

# Asisa Vida explica a los mediadores sus planes de crecimiento

**Asisa Vida ha reunido a los principales mediadores con los que trabaja para hacer balance de su actividad en los últimos meses y explicarles sus planes de crecimiento para el año 2024.**

Durante el encuentro, el primero de una serie previstos con la mediación, los responsables de Asisa Vida han destacado que el crecimiento es el principal objetivo de la aseguradora a corto y medio plazo. En los tres primeros trimestres de 2023, Asisa Vida siguió incrementando sus primas por encima del 17% respecto al mismo periodo del año anterior y ya supera los 100.000 asegurados.

La compañía quiere acelerar ese ritmo de crecimiento en los próximos trimestres. En este sentido, su director general, Francisco Martínez Aguilar, explica que: "Para lograrlo es esencial la aportación de los mediadores; son nuestros socios estratégicos y queremos que conozcan nuestra oferta y nuestros planes de desarrollo para llegar a nuevos segmentos de clientes".

La aseguradora ha modificado recientemente las condiciones de suscripción de 'Asisa Vida Tranquilidad', su seguro de referencia, y en los próximos meses tiene previsto el lanzamiento de nuevos productos personalizados para atender necesidades concretas de sus asegurados.

Por otro lado, Asisa ha creado dos nuevos departamentos en su Área Comercial y Marketing: la Dirección de CRM e Inteligencia Comercial, que ocupa Iván Casillas, y la Dirección de Venta Digital, con David Fanego al frente.

En otro orden de cosas, la aseguradora se ha adherido al Pacto Digital para la Protección de las Personas para promover un firme compromiso con la privacidad en las políticas de sostenibilidad y los modelos de negocio de las organizaciones. Una iniciativa promovida por la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) orientada a reforzar los derechos de los ciudadanos a la vez que se impulsa la innovación, la sostenibilidad y la ética digital en las organizaciones.

Asimismo, Asisa se ha incorporado al Club Cámara Oviedo donde colaborará en el desarrollo e impulso de la actividad empresarial en el Principado de Asturias. La aseguradora dará acceso a sus seguros de Salud en condiciones ventajosas a los socios del Club.

Por otro lado, la aseguradora ha presentado sus productos de Vida a los colegiados de Navarra en la que se analizaron las distintas posibilidades de venta. En la jornada se explicaron los productos 'Asisa Vida Tranquilidad' y 'Asisa Vida Protección Hipoteca'. Se recordó a los colegiados que, "hasta el 31 de diciembre, si contratas 'Asisa Vida Protección Hipoteca', se incluye en el precio una póliza de Defensa Jurídica para ayudar al cliente en sus gestiones con el banco". Para 2024, la entidad mantiene su estrategia de focalizarse en la relación con los corredores.

Por último, señalar que la aseguradora ha realizado una versión teatral de su última campaña 'Susto' que se representa en el Teatro Infanta Isabel. Durante la representación, los espectadores podrán disfrutar de una versión teatral de la campaña, que se extiende durante dos minutos en los que se entrelazan la publicidad y la dramaturgia.

# NuVu Underwritting lanza su producto el '360 Logística'

**La MGA NuVu Underwriting Europe ha anunciado en su página de LinkedIn el lanzamiento de un nuevo producto, el '360 Logística'.**

Según Marta Saiz, directora de Marine en la agencia, "este producto combina la cobertura de los daños de la mercancía durante el transporte, así como los errores y omisiones que puedan cometer los asegurados en el ejercicio de su actividad profesional. Ambos productos se articulan bajo una misma póliza, para una mayor facilidad de las gestiones administrativas y de siniestros. Es una póliza que está pensada para todos los actores de toda la cadena logística".

El '360 Logística' cuenta con las principales coberturas de los productos de Transporte y RC Profesional: Cobertura todo riesgo según cláusulas inglesas; Coberturas por riesgos extraordinarios: riesgos de la naturaleza y terrorismo; Mala estiba o estiba inadecuada; Responsabilidad Civil Profesional; Gastos de defensa; y deshonestidad de los empleados.

**Mutualidad y Fundación Mutualidad, en colaboración con Icea, han publicado un estudio que analiza la adaptación de las entidades con respecto al colectivo sénior. El 44% de las aseguradoras en España ofrecen un servicio diferencial al colectivo sénior a pesar de que solo tres de cada diez entidades encuestadas cuentan con personal especializado para atenderlo.**

# Dos de cada tres aseguradoras ofrecen productos adaptados a los séniores

Bajo el nombre 'Gap de protección entre la demanda y la oferta aseguradora para el colectivo sénior', el estudio explora cómo el sector asegurador da cobertura a las necesidades y preocupaciones del colectivo sénior (segmento de la población formado por mayores de 55 años).

Este trabajo muestra además que, para el colectivo sénior, y en especial, para las personas de 85 años y más, es de gran importancia que las aseguradoras promuevan el cuidado de las personas, anticipándose a los riesgos que trae consigo el envejecimiento. En este sentido, más de la mitad de las entidades encuestadas ya han ampliado o tienen previsto ampliar su negocio a sectores adyacentes, como el residencial o empresas de ayuda domiciliaria, siendo este último uno de los servicios más valorados y demandados por las personas encuestadas.

# Iris Global apuesta por la IA para reducir los plazos en la resolución de cada caso

La IA y la digitalización ayudan a agilizar los procesos en la gestión de liquidación en un deceso. Son conclusiones de Iris Global, que se basan en la última edición del informe de Icea 'Situación y Tendencias en el Seguro de Decesos'.

Según este informe, la digitalización es primordial si se quiere ser competitivo y creen que la innovación será cada vez mayor y más importante. Más del 50% de las entidades consultadas cree que se van a producir cambios significativos en los canales de distribución y que el principal para crecer será online, en contraposición al de la mediación tradicional.

Además, casi el 90% de las compañías de la muestra incluyen garantías/servicios con componente digital, siendo la gestión de la huella digital y el testamento online las más comunes. Otro dato interesante del informe es que dos tercios de las entidades consideran el uso de herramientas de analítica avanzada de datos como un elemento diferenciador para el crecimiento del negocio.

Así, Iris Global está aplicando la IA a la gestión de liquidaciones en un deceso. Gracias a eso, se está consiguiendo reducir los plazos en la resolución y gestión de cada caso, dar un mejor servicio a los clientes y mejorar su experiencia al final del proceso.

En otro orden de cosas, en el IX Foro Anual de Gestión de Siniestros y Fraude, organizado por Inese, Pedro Roldán, Business Development Manager de la aseguradora ha presentado una ponencia sobre 'Identificación del fraude en el seguro de Hogar: gran impacto de pequeños siniestros'. Para una buena gestión del fraude, Roldán destacó cinco pilares fundamentales: Prevención desde el origen, detectando comportamientos habituales; Cuantificación económica del ahorro conseguido tanto por el fraude detectado como por el evitado por las políticas de prevención; El modelo de gestión de fraude debe agilizar las tareas de detección y comprobación del fraude, reduciendo los tiempos de tratamiento; El uso de analítica avanzada permitirá detectar casos concretos de fraude; y la capacidad de ir mejorando y siendo más eficiente según vaya aprendiendo.

Por otro lado, la aseguradora ha explicado la importancia de la Asistencia en Viaje a los mediadores del Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza. Rafael Aznar, director comercial Mediación Centro de Iris Global, ha compartido determinadas estrategias y enfoques para que los mediadores de seguros acerquen estos productos a sus clientes, ya sean particulares o empresas.

Aznar ha dado a conocer los tipos de seguros de Asistencia en Viaje que ofrece la compañía para los distintos perfiles de viajeros y ha resaltado el papel clave que desempeñan los mediadores de seguros en acercar estos productos especializados a sus clientes, proporcionando soluciones adaptadas a las necesidades individuales.

Por último, señalar que la aseguradora ha contado con una participación especial en la última edición de Global ITIC. Susana de la Fuente, directora médica de Iris Global, participó en una mesa redonda en la que presentó un caso práctico para abrir el debate con los expertos. Durante su intervención, ha destacado la importancia de una respuesta rápida y especializada en situaciones médicas de emergencia durante viajes, especialmente en embarazos de riesgo.

# DKV presenta una guía para comprender el seguro de Decesos

**DKV ha publicado 'Entendiendo decesos. ¡Que no te entierren las dudas!', una guía sobre los seguros de Decesos que tiene como objetivo explicar qué es exactamente este tipo de póliza, además de resolver las dudas y mitos que genera.**

El documento se presenta en el marco de 'Lenguaje Claro', el programa de DKV para simplificar el lenguaje asegurador. Un objetivo que se persigue, entre otros compromisos, eliminando cualquier letra pequeña, apostando por la transparencia en todas las comunicaciones y excluyendo del vocabulario de la compañía la terminología más técnica del sector.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha firmado un acuerdo con el Colegio Oficial de Médicos de La Coruña (COMC), el mayor grupo de profesionales médicos de Galicia, para potenciar la relación y colaboración con los profesionales sanitarios.

Con la firma de este convenio, que estará vigente 3 años, DKV y el COMC acuerdan incluir pólizas de las modalidades de salud, dental y renta para los médicos colegiados, colaboración en actos del Colegio y en premios, y la organización de eventos de información para las posibles salidas profesionales de médicos especialistas.

Actualmente, DKV se encuentra inmersa en un plan estratégico destinado a fortalecer y mejorar la relación de confianza con los profesionales sanitarios, mostrando la voluntad de la compañía para colaborar estrechamente con este colectivo, y reconociendo su labor fundamental en el sistema de salud.

# Mutiasistencia celebra su 40º aniversario

**Javier Bartolomé, consejero delegado de Multiasistencia, ha trazado, en la celebración de su 40º aniversario, un recorrido sobre la historia de la compañía y ha recordado su profunda transformación: desde una empresa familiar de reparación en el hogar en 1983 hasta convertirse en una multinacional que da servicio a las mayores aseguradoras, dentro y fuera de España.**

Multiasistencia ha llevado a cabo en el último lustro un proceso de expansión internacional, transformación digital y mejora de calidad del servicio que le ha permitido gestionar más de un millón de siniestros cada año y ser líder tecnológico en la gestión de siniestros del hogar a nivel mundial. Su tiempo medio de gestión del siniestro ha pasado de 30 días a solo 5.

# El 70% de las aseguradoras en España han invertido en soluciones de IA

La 10ª edición de Insurance Revolution tuvo como tema principal 'El impacto de la IA y del análisis de datos en el sector asegurador'. Entre otras cosas, se dijo que, en España, el 70% de las aseguradoras han invertido en soluciones de IA.

Los expertos han destacado que la IA puede ayudar a las aseguradoras a ofrecer una experiencia de cliente más personalizada, eficiente y segura. Además, proporcionan la capacidad de detectar y bloquear amenazas de ciberseguridad para proteger a los clientes de posibles fraudes y estafas. En cuanto a la analítica de datos, se ha destacado el valor de los mismos para poder conocer mejor al cliente.

La creciente aparición de fraudes online y la necesidad de ciberseguridad para los usuarios, ha afectado también al mundo asegurador. Los seguros tienen que adaptarse a las necesidades de una población en la que cada vez tiene más peso su presencia digital, tanto a nivel de imagen como de datos personales o bancarios. Hay que ofrecer seguros específicos para la vida digital de las personas y sus dispositivos electrónicos.

La inversión de las compañías aseguradoras en IA crece cada día más, de hecho, en la actualidad 7 de cada 10 empresas de seguros en España han invertido en soluciones de Inteligencia Artificial según los datos que compartieron los ponentes durante Insurance Revolution 2023.

Los expertos han destacado que la IA tiene el potencial de mejorar la eficiencia, la productividad y la experiencia del cliente en el sector asegurador. Entre sus beneficios, la IA se puede utilizar para automatizar tareas administrativas, como la emisión de pólizas o la gestión de siniestros. También se puede emplear para personalizar la experiencia del cliente, ofreciendo productos y servicios que se adapten mejor a las necesidades individuales de cada cliente. Sin embargo, se advierte de que la IA debe utilizarse de manera responsable para proteger la privacidad de los clientes.

Para la adopción exitosa de la IA en el sector asegurador, se destacó puntos clave como el desarrollo del talento interno, el apoyo de la dirección, la ética y la gobernanza, así como la necesidad de una estrategia integral de datos a nivel organizacional.

Está claro que la IA ha llegado para revolucionar al sector de los seguros, pero a su vez plantea una serie de retos en el futuro próximo. Uno de estos es la escasez de talento en este ámbito, que actualmente es un sector muy novedoso y aún es necesario desarrollar todo tipo de formaciones que giren en torno al uso de estas herramientas. Otro reto es la relevancia crítica de la disponibilidad de datos, ya que la inmensa mayoría de los datos que se recogen no aportan una información relevante, por eso es necesario hacer una recogida de ellos de forma selectiva, para poder llegar a conclusiones y tomar decisiones de valor. Por último, también se ha planteado la dificultad asociada a la transición tecnológica necesaria en la IA, ya que cada empresa debe garantizar este cambio teniendo en cuenta sus propias necesidades y apostando por aquella tecnología que realmente vaya a suponer un beneficio para su negocio.

**Allianz Partners** ha lanzado una nueva plataforma de autogestión integrada en el portal de siniestros de la compañía, 'One Claim', para que el usuario pueda realizar distintas gestiones de su póliza de Viaje a través del teléfono móvil.

# Allianz Partners crea una plataforma de autogestión para el seguro de Viaje

Gracias a esta plataforma, el viajero podrá cancelar directamente la póliza y recibir el reembolso de forma inmediata sin necesidad de gestiones adicionales como llamadas a agentes telefónicos. También será capaz de realizar modificaciones como ampliar la cobertura contratada, añadir un viajero extra o cambiar la duración de la póliza. Además, la plataforma permitirá el cambio de prima de las nuevas condiciones de forma autónoma en 2024.

También va a permitir realizar otras gestiones como disponer de toda la documentación relativa al seguro en un único repositorio, consultar la cobertura de la póliza contratada o descargar el certificado de seguro en inglés, solicitado en muchas fronteras internacionales.

Sin embargo, esta apuesta por la digitalización y la tecnología no excluye la relación humana. En Allianz Partners existe un compromiso con la atención al cliente 24/7 especialmente en los momentos complicados que pueda experimentar el viajero.

# Previsora General celebra su XIII Encuentro Levante

En el XIII Encuentro **Previsora General** Levante, que se ha celebrado en la sede del **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia**, se ha destacado la fusión de la innovación y el comportamiento del cliente en la era digital.

"Estamos presenciando un cambio profundo en el comportamiento de los consumidores. En Previsora General, no solo observamos este cambio, sino que nos adelantamos a él, proporcionando herramientas de vanguardia que permiten a nuestros mediadores sobresalir en un mercado competitivo", afirmó Jordi Busquet, director general de Previsora General MPS.

Fernando Heine y Alberto Esteban, responsable de Cuentas en la zona Levante de la mutua, profundizaron en la oferta de la compañía y en las estrategias que pueden implementar los mediadores para capitalizar las oportunidades de los seguros de nicho.

Alfonso Linares, de Correduidea, afirmó que "el mediador del futuro es un consultor de confianza, un asesor que entiende las necesidades cambiantes de los clientes y utiliza la tecnología para ofrecer soluciones personalizadas".

# Icea aborda las tendencias en el seguro de Decesos

**Icea ha celebrado una jornada sobre 'Tendencias en el Seguro de Decesos', en la que se analizaron los resultados del estudio 'Situación y tendencias en el seguro de decesos'.**

José Antonio Fernández de Pinto, subdirector general de Inspección en DGSFP, destacó dos factores que afectan al futuro del ramo de Decesos: la inflación de los costes y la subida de los tipos de interés, y ha recordado la importancia de cumplir con el nuevo reglamento DORA de la Comisión Europea.

Posteriormente, Pablo Jiménez, responsable de Proyectos de Icea, analizó los resultados del estudio. Entre ellos, destacó que según un 70% de las compañías encuestadas se está generando un cambio en los clientes que contratan estos servicios hacia un perfil de personas casadas sin hijos. Por otro lado, más del 50% de las entidades prevén cambios significativos en los canales de distribución, destacando el aumento esperado en la cuota de los canales online y bancoasegurador. En lo referente al diseño de productos, la mayoría de los encuestados están de acuerdo en que la diferenciación y segmentación por tipo de cliente son cruciales para el éxito y en que la flexibilidad, la personalización y la tangibilidad del servicio durante la vida son claves para atraer a los clientes más jóvenes.

Casi el 75% de las entidades considera que la analítica avanzada, especialmente Big Data e IA, son elementos diferenciales para el crecimiento del negocio. Joana Daguro, gestora de Innovación de Iris Global, habló de las tendencias en la aplicación de tecnología en el servicio de decesos, mencionando conceptos disruptores e innovadores como las visitas virtuales a cementerios, la retrasmisión en línea de servicios funerarios, las nuevas opciones de realidad aumentada en salas funerarias que pueden recrear espacios que den tranquilidad como la naturaleza o el domicilio del fallecido, la posibilidad de incluir QRs en las lápidas que lleven a recuerdos en imágenes o vídeos del fallecido o la integración de QRs en los cementerios para poder digitalizar los planos de los mismos y ver cómo poder llegar a la tumba del ser querido.

También se presentó la aplicación 'Almaya', que es una cápsula del tiempo donde poder guardar recuerdos, dejar mensajes o contestar a diferentes preguntas que se pueden hacer sus familiares y amigos en el futuro (va desde la creación automática de vídeos con recuerdos, la búsqueda de recuerdos por temáticas y épocas o la generación de un chatbot para que los familiares puedan preguntarle cosas como recetas, consejos o anécdotas).

Durante el evento, se ha realizado también una mesa redonda moderada por Luz Jiménez, directora de Marketing de Iris Global Soluciones, en la que han participado Fernando Moreno, director general de Supervisión y Gestión de Riesgos de Grupo Santalucia, José Luis Ramírez del Puerto, director del área de Decesos y Accidentes en SegurCaixa Adeslas y Sandra Álvarez, responsable Técnica en Santander Generales. Jiménez ha preguntado sobre la evolución del seguro de Decesos, los retos a los que se enfrenta, cómo poder diferenciar el producto y cómo adaptarlo a las novedades tecnológicas y al cuidado del medio ambiente.

Se dijo que la evolución del sector va hacia un cliente más joven. Más de la mitad de los clientes conseguidos durante el año pasado son menores de 39 años. Asimismo, se resaltó la importancia de la digitalización del sector y el análisis de datos.

# El producto de Hogar de Santalucía ya está disponible en el tarificador de MPM

**Santalucía** ha integrado su producto de Hogar en la plataforma de multitarificación Tarifai de la tecnológica **MPM**.

Tarifai es una solución web que permite realizar comparativas, contratar y facilita la emisión de pólizas. De esta forma, los corredores podrán encontrar las garantías más completas y con mayor valor añadido para sus clientes, con una apuesta clara por la calidad en la asistencia y con la mejor experiencia para el cliente de Hogar.

En palabras de Fernando Calvin, director de Negocio Presencial de Santalucía: "Dotar a la mediación independiente de las mejores herramientas para ganar ergonomía en procesos y facilitar su labor en el día a día con sus clientes es fundamental para nosotros".

# AXA presenta un programa para mejorar el conocimiento financiero de la población

Con el objetivo de fomentar la educación financiera y potenciar planificación y conocimiento en el ahorro y las inversiones, **AXA España** ha creado el programa 'Lleva la cuenta'.

A través de diferentes herramientas educativas, alojadas en la página web de la aseguradora, se potenciará el conocimiento y participación de clientes y no clientes a través de webinars, vídeos explicativos, glosarios o conferencias.

Este proyecto, que arrancó en noviembre, cuenta actualmente con contenidos centrados en cómo hacer un presupuesto, consejos para ahorrar en el hogar o cómo gestionar el dinero, entre otros aspectos.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha decidido utilizar WhatsApp para ofrecer asistencia completa en carretera. En menos de 3 minutos, un cliente del seguro de Auto o Moto podrá solicitar una asistencia en carretera y tener la confirmación de su grúa. AXA se convierte en la primera aseguradora que gestiona el proceso de manera completa de apertura y gestión de siniestros de asistencia a través de esta aplicación reforzando, además, la apuesta por la digitalización en la asistencia en carretera. El servicio contará, además, con el soporte de un agente que atiende los casos en momentos específicos. Hasta ahora se han realizado más de 1.500 asistencias a través de Whatsapp con una alta tasa de satisfacción ya que 9 de cada 10 dicen que volverían a usarlo.

# Los corredores piden a las compañías un aviso de cuatro meses de antelación si van a rechazar una renovación

**Fundación Inade** ha celebrado, en colaboración con la **Asociación de Empresarios del Polígono de Sabón-Arteixo**, un Foro Inade para abordar las renovaciones de los programas de seguros en 2024. Entre las peticiones de los corredores está que las entidades avisen con 4 meses de antelación si van a rechazar una renovación.

La sesión se organizó en dos mesas redondas. La primera, integrada por brókeres de seguros: Francisco Fernández, director Unidad Centro Empresas de Alkora; Agustín Espinosa, Chief Broking Officer de Aon; Román Bueres, director Risk Solutions de Howden; y David Zapata, director de Galicia de WTW. Y la segunda, por representantes de compañías: Rodrigo García, delegado de Empresas, Flotas y Vida colectivos de Galicia de Allianz; Francisco Lama, director Técnico Territorial Oeste de AXA; César Morales, responsable de Desarrollo de Negocio Norte de Berkley; y Javier Gutiérrez, director de Negocios y Empresas de Zurich.

Entre las peticiones que los corredores expusieron de cara a 2024, se encuentra que las compañías comuniquen, tanto al tomador como al corredor, la oposición a la renovación del contrato de seguro, "por lo menos, con cuatro meses de antelación a la finalización del contrato", para disponer de más tiempo para buscar nuevas soluciones. En este sentido, apuntaron que facilitaría su labor "que las compañías divulgasen sus guías de productos y apetito de riesgo", así como que se unificasen los criterios de documentación y formularios exigidos. También insistieron en la importancia de tener interlocutores con formación y poder de decisión para mejorar la negociación.

Otro de los temas de debate fue la preocupación de ciertos sectores por no poder proteger sus bienes a través de seguros. También afirmaron que las guerras actuales, así como los ataques terroristas, tendrán una fuerte incidencia en los seguros de Ciber, y que podrían llegar a repercutir en los seguros de Crédito.

Por último, los corredores solicitaron una mejora de los tiempos de gestión, especialmente en siniestros.

En la mesa de los aseguradores se afirmó que "no estamos ante un mercado duro, sino que el mercado ha dejado de ser laxo". También destacaron que "existe apetito", pero no para todos los sectores, ya que las compañías también tienen que presentar cuentas de resultados, y el aumento de la siniestralidad en determinadas industrias complica su cobertura.

Asimismo, se dijo que "se deben revisar las sumas aseguradas, en general, por el efecto de la inflación", y en particular, en los seguros vinculados al baremo de tráfico, por su modificación obligatoria antes de que finalice el año. Esto supondrá un aumento de las primas del seguro de Automóviles y una revisión profunda en los vehículos de segunda categoría.

Sobre la renovación de los programas de seguros y la nueva suscripción de los riesgos, se concluyó que se desarrollará en el mismo escenario que en 2023, prestando especial atención a los elementos constructivos y a las medidas de prevención.

# Fiatc organiza una sesión sobre cómo enfocar el seguro de Decesos a los clientes

Alrededor del 50% de la población española tiene contratada una póliza de Decesos. Por eso, "es la niña bonita del seguro", dijo Juan José González, director territorial de Fiatc, en la presentación de una jornada a los colegiados de Navarra sobre cómo orientar y enfocar este producto a los clientes.

A continuación, el formador Joan Sebastián Rodríguez explicó las objeciones de venta de esta póliza: el terror comercial, las dudas del cliente, etc. "Si no hay objeciones no hay venta", afirmó Rodríguez, "porque si no, lo único que quiere el cliente es sacar información para irse a la competencia". Por eso, hay que "provocar las objeciones" a través de las conexiones, argumentó.

Con posterioridad Rodríguez habló de las necesidades del cliente: "Hay que vender las pólizas en base a ellas". Por eso, explicó, hay que "escuchar activamente, participar en la conversación para que la otra persona se sienta especial". En el plano profesional, al contrario que en el personal, "no tendremos una segunda oportunidad para caer bien una primera vez", puntualizó el técnico-consultor de la compañía.

Para cerrar el bloque de las objeciones, el formador introdujo las soluciones. En este sentido, aconsejó a los mediadores colegiados "personalizar al máximo su solución aseguradora". En este caso, recordó a los presentes una máxima que deben tener siempre presente: "No sois dispensadores de seguros, sois asesores".

En otro orden de cosas, Foment del Treball Nacional ha concedido a Joan Castells, presidente ejecutivo de la aseguradora, la Medalla de Honor al Empresario del Año. La entidad también ha reconocido a Juan Echevarría Puig con la Medalla de Honor a la Trayectoria Empresarial.

La actividad de M&A (fusiones y adquisiciones) en Seguros, en la Península Ibérica, se ha multiplicado por seis en tres años, pasando de 5 operaciones en el primer semestre de 2020, a 6 en 2021, 21 en 2022 y 30 hasta junio de 2023.

# Las fusiones y adquisiciones en el sector asegurador se multiplican por seis desde 2020

Según el 'European Insurance M&A Barometer Report', correspondiente al primer semestre de 2023, que elabora FTI Consulting, Iberia fue uno de los mercados más activos de Europa, con una actividad de fusiones y adquisiciones en Seguros impulsada por la consolidación en el segmento de corredurías, en comparación con el tercer puesto en el ranking de 2022. En concreto, las firmas de capital riesgo han adquirido la mayoría de las plataformas de corredurías independientes en la región, lo que sugiere que la competencia por objetivos complementarios seguirá siendo feroz.

# Agroseguro pone en valor el aseguramiento en el sector agropecuario

**Agroseguro** ha participado en el 37º Congreso que celebró la Asociación Internacional de Aseguradores de la Producción Agraria (AIAG) en Ginebra (Suiza), bajo el título: 'El seguro agrario: herramienta clave para la gestión de riesgos en el sector agropecuario'. Ignacio Machetti, presidente de la agrupación, presentó la experiencia del sistema español de seguros agrarios, tendencias y medidas que garantizan su viabilidad.

Machetti recordó las principales cifras del seguro agrario en 2023, marcadas por una siniestralidad histórica "que se podría situar alrededor de los 1.250 millones de euros al final del ejercicio". La grave sequía, los constantes frentes tormentosos y los daños por helada han elevado las cifras de indemnización prevista "muy por encima de lo habitual, lo que da buena muestra de la utilidad del seguro agrario en años y contextos como el actual".

Ignacio Machetti ha reiterado "el compromiso de Agroseguro y de las 17 aseguradoras que forman la agrupación con la viabilidad del sistema" y ha destacado la importancia de seguir aplicando la "técnica actuarial" para llevar al equilibrio a las 45 líneas de seguro, fomentando la individualización de las condiciones de las pólizas para evitar medidas generalizadas.

También se ha referido al vital soporte que ofrece el reaseguro público del Consorcio de Compensación de Seguros, pilar financiero fundamental, "que en 2023 afrontará una cifra superior a los 400 millones de euros".

Por último, durante su intervención ha puesto especial énfasis en el apoyo de las administraciones públicas, tanto del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación como de las comunidades autónomas, que soportan "el 50% del coste del seguro, diez puntos porcentuales más que hace una década".

En otro orden de cosas, Agroseguro ha nombrado a Mª Cruz Vallés nueva directora territorial en Aragón, relevando (desde el 11 de diciembre) al actual director territorial, Juan Cruzán, que accede a su jubilación tras 37 años formando parte de la agrupación. Vallés es ingeniera técnico agrícola y actual coordinadora de la dirección territorial, donde se incorporó hace más de 27 años.

Por último, señalar que el 1 de noviembre ha comenzado el plazo de suscripción de los módulos de otoño del seguro de uva de vino para la campaña 2024, las opciones de aseguramiento que incluyen la cobertura de riesgos más completa, entre ellos, la helada, el pedrisco o la falta de precipitaciones en el viñedo de secano, responsables de los principales siniestros de la última campaña. La suscripción de los módulos de otoño se podrá realizar hasta el próximo 20 de diciembre.

# Lisa presenta su estrategia de creación de seguros digitales

**Lisa Seguros** ha presentado en el Madrid Innovation Lab su estrategia de creación de seguros digitales, que no sólo se integran en todo tipo de plataformas, webs, aplicaciones o entornos de comercio electrónico, sino que también ofrecen un modelo de colaboración con ventajas para los mediadores.

Alfonso Lahuerta, CTO de Lisa, y Pilar Andrade, CEO de la compañía, mostraron ante profesionales de la mediación y de aseguradoras su modelo de cocreación de seguros dirigidos a las nuevas economías, pero también pensados para la colaboración el canal mediado. Lahuerta explica que "en Lisa usamos la inteligencia artificial enfocada a los procesos en la creación y a la distribución de seguros: nos aprovechamos de la tecnología para ser más eficientes en toda la cadena y eso nos permite dedicar recursos a lo que de verdad genera valor para nuestros 'partners' y distribuidores".

Según Andrade, "para crear un seguro, primero detectamos y generamos la oportunidad y que tenga un lugar en el mercado. Y a partir de ahí lo llevamos a toda la cadena de valor: lo diseñamos con las mejores compañías; lo proponemos a negocios digitales cuyos clientes se pueden beneficiar de la inclusión de ese seguro; y los acompañamos desde la implantación tecnológica hasta el marketing. Así ayudamos a las empresas con nuestras soluciones de seguros integrados".

En otro orden de cosas, Lisa Seguros y **Ergo Seguros de Viaje** han firmado un acuerdo para la distribución de los productos de la compañía. El primero será un seguro de 'Anulación de Estancias', que permitirá al cliente anular la reserva de su alojamiento por motivos de salud, entre otras coberturas. Además, incluye garantías de asistencia a personas, como gastos médicos, repatriaciones y cobertura de equipajes.

# AXA XL refuerza su departamento de Casualty en Iberia

**AXA XL Seguros** ha anunciado el nombramiento de Carolina Iniesta y Esther Zambrana, ambas como *Casualty Senior Underwriter* para España y Portugal, con base en Madrid y Barcelona, respectivamente.

Iniesta tiene más de 20 años de experiencia en la suscripción de Responsabilidad Civil; se incorpora a AXA XL procedente de Chubb, donde ocupaba el cargo de suscriptora sénior de Responsabilidad Civil. Zambrana comenzó su carrera en 2002 en Oller Business Insurance Brokers antes de incorporarse a HDI en 2014, donde ocupó el cargo de suscriptora de Responsabilidad Civil.

# Caser incrementa al 3,6% la rentabilidad de sus productos de ahorro garantizado

**Caser** ha anunciado que incrementa al 3,60% la rentabilidad bruta anual de sus productos garantizados de Vida ahorro hasta el 31 de diciembre de 2024. Estos productos, disponibles a través de todas las redes de distribución especializadas de la aseguradora, se pueden contratar con aportaciones desde 30 euros al mes y contarán con una revisión anual de tipos, asegurando un rendimiento financiero constante y confiable.

La entidad ofrece a sus clientes una gama de ahorro diseñada para satisfacer las necesidades financieras de cada persona, adaptándose a sus necesidades. Según cuáles sean los objetivos del cliente, cuentan con diferentes productos con opciones versátiles para el ahorro a largo plazo que brindan ventajas significativas en términos fiscales.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha presentado una nueva cobertura de asistencia en carretera para caballos, que se incluye dentro del seguro 'Caser Super-Hípico'. En caso de accidente o de avería del coche o remolque durante el traslado del animal en carretera, el asegurado tiene a su disposición un número directo para contactar con especialistas en traslado de caballos. Los seguros para caballos de Caser incluyen coberturas adicionales y opcionales destinadas a garantizar la salud y seguridad del caballo, así como la tranquilidad del propietario, como por ejemplo gastos hospitalarios, responsabilidad civil, o transportes urgentes en caso de tener que trasladar al caballo a un hospital.

Por otro lado, la aseguradora ha puesto en marcha 'Caser Academy', un centro de formación profesional propio acreditado oficialmente, que ofrece una completa oferta formativa para preparar a los alumnos para adquirir las competencias clave dentro del negocio asegurador. El Grado Superior en Administración y Finanzas con especialización en Seguros combina formación teórica y práctica de las diferentes áreas propias de una aseguradora, tales como, la gestión financiera, la logística comercial, los recursos humanos, la contabilidad o la fiscalidad, entre otros. Además, se fomentará la especialización, el trabajo

en equipo y la incorporación de herramientas digitales, necesarias para hacer frente a los proyectos actuales. La primera promoción arranca con 30 alumnos en modalidad a distancia.

Por último, señalar que la aseguradora ha firmado un acuerdo de colaboración con la plataforma financiera **Fintonic**, para que la fintech incorpore a su oferta financiera la gama de seguros de Caser de Salud, Hogar, Mascotas, Accidentes, Decesos y Vida.

# Generali actualiza su oferta incluyendo RC para mascotas en Hogar

La nueva Ley de Bienestar Animal establece la obligación de contratar un seguro de Responsabilidad Civil para todos los perros con el objetivo de cubrir los posibles daños personales o materiales que el animal pueda causar a terceras personas. Por eso, Generali ofrece a los propietarios de mascotas y clientes distintas modalidades de seguro que dan cobertura y se adaptan a la nueva normativa.

Cualquiera de estas opciones es válida para cumplir con los requisitos, una vez se apruebe de manera definitiva el reglamento de la ley:

- El seguro de hogar de Generali en viviendas principales incluye la Responsabilidad Civil de la vida privada que abarca a los perros.
- Contratar directamente un seguro exclusivo de Responsabilidad Civil como propietario de animales de compañía.
- Contratar directamente las coberturas de responsabilidad civil para animales de compañía que ofrecen las pólizas de Responsabilidad Civil Vida Privada.

Adicionalmente, los seguros de Responsabilidad Civil (Vida Privada y Animales Potencialmente Peligrosos) ofrecen la opción de incluir, desde este año de manera opcional, un paquete exclusivo que cubre el fallecimiento de mascotas y la posterior adopción de otra.

En el caso de los conocidos como perros potencialmente peligrosos (PPP), tanto en las pólizas de Hogar como los productos de Responsabilidad Civil Propietario de animales de compañía existe la posibilidad de ampliar la cobertura a este tipo de mascotas cuya regulación sigue vigente. En todos estos productos la cobertura se extiende, además de al propio asegurado y los miembros de su unidad familiar, a los paseadores o cuidadores ocasionales no profesionales.

Teresa García Ocón, ha sido nombrada directora de Información Comercial para Coface en España, sustituyendo a Stefano Ravelli, que pasa a ser director de Información Comercial para la Región Mediterráneo y África.

# Teresa García Ocón, nueva directora de Servicios de Información de Coface

Licenciada en Matemáticas por la Universidad Complutense de Madrid, cuenta con más de 20 años de experiencia en modelos de análisis, toma de decisiones con información y data *management* en empresas como ING, Equifax, Telefónica o Banco Santander.

García Ocón aportará no solo su extensa experiencia en modelos analíticos, sino también su capacidad demostrada de liderazgo, gestión de riesgos y operaciones, comunicación, innovación, transformación y desarrollo de estrategias comerciales.

Solunion ha anunciado los nombramientos de Luis Poveda y Gamal Omar que, con fecha de efecto 1 de enero de 2024, se producen en su área comercial en España. Asimismo, ha anunciado que Rocío Tello, directora de Caución de Solunion España, sucede en el puesto a Jorge González Barroso.

# Luis Poveda y Gamal Omar refuerzan las direcciones de zona de Solunion

Luis Poveda, actual director de Zona Sur, es nombrado director de Zona Este de Solunion España, desde donde gestionará la actividad comercial de las provincias de la Comunidad Valenciana, Albacete y Murcia. Por su parte, Gamal Omar, sustituye a Luis Poveda como director de Zona Sur de Solunion España, tras dos años al frente de la Zona Sureste. Ambos poseen una amplia experiencia en el ramo del seguro de Crédito y de los servicios relacionados con la gestión del riesgo comercial.

Tello tiene experiencia en el mundo del seguro, donde comenzó a trabajar hace más de diez años. En particular, en el ramo de Caución ha ejercido como Suscriptora de Caución en Crédito y Caución, y Surety Manager en Berkley España, hasta incorporarse a Solunion España como responsable de Suscripción Comercial de Caución en 2022. Es licenciada en Derecho y ADE por la Universidad Complutense de Madrid, máster en Seguros y Gerencia de Riesgos por la Pontificia de Salamanca y máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial por ESIC.

# IES y Arag lanzan un curso sobre el seguro de Defensa Jurídica Familiar

Instituto e-Learning del Seguros (IES) ha lanzado el curso online 'El seguro de Defensa Jurídica Familiar', que se integra dentro del 'Canal Defensa Jurídica by Arag', un canal exclusivo donde se van incorporando una gama completa de contenidos formativos sobre productos del ramo de la Defensa Jurídica y que son elaborados en exclusiva para los alumnos del IES en colaboración con Arag.

Este nuevo curso sobre 'El Seguro de Defensa Jurídica Familiar', que tiene un cómputo de cinco horas de duración a efectos de formación continua, repasa todos los aspectos básicos para conocer bien la Defensa Jurídica Familiar como: las garantías y coberturas del seguro, sus beneficios, exenciones entre otros aspectos, apoyado por distintas situaciones reales y por distintos aspectos de interés relacionados con el seguro de Defensa Jurídica Familiar.

# CNP Iberia emplea inteligencia artificial para enriquecer sus procesos *customer experience*

CNP Iberia ha enriquecido sus procesos de customer experience incorporando el uso de nuevas tecnologías, como la IA, para hacerlos más innovadores y eficientes.

Eve Régagnon, Head of Strategy & Innovation de CNP Iberia, cree que las expectativas actuales de los clientes deben ser analizadas y tenidas en cuenta en contextos dominados por la tecnología, y en los que el cliente está dispuesto a pagar más por una experiencia mejor.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha incorporado en sus áreas de Financiero y Actuarial a David Paredes y a Juan Felipe Palacio, como Controller Financiero y Actuario de Pricing, respectivamente. Paredes es graduado en Administración de Empresas por la Universidad Carlos III de Madrid; y Palacio dispone de un título de Pregrado en Matemáticas en Purdue University (EE.UU.) y ha obtenido la designación ASA (Associate of the Society of Actuaries) de la SOA.

# El ahorro gestionado por seguros crece un 4,8%

Las aseguradoras gestionaban 200.651 millones de euros de sus clientes a finales de septiembre a través de seguros de Vida, un 4,82% más que un año antes. A esta cantidad hay que sumar otros 57.582 millones correspondientes al patrimonio de los planes de pensiones cuya gestión corre a cargo de aseguradoras, que aumentaron un 3,58% en términos interanuales.

En total, el sector asegurador tenía encomendados 258.233 millones de euros al acabar el tercer trimestre del año, un 4,54% más que en septiembre de 2022. Los seguros unit-linked, los planes individuales de ahorro sistemático (Pias) y las rentas vitalicias son los productos que más crecieron. Los unit-linked aumentaron el patrimonio bajo gestión un 16,96% y se situaron en 23.356 millones de euros, mientras que Pias lo incrementaron un 7,62%, hasta 14.800 millones de euros; y las rentas vitalicias anotaron un alza del 4,93%, hasta 89.857 millones de euros. Los capitales diferidos crecieron un 1,65%, hasta 48.342 millones de euros.

En cuanto a las demás líneas de producto, la transformación de patrimonio en rentas vitalicias se mantuvo plana, mientras que los planes de previsión asegurados (PPA) cayeron un 1,84% y los seguros individuales de ahorro a largo plazo (Sialp) descendieron un 4,82%.

Los ingresos por primas del negocio de Vida riesgo se situaron en 3.939 millones de euros al finalizar el tercer trimestre de 2023.

# Ebroker participa en la XIII Semana de Impulso TIC

**La XIII Semana de Impulso TIC 'Informática y negocios: aliados estratégicos' (organizado por los Colegios Profesionales de Ingeniería Informática del Principado de Asturias, COIIPA y CITIPA, en colaboración con el Ayuntamiento de Avilés) ha contado con el patrocinio principal de Ebroker.**

A lo largo de una la semana se han acogido diferentes sesiones, ponencias y mesas redondas en las que se analizó la relación entre la informática y el mundo de los negocios, las finanzas y la toma de decisiones para la mejora de la competitividad de las compañías, con presencia de autoridades y referentes nacionales expertos en el ámbito de la inteligencia artificial como Karina Gibert, decana del Colegio de Ingeniería Informática de Cataluña y directora del IDEAI-UPC (Intelligent Data Science and Artificial Intelligence).

Pedro Ramos, director de Negocio de Ebroker, participó en la sesión 'Corporate' de Tecnologías Disruptivas, impartiendo la ponencia 'El papel de la tecnología en la distribución de seguros', donde habló de la necesidad de desarrollar soluciones tecnológicas que faciliten los procesos comerciales a los corredores de seguros y que hagan que su operativa de gestión diaria sea más eficiente.

Por su parte, Alberto Marugán, Tech Lead en Ebroker, participó, desde un punto de vista más técnico en la sesión 'TIC de última generación aplicadas a la operación de negocio', con la ponencia '*Microservices architecture for insurtech cloud based systems*' que versó sobre la evolución de Ebroker en el sector asegurador, su stack tecnológico y la arquitectura de microservicios que ha implementado para mantenerse a la vanguardia en este entorno altamente competitivo.

En otro orden de cosas, Ebroker patrocinó el VIII Encuentro de la Mediación del Sector Asegurador de Granada 2023, un evento organizado por el **Colegio de Mediadores de Seguros de Granada**.

En la 'Sesión científica: mesa-debate sectorial sobre la actualidad del Sector Seguros' el CEO de Ebroker, Higinio Iglesias, reflexionó sobre el papel crucial de la tecnología en la evolución de los corredores de seguros.

Iglesias destacó la velocidad vertiginosa con la que la industria ha evolucionado en los últimos años, especialmente en el contexto post-pandémico. "Sabemos que la IA supone un gran impulso en el ámbito de la gestión de la información, principalmente a través de la analítica predictiva, ya que representa un gran potencial en el aprovechamiento de los datos para el diseño de estrategias empresariales. En Ebroker, ahí estamos".

# Aegon da a conocer su propuesta de valor para la mediación en Valencia y Alicante

**Aegon** ha ratificado el papel significativo que desempeña el corredor en la industria y ha presentado en la Comunidad Valenciana su estudio 'Informe del corredor de seguros en España: perspectivas, digitalización y retos' (ver **Más a fondo**).

Gabriel Fransitorra, director territorial de Aegon, resaltó una vez más la labor imprescindible de los corredores: "Lamentablemente la red mediada no siempre recibe el reconocimiento que debiese por parte del mercado. Conscientes de esta cuestión, en Aegon queremos darles el lugar que les corresponde y que, sobre todo, merecen. A través de este análisis y de las percepciones que hemos obtenido, podemos disponer de una comprensión más profunda de sus preocupaciones, prioridades y desafíos. En consecuencia, estamos en posición de brindar un servicio excepcional y completamente personalizado para satisfacer sus necesidades de manera más que óptima".

Por otra parte, la aseguradora ha reunido a los principales profesionales de la mediación de seguros de Galicia en una jornada de formación, organizada junto al **Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña**. El encuentro, con conexión online para los mediadores de los Colegios de Lugo y Pontevedra, responde al Plan Estratégico para el Canal Mediador, desarrollado por Aegon y que refleja el compromiso de la aseguradora por mantenerse cerca de su red mediada. También aquí, ha presentado las conclusiones de su 'Primer estudio de la mediación en España'.

De manera adicional, la entidad ha aprovechado para presentar su portfolio de productos de Salud y Vida, así como las principales novedades de las coberturas introducidas en ellos. También han compartido y puesto a disposición de los mediadores presentes su campaña actual para fin de año, con el objetivo de ayudarles a tener el mejor cierre posible para el curso 2023.

# QBE refuerza su negocio de construcción y la gestión de programas multinacionales

**QBE Iberia** ha incorporado a su equipo a Jorge Vidal como nuevo Multinational Senior Case Handler y ha promocionado a José Luis Benito a Construction Senior Underwriter.

Vidal es licenciado en Management Business Administration y ha desarrollado su carrera profesional en el área de cuentas multinacionales de Chubb. Dentro de su nuevo rol en QBE, estará a cargo de expandir los Programas Multinacionales de la firma.

Benito comenzó su carrera profesional en Zurich Global Corporate, donde trabajó como Portfolio Underwriter. Tras pasar por Generali Global Corporate, se unió a QBE en junio de 2021.

# Beazley presenta su propuesta de RC Sanitaria ante corredores barceloneses

**Beazley** ha presentado, ante un amplio grupo de corredores de seguros de Barcelona, su renovada propuesta de RC Sanitaria.

Elena Alhambra, Suscriptora Internacional de RC Sanitaria, explicó la estrategia de Beazley en España para RC Sanitaria. "Hemos incorporado nuevos suscriptores este año (en referencia a Pilar González y José Jardi) y estamos trabajando para consolidar nuestra oferta de RC, Virtual care y, próximamente, Life Sciences".

José Jardi profundizó en el apetito de suscripción de los productos actuales y en las características de la RC Sanitaria de Beazley; mientras que Pilar González explicó el producto 'Virtual Care', creado para empresas con un gran componente tecnológico que trabajan en el sector sanitario: e-health, telemedicina, etc. Por último, Diego Camino hizo un repaso del proceso de gestión de siniestros con ejemplos.

En otro orden de cosas, Beazley ha reforzado su equipo de Cyber Services con la incorporación en España de Joël Duquenne como Assistant Cyber Services Manager, que cuenta con experiencia en ciberseguridad tras su paso por varias consultoras Big 4.

Antes de unirse a Beazley, Duquenne fue consultor de ciber inteligencia en EY. Y previamente pasó por KPMG Canadá. Con anterioridad, trabajó como analista de seguridad informática en Interpol, BNP Paribas y SWIFT.

# Liberty clausura la segunda edición de 'Liberty *for Women*'

Medio centenar de directivas del sector asegurador han celebrado en el Teatro Real de Madrid la clausura de la segunda edición de **Liberty** *for Women* (LFW), el programa de desarrollo, visibilidad y networking para mediadoras y directivas de Liberty Seguros.

En esta segunda edición, han participado 20 directivas de diferentes funciones de corredurías de seguros provenientes de todo el territorio nacional y 5 directoras comerciales de Liberty. Las sesiones se han desarrollado durante seis meses, abordando temas como el autoconocimiento, el liderazgo, la comunicación, la agilidad emocional y la gestión del tiempo.

Con LFW se continúa avanzando en su compromiso con impulsar la presencia de mujeres en los puestos directivos del sector asegurador, así como con promover la diversidad, la equidad y la inclusión de acuerdo con sus valores.

# Cesce implementa un proyecto de *rehosting* para modernizar su infraestructura de TI

**Cesce ha completado con éxito un proyecto de rehosting en colaboración con Babel. Supone la transición de sus sistemas de Tecnologías de la Información de un *mainframe* propietario a una infraestructura Linux de última generación.**

La compañía decidió, en 2022, acometer este proyecto de *Rehosting* de sistemas para modernizar su infraestructura tecnológica y reforzar su liderazgo en el mercado asegurador mediante soluciones innovadoras y experiencias únicas. Este proyecto permite a Cesce obtener una mayor flexibilidad y sentar las bases para futuros retos de modernización tecnológica.

La nueva infraestructura posibilitará una transición hacia una lógica de negocio basada en APIs, facilitando la extracción y gestión de aplicaciones, y promoviendo un sistema más abierto y preparado para futuras innovaciones tecnológicas, manteniendo el valor empresarial y la atención al cliente.

En otro orden de cosas, **eInforma** ha incluido en su cartera de soluciones la póliza 'Deudor Seguro Exprés', para facilitar que cualquier empresa española, independientemente de su tamaño, pueda asegurar online sus operaciones comerciales. Esta póliza de crédito comercial exclusiva de Cesce permite asegurar a sus deudores nacionales de forma sencilla y 100% digital, sin pago de prima inicial ni compromiso alguno si no se decide finalizar el proceso.

Las principales características de 'Deudor Seguro Exprés', que comercializa en exclusiva el Grupo Informa, son: No existe prima de pago inicial; No se facturan gastos de estudio; No es necesario notificar las ventas; El riesgo solicitado podrá estar entre los 3.000 euros y los 60.000 euros; La duración de la cobertura será de 3 meses; y el porcentaje de cobertura es del 90%. El sistema calculará la prima en función de la empresa, el límite de riesgo concedido y la duración del límite.

# Las reservas matemáticas de Vida alcanzaron los 200.651 millones, a finales de septiembre

**A 30 de septiembre de 2023, la reserva matemática de los seguros de ahorro ha crecido 6.763 millones de euros respecto al año anterior, alcanzando los 200.651 millones de euros.**

Esta subida, según **Icea**, se debe tanto a los seguros vinculados a activos, que aumentaron en 4.102 millones de euros; como a los seguros con garantía de interés, que crecieron 2.661 millones de euros.

# Santalucía implementa la tecnología avanzada en su estructura

**Santalucía** está dando pasos significativos hacia el futuro de la industria aseguradora mediante la implementación de tecnología avanzadas. De este modo, implementa la automatización y transformación tecnológica como parte integral de su modelo de negocio.

En 2023, Santalucía ha multiplicado por cinco el número de actividades automatizadas en comparación con los tres años anteriores. Entre los resultados de estos procesos automatizados destacan la gestión de facturas, de documentación y de liquidaciones en el área de Decesos, el registro de clientes en la Lista Robinson, y la criba curricular en la selección de profesionales. En este sentido, ha gestionado más de 270.000 documentos de liquidación, y más de 9.000 facturas, mejorando la agilidad y el tiempo de respuesta al cliente, así como más de un millón de registros de la Lista Robinson, y analizado más de 13.000 currícula.

La apuesta de Santalucía por la automatización maximiza la eficiencia operativa, acelera el procesamiento de reclamaciones, ayuda en la precisión y reducción de errores, personalización de pólizas, gestión de datos y análisis avanzados, y sobre todo, mejora la experiencia del asegurado.

La unión de Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS) y el área de seguros de medianas y grandes empresas de Allianz Seguros opera ya en el mercado ibérico bajo el nombre de **Allianz Commercial**, un proyecto de crecimiento para los segmentos MidCorp y LargeCorp. El objetivo es seguir creciendo los próximos años hasta alcanzar una cuota de mercado en MidCorp y LargeCorp de en torno al 15%.

# Allianz Commercial opera ya en el mercado ibérico

Liderada por Gianluca Piscopo, director regional de Distribución para Iberia, y en colaboración con Sandra Cordero, directora de Líneas Comerciales UW para MidCorp, además de los delegados de empresas de las Direcciones Comerciales de Allianz Seguros en el territorio, se han celebrado presentaciones para explicar el amplio abanico de servicios especializados y la propuesta de valor que Allianz Commercial ofrece al mercado ibérico, tanto a nivel interno como con los principales brókeres y clientes.

# Aserta inicia su expansión por Europa

**Aserta** ha anunciado la puesta en marcha de su expansión por Europa con la creación de la nueva Aserta Europa Seguros y Reaseguros, que iniciará su actividad en varios países de la Unión Europea y que tendrá su sede en Madrid.

El presidente del Consejo de Administración de Grupo Aserta, Henry David Carstens, ha anunciado desde España este importante paso del grupo mexicano, que lleva operando en el mercado español desde 2016 a través de una sucursal que ahora se convierte en filial para ampliar su negocio.

Los principales sectores donde opera la compañía son grandes proyectos de energía, de defensa, de contratos, de construcción y de infraestructuras. Además, el grupo apuesta por crear un sector de garantías que se desenvuelva en la vida cotidiana de las personas, ofreciendo soluciones para el alquiler inmobiliario o las operaciones crediticias diarias. Este enfoque disruptivo tiene como objetivo democratizar el sector y ampliar su accesibilidad, anticipando un crecimiento significativo en el tamaño del mercado en el futuro.

La aseguradora está haciendo una prospección y un análisis e investigación de mercado en diferentes países con el objetivo de poder llegar antes con productos digitales que con un seguro de Caución tradicional. En 2024 iniciará la ruta hacia Portugal e Italia.

Aserta tiene como objetivo llegar a las pymes y particulares. Además, busca hacer crecer los productos digitales que han sido lanzados en el último año con el propósito de fortalecer los mercados B2C y B2B2C.

**AXA Partners** ha anunciado dos nuevos nombramientos para reforzar su equipo comercial. Cristina Pascual se incorpora como Senior Sales Developer Travel, mientras que Jorge Gutiérrez, hasta ahora Account Manager de Hogar, pasa a ocupar el puesto de Sales Manager de esta línea de negocio.

# Cristina Pascual y Jorge Gutiérrez, nuevos fichajes para el equipo comercial de AXA Partners

Pascual será la encargada de planificar, desarrollar e implementar nuevas oportunidades para el equipo comercial de Viajes. Cuenta con amplia experiencia en multinacionales del ámbito del seguro donde ha sido Key Account Manager de grandes cuentas. Es Licenciada en Turismo por la Universidad Rey Juan Carlos y tiene un máster en Dirección Comercial y Marketing.

Gutiérrez, por su parte, liderará el área comercial de esa línea de negocio, asegurando que los clientes, tanto existentes como nuevos, tienen a su disposición las mejores soluciones de asistencia. Durante los últimos cuatro años fue Account Manager de Hogar en AXA Partners. Es diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Salamanca, posee un máster en Marketing y Gestión Comercial y otro en Dirección Comercial y Ventas.

# Arag ofrece su póliza de Defensa Jurídica para Negocios a los asociados de MLS Cantabria

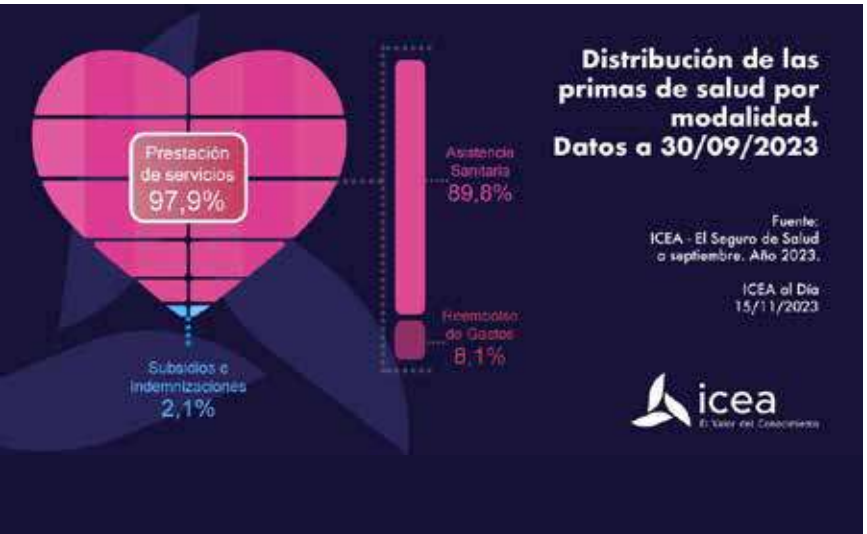
**MLS Cantabria** (asociación de inmobiliarias) y **Arag** han firmado un convenio de colaboración para ofrecer a los asociados de la asociación inmobiliaria la póliza 'Arag Negocios'.

El seguro cubrirá de manera individual a las inmobiliarias asociadas a MLS Cantabria con multitud de coberturas, que van desde la asesoría jurídica telefónica, la revisión y redacción de documentos y contratos, la defensa fiscal, la reclamación en contratos de servicios o la reclamación a clientes por demandas, denuncias o querellas infundadas.

En otro orden de cosas, el **Colegio de Mediadores de Seguros de Lleida** junto con Arag han realizado una jornada de formación sobre la asistencia médica en viajes.

Laura Domingo, coordinadora de equipo de Asistencia Médica en Viaje en Arag, ha hablado de la asistencia médica y sanitaria, así como de la repatriación, convalecencias de hotel… Tanto en el ámbito nacional, Andorra o en magnitud internacional.

También se habló de las particularidades que se encuentran en algunos países, como por ejemplo que en los EE.UU. los precios de las asistencias médicas son muy elevados y a menudo se reciben facturas de los hospitales; o que en Cuba hay hospitales para autóctonos y para turistas.




# Reembolso de gastos, la modalidad de Salud que más crece en primas

La modalidad de reembolso de gastos del seguro de Salud es la que más crece, con un 9,1% sobre el año anterior.

El volumen de primas de Salud alcanzó los 8.489 millones de euros al finalizar el tercer trimestre de 2023, con un crecimiento del 7% respecto al año anterior, ha señalado **Icea**.

# JubilaME e IMeureka unen fuerzas

La plataforma JubilaME y el marketplace de seguros IMeureka han firmado un convenio de colaboración para mejorar la experiencia de los corredores optimizando su eficiencia en el mercado seguros.

Las dos empresas se han integrado para conectar sus tecnologías y permitir a los corredores acceder utilizando ambas plataformas, con acceso unificado, ofreciéndoles herramientas de asesoramiento más completo y eficiente en su día a día profesional.

Los fundadores de IMeureka, Pablo Collado y Rafael Zurera señalan que: "Esta iniciativa combina nuestras tecnologías en el sector y abrirá nuevas oportunidades para los corredores y los inversores".

# Iberian amplía su capacidad en Caución en más de un 30% para 2024

Iberian Insurance Group ha anunciado, durante la celebración de su noveno aniversario, la ampliación de su capacidad en el ramo de Caución en más de un 30% en 2024.

Pero, Caución no será el único ramo por el que apueste Iberian el próximo curso, ya que también ha avanzado la ampliación de su catálogo de productos aseguradores con la incorporación de nuevos ramos que serán anunciados ya entrado 2024. "De cara al próximo año vamos a diversificar nuestra cartera de productos ampliando ramos con productos aseguradores a medida, muy atractivos, con coberturas especiales", ha indicado Darío Spata, CEO de Iberian.

# SegurCaixa Adeslas, Mejor Aseguradora de España 2023

SegurCaixa Adeslas ha recibido el premio Mejor Aseguradora de España 2023 por parte de Capital Finance International. La revista británica ha otorgado, por cuarto año consecutivo, este reconocimiento a la compañía.

El jurado ha destacado, en esta ocasión, los esfuerzos de la aseguradora por promover la prevención y la incorporación de buenos hábitos de vida entre sus más de seis millones de asegurados de salud. En concreto, la revista señala el liderazgo de 'Adeslas Salud y Bienestar', el centro de salud digital de la compañía que ha rebasado ya el millón de usuarios registrados.

# PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

Información relevante para pymes y autónomos

## A diario

Accede a las noticias que te interesan en

**www.pymeseguros.com**

# Howden defiende la fortaleza y el buen momento del sector asegurador

Alfredo Arán, Senior Advisor de Howden Broking Group, ha defendido la fortaleza, la importancia y el buen momento del sector asegurador, durante una ponencia sobre 'Visión global de la mediación' en el IX Encuentro Asegurador Gallego, organizado por el Consejo Gallego de Mediadores, celebrado en La Coruña.

Tras repasar la situación del sector asegurador, "que en España supone más de un 5% del PIB", y analizar los datos de los mercados gallego, nacional e internacional de la mediación, Arán ha afirmado que "estamos en el sector adecuado en el momento adecuado". Una opinión que ha basado en las oportunidades que ofrece el momento actual de la mediación. Entre ellas, ha destacado que es un negocio recurrente, con buen margen y poco riesgo, o el hecho de que ofrece una atención personalizada, "y, por tanto, adaptada a las necesidades de cada cliente", en contratación y siniestros. Al tiempo que ha resaltado la especialización que deben tener los mediadores de seguros, ya sea en productos, sectores o en territorios.

Otros aspectos que ha considerado que suponen una oportunidad son la existencia de nichos de mercado en los que se puede especializar y conseguir un valor diferencial, la digitalización para agilizar la transformación y aumentar la eficiencia, y ha puesto en valor la gerencia de riesgos que en muchas ocasiones realizan los mediadores, sobre todo en las pymes.

No obstante, también ha comentado que la actividad de la mediación no está exenta de riesgos. Por ejemplo, los relacionados con esa digitalización y transformación tecnológica que había citado como oportunidad para el sector, "ya que requiere de un importante nivel de innovación e inversión, muy difícil de seguir".

Ha señalado, asimismo, el cumplimiento normativo "estamos en un sector que cada vez estará más regulado" y la sostenibilidad "cada vez más demandada por las instituciones y la propia sociedad". A ellos se añade, en su opinión, la competencia de canales "como la bancaseguros, los intermediarios tecnológicos, los comparadores, etc.". Sin olvidar algo que ha recalcado como muy importante, los problemas que se pueden plantear en los procesos de sucesión de las corredurías, "especialmente en las más tradicionales de carácter familiar".

En otro orden de cosas, Howden Iberia ha informado de la inauguración de su nueva oficina en Zaragoza en la calle Joaquín Costa, número 4, con nueve empleados.

Por otro lado, Rubén Martínez, director general de Howden, ha defendido que los planes de ESG hay que ejecutarlos, analizarlos y medir sus resultados durante su participación en la mesa redonda 'Factores sociales. Voluntariado empresarial. Finanzas e inversiones de impacto', del Club de Sostenibilidad organizada por la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) en Santiago de Compostela.

Martínez ha defendido que las actuaciones de las empresas en relación con los aspectos sociales son fundamentales porque, además de ser un compromiso que exigen los clientes y los consumi-

dores, se necesitan para atraer y fidelizar al talento y generan estabilidad y resiliencia, lo que redunda en generar una buena reputación. Todo lo cual se une, en su opinión, a la necesidad de cumplir la legislación.
Por otra parte, ha explicado que las actuaciones sociales ligadas a la sostenibilidad deben ser ejecutadas, no quedarse en los planes de ESG, entre otras cosas porque ya se están produciendo reclamaciones contra directivos de organizaciones por incumplimiento de planes sobre esta materia.
Por otra parte, el bróker ha dado a conocer la promoción de Ramón Almoguera al puesto de Regional Legal Counsel en Europa, donde se encargará de asesorar a los equipos directivos de las entidades del grupo Howden en Europa en todos los asuntos legales procedentes y coordinará la actividad de los diferentes equipos jurídicos de la región, incluida la región de Iberia compuesta por España, Portugal y Marruecos.
Por último, señalar que Howden ha participado en la jornada 'Perspectivas del sector turístico balear para 2024', organizada por la **Asociación para el Progreso de la Dirección (APD)**. En ella se dijo que la inteligencia artificial será una de las claves para el desarrollo de la industria del turismo y para que esta avance en sostenibilidad.
Se comentó que la IA va a destruir algunos puestos de trabajo, pero abrirá oportunidades para que se creen otros más cualificados.

# Quality Brokers celebra su primer QB Sales Summit 2023

**Quality Brokers** ha celebrado QB Sales Summit 2023, bajo el lema 'No es un acto de compañías, es un acto de compañía'. El objetivo principal fue estrechar lazos con algunas aseguradoras, detectar nuevas oportunidades de negocio y ofrecer una formación de impacto para el equipo comercial de Quality Brokers.

Para ello, se contó con la participación de Alfonso Linares, quien dirigió el Taller 'Fuerza de ventas 3.0 by Alfonso Linares', compartiendo su experiencia y conocimientos en desarrollo de negocio, dirección de equipos y redes comerciales. Haciendo especial énfasis en la importancia de la ciberseguridad y la inteligencia artificial.
En la intervención de los tres miembros del consejo de Quality Brokers, Javier Simarro destacó la relevancia de pertenecer a un sector de gran calado social, Jorge Pons celebró la capacidad y potencia del equipo comercial y del sector, y Gonzalo Gironés destacó los valores humanos del seguro: "Nuestro trabajo es mucho más que números y pólizas, es una red de seguridad que abraza a la sociedad en su conjunto".

# Aprobada el alta de la primera correduría creada con solo 2 euros de capital social

El portal www.quierosercorredordeseguros.es ha informado de la aprobación y registro en la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones de la primera correduría de seguros creada con tan solo 2 euros de capital social. La correduría tiene dos socios al 50% y la aportación inicial de cada uno de ellos al capital social de la sociedad ha sido de tan solo 1 euro.

El asesoramiento y elaboración del expediente de alta de esta correduría se ha realizado por este portal al amparo de lo que recoge la nueva regulación desarrollada por la Ley 18/2022, de 28 de septiembre, de creación y crecimiento de empresas, conocida como ley 'crea y crece', una ley que se aprobó en septiembre de 2022 y que se enmarcaba entre las reformas más destacadas del 'Plan de Recuperación para el impulso a la pequeña y mediana empresa' puesto en marcha por el Gobierno.

En palabras de Jorge Campos, director del portal: "Aunque no somos partidarios de que una correduría tenga un capital tan bajo que conlleva una garantía prácticamente nula para cubrir su posible responsabilidad, es verdad que la Ley Crea y Crece está ahí y permite esta posibilidad". Además, recuerda que "tendrán que ir provisionando, sin limitación de tiempo, el 20% de los beneficios que obtenga la sociedad cada año, hasta alcanzar el capital mínimo de 3.000 euros".

# El Consejo Gallego celebra su Encuentro Asegurador Gallego

El Consejo Gallego de Mediadores de Seguros celebró el 23 de noviembre el IX Encuentro Asegurador Gallego, en donde profesionales del sector asegurador pusieron en común sus experiencias.

Este año, fue el primer encuentro oficial de la institución autonómica. Para conmemorarlo, el Consejo Gallego diseñó un programa que acredita 8 horas de formación continua, y en el que se tocaron temas de actualidad, como la visión global de la mediación en Galicia, la inteligencia artificial en el sector, los riesgos consorciables o el abuso de la bancaseguros, entre otros.

Por otro lado, el Consejo Gallego ha celebrado, una jornada sobre riesgos emergentes en los seguros de Daños, impartida por Aitor Gorozarri de Madariaga, responsable del departamento Técnico Territorial de Galicia y Asturias de Reale Seguros.

# Javier Barberá prevé una convergencia entre distribuidores y grandes tecnológicas

Convergencia entre la distribución de seguros y las grandes tecnológicas, reducción de errores y aumento del papel de los mediadores son las tres principales previsiones que el presidente del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, Javier Barberá, ha manifestado en el Congreso Internacional de Digitalización y Seguro, celebrado en la Universidad de Oviedo.

Durante su intervención en la primera mesa redonda, Barberá ha resumido en seis puntos las tendencias tecnológicas que, en su opinión, afectarán durante los próximos años a la mediación:

1. Los mediadores seguirán siendo una parte central de la distribución de seguros y las compañías seguirán trabajando con ellos en lugar de construir sistemas propios de distribución directa.
2. El papel de la tecnología en la intermediación de seguros seguirá creciendo. Compañías y mediadores estarán cada vez más interconectados para poder entregar información en tiempo real y hacer pólizas y contratos en línea.
3. Veremos una convergencia entre la distribución de seguros y las grandes empresas tecnológicas. Esta situación podría dar lugar a ecosistemas que combinen las capacidades digitales de las grandes tecnológicas y el conocimiento de la industria de los mediadores, para crear poderosas plataformas de corretaje de seguros.
4. Experiencias digitales. Si bien cada vez más usuarios están dispuestos a comprar seguros estándar en línea y esperan un servicio rápido y, a veces, sin contacto, los mediadores tienen el arma imbatible: asesorarlos para encontrar los productos adecuados. Para ello, será fundamental centrarse en crear experiencias digitales atractivas que generen lealtad en los clientes.
5. Uno de los grandes beneficios para los corredores seguirá siendo la reducción de errores; mejorar la recopilación de datos de diferentes fuentes y eliminar una doble entrada de datos.
6. El cliente evitará ir a las corredurías y agencias excepto que sea absolutamente necesario.

Javier Barberá es optimista ante el futuro, "si nos adaptamos con planificación y constancia. La transformación digital es la máxima prioridad".

En otro orden del cosas, el Consejo General ha denunciado ante el Defensor del Pueblo la falta de aseguramiento en la actividad industrial. Se ha presentado un informe que describe el origen del problema, apunta las causas y refleja los problemas que tienen muchas empresas industriales tanto para renovar los contratos de seguro de cartera, como para suscribir nuevos riesgos. El Defensor del Pueblo se ha comprometido a analizar la situación para contribuir a la resolución del problema.

Entre las posibles soluciones, el Consejo General propone la creación de un pool. Otras posibles líneas de trabajo estarían relacionadas con el acceso a fondos europeos *Next Generation* destinados a actualización de medidas de seguridad o deducciones fiscales a las empresas que inviertan en mejoras de riesgos y en prevención.

# La correduría Mínguez Sáez adopta herramientas de MPM Software para optimizar su gestión

La correduría Mínguez Sáez ha incorporado varias soluciones de MPM Software para optimizar la gestión de su negocio. Con este acuerdo, la correduría avanza con paso firme en la transformación digital integral de la gestión de su negocio.

Con más de 35 años de experiencia y una gestión anual de más de 13.000 pólizas, Mínguez Sáez se ha consolidado como un referente en el sector, destacando como principales compromisos de excelencia en la gestión su enfoque al cliente y su capacidad para identificar y gestionar riesgos de manera efectiva.

En la base de la estrategia de Mínguez Sáez, de implementar segElevia, TarifAI y Signaturit, está contar con una solución tecnológicamente puntera, integrada, escalable y flexible que no solo permita una gestión eficiente de la correduría, sino que también brinde la adaptabilidad, eficacia, seguridad y confianza necesarias para los retos de un futuro que ya es presente.

La capacidad de segElevia para integrarse de manera sencilla con diferentes aplicaciones en un entorno único ha sido determinante en la elección de la solución de MPM Software. Según el CEO, Antonio Mínguez Sáez, "la integración de SegElevia en nuestra correduría marca un hito importante en nuestra estrategia de digitalización 360".

Añadiendo que, "en los tiempos actuales, la tecnología es la herramienta en la que nos apoyamos para optimizar nuestros procesos y mejorar la comunicación con el cliente, reforzando la relación personal de forma eficiente. Lo que nos permite ahorrar tiempos de gestión y trámites que invertimos directamente en aquello que verdaderamente aporta valor añadido a la gestión con nuestros clientes".

# La correduría Finsa forma a su equipo sobre Prevención de Riesgos Penales

Tras la incorporación de la nueva ley sobre la obligatoriedad en la mediación de realizar un curso de prevención de riesgos penales, Finsa Correduría de Seguros | Senda Vivir Seguros lo ha organizado para sus empleados y para las más de 100 corredurías integradas y agencias colaboradoras externas del grupo.

El objetivo fue exponer el conocimiento de todas las normas, procedimientos y herramientas internas con las que cuenta Finsa | Senda, para controlar y supervisar el cumplimiento de la normativa legal aplicable a todo el equipo.

# El Colegio de Madrid celebra su III Encuentro Vida y Pensiones Vida

**Los seguros de Vida, pensiones, ahorro para la jubilación y los avances en la lucha contra el cáncer protagonizaron el III Encuentro de Vida y Pensiones 'Vida Madrid', que ha celebrado el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid.**

Elena Sánchez, directora de operaciones en Amadix, explicó los avances en la detección precoz del cáncer. Expuso las ventajas de su producto 'PreveCol', un test de sangre para la detección temprana del cáncer colorrectal en personas asintomáticas. "El test ayuda a identificar este tipo de cáncer y es capaz de descartar al 99,9% esta enfermedad".

Luis Fariñas, director general de Pelayo Vida, presentó el seguro 'Vida Mujer'. "Está pensado para que lo pueda contratar cualquier mujer independientemente de su estado de salud", afirmó Fariñas. El seguro ofrece coberturas en caso de cáncer femenino (más allá del cáncer de mama), con una prestación económica especialmente destinada a estas circunstancias. Este seguro de Vida está diseñado para disfrutarlo a lo largo de la duración del pago de las primas, teniendo además un capital para cubrir un posible cáncer femenino así como un capital adicional para cubrir el fallecimiento e invalidez por cualquier circunstancia o por accidente.

Gonzalo Íñiguez, director de Madrid de la aseguradora Surne, expuso las ventajas para la mediación de los seguros de ahorro para empresas y pymes. También Tania Piñez, responsable comercial de Avanza Previsión, explicó las ventajas de sus productos de ahorro, basados en la flexibilidad para que el cliente pueda combinar una atractiva rentabilidad garantizada con un alto nivel de liquidez. Piñez señaló que el producto 'Ahorro Plus 5' pone a disposición del cliente un tipo de interés anual garantizado de 3% (neto de gastos de gestión) que se fija al inicio de la inversión y se garantiza para cinco años.

Montserrat Sabaté, responsable de Pensiones de Caser Saving and Investment Solutions, indicó las ventajas fiscales de los productos de ahorro para la jubilación de la aseguradora y las posibilidades de optimizar las aportaciones invertidas, especialmente si se reinvierten automáticamente en el plan las desgravaciones fiscales. Ignacio Sanz, experto de Desarrollo de Negocio Previsión de Mapfre, explicó las acciones de la aseguradora en el área de la previsión empresarial. Alejandra Flores, especialista en Vida, Ahorro e Inversión de AXA, mostró las particularidades de los seguros colectivos de ahorro y jubilación para las empresas.

En otro orden de cosas, Mirenchu del Valle, presidenta de **Unespa**, impartió la clase magistral en la ceremonia de entrega de diplomas del Curso de Seguros Nivel 1 del Colegio de Madrid a los alumnos de las promociones 2020/21/22. Del Valle aportó las cifras macro y micro que sitúan a la región de Madrid como "la gran plaza del seguro".

Por último, señalar que el Centro de Estudios del Colegio de Madrid se sumó, por segundo año consecutivo, al Black Friday con descuentos en la gama de sus cursos, que van desde el 42% para colegiados, familiares y empleados al 23% para no colegiados en 5 cursos de formación continua.

# Senda Vivir e Insurama se alían para transformar el seguro de dispositivos electrónicos y bienes físicos

**Senda Vivir Seguros** ha anunciado su colaboración estratégica con **Insurama**, una agencia de suscripción especializada en la cobertura de dispositivos electrónicos y bienes físicos para familias y empresas a través de soluciones digitales, contratación online, sin trámites físicos.

Esta alianza representa un paso significativo en la evolución del seguro de dispositivos electrónicos y bienes físicos, combinando la experiencia de Senda Vivir Seguros en los seguros con la especialización tecnológica de Insurama.
Por otro lado, Senda Vivir Seguros ha firmado un acuerdo de colaboración con la insurtech danesa **Comadso**, para que sus socios accedan a una solución informática que permite comparar, de forma diaria, productos aseguradores y coberturas de distintas compañías.
En otro orden de cosas, la asociación ha firmado con **Asisa Vida** un acuerdo para la comercialización de los productos de la aseguradora a través de las correduría que forman parte de la agrupación.
Por último, señalar que Senda Vivir Seguros ha celebrado una nueva edición de los Desayunos Senda anuales en la sede la asociación, invitando, como viene siendo habitual, a diferentes entidades aseguradoras con las que frecuentemente trabaja la agrupación. Últimamente, se ha reunido con Allianz, Reale, AXA, Helvetia, Generali, Pelayo y Liberty.

# Los mediadores turolenses reciben formación en siniestros por agua

El **Colegio de Mediadores de Seguros de Teruel** ha realizado una formación sobre la gestión de daños por agua y siniestros consorciables, impartida por Sergio Villar, director ejecutivo de **Risk Consulting Riesgos y Siniestros**.

En ella se estudiaron casos prácticos de edificación, sistemas de canalización de agua, así como ejemplos de siniestros residuales y pluviales.
Asimismo, se analizó la gestión de los siniestros consorciables abordando cuáles son las funciones del Consorcio de Compensación de Seguros, en qué casos puede intervenir, conocer los criterios técnicos para saber si un siniestro de agua o viento es consorciable o cómo gestionar correctamente un siniestro desde el inicio y ofrecer un buen servicio al cliente de manera efectiva.

# El Colegio de Castellón celebra una jornada sobre el impacto de los eventos climáticos extremos en el sector

El Colegio de Mediadores de Seguros de Castellón ha convocado una jornada sobre 'Las DANA, eventos climáticos extremos: su influencia en el cambio climático', que analizó la afectación que para el sector asegurador tienen este tipo de eventos.

Alejandro Izuzquiza, director de Operaciones del Consorcio de Compensación de Seguros, fue el ponente de esta jornada, en la que aportó su experiencia en el Consorcio en cuanto a la profundidad del impacto de los diferentes y crecientes eventos climáticos extremos, y la repercusión que acontecimientos como las DANA tienen para el sector asegurador y la sociedad en general.
En otro orden de cosas, el Colegio de Castellón ha firmado un protocolo de colaboración con Cubacas, que ofrece ventajas para los mediadores colegiados, que podrán disfrutar de una respuesta más rápida con el contacto directo con Cubacas, que se dedica al desatasco y vaciado, además de ofrecer servicios de inspección con cámaras y localización de arquetas.
Por último, señalar que el Colegio ha otorgado el premio Rotllo a Fiatc en el marco de la festividad de la Patrona del Seguro, celebrada en la localidad castellonense de Benicàssim.
Previamente Antonio Fabregat, presidente del Colegio de Castellón reivindicó el papel de agentes y corredores ya que "a pesar de la creciente tecnología, nosotros, como mediadores, continuamos destacándonos y diferenciándonos por el valor que aportamos a través de nuestro asesoramiento personalizado. Mantenemos los valores propios de una empresa familiar, valores como la cercanía y el trato que hacen que nuestra profesión sea única".
La gran novedad de esta edición de la patrona del seguro fue la inclusión de una ponencia en formato conversacional que giró en torno a la gestión de riesgos, en línea con el lema de este año 'Amplia tu visión. Gerencia de riesgos: ayuda a proteger el futuro de tus clientes'. Con el título '¿Por qué la gerencia de riesgos es una ventaja competitiva para las empresas?', Alicia Soler, directora ejecutiva de Agers, Gonzalo Iturmendi, secretario general de Agers y director de su Centro de Estudios, e Inma Fabregat, responsable de Formación del Colegio de Castellón pusieron de manifiesto la importancia que esta cuestión tiene para las empresas y también para los mediadores. No en vano Iturmendi destacó que en su opinión "el mediador es el gerente de riesgos de las pymes". Por ello, para Alicia Soler "es fundamental que se formen en la gestión de riesgos, ya que una sólida gestión de riesgos ofrece a los medidores una posición de ventaja ante las entidades".
Javier Barberá, presidente del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, fue el encargado de clausurar el evento reivindicando el papel de los mediadores de seguros. En su opinión "algo debe de tener la mediación cuando estamos en boca de todos y seguimos creciendo. Y, sobre todo, la colegiación da valor a esta profesión por el intercambio continuo que permite".
Barberá también destacó que "el cliente va a exigir mucho más asesoramiento del que estamos acostumbrados. Va a exigir otro tipo de forma de relacionarse con nosotros para la que nos tenemos que preparar y además nos va a ofrecer otro tipo de oportunidades que nacen en este momento".

# El Colegio de Barcelona crea avatares para ayudar a los mediadores a desarrollar su negocio

El Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona ha presentado el primer desarrollo alimentado por inteligencia artificial (IA). Concretamente, se visualizará en la creación de avatares 3D de los ocho asesores del colegio que, a partir de ahora, seguirán haciendo su labor de aconsejar y opinar sobre los temas que más preocupan a los mediadores, pero añadiendo otro formato.

El avatar 3D de cada uno de los asesores tomará en las redes sociales el relevo de su alter ego y seguirá ofreciendo consejos y resolviendo dudas, pero de una forma más fresca y original. Gradualmente se irán presentando a los ocho avatares de los asesores. Los asesores ofrecen su servicio presencialmente, a través de una llamada telefónica, mediante una videoconferencia o, a partir de ahora, con el uso de un avatar y de la inteligencia artificial.
El avatar también realizará su función de ofrecer consejos genéricos a través de las redes sociales. El objetivo del Colegio es aportar valor a la mediación y para ello hay que utilizar todos los canales de distribución de contenidos.

# Ruiz Re participa en la feria agroalimentaria Sepor

Ruiz Re ha puesto el broche final a la 56ª edición de Sepor, feria agroalimentaria y ganadera, llevada a cabo en Lorca (Murcia).

Durante tres días, la correduría de seguros de Lorca ha estado presente promocionando su variedad de seguros de la categoría Agro.
Utilizando el concepto de la magia, y bajo el lema 'Aquí no hay truco', el expositor de Ruiz Re contó con la presencia del mago e ilusionista Pablo Guillén, que atrajo la atención de todos los visitantes hasta el stand de Ruiz Re.
Juan David Ruiz, CEO de Ruiz Re, ha destacado la importancia de estar en Sepor para una correduría que tiene sus orígenes en Lorca. "Tenemos una póliza específica de vida-riesgo profesional para agricultores y ganaderos que cubre su cobertura profesional, además de otro tipo de productos relacionados con la cobertura de cultivos, cosechas o las explotaciones ganaderas".

# WTW se alía con Remove Group para disminuir el riesgo reputacional online de las empresas

**WTW y la tecnológica Remove Group han firmado un acuerdo de colaboración para ayudar a las empresas a disminuir su riesgo reputacional, con la gestión activa de la reputación corporativa digital.**

La solución tecnológica ha sido desarrollada y patentada por Remove Group para garantizar la protección de la reputación de compañías y profesionales en buscadores online, protegiendo su imagen contra noticias falsas o dañinas, a la vez que se promueve contenido relevante y positivo, generando con ello un escudo reputacional. Además de proteger, la solución también se centra en fortalecer la reputación digital de una compañía o sus directivos en internet, enfocándose en minimizar el impacto del contenido crítico y realzando la visibilidad de informaciones positivas o neutras. Esta herramienta ofrece acceso ininterrumpido, 24/7, a un panel de control que presenta gráficas y mapas de riesgo, así como un índice de visibilidad y contenidos. Esto permite a los usuarios monitorizar constantemente el progreso y estado de su imagen en los buscadores, asegurando una gestión proactiva y eficiente de su reputación digital.

Por otra parte, con las preocupaciones ESG ascendiendo a la cima de las agendas corporativas, las organizaciones son cada vez más conscientes del coste potencial del daño reputacional en ese contexto. Sin embargo, a medida que aumenta la concienciación, la confianza en los sistemas de gestión de riesgos y las capacidades de respuesta a las crisis ha disminuido desde 2021, según arroja el informe 2023 'Reputational Risk Readiness Survey Report' publicado por WTW.

Entre sus conclusiones clave figura que: los riesgos medioambientales, sociales y de gobernanza son tres de las cinco principales preocupaciones reputacionales de los encuestados; la reputación es ahora uno de los tres principales riesgos para el 26% de las empresas y uno de los cinco principales para el 55% de las compañías; el 95% tiene un presupuesto específico para eventos de reputación; el 10% se compromete mensualmente con las partes interesadas en cuestiones de reputación, frente al 37% en 2021; el 14% vincula un proceso formal de gobernanza para los riesgos de reputación a los indicadores clave de rendimiento (KPI) a nivel directivo, frente al 23% en 2021; el 13% afirma que su resistencia a los problemas de reputación es muy buena, frente al 23% en 2021.

# Aemes publica la aprobación del convenio colectivo

**Aemes** ha publicado, con acceso libre, la Circular 10/2023: Publicación del Convenio Colectivo de la Mediación de Seguros Privados, años 2023-2026. Cabe recordar que las circulares de la patronal son exclusivas para sus asociados, pero en esta ocasión se ha decidido hacerla pública al ser una información de gran relevancia y con el interés de que llegue a todo el colectivo.

El 15 de noviembre fue publicado en el BOE el Convenio colectivo de empresas de mediación de seguros privados, años 2023-2026 mediante Resolución de 3 de noviembre de 2023, de la Dirección General de Trabajo. Este texto entrará en vigor pasados 20 días, debiendo aplicar sus disposiciones a partir del 5 de diciembre.

En el siguiente enlace se puede acceder a la circular: **https://www.aemes.net/images/AEMES/Circular_10_2023_Publicacin_Convenio_2023-2026.pdf**

Por otra parte, Aemes ha celebrado una jornada informativa en la sede del **Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla**, sobre las novedades y obligaciones que introduce el nuevo convenio colectivo de la mediación.

Daniel Montalvo, secretario de la Junta de Aemes, expresó su satisfacción con el programa de la FP Dual que se está implantando progresivamente en nuestro país, habilitando a sus estudiantes con los conocimientos necesarios para desempeñar sus atribuciones en una correduría de seguros.

La jornada fue inaugurada por Jorge Benítez, presidente de Aemes, quien destacó la importancia de la actualización continua en el sector. A continuación, Lucía Relanzón, Asesora Jurídico de la asociación, desglosó las novedades y obligaciones para las empresas de mediación derivadas del convenio, proporcionando claridad y orientación práctica.

Por su parte, Montalvo ofreció un análisis sobre el valor de la patronal en el sector, seguido de una sesión informativa sobre los servicios y acuerdos de colaboración con terceros que Aemes ha establecido para impulsar la gestión y productividad empresarial.

# La correduría Nephilim se integra en Summa

Málaga se suma a la red de capitales con oficina de **Summa/Acrisure. Nephilim** correduría de seguros es la nueva operación que se integra en el grupo dentro de su expansión por Andalucía.

Acrisure es la quinta correduría más grande del mundo. Con más de 1.000 oficinas y presencia en más de 20 países.

# Fecor da a conocer a los jóvenes las oportunidades profesionales en el sector seguros

**Fecor ha celebrado su I Fecorathon, una de las principales acciones contempladas en el Plan de Acción de los Proeles (corredores menores de 42 años), que tienen un objetivo principal: mejorar su eficacia, impulsar la colaboración, fortalecer su red de contactos y aumentar su visibilidad.**

Fecorathon tiene un objetivo claro, destacar ante los jóvenes las diversas oportunidades profesionales que el sector asegurador les ofrece, mediante actividades grupales y la resolución de casos prácticos, con el fin de aumentar su conocimiento sobre las posibilidades laborales disponibles. Es un punto de encuentro entre el mundo profesional y el académico. Esta primera edición ha sido en el Instituto IES Tetuán de las Victorias, y en él han participado más de 60 estudiantes del ciclo formativo del grado superior de Administración y Finanzas con formación en Seguros modalidad dual.
Cristina Gutiérrez, directora gerente de Fecor y Jesús Jimeno, asesor legal de la Federación, se encargaron de realizar una visión 360º del sector seguros, y los coordinadores de los Proeles de Fecor, Helena Iglesias, ingeniera de proyectos del área de desarrollo de negocio de ebroker; Enrique Muñoz, director comercial de Advans Brokers; Alexandre Martínez, director técnico empresas de Martínez i Sanchís Gestió SL Correduría d'Assegurances; y Enrique Maestro, gerente y director técnico Emaestro Seguros, explicaron a los alumnos el proyecto Proeles, el funcionamiento de una correduría y su aporte para el cliente, alertaron de las nuevas oportunidades que van a aparecer en el sector y finalizaron explicando qué es el Fecorathon y su dinámica.
A continuación, se iniciaron las sesiones de trabajo con la formación de 10 grupos, cada uno compuesto por 6 alumnos, acompañados de proeles y representantes de las compañías del Grupo de Apoyo, que les ayudaron a encontrar soluciones efectivas. Finalmente, los líderes de cada equipo hicieron una exposición, al jurado formado por Aemes, Lloyd´s, Unespa y Fecor, en la que daban solución al reto presentado.
En palabras de Juan Antonio Marín, presidente de Fecor, "esta primera edición del Fecorathon, ha acercado el mundo profesional del seguro al ámbito académico. Queremos que los estudiantes comprendan de manera práctica y tangible las salidas profesionales que este sector les ofrece. Y estamos convencidos de que lo hemos conseguido. Agradezco a todas las partes implicadas, Instituto IES Tetuán de las Victorias, estudiantes, profesorado, proeles y compañías del Grupo de Apoyo, su compromiso, trabajo y actitud. Sin ellos no hubiera sido posible. Y quiero reafirmar el compromiso de Fecor de seguir facilitando la conexión entre el mundo académico y el empresarial para beneficio de todos los involucrados".
Este evento ha contado como patrocinadores compañías miembros del Grupo de Apoyo de Fecor: Admiral, Aegon, Asefa, Asisa, AXA, Berkley, DKV Seguros, Ebroker, Europ Assistance, Fiatc, Helvetia, Hiscox, Liberty, Mapfre España, Metlife, MGC, Occident, Pelayo, Preventiva, Previsión Mallorquina, Reale, Sanitas, Santalucía, SegurCaixa Adeslas, Seguro Por Días, Solvento y Vantevo.

Los corredores de seguros, además de ser profesionales del sector, también son gerentes de empresas que pretenden rentabilizar sus negocios. Para saber cómo hacerlo, es imprescindible detenerse en la vorágine del día a día y analizarlo. Esa fue la premisa básica con la que se planteó el taller 'Maridaje: ¿Estás en los zapatos que te convienen?', dirigido por Francis Ferris, abogada y coach certificada. Una formación convocada por la Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV).

# ACS-CV hace reflexionar a los corredores para mejorar la rentabilidad de sus negocios

Ferris instó a descubrir los roles y estereotipos "que, en muchas ocasiones, nos boicotean los objetivos que queremos alcanzar, como pueden ser, mejorar los resultados, ser más tecnológicos, enfocarnos en las actividades más rentables, etc.; y aquellos otros estereotipos y roles que nos conducen a conseguir esos objetivos, sacrificando nuestro propio bienestar personal y familiar".

La idea era"dejar de escondernos detrás de la máscara, nos permite hackear el sistema de matrix, que premia la inmediatez por encima del trabajo y la constancia; un sistema que apuesta por ser más invencibles y perfectas/os y menos empáticos/as y humanos/as".

Según Alexandre Martínez, responsable de Formación de ACS-CV, "hemos propiciado que las personas desarrollaran habilidades esenciales, combinando enfoques femeninos y masculinos para destacar en un mundo en constante evolución".

Asimismo, ACS-CV ha organizado un curso presencial sobre 'Las nuevas tecnologías que influyen en los negocios', impartido por David de Pascual. En él se exploró las últimas novedades tecnológicas con un enfoque en su influencia a medio y largo plazo en el sector empresarial y se reflexionó sobre las posibles aplicaciones de estas tecnologías en sus operaciones.

# Víctor García Bou se pone al frente de HD+ Insurance Broker

HD+ Insurance Broker ha incorporado a Víctor García Bou como su nuevo director. Con una trayectoria de más de 35 años en el sector asegurador, ha desempeñado roles clave en correduría como Aon, Jori Armengol y Tractio.

García Bou aporta su experiencia y conocimientos al equipo de HD+ Insurance Broker, con un enfoque especializado en el ramo de Transporte. Su responsabilidad principal será el desarrollo de la estrategia comercial de HD+ Insurance Broker en Barcelona y en la región de influencia, así como, de la creación del área de Transporte a nivel nacional.

# El Colegio Alicante celebra su III Congreso Mediaseguros

El Colegio de Mediadores de Seguros de Alicante ha celebrado su III Congreso Mediaseguros, en el que se ha reivindicado el papel de los mediadores de seguros en el sector asegurador y la importancia de contar con un colegio profesional fuerte y unido como valor añadido a la hora de trabajar en un mercado muy exigente y cada día más competitivo.

El evento contó con una mesa redonda moderada por Moisés Núñez de Bien, socio director de Abeces Audiens, quien reconoció el valor y la importancia de la mediación de seguros y de su fortaleza de cara al futuro.

Sonia Calzada, directora de Negocio Segmento Personas de Zurich, cree que las aseguradoras cuentan con todas las generaciones ya que se necesitan diferentes puntos de vista para componer estrategias. Ahora bien, considera que hay que "impulsar el acceso de los jóvenes a los órganos de decisión para que este trabajo intergeneracional sea real".

Coincidió Elena Turrión, CEO de Mutua Levante, en que es bueno crear comités en los que confluyan diferentes generaciones "para sumar y aportar todos". Y aunque alabó a la generación Z, porque tienen un sentido de la responsabilidad muy arraigado y quieren empresas comprometidas, recordó que la edad es un plus: "Los estudios dan conocimientos, pero la experiencia aporta sabiduría", argumentó

"Para nosotros la edad es un valor", corroboró Javier Espinosa, director comercial de Reale, quien destacó que su compañía cuenta con planes de sucesión, para aglutinar los conocimientos.

"Es muy importante generar entornos de trabajo amigables y ofrecer a los jóvenes innovación y desarrollo", añadió Eva Tomás, directora Negocio Corredores y Brókeres de AXA. Y recalcó la importancia de trabajar en buenos planes de sucesión.

No obstante, como señaló Jordi Rubio, director nacional Red de Corredores de DKV, los jóvenes perciben el sector de los seguros como algo gris y abogó por explicar bien este sector.

Núñez de Bien puso encima de la mesa el tema de la inteligencia artificial. Tomás consideró que hay que aplicarla de manera prudente y muy testada, y debe incluir la ética: "La tecnología debe estar madura para entrar en el mercado asegurador y todavía no lo está", concluyó.

"El abuso de la inteligencia artificial es muy peligroso. Las corredurías deben analizar en qué puntos pueden utilizarla y que les sea beneficioso, pero con mucho cuidado y siempre dando pasos muy seguros", propuso Rubio.

Por eso, Espinosa explicó los 4 pilares fundamentales sobre los que trabaja su compañía en esta materia: seguridad y privacidad, gobernanza, centralidad en la persona y sostenibilidad.

Finalmente, Turrión hizo especial mención a la importancia de que el mediador busque la tecnología como aliada ya que puede ser muy beneficiosa a la hora de mejorar automatismos, análisis de riesgos o personalización, aunque precisó que "ese trato humano y cercano del mediador siempre va a seguir siendo fundamental y no va a poder sustituirlo la inteligencia artificial".

Alejandro Izuzquiza, director de Operaciones del Consorcio de Compensación de Seguros, fue el ganador este año del Premio a la Excelencia Profesional que otorga el Colegio de Alicante.

# II-Broker adquiere la correduría Enric Usach i Rofes CD'A

La correduría II-Broker continúa su plan de expansión en el mercado con la adquisición de Enric Usach i Rofes CD'A.

Fundada en 1995 y con sede en Barcelona, Enric Usach i Rofes CD´A está muy posicionada como especialista en el ramo de Transportes.
II-Bróker, con más de 30 años de experiencia, cuenta con oficinas propias en Madrid, Talavera de la Reina, Palma de Mallorca, Tenerife, La Palma y, desde ahora, también en Barcelona.

Esther Villarreal se ha incorporado a Grupo Concentra como Global Manager de Gestión del Talento, situándose a la cabeza del área de recursos humanos y gestión del talento.

# Grupo Concentra nombra a Esther Villarreal como Global Manager de Gestión del Talento

Villarreal tiene experiencia en el ámbito de Recursos Humanos y Gestión del Talento, con más de 15 años de trayectoria en empresas reconocidas de diferentes sectores (*retail*, IT, química, alimentación…).

# Ricardo Lecaro impulsará la oferta de Private Equity & M&A para Iberia de BMS Group

BMS Group anuncia la incorporación de Ricardo Lecaro como Divisional Director, responsable de la gestión y desarrollo de la oferta de Private Equity & M&A para Iberia y Latam.

Con esta incorporación, y el traslado a Madrid de Kai Schmitz, Divisional Director de Tax para Iberia y Latam (hasta ahora ubicado en Londres), BMS Iberia lanza la línea de Pemat (Private Equity, M&A y Tax) sobre el terreno en España.
Lecaro es abogado especializado en M&A/corporate con cerca de una década de experiencia, principalmente en operaciones de M&A, reestructuraciones mercantiles y otros asuntos de derecho societario.

# E2K abre un consultorio con expertos en ciberseguridad para aclarar dudas de los corredores

**E2K dispone de un Consultorio Ciber con el objetivo de clarificar las dudas de los corredores al comercializar ciberseguros tanto para empresas como para particulares.**

La directora general de E2K, Paloma Arenas, señala que "el Consultorio Ciber brinda un 'enfoque basado en experiencias reales'. Estas experiencias permiten analizar los ataques sufridos en distintos sectores, proporcionando una visión de las amenazas actuales y las soluciones disponibles para clientes corporativos y personales".

E2K reconoce las amenazas cibernéticas a las que están expuestas las pequeñas y medianas empresas, así como los particulares. Es esencial que los corredores de seguros asuman el desafío de educar, convencer y asesorar a sus clientes sobre la relevancia de los ciberseguros, fundamentales para garantizar la continuidad operativa frente a posibles ataques.

En otro orden de cosas, E2K continúa su expansión con la integración de dos corredurías: Equanim (Palma de Mallorca) y Aranava Gestión (Zaragoza). Estas nuevas incorporaciones fortalecen la presencia de E2K en el territorio español, sumando más de 150 corredurías, con más de 350 oficinas distribuidas por toda España y un equipo de más de 1.200 profesionales comprometidos con el servicio a más de un millón de clientes.

Por último, señalar que con la solución 'E2K Alta Escuela para Corredores' se cumple una doble misión: mantener a los profesionales de seguros siempre preparados para asesorar en los riesgos de las personas y de las empresas con la máxima garantía de éxito, y asegurarse de que esta actualización constante sea reconocida tanto por los clientes como por la industria en general.

Según Dolores Gómez, responsable del Área de Formación de E2K, "no basta con estar bien preparados; es igualmente esencial que los clientes confíen en la capacidad y experiencia de los corredores. Por eso, E2K ha elegido LinkedIn como la plataforma ideal para que los profesionales de sus corredurías muestren sus habilidades, conocimientos y experiencia. Esto no solo aumenta la confianza del consumidor, sino que también fortalece la credibilidad de la marca."

Por ese motivo, E2K ha incorporado insignias que se pueden mostrar en la sección de 'Licencias y Certificaciones' de los perfiles de LinkedIn de sus corredores. Esto permite que los profesionales demuestren su máxima preparación y *expertise* en la industria aseguradora. Cada insignia de acreditación es un testimonio tangible de su dedicación y conocimiento.

# El asistente virtual de Insure Brokers registra más de 5.000 chats

Micro, el asistente virtual de la correduría Insure Brokers que fue creado en plena pandemia, ha superado los 5.000 chats de interacción con usuarios. Entre estos figuran en más de un 35%, la petición de cotizaciones de diversa índole: Flotas, Caución, Decenal, Mascotas, Hogar, Auto, Salud...

Como curiosidad, el único tipo de seguro sobre el cual no se solicitó ninguna cotización, de los habituales dentro de los ramos que maneja la correduría, ha sido el Agrario.
A lo largo de este tiempo, Micro ha ido clasificando los potenciales clientes y establecido una base de datos coherente y activa, aprovechando las capacidades de segmentación que se han implementado.
Además, se realizaron gestiones de índole administrativa, como comunicar siniestros de Auto y Hogar, simplificando las tareas de nuestro equipo de siniestros y mejorando la experiencia de nuestros clientes.
"Micro sigue teniendo recorrido dentro del mix de venta de la correduría, apostando por su integración dentro de otros procesos de compra como asistente para seguros embebidos o bajo demanda" indica Ignacio Friera, CEO de Insure Brokers.

# La correduría Unisa organiza una reunión formativa entre sus corredores

Unisa ha organizado una reunión formativa en la sede del Colegio de Mediadores de Seguros de Málaga, en la que se reunieron los miembros más destacados del equipo de corredores de seguros de la correduría. Este encuentro permitió a los profesionales de la empresa mantenerse actualizados con las últimas tendencias y mejores prácticas en la industria de seguros.

Los miembros de Unisa Correduría compartieron ideas y discutieron los desafíos actuales y futuros que enfrenta la industria de seguros. Se enfocaron en estrategias para brindar un servicio excepcional a sus clientes, fortaleciendo el compromiso de la empresa con la formación y el desarrollo profesional.

# Espabrok congrega a su red en su Congreso Comercial Nacional

'Comprometidos contigo' ha sido el hilo conductor del Congreso Comercial de Espabrok, celebrado en Madrid. Los principales directivos de negocio compartieron con los asistentes las acciones diferenciadoras de sus entidades y la propuesta de valor exclusiva hacia la red de Espabrok.

El Consejo de Administración de Espabrok con Domingo Elena como presidente y Luis López Visús, director general, hicieron balance de situación de las líneas estratégicas y objetivos marcados de la organización, el impulso de alianzas sectoriales, así como recientes incorporaciones de corredurías a la red.

Durante el evento de la entrega del XI Premio Solidario a Espabrok, Domingo Elena, hizo referencia al incremento de las primas (que calificó como algo bueno para todos); al relevo generacional de las corredurías; a los problemas de aseguramiento para determinados riesgos y empresas; las compra-venta de corredurías; y la apuesta por la innovación. Todo ello, según Elena, "requiere hablar mucho con el cliente".

Por su parte, Luis López Visús recordó que en 2024 cumplirá 35 años la asociación y valoró muy satisfactoriamente el cumplimiento de todos los objetivos propuestos para 2023: ser más empresarios que distribuidores de seguros; ser más eficientes; medir los resultados con una aplicación que, de manera objetiva, mide la utilización de las herramientas de Espabrok; los factores de éxito; la formación; la diferenciación; la eficiencia operativa; la gestión de los márgenes; tener al cliente en el centro; la omnicanalidad; la gestión del talento; y, sobre todo, una mente abierta y mucha pasión.

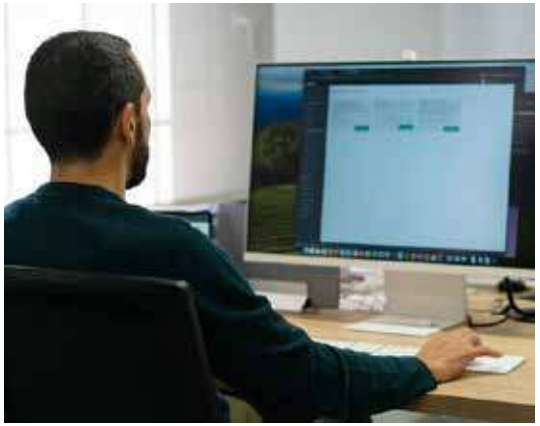
Entre los servicios que ofrece la asociación, destacó: equipo soporte a la red; capacidad de suscripción; productos exclusivos; 360º cliente; acuerdos con las aseguradoras líderes; herramientas tecnológicas; herramientas de comunicación; imagen de marca; formación; apoyo del cumplimiento de las normativas legales; acuerdos exclusivos con proveedores, campañas de animación; y networking. Espabrok inicia una nueva etapa, donde el sentimiento de pertenencia y el compromiso de todos los asociados ha sido reforzado como garantía para acometer los nuevos retos que exige un mercado lleno de oportunidades.

Por otra parte, IMeureka ha recibido una acogida por parte de los corredores de seguros de Espabrok en el marco de su congreso comercial. En donde se anunció la creación de un acuerdo exclusivo para sus 125 brókeres, para ofrecer las mejores soluciones dentro de un ecosistema digital colaborativo para la mediación aseguradora.

Por último, señalar que Espabrok ha rendido homenaje a Alejandro Izuzquiza, director de Operaciones del Consorcio de Compensación de Seguros, como reconocimiento a la gran labor desarrollada al frente de dicho organismo.

# Cobertis aplicará la IA gracias a su alianza con MelmacIA

La correduría Cobertis ha anunciado una colaboración con MelmacIA, que permitirá mejorar la gestión de su cartera de seguros con la ayuda de soluciones tecnológicas de vanguardia como la IA.



La inteligencia artificial (IA) se ha convertido en una herramienta valiosa para las corredurías de seguros en la optimización de procesos, la toma de decisiones informadas y la mejora de la satisfacción del cliente.
Las ventajas clave de la colaboración entre Cobertis y MelmacIA incluyen: Mejora en el análisis de riesgo de abandono de sus clientes para una gestión más precisa y eficiente de la cartera; Automatización de procesos de tareas rutinarias; Analítica avanzada para identificar los principales motivos de riesgo y entender mejor el comportamiento de sus clientes; y mejor atención al cliente, conociendo en tiempo real el grado de fidelización del cliente, pudiendo adaptar una respuesta personalizada para cada cliente, mejorando la experiencia en general.

# El Colegio de Toledo imparte una jornada formativa a alumnos de FP

En virtud del convenio firmado entre el Colegio de Mediadores de Seguros de Toledo y la Consejería de Educación de Castilla-La Mancha se ha llevado a cabo una jornada formativa en el IES Azarquiel de Toledo, con el objetivo de que el alumnado de FP pueda formarse en empresas del sector.

La charla, impartida por el presidente del Colegio de Toledo, Enrique García Mérida, ha dado a conocer la relevancia de la mediación en el ámbito de seguros tanto para particulares como para empresas e instituciones y ha explicado el papel del Colegio en este contexto. Asimismo, ha destacado las crecientes oportunidades profesionales que ofrece la mediación de seguros y la importancia de la formación continua en este campo.

# Grupo Bárymont celebra su XIV Convención

El Grupo Bárymont, socio de Cojebro, ha celebrado su convención anual bajo el lema 'Bárymont extraordinario. Un sueño transformador' en el teatro Casyc de Santander. Entre otras cosas, Javier Montaraz, director general del Grupo, afirmó que en 2024 habrá "una transformación profunda que le hará crecer enormemente y llegar a un nivel extraordinario".

Álvaro Lavin concejal de Innovación, Comercio, Mercados, Relaciones Institucionales y Protocolo del ayuntamiento de Santander, felicitó al Grupo Bárymont por su labor a través de 'Pepe Promedio', su blog de educación financiera, que está contribuyendo significativamente a llevar la educación financiera a todas las familias.
Se organizaron dos mesas de debate. En la primera de ellas participaron distintas aseguradoras que trataron temas como: los pilares de la previsión social, la coyuntura actual o la retención del talento, entre otros.
En la segunda mesa, conformada por Antonio Rivas, presidente del Colegio de Mediadores de Cantabria; Borja López-Chicherí, director de Adecose; Diego Fernández, director Comercial de Cojebro; y Alberto Ezquerra, responsable de Ética, Legal y Compliance del Grupo Bárymont, se trataron temas relacionados con las vinculaciones bancarias, el derecho al olvido oncológico y el efecto de las nuevas tecnologías y la IA en el sector de la distribución de seguros.
Al día siguiente, los responsables de distintos departamentos de la central del Grupo tuvieron la oportunidad de exponer los éxitos de este año y presentar algunas novedades de 2024. Fue el caso de los departamentos de: ética y legal, marketing, vida, diversos, Servicios Profesionales (SPAd), IT y formación.
A lo largo de ambos días se impartieron conferencias de personas que han sabido aprovechar las oportunidades que Bárymont ofrece y que han creado un negocio de éxito, para servir de inspiración a todos los que forman el Grupo.
La fundación CUIN presentó su proyecto y agradeció delante de todas las personas que forman Bárymont la donación de una casa que la fundación Huellas de Solidaridad ha realizado. Actualmente, esta casa es una residencia tutelada y se ha convertido en un hogar para seis jóvenes, cuyas edades oscilan entre los 17 y los 21 años.
De cara a 2024, el Grupo Bárymont aspira a consolidarse como líder en educación financiera y bienestar económico para la sociedad en su conjunto. Con este propósito, planea implementar estrategias para fortalecer y expandir su red de Planificadores y Educadores Financieros de calidad. Esta iniciativa responde a la creciente demanda de servicios de educación financiera por parte de familias, empresas, deportistas y otros colectivos relevantes.

# Grupo 10 celebra su XI Convención

El equipo de Grupo 10 se ha reunido en Ronda (Málaga) para celebrar su XI Convención.

Su CEO, Miguel Orellana, reconoció que este año ha estado marcado por la inflación, pero se destacó la superación del día a día en cada una de las sucursales.
Dijo que el crecimiento y expansión debe ser como hasta ahora, controlado, sin prisas y, sobre todo, "siendo un gran equipo profesional, personal y familiar".
En otro orden de cosas, la correduría ha informado que ha atendido más de 300 incidencias de la borrasca Bernad en tres días.

# El Colegio de Lleida celebra su Encuentro Anual con entidades colaboradoras

El Colegio de Mediadores de Seguros de Lleida se ha reunido con directores territoriales de entidades colaboradoras con motivo del Encuentro Anual, un foro donde hablar sobre la situación del sector asegurador en el territorio leridano, y sobre cuál es la mejor manera de avanzar y establecer las mejoras necesarias en beneficio del mediador leridano.

Tener el apoyo de las entidades comporta que los colegiados tengan formación e información de primera mano sobre las novedades del sector y productos nuevos y tener contacto directo colegiado-entidad.

# Jhasa explica los motivos por lo que los directivos deben contar con un seguro D&O

En un mercado marcado por una situación económica incierta y cambiante, compañías y líderes se enfrentan a constantes riesgos que ponen en peligro su continuidad. En este contexto, Jhasa destaca tres claves por las que la contratación de los seguros D&O son de especial relevancia en la actualidad.

En primer lugar, se considera importante destacar que este tipo de pólizas protegen a directivos y ejecutivos responsables en las empresas, cuyo patrimonio personal puede verse afectado a consecuencia de un error o negligencia en el ejercicio de su cargo. En cuanto al administrador, se exige que este actúe de buena fe, con lealtad y diligencia, sin interés personal y, por tanto, persiguiendo el bien social de la compañía. Asimismo, debe contar con información suficiente y garantizar que la toma de decisiones haya sido de acuerdo con el procedimiento adecuado, cumpliendo con la normativa interna (estatutos, reglamentos y políticas internas) y externa (legislación). En este contexto, resulta fundamental que estos se protejan ante las situaciones de vulnerabilidad en las que se puedan ver inmersos, donde un seguro D&O cubriría los gastos relativos y los costes judiciales. Además, es necesario recordar que el espectro de posibles sanciones contra los responsables de las empresas ha sufrido un notable incremento en la última década, como consecuencia de nuevas normativas y exigencias, que requieren más control y buen gobierno en las compañías.

Asimismo, es importante tener en cuenta que este tipo de reclamaciones por parte de una tercera persona hacia el directivo son imprevistas, es decir, se pueden dar durante la ocupación del cargo y también una vez lo haya dejado. Teniendo en cuenta que el líder se expondría en este caso a responder con su patrimonio personal, se considera fundamental prevenir este riesgo con una póliza D&O durante su carrera profesional.

Los expertos de Jhasa ponen el foco en el seguro de D&O como solución que permite a los directivos enfrentarse a los retos diarios con confianza y un enfoque proactivo, respaldados por una póliza que garantice su tranquilidad en todo momento en caso de error.

**Apromes** ha nombrado a Beatriz García-Bernal como gerente de la asociación. Con más de 11 años de experiencia profesional en esta entidad, está especializada en comunicación y marketing en el sector asegurador.

# Beatriz García-Bernal, nueva gerente de Apromes

Cuenta con una perspectiva internacional, habiendo trabajado en el ámbito del marketing empresarial durante cuatro años en Suiza. García-Bernal, mediadora de seguros Grupo A y diplomada en protocolo y organización de actos, reforzará la visión de Apromes y contribuirá al crecimiento sostenible de la asociación liderando la implementación de estrategias clave, las operaciones diarias y trabajará estrechamente con la junta directiva, para impulsar el crecimiento de la asociación y sus servicios.

En otro orden de cosas, Apromes ha participado en la presentación de una formación en seguros y gestión de riesgos organizada por el **IEB.** Se trata de un 'Programa de Especialización en Seguros y Gestión de Riesgos', que se iniciará en febrero de 2024.

Por último, señalar que la asociación ha mantenido un encuentro institucional con la Federación de Asociaciones de Productores Asesores de Seguros **(Fapasa),** en el que ambas instituciones han compartido sus experiencias en beneficio del desarrollo de su protocolo de colaboración, que ha facilitado el intercambio de experiencias, la creación de redes de contacto y el apoyo mutuo en la organización de cursos de formación.

# CSA premia a Arag por su dedicación y profesionalidad

**Corredors d'assegurances Associats (CSA)** ha reconocido a **Arag** con una distinción por su dedicación y profesionalidad desde hace años en el sector asegurador. El acto de entrega se realizó durante el último congreso anual de la asociación en Barcelona.

No es la primera vez que CSA premia la buena labor de la aseguradora: en 2015 ya lo hicieron por el trabajo realizado en la integración del negocio de Depsa.

# Aon ofrece protección aseguradora a las soluciones de IA que aplican las empresas

**Aon**, quiere acompañar a sus clientes en el despliegue de procesos y servicios basados en inteligencia artificial (IA), a través de una solución destinada a protegerles de los riesgos derivados de estas tecnologías.

"El 95% de los líderes empresariales mundiales consideran que los recientes avances en IA generativa marcan el comienzo de una nueva era. A medida que esta tecnología siga haciéndose más común en los procesos, operaciones y servicios de las empresas, sus riesgos aumentarán exponencialmente produciendo un perjuicio tanto a la propia empresa, como a sus clientes y terceros", afirma Pablo Montoliu, CIIO de Aon España.

Las empresas necesitan cubrir estos riesgos con una protección como la que ofrece Aon, que aborda una doble vertiente, ya que se dirige tanto a las soluciones basadas en IA que han sido desarrolladas por la propia empresa como a las implantadas por la misma pero desarrolladas por un tercero. Con ello pueden lograr, además de proteger a su empresa frente a bajadas en el rendimiento de sus modelos de IA, otros beneficios como un mayor control sobre las soluciones desplegadas por terceros, aumentar indicadores como la tasa de adopción, cuota de mercado o ingresos, así como acortar su ciclo de ventas o aumentar la confianza del cliente final en su producto.

En otro orden de cosas, los cálculos del Barómetro de Catástrofes presentado en el VIII Simposium del Observatorio de Catástrofes de la Fundación Aon España, indican que el coste total de las catástrofes producidas en España en 2022 se elevó a 2.891 millones de euros, 709 millones de euros menos que el coste registrado en 2021.

El coste asegurado de las catástrofes supuso una factura de 1.496 millones de euros, frente a los 2.300 millones de 2022. El coste imputado a las actuaciones de los *first responders* –Protección Civil, Unidad Militar de Emergencias y Cruz Roja Española- supuso 166 millones de euros y el impacto sobre el PIB se elevó a 1.225 millones, desglosados de la siguiente forma: 420 millones fueron de impacto directo en empresas que carecían de seguro, 542 millones de impacto indirecto en empresas de la cadena de valor de las afectadas y 263 millones de impacto inducido por la pérdida de rentas empresariales y salariales.

# Patricia Moyano refuerza el área financiera de Adecose

**Adecose ha incorporado a Patricia Moyano como Financial Controller de la asociación y de la Fundación Adecose. Moyano cuenta con una dilatada experiencia de más de 15 años en el área financiero-contable.**

Con esta incorporación, Adecose refuerza su estructura profesional con el objetivo de ofrecer el mejor servicio a sus socios, contribuyendo a afrontar los múltiples retos e iniciativas que la organización tiene por delante.

Por otro lado, Fundación Adecose ha abierto el plazo de inscripción para el XVII Programa de Desarrollo Directivo. La sesión inaugural que dará comienzo al próximo ciclo, tendrá lugar el próximo 19 de enero y una vez más contará con el formato executive presencial. Como en anteriores ediciones, el programa se impartirá tanto en Madrid (Campus de Alcobendas de la Universidad Europea) como en Barcelona (sede de Arag), de manera simultánea. Las asignaturas principales serán: estrategia e innovación, finanzas, legislación, ventas y marketing, habilidades directivas y negociación.

El objetivo de esta formación es capacitar a los profesionales del sector para la gestión anticipada y adaptada a los cambios, desarrollando habilidades de dirección y administración, mejorando su capacidad de análisis y comprensión del entorno.

El Programa de Desarrollo Directivo, se encuentra subvencionado en un 60% por la Fundación Adecose para todas aquellas corredurías asociadas.

En otro orden de cosas, Adecose recibió, en su tradicional almuerzo mensual con socios, a Javier San Basilio, director general adjunto y CUO (Chief Underwriting Officer) de **Mapfre** RE, que compartió su perspectiva sobre la situación actual del mercado reasegurador, así como los diferentes retos de su compañía en la actualidad y tendencias estratégicas en el ámbito nacional e internacional.

Por último, señalar que con motivo de la celebración de la Asamblea General Ordinaria de **Copaprose**, Martín Navaz, presidente de Adecose, fue elegido consejero titular del Consejo Directivo de la Confederación Panamericana de Productores de Seguros para el periodo 2023-2025. El Consejo, ha decido confiar en Navaz nombrándole coordinador del Comité de Innovación y Tecnología (CIT). Su principal cometido será promover nuevas estrategias para la implementación de soluciones tecnológicas y digitales que permitan optimizar la gestión y mejorar la experiencia del cliente en las empresas del canal corredor en Latam.

# PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

**Información especializada**

Accede a información para poder encontrar nuevos modelos y nichos de mercado

**Dirigida a corredores**

Una revista en la que los pequeños y medianos corredores son los protagonistas

**Buscamos la participación**

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

## SUSCRIPCIÓN GRATUITA

## A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA WEB

## WWW.PYMESEGUROS.COM

# Cojebro entrega 35.800 euros a World Central Kitchen

En la II Gala Cultura y Seguro, organizada por la red de corredurías de seguros **Segurlike** de **Cojebro**, se hizo entrega del Premio SegurLike Solidario, con 35.800 euros, a la ONG World Central Kitchen, liderada por el Chef José Andrés, por la gran labor que ha hecho en la frontera de Ucrania, donde ha servido más de 210 millones de comidas a los refugiados. Además, se reconoció a la Fundación Mapfre, a Roberto Leal y a Jose Luis Garci con los Premios SegurLike 2023 Ángel Orensanz "Cultura y Seguro".

Durante la Gala, presentada por la reconocida periodista y escritora, Mónica Carrillo, se ha reconocido la labor de personalidades, medios de comunicación y empresas, fundaciones o instituciones vinculadas al sector asegurador, que han contribuido a la promoción de la Cultura en alguna de las seis tradicionales disciplinas de las bellas artes, así como en el cine, el llamado 7º arte, a través de los Premios SegurLike 2023 Ángel Orensanz "Cultura y Seguro".

"Este reconocimiento es nuestra aportación para promover iniciativas que persigan un entorno más justo, pacífico, inclusivo, sostenible, focalizadas a través de la Cultura, entendida como reflejo, impulso y motor de progreso de la sociedad" ha declarado Antonio Muñoz-Olaya, presidente de SegurLike.

El jurado de la II Edición de estos premios, compuesto por Pilar González de Frutos, presidenta del Consejo Social de SegurLike; Sergio Álvarez , director general de la DGSFP; Mirenchu del Valle, presidenta de Unespa; Alejandro Izuzquiza, director de Operaciones del Consorcio de Compensación de Seguros; y Antonio Muñoz-Olaya y Ana Muñoz, presidente y vocal de relaciones institucionales de SegurLike by Cojebro, respectivamente, ha otorgado, por unanimidad, los premios, en las diferentes categorías: a José Luis Garci, admirado y reconocido cineasta, 'Por su contribución personal a la cultura'; a Roberto Leal, como presentador de Pasapalabra, 'Por su contribución a la difusión cultural'; y a Fundación Mapfre 'Por su contribución a la cultura desde el sector asegurador'.

Pilar González de Frutos, presidenta del jurado del Premio, afirmó que "nos sentimos muy afortunados de haber otorgado estos galardones a tan altos representantes de la cultura; José Luis Garci, uno de los cineastas más relevantes de nuestro país, el primero en conseguir un Óscar para una película de habla hispana. Roberto Leal, un periodista y presentador que se esfuerza por hacer llegar la cultura a cada rincón de nuestro país desde un programa en *prime time*; y Fundación Mapfre, una entidad que desde 1989 promueve la cultura y el arte con más de 500 exposiciones realizadas, más de 12 millones de visitantes y más de 2.000 obras en su colección".

En el marco de esta II gala, también se ha hecho entrega del Premio SegurLike Solidario, presentado por el director de la Agencia de Gestión del Plan Xacobeo de la Xunta de Galicia, Ildefonso de la Campa, que, en esta edición ha recaído en la ONG World Central Kitchen, liderada por el Chef José Andrés, por la gran labor que su ONG ha hecho en la frontera de Ucrania, donde ha servido más de 210 millones de comidas a los refugiados. El premio, que consiste en una donación económica, lo ha recogido la popular chef y embajadora de WCK, Pepa Muñoz, del Qüenco de Pepa. Al recoger el cheque de 35.800 euros Pepa, visiblemente emocionada, dijo "no saben la cantidad de comidas que podemos entregar con este dinero". Recordó que desde 2010, año en el que se creó la ONG, han entregado 200 millones de comidas por todo el mundo. En este momento están en 49 países.

En la gala también se han presentado las iniciativas de SegurLike Planet, en defensa del cambio climático con el objetivo de concienciar a la sociedad sobre esta problemática, y mostrar los efectos adversos de la contaminación y la deforestación del medioambiente.

El acto fue clausurado por Eva María Lidón, subdirectora General de Autorizaciones, Conductas de Mercado y Distribución en la DGSFP.

## Ucoga recauda fondos para el Banco de Alimentos Rías Altas

La pareja de **Pelayo** se llevó el primer premio del II Torneo solidario de pádel, organizado por **Ucoga** para recaudar fondos para el Banco de Alimentos Rías Altas.

Con este evento, y con el apoyo de todos los asistentes, se ha conseguido aportar al Banco de Alimentos Rías Altas casi 4.000 kilos de comida.

La pareja de la compañía Pelayo se impuso en la categoría de Grupo Oro y se alzaron como Campeones de la Segunda edición del torneo de pádel solidario Ucoga.

La compañía Caser se impuso en el grupo Plata y Ebroker consiguió el triunfo en el grupo bronce. Por segundo año consecutivo, Ucoga se hizo con el puesto de 4º clasificado en el grupo oro.

## La correduría ACG patrocina al Real Murcia CF

**ACG Gestión Aseguradora** ha anunciado su reciente patrocinio Pyme-Plata con el **Real Murcia CF,** reafirmando el apoyo a la comunidad local y su compromiso con el club.

Esta colaboración destaca como una iniciativa más de la correduría en la línea marcada en su estrategia de responsabilidad social corporativa, demostrando la importancia que la empresa asigna al bienestar de la región y al fomento del deporte local.

# Smart Feedback

## Conversaciones para el desarrollo del talento

**Jane Rodríguez del Tronco, Rosa Rodríguez del Tronco, Noemí Vico García**

**Editorial:** Lid
**Precio:** 19,90 € libro impreso

En Smart Feedback sus autoras abordan de una forma muy práctica las claves y técnicas para desarrollar una verdadera cultura de feedback, así como las principales habilidades necesarias para llevarlo a cabo de manera eficaz e inteligente. Este libro recoge, además, diferentes metodologías para dar el salto y generar espacios de aprendizaje y transformación que nos ayuden a desplegar todo nuestro potencial, tanto en el ámbito personal como en el profesional. Todo ello, ilustrado con numerosos ejemplos y técnicas desde los fundamentos de la inteligencia emocional y del coaching para convertirnos en unos auténticos expertos en materia de feedback.

# La disrupción del liderazgo femenino

## Economía y política del talento

**Juan Carlos Cubeiro, Zoe Cubeiro Alcalde**

**Editorial:** Lid
**Precio:** 21,80 € libro impreso

La disrupción del liderazgo femenino muestra a través de una poderosa narrativa, la visión y actuación de 12 mujeres líderes que han transformado estas dos disciplinas clave que moldean nuestras vidas. 12 mujeres que no solo teorizan, si no que han aplicado su talento y liderazgo para obtener resultados eficientes en momento cruciales, trastocando paradigmas y redefiniendo conceptos clave. Los autores contrastan y analizan las claves y las diferencias de las formas de pensar y actuar de cada una de ellas, frente a los sistemas más habituales que fracasaron.

PlusUltra Seguros

Seremos Occident

# Tu coche merece lo mejor

## 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.

www.plusultra.es

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

- Asistencia desde **km0** durante **24h**
- Talleres concertados con **ventajas especiales**
- Coberturas especiales para **híbridos enchufables y eléctricos**

**900 455 900 / reale.es**

REALE SEGUROS

REALE GROUP

TOGETHER MORE