

Premio San Francisco Javier
de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

NÚMERO 135 MAYO 2024

www.pymeseguros.com

David Heras, director general de Hiscox Iberia

D&O permite
ALIVIAR la carga
de los riesgos

Visión de experto

Óscar Rodríguez, director de Desarrollo
Estratégico de HD+ Correduría de Seguros.
"La evidencia de la necesidad de RC"

Punto de encuentro

Las agencias de suscripción ayudan
a los corredores a colocar riesgos
específicos

Más a fondo

La IA mejora la venta cruzada de seguros

In situ

Hay que regular las colaboraciones
prohibidas que se producen





XL Insurance

Your global partner for progress

No somos solo una aseguradora, somos tu aliado. Como expertos, podrás confiar en nuestra gestión de riesgos globales y complejos, y estaremos contigo para respaldarte en tu negocio, así como para gestionar los riesgos del cambio climático, cuando y donde nos necesites.

Know You Can

axaxl.com/es

AXA XL es una división del grupo AXA, que ofrece productos y servicios a través de tres unidades de negocio: AXA XL Insurance, AXA XL Reinsurance y AXA XL Risk Consulting. AXA, los logotipos de AXA y XL son marcas registradas de AXA SA o de sus filiales. © 2024



Se demanda regulación para las colaboraciones entre agentes y corredores

En un sector tan regulado como el asegurador, sorprende oír que se pida a la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones más regulación en algún aspecto del negocio. Pero la realidad es que las colaboraciones entre corredores y agentes, aunque no están permitidas, se están realizando y algunos corredores consideran que debe existir una regulación sobre ellas. La cooperación entre mediadores de seguros es necesaria por: la consolidación del sector, encontrar mejores vías de distribución, gestión de costes más eficaz y, por supuesto, garantizar la protección adecuada al asegurado (ver [In situ](#)).

También se demanda una mejor regulación para las agencias de suscripción en España. Por su parte, existe una queja generalizada por la estricta regulación en nuestro país que les impide operar en el mercado comunitario. Hay que tener en cuen-

ta que para los corredores de seguros son actores esenciales a la hora de buscar colocación para riesgos específicos, aunque aún no sean lo suficientemente conocidas por mediadores y clientes. Y eso que los profesionales de la mediación que trabajan con ellas destacan la agilidad y cercanía en el trato como una de sus grandes bazas (ver [Punto de encuentro](#)).

Asimismo, se está pendiente del desarrollo normativo para la utilización de la inteligencia artificial (IA) en el seguro en diferentes momentos del negocio. Por ejemplo, el uso de la IA en la venta cruzada, en donde puede ayudar a identificar nuevas oportunidades, mediante el análisis de grandes cantidades de datos (ver [Más a fondo](#)).

Un caso a parte merece el negocio de RC en el que está suficientemente regulado, aunque los directivos están sometidos cada vez a un mayor estrés derivado de nuevas responsabilidades. El contexto socioeconómico actual ha hecho evolucionar sus responsabilidades, los directivos de las empresas ahora deben poner sobre la mesa asuntos desde la igualdad, diversidad o discriminación laboral hasta otros como la transformación digital, el trabajo en remoto y la ciberseguridad. El incremento del número de responsabilidades implica la necesidad de una mayor protección. Por eso, es esperable que una mayor concienciación implique, a su vez, más contratación de seguros de D&O que les permita aliviar la carga de esos riesgos (ver [Hablando claro](#)).



Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com



Staff

Directora

CARMEN PEÑA
carmen@pymeseguros.com

Periodista

AITANA PRIETO
aitana@pymeseguros.com

Área Comercial

CARMEN PARAMIO
616 468 849
carmen2@pymeseguros.com

Diseño y maquetación

ESTUDIO 9C

Fotógrafa

IRENE MEDINA

Banco De Imágenes

FOTOLIA

PymeSeguros
Revista online para corredores y corredoras

Número 135 { Mayo 2024 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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



6 Hablando claro

David Heras, director general de Hiscox Iberia. **D&O permite aliviar la carga de los riesgos**



12 Visión de experto

Óscar Rodríguez, director de Desarrollo Estratégico de HD+ Correduría de Seguros. **La evidencia de la necesidad de RC**

03 Editorial

Se demanda regulación para las colaboraciones entre agentes y corredores

44 Productos

Los últimos seguros del mercado

48 Al día economía

Noticias económicas que interesan a las pymes

52 Al día seguros

Noticias del sector asegurador

86 Al día distribución

Noticias de los corredores de seguros

108 Algo más que negocio

Acciones de RSC realizadas por corredores

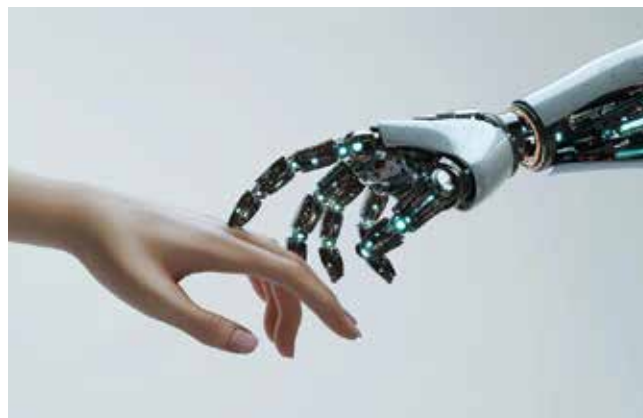
110 Rincón de lectura

Libros útiles para la empresa



18 Punto de encuentro

Las agencias de suscripción ayudan a los corredores a colocar riesgos específicos



24 Más a fondo

La IA mejora la venta cruzada de seguros



30 In situ

Hay que regular las colaboraciones prohibidas que se producen



36 Negocio que surge

Proteger los riesgos específicos de las pymes, una verdadera ventaja competitiva para los clientes



38 Clave de empresa

Sucesión en la mediación



40 Empresa segura

RC Patronal, importante y necesaria en el seguro de RC Construcción



42 Cubriendo necesidades

'DKV Renta – Baja Laboral Baremado' ofrece protección a los autónomos



David Heras, director general de [Hiscox Iberia](#)

D&O permite **ALIVIAR** la carga de los riesgos

D&O apunta a un crecimiento sostenible en el tiempo porque los directivos están sometidos cada vez a un mayor estrés derivado de nuevas responsabilidades. El contexto socioeconómico actual ha hecho evolucionar sus responsabilidades, los directivos de las empresas ahora deben poner sobre la mesa asuntos desde la igualdad, diversidad o discriminación laboral hasta otros como la transformación digital, el trabajo en remoto y la ciberseguridad. "El incremento del número de responsabilidades implica la necesidad de una mayor protección. Por eso, es esperable que una mayor concienciación implique, a su vez, más contratación de este tipo de seguros que les permita aliviar la carga de esos riesgos", indica David Heras, director general de Hiscox Iberia.





¿En líneas generales, cómo se ha comportado el ramo de D&O en 2023?

Para Hiscox, el comportamiento de D&O siguió siendo muy positivo. Es uno de nuestros ramos *core* y en el que seguimos observando crecimiento.

¿Cree que se pueden ver afectado este ramo por la actual situación económica?

Teniendo en cuenta la actual situación socioeconómica, el mercado D&O continúa siendo un mercado complejo de gestionar por parte de las aseguradoras, que debemos poner énfasis en el rigor técnico a la hora de suscribir las pólizas. Sin embargo, y pese a este rigor técnico derivado de momentos difíciles como fue la pandemia, desde Hiscox nos mantenemos siempre cercanos a la realidad del mercado y continuamos brindando apoyo a los asegurados. Así, aunque hayamos adoptado una actitud más rigurosa en la suscripción, nuestra prioridad siempre será mantener al cliente en el centro de toda nuestra estrategia y actividad.

Normalmente se tiende a pre cancelar pólizas que se saben que tiene una alta siniestralidad, con el fin de adecuar los términos y condiciones de la póliza al riesgo. ¿Se están encontrando con muchos casos?

Si nos centramos en la cartera de Hiscox, la gran mayoría de pymes renueva de forma automática con los mismos términos y condiciones. Es verdad que, en alguna ocasión, tenemos que pre cancelar pólizas para revisar el riesgo, su facturación, el sector en el que trabajan o su situación financiera, por ejemplo. Pero la mayor parte de estas precancelaciones no suponen más

que una actualización de las condiciones.

En cuanto a la siniestralidad, en Hiscox, cuando las pólizas tienen siniestralidad, las analizamos caso a caso. Por supuesto, que una póliza tenga un siniestro, no significa que las cancelemos, solo las revisamos y decidimos cómo actuar.

¿En 2023, se ha producido algún tipo de endurecimiento de condiciones en D&O?

Generalizar es difícil. En el segmento pyme, estamos viendo la entrada de nuevos actores en el mercado, lo que conlleva ajustes a la baja en primas y flexibilización en la contratación. Por el contrario, en determinados segmentos o sectores, esta flexibilización no es tan visible.

¿D&O es un ramo con gran potencial de crecimiento?

D&O apunta a un crecimiento sostenible en el tiempo, debido a que los directivos están sometidos a un mayor estrés derivado de nuevas responsabilidades. Así, actualmente tienen que lidiar con numerosos frentes abiertos para los que necesitan desarrollar multitud de capacidades nuevas, por lo que resulta cada vez más importante la cobertura de un seguro específico que les permita aliviar esta carga que les imponen los riesgos.

Sin embargo, lo cierto es que todavía existe una discrepancia importante entre la percepción de la necesidad de protegerse ante errores o negligencias y el riesgo real al que se enfrentan. Según nuestro *Whitepaper* D&O 'El coste real de crear tu propia empresa', el 22,5% de los directivos de las pymes españolas no son conocedores de la posibilidad de verse envueltos en situaciones de problemas legales, multas o reclama-

En el segmento pyme, la entrada de nuevos actores en el mercado conlleva ajustes a la baja en primas y flexibilización en la contratación



ciones fruto de negligencias o errores en el transcurso de su actividad. Por ello, todo es cuestión de una mayor concienciación ante los riesgos de los propios directivos, algo que poco a poco vemos cómo va *in crescendo*.

¿Los administradores y directivos de las pymes cada vez son más conscientes de todos los riesgos que conlleva las funciones de dirección?

Efectivamente, la concienciación ante los riesgos, que tiene una relación directa con el nivel de implementación de este seguro, sí está creciendo, aunque poco a poco.

Debemos tener en cuenta que los riesgos a los que se enfrentan los directivos y sus responsabilidades ya no son algo estático, sino en constante cambio y, hoy en día, se extienden a ámbitos más allá de su actividad. Por ello, debemos poner el foco en la concienciación ante lo cambiante de la naturaleza de los riesgos y responsabilidades y la necesidad de mantenerse actualizados y protegidos con una póliza que se adapte a las mismas y a su evolución.

La tasa de penetración en pyme todavía está lejos de ser la adecuada en D&O. ¿Qué se puede hacer para incrementarla?

Como decíamos, se trata fundamentalmente de un trabajo de concienciación, ya no solo en torno a los riesgos, sino también en relación a la verdadera importancia que se le ha de conceder a la protección del



Debemos poner el foco en la concienciación de lo cambiante de la naturaleza de los riesgos y responsabilidades y la necesidad de mantenerse actualizados y protegidos con una póliza que se adapte a las mismas y a su evolución

patrimonio de la empresa, que es lo que se pone en juego. Por ello, existen dos mensajes que deben calar en la pequeña y mediana empresa española y que serán la clave para incrementar la penetración de este seguro:

En primer lugar, si bien es cierto que el seguro de D&O ha sido tradicionalmente asociado a los directivos de las grandes empresas, la realidad es que el riesgo no conoce de tamaños o envergaduras de empresa. Los directivos de las pymes también se ven expuestos día a día a los riesgos que conlleva el transcurso de su actividad y que facilitan el caer en errores u omisiones que pueden derivar en pérdidas económicas y, en definitiva, que pongan en jaque a la viabilidad del negocio.

Por otro lado, el incremento del número de responsabilidades implica la necesidad de una mayor protección, por lo que es esperable que una mayor concienciación implique a su vez una mayor contratación de este tipo de seguros.

¿A qué retos se enfrenta el ramo de D&O?

Uno de los retos a los que se enfrenta el ramo son las bajadas de primas que vemos en algunos casos, que en un medio plazo no son realistas, lo que nos lleva a un escenario de insuficiencia de prima.

Además, otro reto es ver cómo seguir evolucionando este producto para poder dar nuevas ofertas aseguradoras dentro del aseguramiento de administradores y directivos.

¿Por qué Hiscox decidió ser tan activa en D&O?

La principal misión de Hiscox es ayudar a las empresas cuando lo necesitan, y esta es la idea central



sobre la que gira todo nuestro negocio. Haciendo un repaso por la historia de la introducción de este seguro en el mercado español, a comienzos de la década de los 90 la normativa española y la escasez de reclamaciones en este ámbito impedían el interés del sector asegurador hacia el desarrollo de estos productos. Sin embargo, un cambio de ley instó a la necesidad de activar el producto, pero principalmente en grandes empresas e instituciones siendo la cobertura principal los gastos de defensa.

Así, a pesar de que el producto iba introduciéndose paulatinamente en el mercado, su contratación todavía resultaba costosa y complicada, lo que imposibilitaba que este seguro llegara y calara entre las pymes, el verdadero pilar fundamental de la economía española. A partir de entonces y detectada esta necesidad, Hiscox, con la innovación por bandera, se puso en marcha para, por un lado, simplificar el producto, y, por otro, ajustar las primas al riesgo real de este tipo de compañías. Esto fue el detonante del despegue definitivo del ramo marcando un antes y un después en la protección de la pequeña y mediana empresa española, en la que se plantó por primera vez la semilla de la posibilidad de protección de su patrimonio. Desde entonces y hasta el día de hoy, Hiscox se ha mantenido como líder en este ramo y mercado.

En el 'Evento Anual Colaboradores 2023' de Hiscox se dijo que este año se iban a crear productos pensados por y para el cliente. ¿Nos puedes adelantar de qué se trata?

Uno de los retos a los que se enfrenta el ramo son las bajadas de primas que vemos en algunos casos, que en un medio plazo no son realistas



Esperamos lanzar, antes del verano, una nueva generación de productos que revolucionarán el tradicional enfoque de ramos, estando estos productos más centrados en el cliente y sus necesidades.

En el evento 'Anual Colaboradores 2023' de Hiscox también se dijo que este año habrá inversión en IA, con 'IA Hiscox'. ¿En qué consistirá y cómo influirá en los seguros de D&O?

La inversión en IA es algo que ya se está implementando en el mercado de Londres. A finales del pasado año, se anunció un proyecto piloto con Google Cloud para introducir la Inteligencia Artificial en el proceso de suscripción, algo que por supuesto afectará a los seguros de D&O. A nivel local, todavía no hemos implementado esto, pero lo haremos una vez se extienda al resto de países del Grupo Hiscox.

El año pasado comenzó la iniciativa 'Hiscox on Tour' para estar al lado de los corredores y este año repetís...

La iniciativa 'Hiscox on Tour' ha sido, sin duda, todo un éxito, en el que hicimos un balance muy positivo con la presencia de alrededor de 600 corredores de seguros de toda España. Cada jornada, pudimos acercar la digitalización y trasladar nuestras capacidades tecnológicas a los corredores asistentes que se acercaron a nuestra oficina móvil, con el fin de facilitarles el cambio hacia el entorno digital y animarlos a romper las barreras que se lo impiden, siempre de una manera humana y cercana.



EN HISCOX SE CUIDA A LOS CORREDORES

La nueva producción de D&O sigue creciendo exponencialmente en Hiscox, especialmente si se tienen en cuenta coberturas adaptadas a la nueva realidad como pueden ser aquellas en materia de concurso de acreedores, algo muy valorado en el contexto actual.

David Heras, director general de Hiscox Iberia, afirma que “entendemos y tratamos a nuestros colaboradores como parte de nuestro equipo ya que han jugado y

juegan un papel clave en nuestro crecimiento y éxito como compañía en nuestros más de 25 años de historia”. Los corredores de seguros “son capaces de proporcionar el asesoramiento experto que necesita el cliente para apostar por su protección aseguradora. Son los que más cerca están de sus necesidades reales, lo que les convierte en nuestros ojos y oídos para que, así, podamos sacar la maquinaria de la innovación y ser

capaces de diseñar y crear nuevos y únicos productos que se ajusten a sus particularidades y deseos”. Por otro lado, y como asesores expertos, “los corredores juegan un papel fundamental a la hora de concienciar a nuestros clientes sobre los riesgos a los que se enfrentan. Esto en el seguro de D&O será clave ya que, como comentábamos, el impulso a la contratación de este seguro debe pasar

fundamentalmente por el aumento de la concienciación ante los riesgos a los que se enfrentan los directivos y que cambian a medida que va evolucionando el contexto socioeconómico. En otras palabras, esta cercanía con el cliente será la clave para impulsar la contratación de este seguro. Asimismo, los corredores son una clave fundamental a la hora de fidelizar al cliente. En este sentido, el asesoramiento

experto y especialista sobre el producto debe ser también de calidad. Será imprescindible que pongan el foco en la facilitación al cliente del proceso de contratación de la póliza, así como en la gestión y reclamaciones de siniestros. Así, el corredor podrá transmitirle no sólo que puede y podrá ser protegido, sino sobre todo que será acompañado durante todo el proceso”, comenta el director general de Hiscox.

Pero, más allá, ‘Hiscox on Tour’ nos dio la oportunidad de acercarnos más a los corredores y reforzar la comunicación y relación con ellos, mostrándoles que somos una aseguradora accesible y cercana. Para nosotros, los corredores de seguros son parte de nuestro equipo y es necesario transmitirles que Hiscox está a su lado, acompañándolos en cada fase del proceso, en todo momento.

Así, pudimos comprobar de primera mano la gran aceptación por parte de los corredores de toda nuestra fortaleza tecnológica para ayudarles y, especialmente, con el fin de que exploren nuevas vías de distribución y trabajo en sus corredurías.

Por todo ello, este año volvemos a salir de gira. En esta ocasión, para acercarnos aún más a ellos, especialmente a los más pequeños, y poner a su disposición toda



nuestra fortaleza, no solo tecnológica, y todo lo que el 'Mundo Hiscox' puede hacer por ellos y su crecimiento. Y demostrarles, una vez más, que somos un verdadero compañero de viaje y *partner* de negocio que puede darles el impulso que necesitan para crecer. Pero también, como aseguradora que no tiene miedo a romper con los convencionalismos, Estaremos encantados de escucharlos y aprender de ellos ya que, en definitiva, si a ellos les va bien, a nosotros también.

Un año más Hiscox ha sido muy bien valorada por los corredores de Adecose. ¿Cuál es el secreto?

Sin duda es un verdadero orgullo encontrarnos por séptimo año consecutivo en el Top 5 en satisfacción global de las corredurías de seguros españolas con respecto a las compañías con las que trabajan. En este sentido, creemos que detrás de este éxito se encuentra nuestro equipo humano especializado y su gran capacidad de suscripción y conocimientos técnicos, lo que permite ofrecer un excelente servicio y asesoramiento riguroso a la mediación en torno a los riesgos de su cliente. Asimismo, lo cierto es que gran parte de nuestra estrategia y esfuerzos están focalizados en facilitarles su trabajo, poniendo a su disposición la formación y de las herramientas que necesitan para comercializar nuestros productos especializados.

¿Se puede decir que la mediación trabaja en profundidad la D&O?

Cada vez más, los corredores se están especiali-



Los directivos y administradores deben desarrollar multitud de capacidades nuevas, por lo que resulta cada vez más importante la cobertura de un seguro específico

zando en este producto para dar un asesoramiento experto a sus clientes. Nosotros, por nuestra parte, intentamos poner a su disposición el mayor número de recursos de formación posible con el fin de que conozcan en profundidad tanto el producto, como los riesgos a los que se pueden enfrentar las pymes y que necesitan ser cubiertos con un seguro D&O.

A los corredores les preocupa la falta de capacidad en determinados casos. ¿Qué está pasando?

Con el aumento de la siniestralidad, las aseguradoras nos hemos visto obligadas a ser algo más estrictas y rigurosas en la suscripción. Es decir, a ser más selectivas a la hora de suscribir nuevos riesgos y al hacer renovaciones de nuestros clientes en cartera.

En este sentido, en algunas ocasiones hemos tenido que ofrecer menos capacidad de la que ofrecíamos en el pasado, así como ajustar franquicias e incluir alguna exclusión. Si bien cabe recalcar de nuevo que estamos actualmente recuperando de forma paulatina esta flexibilidad disminuida en estos últimos años.

En cualquier caso y, de nuevo, la prioridad de Hiscox y el centro de su actividad sigue y seguirá siendo el cliente, a pesar de haber adoptado esta actitud algo más rigurosa. Nosotros continuaremos apoyando y acompañando a las empresas en todo momento y cuando más lo necesiten por lo que, en este sentido, los corredores tienen por seguro que pueden seguir confiando en Hiscox para la protección de sus clientes.

CARMEN PEÑA

FOTOS: IRENE MEDINA



Óscar Rodríguez, director de Desarrollo Estratégico de HD+ Correduría de Seguros

La evidencia de la **NECESIDAD** de RC

En el ámbito de la pyme, la transferencia de riesgos de RC se realiza mediante pólizas Multirriesgo que incluyen esa garantía. Es una práctica habitual que quizás facilita la contratación de la póliza, “pero no da la solución adecuada a la necesidad del cliente ya que la inclusión en un Multirriesgo viene delimitada por la limitación de los límites asegurados, normalmente insuficientes, extensión de garantías no contratables, etc.”, comenta Óscar Rodríguez, director de Desarrollo Estratégico de HD+ Correduría de Seguros. En su opinión, “si no se evidencian las necesidades, no se puede poner en valor el coste real de la transferencia de riesgos”. Por eso, “la tendencia actual en el ramo debería derivarse hacia una contratación directa del ramo de Responsabilidad Civil, extrayendo la misma del Multirriesgo empresarial, al menos en aquellas actividades económicas que superen 1,5-2 millones de facturación, por norma general”.





HD+ Correduría -comenta su director de Desarrollo Estratégico- “focaliza su negocio en el ámbito corporativo. Así pues, la transferencia de los riesgos patrimoniales indirectos de nuestros clientes es uno de nuestros principales focos de actuación”. En la actualidad, el volumen de negocio corporativo de HD+ alcanza el 90% del volumen total de negocio gestionado, “fruto del propósito fundacional de la correduría basado en la prestación de servicios aseguradores para el ámbito corporativo, acompañado de la correspondiente gerencia de riesgos, representando el ramo de Responsabilidad Civil cerca del 30%”, explica Óscar Rodríguez.

Observa que “habitualmente, en el ámbito de la pyme, la transferencia de riesgos se realiza mediante pólizas Multirriesgo que incluyen la garantía de responsabilidad civil. Ello significa que si bien se está contratando dicha garantía, esta no se computa como ramo puro y, por tanto, no entra en el detalle de ramos suscritos por las corredurías de seguros siendo difícil establecer cuál es el volumen de negocio de dicha garantía”.

A su entender, “es una práctica habitual que quizás facilita la contratación de la póliza, pero no da la solución adecuada a la necesidad del cliente ya que la inclusión en un Multirriesgo viene delimitada por la limitación de los límites asegurados, normalmente insuficientes, extensión de garantías no contractables, etc. Es función del corredor educar y formar al cliente en la detección de los riesgos inherentes a la actividad económica y, por tanto, su valor añadido reside en no ofertar un mejor precio sino proponer las soluciones adecuadas a las necesidades. Pero si no se evidencian las necesidades, no se puede poner en valor el coste real de la transferencia de riesgos”.

Su experiencia le confirma que “al cliente, si bien le preocupa el coste de dicha transferencia, más le preocupa concienciarse de los riesgos que pueden impactar en su patrimonio, incluso en la supervivencia de su negocio. Por eso, una vez se han evidenciado estos y se le proponen soluciones, el factor coste pasa a segundo plano.

Por ello, la tendencia actual en el ramo debería derivarse hacia una

contratación directa del ramo de Responsabilidad Civil, extrayendo la misma del Multirriesgo empresarial, al menos en aquellas actividades económicas que superen 1,5-2 millones de facturación, por norma general”.

EL CICLO ECONÓMICO DETERMINA EL VOLUMEN DE ACTIVIDAD

En opinión del director de Desarrollo Estratégico de HD+, “la situación económica no determina una mayor o menor incidencia en una u otra garantía de responsabilidad civil. Si bien es cierto que el ciclo económico determina un mayor o menor volumen de actividad, la casuística causal del siniestro no indica una mayor o menor incidencia en una u otra garantía. Lo que realmente está determinando más incidencia es según qué garantías -como RC Patronal, RC Producto y sus derivadas (retirada de producto, sustitución de producto), RC Profesional-, es el cambio de paradigma social y tecnológico que conlleva una mayor rapidez en las operaciones y toma de decisiones, una mayor apuesta por la investigación y desarrollo de productos y servicios más eficientes, basados en tecnologías de nueva creación, quizás

El mediador debe forzar que la póliza sea más clara, más laxa o menos opaca en defensa de los intereses del asegurado

no suficientemente testadas, etc. Eso conlleva más exposición al error y a la comisión de daños y perjuicios que acaban derivando en responsabilidades civiles”.

“También observamos – continúa – un cambio de visión jurisprudencial acentuado, materializado en una mayor sobreprotección a los daños personales favoreciendo que dicha visión jurisprudencial incorpore una mayor valoración objetiva de la responsabilidad civil, provocando que aumente el monto global de las indemnizaciones, especialmente en el ámbito de la RC Patronal”.

Desde hace unos años, se ha producido un mayor incremento en el rehúse de siniestros, que Óscar Rodríguez piensa que “más allá de las propias políticas de los aseguradores en la interpretación y aplicación restrictiva del clausulado contractual, viene motivado por otro cambio de paradigma en el sector. Creo que el periodo de pandemia Covid 19 y post pandemia ha acentuado en dos factores fundamentales. El primero, basado en que hay aseguradoras que han priorizado la obtención de un mayor rédito de sus operaciones, basando su estrategia no en la prestación del servicio sino en la consecución del beneficio, lo que con-

lleva implícito, un análisis interpretativo más restrictivo del clausulado contractual, incluso modificando y endureciendo los mismos, recortando la casuística con derecho a indemnización, a veces de forma opaca, e introduciendo cláusulas limitativas de difícil interpretación.

El segundo, motivado por el cambio generacional de recursos humanos, que mediante el mecanismo de la prejubilación, están sustituyendo personal cualificado, con dilatada experiencia en la liquidación de siniestros, por personal de nuevas generaciones, con menor capacidad de toma de decisiones – estandarización de procedimientos y robotización del análisis mediante IA”.

ALTO POTENCIAL DE CRECIMIENTO

El director de Desarrollo Estratégico de HD+ piensa que “RC es un ramo con un alto potencial de crecimiento, dado que deberá dar respuesta no sólo a los perfiles de riesgo actuales sino, también, a la ola de nuevas profesiones basadas en el avance tecnológico, y, en muchos casos, referidos a la responsabilidad civil profesional. Todo ello revertirá en una mayor casuística siniestral, de mayor complejidad de interpretación, que provocará cambios profundos en toda la cadena de valor de la industria aseguradora, especialmente en los tramitadores de siniestros, abogados y peritos, que deberán adaptar sus conocimientos, provocando una mayor especialización y quizás un reajuste más estricto de las cláusulas contractuales. Por tanto, el potencial de crecimiento no se basará sólo en un mayor número de operaciones contratadas sino, también, en el incremento de las primas para poder absorber aquella casuística siniestral que obligará a asumir mayor coste de gestión en las estructuras internas implicadas, así como la búsqueda del equilibrio técnico y margen neto”.

Para Rodríguez, la revolución tecnológica implicará un nuevo paradigma en todos los ámbitos. Pero debido a la rapidez con la que actúa la revolución tecnológica, ciertamente los *gaps* de falta de cobertura son y serán

La revolución tecnológica comportará un nuevo paradigma operacional que generará nueva casuística siniestral



cada vez más evidentes estableciéndose estatus muy divergentes entre propuestas aseguradoras y necesidades de los clientes”.

La solución no es fácil pues, en HD+ creen que “el asegurador nacional, quizás presionado por la prioridad de alcanzar un mayor resultado positivo en sus cuentas anuales, es extremadamente prudente y cada vez denota mayor aversión al riesgo. Por tanto, la solución pasa por, desde la mediación, especializarse en los nichos de mercado en los que puede aportar valor añadido, no sólo para el cliente sino también para el asegurador. Por un lado, puede aportar información suficiente del riesgo para una evaluación adecuada por el asegurador, junto con la posibilidad de generar una economía de escala capaz de generar una masa crítica suficiente que pueda diluir el impacto de la siniestralidad. Sería una opción ante los riesgos que no gozan de cobertura, pues se trata de generar el entorno necesario para que el actuario pueda valorar positivamente la asunción del riesgo. La otra solución es acudir al mercado internacional, que suele gozar de una menor aversión al riesgo y la restricción del clausulado contractual es mucho menor que el de los aseguradores nacionales”.

PÓLIZAS MENOS OPACAS

Cada vez se habla más de la importancia de que en las pólizas de seguros se especifique claramente a quién y qué se cubre porque la manera en la que esté redactado, determinará la responsabilidad o no de la aseguradora. Óscar Rodríguez piensa que “la industria aseguradora a quien protege no es a los clientes asegurados, en forma de ONG, por lo que la obligación del asegurador es generar beneficio para el accionista y evidentemente para asegu-

rar su subsistencia en el futuro. Por ello, que las cláusulas sean más o menos restrictivas o más o menos opacas es una estrategia para la consecución de sus objetivos. El mediador debe forzar que la póliza sea más clara, más laxa o menos opaca en defensa de los intereses del asegurado y ello pasará siempre por la propuesta de un negocio a tres bandas B2B2C. Es decir, si todos los actores intervinientes (asegu-

rador, mediador y asegurado) no se sienten satisfechos, no hay negocio futuro.

Para ello, el mediador deberá desarrollar gerencia de riesgos entre sus clientes, identificar los *gaps*, utilizar la imaginación conjugando límites de cobertura y franquicias para provocar que aquella divergencia mencionada acabe convergiendo en una buena o nueva cobertura, pues en el transcurrir de los años los cuadros aseguradores han mejorado sustancialmente, de la mano de la presión de la sociedad civil, a través de los corredores, a los aseguradores para que adapten sus soluciones a las necesidades reales”.

Para Rodríguez, en el seguro de RC influye el hecho de que haya riesgos operacionales que se estén desplazando de los operarios a los robots y sus algoritmos porque el sector asegurador tendrá que adaptar sus clausulados y formar a sus empleados (suscriptores, tramitadores, externos –peritos y abogados -, etc.), en la gestión de los nuevos riesgos inherentes a la revolución tecnológica,

Una póliza de Responsabilidad Civil suele incluir por defecto entre 30 y 40 exclusiones que impactan directamente en multitud de riesgos inherentes a la actividad de la pyme



al igual que ha hecho la sociedad civil adaptándose al uso de las nuevas tecnologías y sus dispositivos o la industria formando adecuadamente a los operarios que gestionan dichos robots. La automatización y robotización y sus componentes tecnológicas, ni reduce ni elimina riesgos, simplemente genera riesgos, de los que derivarán responsabilidades civiles que deberán interpretarse de forma diferente. La revolución tecnológica comportará un nuevo paradigma operacional que generará nueva casuística siniestral, y ello deberá gestionarse con el correspondiente nivel de conocimiento adecuado. De lo contrario, la aversión al riesgo del asegurador aumentará y colapsará la capacidad de colocación de riesgos, por la dificultad o incapacidad de discernir el nexo causal y sus consecuencias”.

CASUÍSTICA NO INCLUIDA

No cree que “ningún responsable de una pyme sea consciente por sí mismo de la multitud de riesgos inherentes a su operativa, de diversa índole y de la complejidad que entraña la transferencia de los mismos al sector asegurador. Por defecto, el término general utilizado para comercializar las pólizas de responsabilidad civil, RC

El asegurador nacional es extremadamente prudente y cada vez denota mayor aversión al riesgo



Explotación, RC General, RC Profesional y todas las subgarantías derivadas, induce a error en el contratante pues suele asumir que los términos en los que se expresa el título incluye toda la casuística de riesgos que está asumiendo, no siendo consciente que una póliza de Responsabilidad Civil suele incluir por defecto entre 30 y 40 exclusiones que impactan directamente en multitud de riesgos inherentes a su actividad, por no hablar de los ámbitos territoriales, temporales o jurisdiccionales, y que presupone quedan recogidos en dicho título genérico. La comprensión de los riesgos que asume la empresa sólo será efectiva mediante el despliegue de una política de gerencia de riesgos que analice uno por uno los ámbitos operacionales de la misma, siendo posteriormente necesario cotejar el correspondiente mapa de riesgos con la póliza a contratar y sus múltiples exclusiones para conseguir una transferencia de riesgos óptima y posterior gestión interna de aquellos que siendo conscientes de su existencia no pueden ser transferidos al mercado asegurador. En este ámbito, el corredor debe evidenciar la multitud de riesgos que genera la actividad económica”. Hay corredores que se quejan de la insuficiencia de capitales de muchas de las pólizas de RC. Óscar Rodríguez señala que “acotar el límite por siniestro rebaja la exposición de riesgo acotando el ratio de siniestralidad, pero también cabe decir que la adaptación de los capitales a la necesidad actual de los clientes viene determinada, también, por la dificultad de los aseguradores de ser ágiles en la interpretación de las tendencias del mercado y su adaptación a ellas”.

NUEVOS RIESGOS

Entre los retos a los se enfrenta el ramo de RC profesional están “la revolución tecnológica que comportará la aparición de nuevas profesiones, muchas de ellas basadas en el desarrollo tecnológico de software, más o menos inteligentes y hardware de múltiples apariencias, y ello implicará analizar los nuevos riesgos operacionales que de ellas se deriven, adaptar los clausulados



y, una vez más, ello exigirá que los profesionales deban tener formación tecnológica adecuada para entender las fuentes de riesgo y poder discernir sobre el nexo causal y dilucidar las correspondientes responsabilidades”.

Tras el Covid, se ha producido un aumento de profesiones nuevas como especialistas en posicionamiento SEO, Advertising/SEM, Inbound Marketing, Social Media y Community Managers, Analítica y Big Data, Ingeniería de software, Especialistas en software, Data scientist e Inteligencia Artificial... La esencia aseguradora de estas profesiones ya estaba consolidada porque ya existían en el mercado asegurador, ya que el cambio reside en los medios utilizados para su desarrollo en remoto pero no en su nexo causal. Quizás lo que realmente sí tendrá un efecto directo sobre el ramo es cómo se comparte dicho nexo causal entre la esencia propia del servicio prestado y los medios utilizados para dicha prestación, puesto que el nexo causal puede nacer en la propia prestación técnica del servicio o en el desarrollo del soporte tecnológico mediante el cual se realiza dicha prestación, lo que podrá generar mucha dificultad, en muchos casos, en discernir si la causa nace en uno u otro o en ambos



La revolución tecnológica comportará un nuevo paradigma operacional que generará nueva casuística siniestral

de forma concomitante, lo que supondrá la existencia de responsabilidades civiles compartidas entre varios actores y la dificultad de dilucidar en cuál o en qué porcentajes participa cada uno de los actores”.

En opinión de Rodríguez, el sector asegurador se halla inmerso en un proceso de involución, fruto de la necesidad de ofrecer a sus accionistas un mayor rédito, mediante la disminución del impacto de la siniestralidad, que le obliga a ser más prudente y cauto en los estándares de suscripción, circunstancia que no le permite tener la flexibilidad necesaria para adaptarse con agilidad a las nuevas tendencias y retos de la economía actual, especialmente por lo que se refiere a la revolución digital y tecnológica, dificultando en exceso la transferencia de

riesgos y, en algunas ocasiones, colapsando la misma en según qué sectores de actividad económica.

Ello conlleva una mayor opacidad en la relación asegurador-corredor que dificulta la capacidad de suscripción y elimina la capacidad de matizar conjuntamente los riesgos objeto de transferencia, eliminando la posibilidad de negociación en riesgos que si bien pueden considerarse agravados por pertenecer a una familia de actividad, bien pudieran ser suscritos con matices e imaginación, conjugando límites asegurados con franquicias específicas y cláusulas limitativas”.

Por tanto, agradecería que “el sector asegurador huyera de su estatus actual de máxima prudencia y cautela, recuperando su esencia natural de asunción de riesgos, sin perder el objetivo del equilibrio técnico, compartiendo profesionalidad con los corredores, consolidando el trinomio B2B2C, en el que el equilibrio prestación de servicio y rentabilidad para todos los actores es positivo”.

CARMEN PEÑA

Las agencias de **SUSCRIPCIÓN** ayudan a los corredores a colocar riesgos específicos

Actores esenciales a la hora de buscar colocación para riesgos específicos, las agencias de suscripción aún no son lo suficientemente conocidas por corredores y clientes. Y eso que los profesionales de la mediación que trabajan con ellas destacan la agilidad y cercanía en el trato, como una de sus grandes bazas. Ahora bien, desde las agencias existe una queja generalizada: la estricta regulación en España que les impide operar en el mercado comunitario.

Al no ser distribuidores de seguros, las agencias de suscripción necesitan trabajar con corredores para colocar sus productos. Una alianza que, tal y como señala Darío Spata, presidente de la Asociación de Agencias de Suscripción Españolas (**Asase**) y CEO de **Iberian Insurance**, les aporta una gran especialización y les permite llegar de una forma sencilla a los clientes que necesitan.

“Las agencias de suscripción necesitan a los brókeres, porque ellos tienen acceso directo a los clientes”, redunda Simon Fragiacomu, director de suscripción de **ANV Specialty Spain**, que diferencia entre su trabajo, centrado en proponer soluciones aseguradoras y el de los corredores, que consiste en acompañar al cliente.



Una relación que es recíproca ya que, como comenta Ignacio Sánchez-Moreno, socio de **Rasher Correduría**, las agencias proporcionan mercados con escasez en España y traen nuevas soluciones. “Al final se hace una buena simbiosis”, reconoce, además que con la agencia de suscripción la relación es mucho más directa, lo que permite hacer productos más a medida de los clientes.

Coincide Antonio Sánchez, del departamento de suscripción de Línea Financieras de **Riskmedia**, en resaltar el papel de las personas en esta relación, con tiempos de respuestas más rápidos respecto a las aseguradoras y soluciones “mucho más asertivas y ágiles”.

SURGIMIENTO DE INSURTECH

Como reconoce Darío Spata, la mayoría de agencias de suscripción están especializadas en nichos concretos, que pretenden dar una solución a una necesidad específica. “Eso es lo tradicional y lo que mayoritariamente hay ahora mismo en el mercado”, afirma. Están surgiendo, eso sí, insurtech con figuras de agencia de suscripción, “pero es un modelo completamente diferente”. Para empezar porque requiere una gran financiación, con muchos empleados e inversión tecnológica. A su entender tienen futuro, pero su rentabilidad a corto plazo es difícil, porque a esa gran inversión se une que se dedican a seguros masa, como Auto u Hogar, en los que los márgenes son muy reducidos.

Ignacio Sánchez-Moreno corrobora que son realidades distintas, ya que mientras los corredores ofrecen asesora-



“Las agencias de suscripción son importantes para el mercado; amplían las capacidades y dan oportunidades para colocar riesgos más complicados”.

Ignacio Sánchez-Moreno

miento, estas insurtech ofrecen productos masa, para lo que necesitan un punto de venta, que tiene su hueco porque “desde la pandemia nos hemos acostumbrado a contratar online los seguros”, lo que copa cierto nicho de negocio.

“Todo depende del nicho de mercado que tú quieras abarcar”, comenta Antonio Sánchez, ya que las insurtech tienen unos parámetros totalmente preestablecidos al hacer eso, pues no se les puede brindar un servicio de asesoramiento integral a las pólizas. “Muchas veces las pólizas tienen que ser analizadas y revisadas de una manera tradicionalmente y conseguir una rápidamente, online, puede dejar sin alguna cobertura a los clientes”, se lamenta.

AUSENCIA EN CIMA Y EIAC

Sobre la ausencia de las agencias de suscripción en Cima y Eiac, Alex Aznar, director técnico de Riskmedia, considera, bajo su punto de vista, que “la conectividad no es relevante para la agencia de suscripción cuando se trata de productos especializados”.

Efectivamente, Spata aclara que tanto la plataforma como el estándar son fundamentales para el seguro masa, “porque se hacen miles de pólizas” y para un corredor sería muy difícil gestionarlas de otra manera. Pero la mayoría de las agencias de suscripción trabajan productos más especializados, con pocas pólizas al mes, por lo que la importancia de Cima o de Eiac se reduce. Por otro lado, también es verdad que Cima tiene un coste y exige una alta digitalización por parte de las agencias de suscripción.

“Depende mucho del tipo de productos que vendes”, corrobora Simon Fragiacomio, ya que si son productos de masa tiene más sentido, pero en productos con más valor añadido de suscripción realmente prima el “contacto humano y entender un riesgo, y eso, realmente, no depende mucho de un sistema informático, sino de conocer a la gente”.

Con todo, Alex Aznar aclara que al final Eiac y Cima son más herramientas administrativas, de gestión documental, que no de suscripción. “Para mí es más importante que las agencias de suscripción tengan presencia en *marketplaces* o en otras herramientas que están más enfocadas al negocio y a la suscripción para ser accesibles a los brókeres, que ya estamos trabajando con ellos, y al mercado en general”, sostiene, ya que en esos entornos se pueden lanzar riesgos y obtener respuestas del mercado.

MEJORAR LA REGULACIÓN

Una queja generalizada entre los expertos participantes en la mesa redonda de Pymeseguros tiene que ver con la regulación de las agencias de suscripción. Como señala Fragiacomio, la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) elaboró una ley “que es más o menos la misma desde 2006” sobre esta figura “y en 20 años ha cambiado mucho todo el entorno del sector, con muy pocos cambios en la ley”. A su entender, el regulador realiza “una especie de mezcla entre los conceptos de distribuidores, de corredores, de agencia de suscripción



“Tenemos que especializarnos y llevarnos muy bien con el resto, para que los demás agentes del mercado piensen en nosotros como una opción válida”.

Darío Spata

y agencia de seguros”. “No nos encontramos en un sitio muy bien definido dentro de la ley de la DGSFP”, reconoce. Sin embargo, a nivel comunitario, se muestra muy satisfecho con el reconocimiento de su figura y su regulación. “Nos gustaría mucho una visión más europea, más global, nos simplificaría mucho la vida y también tener la posibilidad de competir con otras agencias dentro y fuera de España sin tener que hacer diferentes estructuras jurídicas”, explica.

“Todo lo que nosotros queremos mejorar con la DGSFP es para adaptarnos más a la figura de la MGU [como se conocen las agencias de suscripción en el ámbito comunitario] porque así trabajan en Europa; no vamos a solicitar nada que no sea práctica habitual en el mercado europeo”, incide el presidente de Asase y CEO de Iberian Insurance.

“Eso sí que es una gran traba que tiene España”, redunda Sánchez-Moreno, ya que no considera lógico que, en un mundo globalizado, las agencias de inscripción no pueden emitir fuera de España una garantía o un seguro. “En todos los países de la UE pueden hacerlo; no entiendo cómo aquí en España todavía no se puede”, recalca.

“Desde Asase estamos luchando por mejorar esto”, incide el presidente del organismo y CEO de Iberian Insurance, ya que el tema del pasaporte europeo es muy importante, “sobre todo si nos comparamos con nuestros compañeros europeos”, ya que las agencias de suscripción que están exclusivamente en España, sin sucursales en el extranjero, no pueden trabajar fuera, lo que es una des-



“En 20 años ha cambiado mucho todo el entorno del sector, con muy pocos cambios en la ley, donde no nos encontramos en un sitio muy bien definido”.

Simon Fragiacom

ventaja competitiva. También señala otros aspectos relevantes en el ámbito regulador, como el derecho de cartera. Y es que, a no ser distribuidores, todo lo que hacen es en nombre de la aseguradora, por lo que, si no se les renueva un contrato, la compañía podría tener el derecho de reclamar esa cartera. Por eso, valora que es importante que sean considerados como un tipo de distribuidor, o tener los derechos de cartera que éstos tienen, que no quiere decir que vayan al cliente final, pero sí al mayorista, por ejemplo, por lo que les serían reconocidos esos derechos de cartera. Asimismo, aboga por agilizar los tiempos, ya que una vez que se llega a un acuerdo con un asegurador, la DGSFP está tardando 3 meses en aprobar la operación. Además, que la exigencia de que se firme ante notario complica los acuerdos, porque muchas aseguradoras son extranjeras, lo que algunas veces conlleva desplazamientos y traducciones juradas.

“Lo que queremos es simplificar los procesos”, redunda el director de suscripción de ANV Specialty Spain, que insta a la DGSFP a mejorar su conocimiento sobre la actividad de los MGU. “Queremos hablar más con el regulador directamente, tener la posibilidad de explicar qué necesitamos y por qué lo necesitamos para evitar que haya un mal entendimiento de lo que somos”, sentencia.

Para Aznar se trata de un problema endémico en España que la DGSFP, y en general el Estado, “está más preocupada en regular que en dinamizar”. Se queja de que se ponen muchos impedimentos y dificultades, y no se mira

tanto por la economía: “Al fin y al cabo lo que interesa es diversificar y potenciar todos estos nuevos negocios”, protesta, aludiendo a que en el resto de Europa es mucho más sencillo todo. “Es lamentable que haya que pasar todos esos controles para poder sacar un producto adelante y ser dinámico e innovador”, zanja.

NEGOCIO AÚN PEQUEÑO

Con todo, el negocio que los corredores gestionan con las agencias de suscripción aún es pequeño en España. Una circunstancia que, según Darío Spata, responde esencialmente a que no tienen tanto negocio como las aseguradoras. “De hecho, cualquier compañía grande genera más negocio que todas las agencias juntas”, corrobora.

Además, Simon Fragiacom, director de suscripción de ANV Specialty Spain, aprecia que, en España, hay grandes aseguradoras y todo el mundo las conoce, porque son nombres muy poderosos, mientras que el concepto de agencia de suscripción, ha tardado mucho más en llegar a Europa. Opina que hace falta tiempo para entender bien la diferencia entre ambos modelos para que se vean más estructuras de agencias de suscripción, lo que se requiere un cambio de las mentalidades y ver las ventajas que pueden traer este tipo de actores.

Con todo, el socio de Rasher Correduría destaca que “al cliente le da un poco igual que sea agencia de suscripción o una compañía pequeña”, las reticencias son similares, porque solo conocen las grandes firmas. Además, la agencia de inscripción juega con la ventaja de

traer un producto un poco más exclusivo, que marca diferencias.

Además, como señala el director técnico de Riskmedia, es bueno informar a los clientes, porque detrás de una agencia de suscripción muchas veces hay una compañía de prestigio, por lo que es más fácil de colocar. Lo que los clientes se pueden cuestionar, asume, es la continuidad de la agencia, pero ahí está el trabajo de los brókeres: “Si nosotros confiamos en una agencia de suscripción porque tiene un buen producto y está haciendo un buen trabajo de suscripción, entonces nos da tranquilidad para transmitírselo a los clientes”, subraya.

No obstante, como señala Simon Fragiacom, los corredores deben recordar que “los suscriptores de las agencias vienen mayoritariamente de compañías de seguros y lo que es el trabajo en sí de suscripción es el mismo, aunque la organización jurídica sea diferente”. Con la ventaja de que conocen el mercado local y a los clientes y sus necesidades.

VINCULACIÓN CORREDURÍA-AGENCIA DE SUSCRIPCIÓN

Si bien es evidente la buena simbiosis entre corredurías y agencias, Ignacio Sánchez-Moreno, socio de Rasher Correduría, es claro respecto a que ambas estén vinculadas: “Yo creo que como corredor tienes que ser un poco independiente”. Además, considera que si no se separan bien ambas profesiones se puede caer en la incoherencia, salvo



“La DGS está más preocupada en regular que en dinamizar, cuando al fin y al cabo lo que interesa es diversificar y potenciar todos estos nuevos negocios”. Alex Aznar

que sea para productos nicho, que no los hace ninguna compañía y se busque una capacidad en el mercado asegurador para dar solución.

Alex Aznar, director técnico de Riskmedia, coincide en que “es sano tener cierta independencia”, aunque cree que es factible que con ciertos productos con los que trabaja el bróker, incluso alguno que haya ideado, se puedan establecer conexiones estrechas con alguna agencia para su suscripción.

Sin embargo, Fragiacom especifica que en otros países, como los nórdicos o Inglaterra, para productos muy específicos se dan acuerdos entre agencias y corredores, pero para los productos que son más de nicho es muy complicado. Además, explica que es normal que los corredores necesiten tiempo para conocer los riesgos de sus clientes y presentarles ofertas de aseguradores, “y nosotros, como suscriptores,

como proveedores de seguros, no podemos pasar este tiempo conociendo cada cliente y cada oferta del mercado”. “No estamos aquí para decir a los corredores qué hacer o cómo trabajar, porque lo saben muy bien y nosotros tenemos que suscribir, es decir, mirar los riesgos, cómo se encajan en una cartera y cómo podemos proponer una cobertura”, explica.

Con todo, Spata opina que es compatible la vinculación entre corredurías y agencias de suscripción, pero existen limitaciones marcadas por la DGSFP. “Yo creo que al final tenemos que especializarnos. Hacer bien lo que hagamos y llevamos muy bien con el resto, sin querer abarcar todas las figuras y las distintas partes de la distribución,



porque si no, dependeríamos de los demás y los demás tampoco pensarían en nosotros como una opción válida”, concluye.

“Y otra cosa importante es entender que no hay que poner todas las capacidades en una misma agencia, por la volatilidad de los tratados. Puede ocurrir que un año estés dando unos términos y al otro año tengas esa cartera comprometida y tengas que salir a buscar términos que ya no te puede dar”, matiza Sánchez.

Otra cuestión son los acuerdos de las agencias de suscripción con las asociaciones de corredores, ya que, como señala el presidente de Asase y CEO de Iberian Insurance, son iguales a los que hacen esas mismas asociaciones con las aseguradoras. Facilita mucho el trabajo, sobre todo, a los corredores que normalmente se suelen dedicar al seguro masa y cuando les llega un seguro más específico, que no tienen en su portafolio de compañías, por lo que desde la asociación se buscan soluciones.

Efectivamente, Ignacio Sánchez-Moreno afirma que hay corredores que tienen más difícil acceso a algunos mercados y desde las asociaciones les buscan soluciones; “les hacen una especie de *facility* para que puedan hacerlo”, de la misma manera que con una aseguradora.

POTENCIAR LAS AGENCIAS

En cualquier caso, como redundaba Sánchez-Moreno, las agencias de suscripción son “un elemento importante y bueno para el mercado, que amplía las capacidades” y



“Las agencias ofrecen tiempos de respuestas más rápidos respecto a las aseguradoras y soluciones “mucho más asertivas y ágiles”.

Antonio Sánchez

que da la posibilidad a muchas compañías de no tener que hacer una infraestructura muy grande y probar entrar en un país, por lo que hay que potenciarlas y favorecerlas, ya que ofrece a los corredores “oportunidades para colocar riesgos un poco más complicados, con gente que sabe y con interlocuciones más sencillas”.

“Yo creo que son necesarias porque además ayudan a estabilizar un poco el mercado a nivel de suscripción”, subraya Alex Aznar, gracias a ese afán de especialización en unos pocos productos y con independencia de que las condiciones económicas puedan subir o bajar: “Su apetito por una actividad o por un ramo se mantiene en el tiempo y es más estable que el de las aseguradoras”, argumenta.

Según el director de suscripción de ANV Specialty Spain, la idea es tener un entendimiento de suscripción local, de modo que los clientes tengan un acceso a una capacidad exterior a España, pero suscrito desde nuestro país, por gente que entiende más el mercado local, en lugar de traer una volatilidad de una suscripción hecha desde Londres: “Queremos aportar más capacidad, pero con una suscripción más local, con gente que habla el idioma, que puede entender las cosas de aquí y también hablar directamente con clientes y corredores”, resume.

AITANA PRIETO / CARMEN PEÑA

Para leer más sobre la mesa redonda [pulse aquí](#)





La IA mejora la **VENTA** cruzada de seguros

La venta cruzada de seguros es una herramienta importante que permite a las pymes aumentar su rentabilidad. El uso de la inteligencia artificial (IA) puede ayudar a identificar nuevas oportunidades, mediante el análisis de grandes cantidades de datos. Así lo defiende el estudio realizado por Laura Negre, y publicado por la Universidad de Barcelona en su colección Cuadernos de Dirección Aseguradora.





El uso de la IA en la venta cruzada de seguros para pymes mejora la eficacia de las ventas ya que permite analizar grandes volúmenes de información de manera más rápida y precisa que los métodos tradicionales. Eso facilita la identificación de patrones y tendencias a la hora de seleccionar los clientes más propensos a la compra de un determinado producto, ofreciendo personalización, eficiencia, mejora de la experiencia del cliente e incremento de ventas de las aseguradoras. Por esos motivos, la IA es cada vez más común en la industria de seguros.

Como destaca el estudio 'La venta cruzada en seguros para pymes mediante el uso de inteligencia artificial', esta modalidad comercial no solo trata de vender más seguros a los clientes, sino que la clave está en conocer bien quién es el cliente, cuáles son sus necesidades y trabajar para satisfacerlas. De esta forma se consigue fidelizarle, optimizar costes, balancear las carteras con diferentes productos y lanzar nuevos productos y servicios con mayor probabilidad de éxito.

De ahí que, como defiende la tesis, el uso adecuado de estas herramientas de análisis de datos y técnicas de inteligencia artificial permite a las compañías tener un conocimiento más profundo de los clientes y realizar un análisis predictivo de sus necesidades e inquietudes.

HERRAMIENTAS DIGITALES

Numerosas pymes españolas han optado por optimizar su negocio al confiar en los beneficios de la digitalización mediante la elección de herramientas que les permitan seguir siendo competitivas. Cuando el canal utilizado es la mediación, la experiencia de

El 86% de los líderes del sector asegurador tienen planes de acelerar la incorporación de IA en los próximos 5 años



los corredores y agentes es muy importante, ya que depende de ellos para ofertar o no los productos a los clientes finales, por lo tanto, es importante simplificar el flujo de interacciones con ellos y, para ello, las herramientas digitales permiten optimizar la relación, desde la captación hasta la anulación, pasando por la renovación de la póliza o la prestación.

En esta línea, se destaca que las compañías de seguros están adoptando cada vez más herramientas digitales para mejorar su eficiencia operativa, mejorar la experiencia del cliente y mantenerse competitivas en un mercado en constante evolución, como plataformas de gestión de seguros; automatización de procesos; experiencia del cliente digital; y chatbots y asistentes virtuales.

“Las herramientas digitales están cambiando la forma en que las compañías de seguros operan y cómo interactúan con los clientes. Por lo que aquellas que adopten estas herramientas mejorarán su eficiencia operativa, ofrecerán servicios personalizados y se mantendrán competitivas en un mercado cada vez más digital”, argumenta Negre.

No obstante, en la actualidad, el sector asegurador se encuentra inmerso en un profundo proceso de digitalización con el fin de ofrecer una experiencia mucho más fluida y una mejor relación con los clientes, siendo capaces de brindarles un producto más competitivo, atractivo y transformador con un nuevo valor añadido.

La transformación digital ha traído consigo la creación de productos a medida dentro del sector seguros. Ante las nuevas

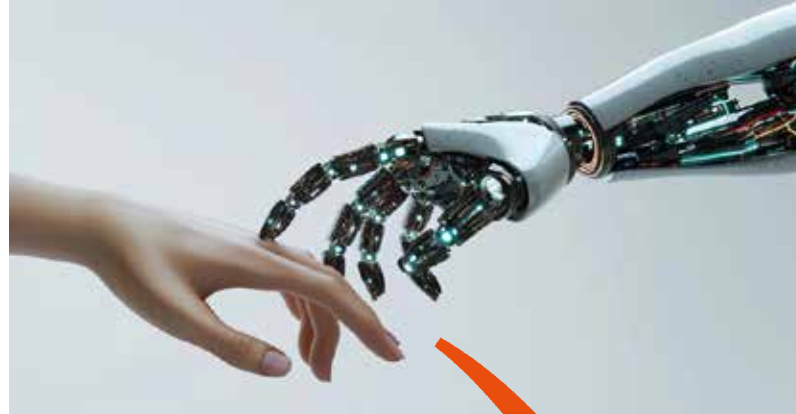
demandas, las aseguradoras ven cómo las nuevas tecnologías van ganando mayor protagonismo. Así es como el sector ha optado por hacer uso de la inteligencia artificial, el big data, los chatbots o la computación en la nube para diseñar nuevos productos u ofrecer servicios innovadores a sus clientes.

Dado el contexto macroeconómico actual, la diferencia del rendimiento entre compañías aumentará, y las aseguradoras que aceleren sus esfuerzos de analítica avanzada tendrán una probabilidad significativamente mayor de estar entre las mejores. Por ese motivo, el 86% de los líderes del sector asegurador y financiero tienen planes de acelerar la incorporación de IA en los próximos 5 años.

Además, no hay que olvidar que debido a que los datos son necesarios para que la IA sea efectiva, el sector de seguros se encuentra en una posición preferencial debido a su información histórica acumulada. Esto implica que existe un gran potencial para esta industria en generar sistemas de optimización y automatización que logren una ventaja competitiva para aquellas compañías que lo implementen.

USO DE IA PARA PYMES

Lo que sí pone en evidencia el informe es que, hasta el momento, de manera generalizada, el sector de seguros no ha implantado de forma exitosa la venta cruzada de seguros para las pymes. Pero estamos ante un momento de revolución tecnológica gracias a la IA, que puede marcar un punto de inflexión para conseguir optimizar el diseño de una estrategia de venta cruzada en seguros para pymes.



La IA no sustituirá a la mediación, sino que cada vez trabajarán más juntos para mejorar la eficiencia y calidad del servicio al cliente

- Este uso de la inteligencia artificial puede ofrecer varias ventajas, entre ellas:
- **Personalización:** analiza los datos de la pyme y proporciona recomendaciones personalizadas de productos de seguros que se adapten a sus necesidades específicas.
 - **Eficiencia:** automatiza el proceso de venta cruzada, por lo que se traduce en un ahorro de tiempo y de reducción de errores humanos. Los algoritmos de IA analizan grandes cantidades de datos de manera eficiente y proporcionan recomendaciones de productos y servicios relevantes a los clientes.
 - **Mejora de la experiencia del cliente:** al proporcionar recomendaciones personalizadas de productos de seguros, la IA permite mejorar la experiencia del cliente al ofrecer productos que se adaptan a sus necesidades y minimizar la posibilidad de ofrecer productos que no sean relevantes.
 - **Incremento de las ventas:** identifica oportunidades de venta cruzada que pueden haber pasado desapercibidas, lo que puede aumentar las ventas y los ingresos de la aseguradora.

EL CLIENTE ADECUADO

En general, el uso de la IA mejora la eficiencia y la efectividad de la venta cruzada de seguros para pymes, lo que beneficia tanto a las aseguradoras como a las pymes que buscan una protección adecuada, sostiene el estudio, ya que ayuda a mejorar como empresa automatizando los procesos de producción, haciendo más eficientes a los trabajadores, previniendo ciberataques, realizando predicciones de ventas... y, por supuesto, es la herramienta



perfecta para conocer mejor a los clientes y sus necesidades para adaptarse a ellas con el mínimo margen de error.

De hecho, tal y como se revela, las acciones comerciales de venta cruzada exitosas deben tener en cuenta la propensión que tienen los clientes a contratar un determinado producto y cómo se modifica su patrón de consumo en situaciones económicas adversas. Para ello, es importante detectar entre toda la cartera aquellas pymes con más probabilidades de contratar otro producto con la compañía y que además traen el mayor beneficio a la empresa.

La clasificación de los clientes, a la hora de realizar acciones de venta cruzada, es un aspecto fundamental a tener en cuenta para poder realizarla de forma exitosa. Se puede hacer teniendo en cuenta diferentes variables obtenidas de la póliza, del cliente y de siniestros, por ejemplo: la solvencia de la pyme, su actividad, el número de siniestros en el último año o el número de pólizas en vigor. Habitualmente, el mejor perfilado es cuando se cruzan varias variables y se logra entender la propensión de un cliente a realizar cierta acción o a comprar cierto producto.

Para conseguir dicho perfilado por propensión, la IA es una herramienta muy eficaz ya que los modelos de propensión estiman la probabilidad que tiene un cliente a contratar en un plazo determinado un producto concreto, dada su tipología de cliente, su vinculación con la empresa, su comportamiento financiero, su siniestralidad, su localización geográfica, etc. A su vez, los modelos de IA permiten conocer el impacto que tiene en su comportamiento la

Es importante detectar entre toda la cartera aquellas pymes con más probabilidades de contratar otro producto y traer mayor beneficio

situación macroeconómica. Para ello, existen modelos macroeconómicos que estiman futuros escenarios y los vinculan con la propensión al consumo.

Esta tecnología ayuda también a detectar cuáles son los productos que necesita un cliente para estar completamente asegurado, teniendo en cuenta los datos y las variables implementadas en los modelos. Para ello, es importante combinar las necesidades de los clientes más propensos a la compra con el apetito de riesgo de la compañía según las actividades y características de cada cliente.

MEDIADORES Y USO DE LA IA

Otra cuestión que se ha planteado este estudio es si a medida que la IA se vuelve cada vez más avanzada y utilizada por las aseguradoras, podría reemplazar a los mediadores de seguros. El análisis concluye que lo más probable es que no los sustituya, sino que cada vez trabajen más juntos para mejorar la eficiencia y la calidad del servicio al cliente, transformando el canal de distribución.

No obstante, la IA ayuda a mejorar la eficiencia y la precisión de los servicios, lo que es beneficioso tanto para las aseguradoras como para los mediadores de seguros. Además, los agentes y corredores, como cualquier empresario, tienen una mentalidad empresarial enfocada a impulsar sus incentivos financieros. Por este motivo, los proyectos de IA implementados de forma que proporcionen una nueva forma de trabajar y que con su ayuda generen mayores ventas e incremento de sus ingresos son la





clave para demostrar que estarán más empoderados y no reemplazados por las ventajas de la IA.

De ahí que el estudio, establezca una serie de necesidades digitales y pasos del proceso a seguir con los mediadores para desarrollar una correcta venta cruzada mediante IA:

- Disponer de una red de mediación basada en la especialización en seguros de pymes, la calidad del servicio y la proactividad en la venta.

VENTA CRUZADA PARA PYMES

Tal y como señala el estudio, en el caso de los seguros para pymes, la venta cruzada es una estrategia muy común, ya que permite a los mediadores y a las aseguradoras ofrecer una solución integral y personalizada a los clientes, al mismo tiempo que aumentar su cartera de productos y fidelizar a los clientes. Para implementar exitosamente hay que desarrollar los siguientes pasos:

- 1. Identificar a los clientes adecuados. Es muy importante la**

implementación de técnicas de análisis de datos, Big Data, aprendizaje automático e inteligencia artificial que permitan a la compañía detectar patrones de consumo o segmentación de clientes.

- 2. Determinar los productos y servicios que se quieren ofrecer.**
- 3. Determinar con qué canales de distribución se quiere realizar y el proceso a seguir.**
- 4. Crear un argumentario comercial. A la hora de**

contactar al cliente propenso, es importante que exista una oferta y un argumentario comercial sólido.

- 5. Disponer de herramientas digitales a la hora de contratar los seguros para las pymes.**
- 6. Análisis y evaluación de los resultados. Una vez terminada la campaña comprobar las métricas clave para poder determinar si tuvo éxito o no y ver en qué se puede mejorar para futuras ocasiones.**

lización en seguros de pymes, la calidad del servicio y la proactividad en la venta.

- Disponer de CRM y plataformas digitales conectados con los mediadores para que, una vez identificados los clientes y los productos a ofertar, puedan generar acciones digitales con ellos mediante avisos y comunicaciones utilizando diferentes canales como email, sms, whatsapp... Desde estas plataformas los mediadores podrán escoger si trabajar la venta cruzada con todos los clientes, que los modelos de IA han predicho, o bien podrán excluir aquellos que consideren, justificando el motivo. Por último, remitirán los comunicados a sus clientes con un solo clic.
- Al enviar los comunicados a los clientes, los mediadores deberán de acompañar la acción realizada por email, sms o whatsapp con una llamada telefónica o visita presencial para asesorar y justificar la necesidad del producto mediante argumentarios comerciales preestablecidos por la aseguradora. Si los mediadores no tuvieran una red de empleados suficiente para realizar esta acción, la compañía pondría a su disposición un *contact center* y la utilización de *chatbots* y asistentes virtuales entrenados para realizar el asesoramiento al cliente.
- Si el cliente acepta recibir la oferta, la cotización se realizará automáticamente utilizando IA.
- Si el cliente envía la orden de cobertura, en la mayoría de los casos, el propio mediador podrá obtener la póliza emitida automáticamente de forma autónoma, ya que tanto los clientes como los productos han sido elegidos por el modelo predictivo mediante el que detecta los mejores clientes y sugiere los productos cruzándolo con el apetito de riesgo de la compañía.

AITANA PRIETO



Abre las puertas de tus proyectos con nuestro **Seguro de Caución**

Disfruta de las ventajas de contratar garantías financieras sin aumentar tu capacidad crediticia, de forma ágil, al mejor precio.

Con la confianza en una de las compañías líderes en España en el ramo de Caución.

Que nada te impida entrar en los proyectos que deseas.

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

www.micinsurance.es

Hay que regular las colaboraciones PROHIBIDAS que se producen

CGPA Europe ha presentado en Madrid la décima edición del 'Observatorio Europeo de Mediadores de Seguros' en el que se resalta la puesta en marcha de estrategias de cooperación entre mediadores de seguros, necesarias por: la consolidación del sector, encontrar mejores vías de distribución, gestión de costes más eficaz y, por supuesto, garantizar la protección adecuada al asegurado. La cooperación entre corredores y agentes es un tema 'tabú', del que no se quiere hablar, aunque la realidad del mercado es que se está produciendo, aunque esté prohibida. Por eso, se pidió una regulación sobre esas colaboraciones que 'de facto', se están haciendo. Una demanda que sorprendió a la representante de la DGSFP que dijo que hacía "años que no oía hablar de la necesidad de más regulación".

En la apertura del acto, Maciste Argente, director de Desarrollo de Negocio de CGPA Europe en España, compartió algunos datos sobre esta aseguradora de origen francés que, desde hace 12 años, están en 7 países europeos. Cuenta con un rating de A- y su solvencia está por encima del 400%.

El informe, elaborado con la participación de todas las sucursales de la compañía (Francia, Reino Unido, Irlanda, Alemania, Bélgica, Italia y España), "es un manual

esencial para la mediación de seguros, que explica la evolución de las reclamaciones tanto en España como en Europa, para que el mediador pueda tomar medidas de prevención. Es un pieza fundamental del compromiso de CGPA hacia los mediadores", afirma Sylvain de Nombel, presidente del Grupo CGPA.

De nuestro país comentó que, "desde que entramos en España hemos tenido un éxito extraordinario. Es un mercado dinámico y de gran calidad. Confiamos mucho



en España en esta etapa fundamental de nuestro desarrollo en Europa”.

Sobre las reclamaciones más comunes, De Nombel señaló que “en otros países de Europa se reclama por errores o falta de asesoramiento, pero en España todavía no está ocurriendo”. Según algunos juzgados europeos, hay limitaciones a la responsabilidad del corredor por las propias obligaciones de los clientes.

TOMANDO MEDIDAS CORRECTIVAS PARA LA PREVENCIÓN

Carlos Montesinos, director general de CGPA Europe en España, analizó el contenido de este nuevo volumen del Observatorio, considerado por la aseguradora como “un documento estratégico único en España y en Europa, que permite anticiparse y tomar medidas correctivas para la prevención y reducción de posibles reclamaciones y la minimización del impacto de las mismas, garantizando siempre el mejor servicio al consumidor y el cumplimiento de deberes y obligaciones profesionales del mediador”.

En esta edición, el Observatorio resalta la puesta en marcha de estrategias de cooperación entre mediadores de seguros, necesarias por la consolidación del sector, encontrar mejores vías de distribución, gestión de costes más eficaz y, por supuesto, garantizar la protección adecuada al asegurado. Montesinos recordó que “nuestro vigente marco legal dice que el mediador debe actuar con honestidad, equidad y profesionalidad en beneficio de sus clientes”.

La cooperación entre mediadores es un tema “tabú”, del que nunca se ha querido hablar, aunque la realidad



Sylvain de Nombel.

La cooperación entre corredores favorece el intercambio de información y reduce los esfuerzos innecesarios

del mercado es que se está produciendo, afirmó el director general de CGPA Europe en España. Indicó que, aunque la colaboración corredor-agente está prohibida, “sabemos que se produce y habrá que hacer algo”, denunciándolo.

Montesinos señala, en el informe, que “seguimos encontrándonos en un mercado duro en el que todavía pesa muchísimo la falta de apetito, especialmente en sectores importantísimos del conjunto industrial incluyendo el primario y el reciclaje. Esto hace no solo que el mediador tenga una mayor complejidad a la hora de transferir determinados riesgos sino a aumentar su precaución en el control de los riesgos que mantiene en

cartera, en los cuales tiene que realizar una labor de vigilancia especial. A lo anterior le sumamos las consecuencias del cambio climático con el terrible impacto de los fenómenos meteorológicos y estaremos sin duda en la tormenta perfecta. Esta situación, unida a la tendencia al alza de reclamaciones contra mediadores de seguros abre la puerta al análisis de la cobertura de su propio riesgo de responsabilidad civil profesional que se deriva de su actividad como mediador, cada vez más compleja y con un marco legal que empodera la importancia del asesoramiento prestado por los mediadores de seguros”.

LA NECESARIA COOPERACIÓN ENTRE MEDIADORES

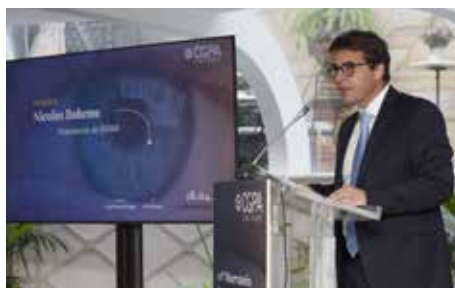
Sobre la cooperación entre mediadores, en el Observatorio se señala que “la cooperación entre los mediadores, aunque son canales de distribución complementarios o competidores entre sí, se está extendiendo en Europa como una necesidad, no solo para hacer frente a un mer-

cado moderno cada vez más complejo, sino también para encontrar la mejor vía de distribución y, por supuesto, garantizar una protección adecuada al asegurado. Sin embargo, se trata de un modelo que no se ha extendido en España motivado por las prohibiciones legales que existen en algunos casos, pues no queda permitida la cooperación entre diferentes clases de mediadores. La cooperación favorece el intercambio de información y reduce los esfuerzos innecesarios, y siempre será bien vista si se materializa en favor del consumidor de seguros. Cuando los mediadores trabajan juntos tienen la posibilidad de hacer una evaluación colectiva de los riesgos, llevar adelante las negociaciones y agilizar las formalidades administrativas, lo que da lugar a una oferta de servicios más rápida y eficaz. Y, hasta cierto punto, mejora el poder de negociación de los mediadores ante las compañías, consiguiendo de esta manera condiciones más favorables para los consumidores de seguros”.

Otra tendencia importante en el mercado europeo de la mediación reflejada por el Observatorio es el papel cada vez más importante de los MGA o agencias de suscripción. En el caso de España, los MGA no están legalmente reconocidos como mediadores de seguros, son considerados una extensión de la aseguradora lo cual lleva a que los MGA españoles tengan limitadas sus operaciones al territorio nacional, por no disponer de pasaporte europeo. Sin embargo, los MGA constituidos en otros estados miembros en calidad de mediadores, sin importar su categoría, tienen acceso al pasaporte europeo y pueden actuar en el mercado español.



Carlos Montesinos.



Nicolas Boheme.

En otros países de Europa se reclama por errores o falta de asesoramiento, pero en España todavía no está ocurriendo

En opinión de Carlos Montesinos “las agencias de suscripción son una figura realmente útil para los mercados europeos. Son verdaderos productores de seguros, capaces no solo de encontrar nichos de negocio sino de escuchar a la mediación y a los consumidores para encontrar soluciones aseguradoras y resolver determinadas faltas de capacidad”.

Nicolas Boheme, presidente de Bipar, comentó que la misión de este organismo es la promoción y defensa de intereses a nivel europeo y plataforma de información sobre las principales novedades del mercado. En este momento, está compuesta por 47 asociaciones nacionales en 30 países (entre los que figuran países de fuera de Europa como Líbano o Israel). Asimismo, explicó los datos de la sección de Reclamaciones del Observatorio. Dijo que los jueces europeos reconocen límites en el deber de información y asesoramiento por parte de los mediadores de seguros a sus clientes, insisten en la importancia de documentar por escrito todas las comunicaciones y verificar las expectativas y necesidades del cliente para adecuarlas a las garantías suscritas en la póliza, recomendaciones compartidas por CGPA.

LA COLABORACIÓN ENTRE CORREDORES Y AGENTES

Para completar la presentación del 10º ‘Observatorio Europeo de Mediadores de Seguros’, se celebró una mesa de debate, moderada por Jesús Jimeno, de DSG Abogados, en la que participaron: Javier Barberá, presidente del Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros; Alberto Ocarranza, presidente de Fecor, Jean-François Mossino, presidente de la Comisión de Agentes de Bipar, Álvaro Satrústegui, secretario de Asase.



COOPERACIÓN EN EL MERCADO ESPAÑOL

En España existen dos tipos de cooperación:

COOPERACIÓN VERTICAL

La anterior Ley 26/2006, de 17 de julio, de Mediación de Seguros y Reaseguros Privados permitía expresamente la cooperación vertical entre corredores de seguros cuando un corredor actuara bajo la dirección del otro corredor, quien asumiría la total responsabilidad de los actos del primero, en cuyo caso siempre se debía, y se debe, actuar con total transparencia frente al cliente e informarle de dicha situación. Actividad que se ha seguido permitiendo tras la transposición de la IDD en España mediante el RD-ley 3/2020.

COOPERACIÓN HORIZONTAL

Ante la falta de regulación expresa de otras posibilidades de cooperación entre mediadores de seguros, se ha planteado en ocasiones la posibilidad de emprender

proyectos de mediación, o lo que es lo mismo actuar en la intermediación de un mismo contrato de seguro (dos mediadores en un contrato). Alrededor del año 2018, cuando se aprobó el Proyecto de Ley de Distribución de Seguros y Reaseguros, parece que la DGSFP empezó a flexibilizar su postura sobre la posible mediación entre mediadores de diferente clase, seguramente para dar cabida a determinadas estructuras de distribución que estaban apareciendo en el mercado. No obstante, el mensaje trasladado por la DGSFP siempre ha sido que aquellos mediadores de seguros que pretendieran establecer estructuras de mediación deberían comunicárselas a la DGSFP para que ésta pudiera analizarlas y validarlas caso por caso.

En diciembre de 2019, la DGSFP emitió una Consulta², no pública, en respuesta a la pregunta planteada por un

mediador, en la que se admitía expresamente la mediación entre un agente de seguros y un corredor. De esta respuesta se desprende, que la mediación entre un agente y un corredor de seguros es posible siempre que se cumplan los siguientes requisitos: Que cada uno de los participantes en la mediación cumplan con los requisitos y régimen de responsabilidad establecidos en la ley para el ejercicio de su actividad; que cada uno de los mediadores preste la debida asistencia a los clientes en cualquiera de las fases de la contratación de seguro; que se informe a los tomadores de seguros de la identidad y datos identificativos y registrales de cada uno de los mediadores (agente y corredor); que en la póliza de seguro intermediada figure el nombre y tipo de mediador del agente y del corredor; y que la estructura de mediación garantice que el tomador recibe

el asesoramiento independiente por parte del corredor, lo que exige que el corredor intervenga necesariamente en el proceso de contratación en primer lugar formulando una recomendación al potencial tomador sobre el contrato que mejor se ajustaría a sus necesidades y, una vez hecha la recomendación, podría intervenir el agente de la aseguradora de la póliza propuesta (para cerrar la contratación, por ejemplo). Por lo tanto, la cooperación horizontal entre mediadores de distinta clase estará permitida cumpliendo los requisitos anteriormente indicados y con previa autorización de la propia DGSFP. Y de otro lado, la cooperación vertical entre mediadores en España estará prohibida entre mediadores de distinta clase, agente-corredor, y solo se permitirá entre mediadores de la misma clase cuando se reúnan determinadas condiciones.

En opinión de Barberá, “habría que regular algo que de *facto* se está haciendo” porque entre corredores y agentes no hay el mismo nivel de cumplimiento de protección de datos, ni las mismas responsabilidades, ni se defienden los mismos intereses. Además, la marca del agente exclusivo no le permitiría trabajar con un corredor. Asimismo, se preguntó quién sería el responsable último ante una reclamación de un cliente si un agente vende un producto de un corredor.

Desde el público, una persona señaló que “la responsabilidad tiene que ser para el que se lucra y si un corredor cede un cliente a otro y el principal se lleva comisión de la compañía y el segundo del primero, ambos tienen responsabilidades frente al cliente”. Como es una colaboración que existe, “habría que legislar para que quede claro la responsabilidad de cada uno”.

Ocarranza indicó que la colaboración beneficia al cliente porque cuando un corredor pequeño no puede colocar ciertos riesgos, utiliza a una correduría más grande para dar la cobertura que necesita. Así se consigue la misma confianza con su corredor de siempre y mayor capacidad. Pero “la responsabilidad tiene que estar clara”. También llamó la atención para que no vulneren las normas los brókeres mayorista creados por compañías.

Mossino explicó que, en Francia (los agentes pueden ser también corredores) y en Italia sí se permiten estas colaboraciones. Precisamente, en Italia cambió la normativa en 2012 y está establecido que las dos figuras son corresponsables, aunque una de ellas solo presente el cliente a la otra. Aunque en Francia no existe un marco legal para este tipo de prácticas de colaboración entre las diferentes figuras de mediación, hay unos usos y



Eva María Lidón.



Jean-François Mossino, Alberto Ocarranza, Álvaro Satrustegui, Javier Barberá.

costumbres establecidos por el propio mercado y marcados por las propias asociaciones.

Satrústegui aludió a que el negocio de las agencias de suscripción suele ser de nichos más complejos y especializados. Además, hizo referencia al nivel de solidez de estas empresas porque cada aseguradora que les da negocio, les audita.

POTENCIAR LA FORMACIÓN

Eva María Lidón, subdirectora general de Autorizaciones, Conductas de Mercado y Distribución en Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), en la clausura del acto, explicó la situación actual en España y la visión de la mediación desde el punto de vista del regulador sectorial. Se sorprendió porque hacía “años que no oía hablar de la necesidad de más regulación” porque cree que es inmensa la regulación del sector.

Sobre las agencias de suscripción, señaló que son “otro tipo de operador”. La legislación se ha quedado corta y es necesario “regularlas de manera adecuada”. Para ello, invitó a su asociación (Asase) a hablar y ver cómo regularlas dentro del mercado.

Por último, Eva M^a Lidón pidió a la mediación que se sigan formando porque muchas de las reclamaciones que reciben son porque el mediador no está correctamente formado y no puede explicar adecuadamente el producto. Además, llamó la atención sobre la importancia de formarse en sostenibilidad, porque es algo que está ya demandando el cliente.

Muchas de las reclamaciones que se reciben son porque el mediador no está correctamente formado y no puede explicar adecuadamente el producto

SEGURO MULTIRRIESGO COMERCIOS

¡ HEMOS ESCUCHADO A TUS CLIENTES !

Tenemos un producto completo, fácil de comercializar y sencillo de contratar, hecho a la medida de cada actividad comercial: farmacias, oficinas, hostelería, confección, textil, calzado, peluquerías, supermercados...

Con las mejores coberturas, y servicios necesarios en cualquier negocio:

- PROTECCIÓN DIGITAL
- ASISTENCIA INFORMÁTICA
- URGENCIAS
- ALARMAS
- BRICOMERCIO*, etc.

Infórmate en las oficinas MAPFRE de Corredores o en ccorredor@mapfre.com.



Proteger los riesgos específicos de las pymes, una verdadera **VENTAJA** competitiva para los clientes

El cambiante entorno socioeconómico aumenta la exigencia de los clientes, algo que obliga a las empresas a ser más responsables y asumir cada vez más y mayores riesgos de cara a satisfacer sus necesidades. En este contexto, se vuelve fundamental que las empresas conozcan a la perfección aquellos riesgos específicos a su actividad a los que se enfrentan en su día a día, con el fin de poder poner medidas para protegerse ante posibles reclamaciones en el ejercicio de su profesión. Así, contar con un seguro especializado no solo garantiza la viabilidad de la empresa, sino que le ofrece una verdadera ventaja competitiva de cara a sus clientes.

En general, cuando una empresa sufre una reclamación por algún tipo de error, omisión o negligencia de cualquier naturaleza, lo que realmente se pone en juego es el patrimonio de la organización. De hecho, en la actualidad, conocemos multitud de casos en los que empresas de todo tamaño o envergadura se ven obligados a hacer frente a los gastos asociados a reclamaciones que sufren durante el transcurso de su actividad. Por ejemplo, hace pocos meses conocíamos un caso en el que el Tribunal Supremo condenaba a una empresa de instalación de maquinaria industrial a indemnizar con casi 50.000 euros a un empleado que reclamó retrasos en el pago de sus nóminas durante más de un año.

Sin embargo, si bien estos casos pueden darse en cualquier empresa, contamos también con ejemplos que ilustran incidentes específicos a diferentes sectores y organizaciones de todo tamaño. Así, en el sector TIC, conocíamos recientemente la demanda interpuesta por el periódico The New York Times contra OpenAI y Microsoft por utilizar el contenido de los artículos del diario para generar respuestas en ChatGPT, una reclamación que ascendía a miles de millones de dólares en daños legales y reales. En otros sectores como el educativo y como entidad de menor envergadura, también conocemos casos ejemplificadores como el ocurrido en el pasado mes de marzo, cuando el Tribunal Superior de Justicia de Galicia falló en contra de un centro educativo tras la reclamación de un padre que afirmó que no se estaban aplicando las adecuadas medidas de refuerzo y apoyo del protocolo de actuación ante alumnos con diag-

nóstico de trastorno de déficit de atención e hiperactividad.

EL RIESGO NO TIENE QUE VER CON EL TAMAÑO

Así, estos dos ejemplos muestran cuatro realidades. Por un lado, que los riesgos profesionales no son específicos al tamaño de la empresa. Por otra parte, que ni la más tranquila de las profesiones es ajena a contratiempos, accidentes o dificultades en el ejercicio de su actividad. En tercer lugar, que el hecho de poner en juego el patrimonio hace que las empresas verdaderamente vulnerables y con mayor necesidad de protección sean las pequeñas y medianas.

Y en último lugar, pero no por ello menos importante, se evidencia que el seguro, a través de la oferta de coberturas especializadas y adaptadas a la actividad de la pyme, tal y como hace el seguro de RC Profesional de Hiscox para más de 200 actividades específicas, se posiciona como un aliado imprescind-

Cuando una empresa sufre una reclamación por algún tipo de error, omisión o negligencia de cualquier naturaleza se pone en juego su patrimonio



dible en su negocio. Esto es ya no solo a la hora de proteger su patrimonio, sino que la protección ante los riesgos específicos va más allá, garantizando su viabilidad y proporcionando, a su vez, la seguridad que el cliente, cada vez más exigente, demanda, convirtiéndose así en una verdadera ventaja competitiva para la empresa.


HISCOX
ON TOUR

#Súbetealmovimiento

¡DESCUBRE NUESTRO MUNDO!



REGÍSTRATE AQUÍ

www.hiscox.es/hiscox-on-tour



www.hiscox.es

SUCESIÓN en la mediación

¿Existe un problema real en la mediación relacionado con la sucesión de las empresas? Problema, como tal, no porque los mercados se adaptan. Pero claro que hay un número elevado de corredores que debe buscar una solución para la perpetuación de sus empresas.

El problema en sí estaría en la falta de planificación, de preparación y ausencia de análisis de dicha sucesión. Incluso noto desconocimiento de las alternativas posibles. O que sencillamente esperan que sus hijos tomen el relevo sin más.

No olvidemos que la mayoría de las carteras se hicieron poniendo una “tienda” y esperando que los clientes vinieran o entraran a comprar un seguro, el de Autos, que es obligatorio. Esto ya no es así y vivir de una cartera sin trabajarla tampoco.

A diferencia de otros países, aquí hay una cultura, quizá por la precariedad del trabajo juvenil, a pensar que los hijos van a heredar un negocio con una renta fija, sin pararse a pensar que esas carteras se construyeron en otro entorno económico muy diferente al actual.

LLEGADA DE FONDOS DE INVERSIÓN PARA COMPRAR CORREDURÍAS

Problemas de sucesión siempre ha habido y corredores que han sabido gestionar la sucesión con éxito también. De la misma forma que muchos otros han perdido un importante patrimonio familiar por no hacerlo correctamente y/o tardar demasiado. Lo vemos todos los días. Corredurías, un día importantes, y que hoy apenas tienen valor.

Ahora bien, la llegada de los fondos de inversión tiene otro origen que es ajeno al sector. Venimos de un periodo con un exceso de liquidez, falta de alternativas de inversión en sectores en crecimiento, tipos de interés bajos, etc. Es decir, factores macroeconómicos que ha llevado a estos fondos a invertir en un sector nada atractivo para ellos, pero que utilizan, o han utilizado, como refugio en momentos de escasez de ideas. Sin embargo, el ciclo económico ha cambiado y ahora las alegrías no son tantas y sólo buscan maximizar el beneficio para salir corriendo.

No perdamos de vista que los fondos son por naturaleza oportunistas, que estructuran operaciones financieras complejas, condicionando los pagos y endeudando las sociedades hasta niveles de riesgo con la finalidad de reestructurar rápidamente y salir en cuatro o cinco años haciendo arbitraje de los múltiples y sin ningún interés por lo que dejan detrás: directivos, personal, clientes, entidades aseguradoras, etc.



José Antonio Vargas,
CEO de
Acrisure-Summa
España



Muchos corredores ni se plantean poder vender su correduría a un fondo

¿Los fondos de inversión están interesados en comprar corredurías con problemas de sucesión? No especialmente. Están interesados en comprar cualquier cosa.

¿Son la solución para los problemas de sucesión? Solo para aquellos corredores no arraigados, que no sientan pasión por lo que han creado, por su obra.

Para aquellos otros que sienten como una creación personal su correduría, que desean perpetuarla, no son opción. Muchos corredores ni se plantean poder vender su correduría a un fondo.

LA SUCESIÓN COMO LA PERPETUACIÓN DEL NEGOCIO

La sucesión debe ser vista como la perpetuación del negocio, de la obra creada hasta ese momento por el corredor. Esa perpetuación exige buscar la mejor alternativa.

Desde Acrisure-Summa creemos que tiene que haber alternativas para todos, para los que no les importa lo que acabe pasando con su negocio y para los que buscan una sucesión real al negocio que crearon con tanto esfuerzo.

Yo mismo tuve que tomar la decisión en un momento dado, no fue fácil, quería que el negocio que había formado tuviera sucesión y continuidad. Por eso, me decidí por una correduría internacional, en vez de un fondo de inversión. Y, mira, no ha sido mala la decisión. Hoy en día Acrisure es la 5ª correduría a nivel mundial. Y el negocio que creamos en Summa con tanto esfuerzo, hoy es el negocio de Acrisure en España.



Lo mejor del talento humano y de la inteligencia artificial

#1

La correduría de mayor crecimiento en la historia de la mediación en el mundo

\$4.100

Millones en ingresos

21

Países

+1000

Oficinas locales en el mundo



Julia Torres,
responsable del
departamento
de RC de Asefa

RC PATRONAL, importante y necesaria en el seguro de RC Construcción

Los accidentes laborales en el sector de la Construcción son frecuentes y, en muchos casos, su cuantía es elevada. Son incidentes ante los que el empresario debe protegerse, ya que su patrimonio puede verse muy comprometido como consecuencia de los mismos. No es obligatorio contratar la garantía de RC Patronal, pero es recomendable en sectores de riesgo.

La Responsabilidad Civil Patronal es aquella que, mediando culpa o negligencia, pudiera ser exigida al empresario, como consecuencia de las reclamaciones presentadas por los trabajadores o sus causahabientes por daños corporales o muerte sufridos por los trabajadores, con ocasión de un accidente laboral en el desarrollo de la actividad asegurada.

En caso de no tener una póliza de Responsabilidad Civil que cubra esta garantía, será el empresario el que deba responder ante los daños ocasionados, lo que puede suponer un importante desembolso de dinero y poner en peligro la continuidad de su negocio.

Todavía es pronto para hacer una valoración de lo que va de año, pero según los datos publicados por el Ministerio de Trabajo y Economía Social, en el avance de enero - febrero 2024, el número de accidentes de trabajo con baja ha sido de 97.049, mientras que el de accidentes de trabajo sin baja ha sido de 83.406. Comparando las cifras con el mismo periodo del año anterior, los accidentes con baja experimentaron un aumento del 5,2% y los accidentes sin baja un aumento del 1,2%.

En Construcción, en enero-febrero de 2024, el número de accidentes con baja ha sido de 12.875 y mortales de 24, frente a los 12.390 con baja y 19 mortales en el mismo periodo en 2023. Estos datos reflejan, claramente, la necesidad de poner en marcha todos los mecanismos y medidas necesarios para prevenir los accidentes laborales y, en caso de tener que enfrentarnos a ellos, poder gestionarlos de una forma eficaz y favorable para las partes, tanto para el empresario como para el trabajador. Por todo ello, es fundamental disponer de una buena cobertura de RC Patronal dentro de la póliza de Responsabilidad Civil.

¿ES OBLIGATORIO CONTRATAR LA GARANTÍA DE RC PATRONAL?

La respuesta es no, aunque si es muy recomendable para empresas con trabajadores en plantilla y en sectores de riesgo, como es el de la Construcción, en los que los siniestros son frecuentes y, en muchos casos, las indemnizaciones son de elevada cuantía.

Hay casos en los que, a pesar de no ser una garantía obligatoria, existen unos requerimientos para el empresario (por ejemplo, pliegos de la Administración) en los cuales se establece que, para optar a un contrato de obra determinado, éste tiene que cumplir una serie de requisitos como el de disponer de una póliza de Responsabilidad Civil con unos límites de cobertura específicos para ésta y otras garantías.

Para valorar los daños, habitualmente se recurre al actual baremo de accidentes de tráfico que establece la ley 35/2015, que sólo tiene naturaleza orientadora. Debido a ello, los sublímites por víctima requeridos son cada vez más elevados.

NO CONFUNDIR LA RC PATRONAL CON EL SEGURO DE ACCIDENTES DE CONVENIO

La RC Patronal se confunde en muchas ocasiones con el seguro de Accidentes de convenio y no son lo mismo. El seguro de Accidentes de convenio es obligatorio y la RC Patronal no.

La Responsabilidad Civil Patronal entra en juego cuando el empleado, que ha sufrido un accidente laboral en el desarrollo de la actividad asegurada en la póliza, o sus familiares reclaman y se determina que hubo culpa o negligencia del empresario (asegurado).



La RC Patronal entra en juego cuando el empleado sufre un accidente laboral por culpa o negligencia del empresario

En cambio, el seguro de Accidentes de convenio es obligatorio para aquellas empresas pertenecientes a convenios colectivos que así lo exijan, como es el caso del convenio colectivo de la construcción, que obliga a tener una póliza de accidentes para los trabajadores. Este seguro garantiza las indemnizaciones al trabajador en caso de accidente, incapacidad o enfermedad profesional. En este caso, no es necesario que exista responsabilidad empresarial.

¿El recargo de prestaciones es asegurable? El artículo 164.2 del texto refundido de la Ley General de la Seguridad Social establece que la responsabilidad del pago del recargo recaerá directamente sobre el empresario infractor y no podrá ser objeto de seguro alguno, siendo nulo de pleno derecho cualquier pacto o contrato que se realice para cubrirla, compensarla o transmitirla.

‘DKV Renta – Baja Laboral BAREMADO’ ofrece protección a los autónomos

Cuando un autónomo se encuentra en situación de baja laboral, se presentan una serie de factores que van más allá de los problemas de salud con los que uno debe lidiar. Por eso, DKV quiere contribuir a que estén siempre cubiertos económicamente y dar las respuestas más rápidas posibles en caso de baja.



‘DKV Renta – Baja Laboral Baremado’ es un seguro adaptable a las necesidades de cada asegurado, que puede elegir la cantidad de dinero que querrá recibir. Sin importar lo que pase, DKV le cubrirá ante cualquier imprevisto, dentro o fuera del trabajo. Solo con presentar el parte de baja con el diagnóstico, se puede empezar a hacer uso de la póliza, empezando a trabajar en el momento que cada uno crea oportuno.

“Una baja laboral puede ocurrir cuando menos se espere y hacerle frente puede ser todo un reto. Si nos ponemos en la situación de un trabajador autónomo que no puede trabajar por enfermedad y tiene que afrontar sus gastos fijos de negocio, además de algunos extras como la contratación de un sustituto durante la baja, la cobertura de la seguridad social puede no ser suficiente para enfrentarse a la situación”, indican desde la entidad.

Tener garantizado cobrar en un único pago al comienzo de la baja, dure el tiempo que dure, la indemnización contratada según cada patología, permitirá hacer frente a todos esos imprevistos, centrándose siempre en lo más importante: la recuperación.

PRINCIPALES COBERTURAS

Entre las ventajas que ofrece DKV Renta Baremado, la póliza para autónomos, encontramos:



Tener garantizado cobrar en un único pago, al comienzo de la baja, la indemnización contratada según cada patología, permitirá hacer frente a todos esos imprevistos

- Indemnización con pago rápido, aun sin tener el parte del alta. Se elige la cantidad diaria a percibir, en baremo sin franquicia o con franquicia de 7 días.
- Gastos cubiertos, tanto en accidente como enfermedad, laboral o de la vida particular.
- Acceso a servicios a precios especiales, como cirugía de la miopía, línea médica 24 horas o segunda opinión.
- Prestación especial por parto y adopción de 20 veces la indemnización contratada.

Además, en caso de quererlo, también se puede contratar:

- En caso de hospitalización, indemnización por cada día que se esté ingresado.
- A partir del día 90 de la baja o cuando finalicen los días pagados en el baremo por DKV, posibilidad de contratar la incapacidad temporal clásica hasta el final de la baja.
- Indemnización por intervención quirúrgica.
- Indemnización por invalidez absoluta y permanente.
- Indemnización por asistencia médica por accidente (utilizando la red concertada DKV).

‘DKV Renta – Baja Laboral Baremado’ cuenta con los baremos más amplios del mercado como, por ejemplo:

- Esguince de tobillo: 11-50 días.

- Cirugía de miopía: 3 días.
- Gastroenteritis: 4 días.
- Fractura de muñeca: 40-80 días.
- Gripe o Covid-19 y sus complicaciones: 4 días.
- Infarto: 100 días.

La póliza también incluye acceso al ‘Club Salud y Bienestar’, con su catálogo de servicios al mejor precio, entre los que se encuentran audífonos, medicina y cirugía estética, deshabitación tabáquica, reproducción asistida, estudio biomecánico de la marcha, ortopedia o servicios post parto en el hogar.

Igualmente, los asegurados de ‘Renta – Baja Laboral Baremado’ disfrutarán de ‘Quiero cuidarme más’, la app de salud digital de DKV, que incluye servicios como ‘Mi Diario’, el resumen de actividad reciente e información más relevante de las gestiones de salud; Índice de vida saludable, representado con un valor del 0 al 100 que mide el estilo de vida saludable; contenido de salud y bienestar para estar al día con las últimas tendencias; indicadores de salud como el peso y la presión arterial; y conexión con las plataformas Apple Health, Google Fit, Garmin y Fitbit.

Porque tus clientes merecen protección económica desde el primer día

DKV RENTA BAJA LABORAL BAREMADO





Seguro flexible para mascotas

Reale Seguros tiene en su cartera de productos 'Reale Mascotas', dirigido a los propietarios de una mascota -perro o gato-. Es un producto flexible que cuenta con un pack opcional de garantías y servicios extras con los que tener cubiertas todas las necesidades del animal de compañía.

Los últimos datos apuntan a que, de los cerca de 19 millones de hogares en España, un 41% tienen un perro y/o gato al que consideran un miembro más de la familia. Esto supone que en nuestro país hay unos 12 millones de mascotas, con un número de perros mayor que de gatos. Las cifras sectoriales indican que el 98% de ellas no tienen seguro porque sigue pendiente la publicación del correspondiente Reglamento de la Ley, que obligará a la contratación de un seguro de Responsabilidad Civil para cualquier tipo de perro, entre otras obligaciones. El nuevo producto está dirigido a los propietarios de una mascota (perro/gato) y también da cobertura a aquellas personas que convivan o lo tengan en custodia. Cuenta con una cobertura básica de Responsabilidad Civil con el que tener cubiertos los posibles daños que la mascota provoque a terceros, así como los gastos en caso de defensa y las fianzas ante posibles reclamaciones. Además, se puede contratar como cobertura opcional el Pack Mascotas que ofrece garantías y servicios extras con los que cubrir todas las necesidades del animal de compañía.

La cobertura básica de Responsabilidad Civil incluye las reclamaciones por los daños ocasionados a terceros como consecuencia de la propiedad y/o tenencia del perro/gato y, además, se puede elegir el capital asegurado. Se incluyen los gastos de Defensa y Fianzas, tales como, la constitución de las fianzas judiciales, el pago de las costas y gastos judiciales, entre otros.

La cobertura opcional 'Pack Mascotas' añade otros servicios como: Daños (gastos veterinarios por accidente, robo o extravío, sacrificio y eliminación del cadáver por enfermedad y estancia en residencia) y acceso a servicios variados como veterinarios de urgencias 24 h, guarderías de animales, recogida y transporte de mascotas, comida a domicilio, etc.



Fondo Target al 3%

Allianz ha puesto en el mercado el fondo 'Allianz Target 3% 2025 EUR Class', de renta fija diversificada, con un objetivo de rentabilidad prefijado. El nuevo fondo, accesible desde una inversión mínima de 1.000 euros, ofrece una rentabilidad estimada TAE del 3%, para un periodo de 15 meses.

'Allianz Target 3% 2025 EUR Class' puede contratarse a través del producto unit linked 'Allianz FondoVida de Allianz Seguros' o a través de la agencia de valores Allianz Soluciones de Inversión, hasta finales del mes de junio.



Vida ahorro y Vida riesgo **combinado**

Mapfre ha lanzado 'Millón+ Tranquilidad', una solución aseguradora que combina un seguro de Vida ahorro garantizado y un seguro de Vida riesgo, dirigida a clientes de hasta 60 años que quieren obtener una rentabilidad extra a corto plazo, además de estar protegidos con un capital adicional en caso de fallecimiento.

'Millón+ Tranquilidad' cuenta, por un lado, con las ventajas de 'Millón+', un seguro de ahorro a prima única de un año de duración, con rentabilidad garantizada a vencimiento. Y, por otro, con las ventajas de 'Tranquilidad', un seguro de Vida riesgo anual renovable que garantiza un capital en caso de fallecimiento por una prima anual constante de 70 euros.

Como beneficio añadido, Mapfre ha incluido una rentabilidad extra al seguro 'Millón+' del 0,25% adicional al tipo de interés técnico garantizado, siempre que ambos productos se contraten simultáneamente y se mantengan en vigor hasta que venza el seguro de ahorro.

En caso de fallecimiento, la prestación para el beneficiario de seguro 'Millón+' será la



prima inicial capitalizada al tipo de interés técnico vigente en la contratación, y en el caso de seguro 'Tranquilidad' el capital asegurado dependerá de la edad del cliente.

'Rent@biliza' **garantiza hasta el 2,7%**

AXA dispone de una nueva campaña de 'Rent@biliza', un seguro de Vida y ahorro de prima única con hasta un 2,7% garantizado sin vinculación. Es flexible (permite aportaciones adicionales), con una liquidez total y parcial transcurrido el primer año.

En esta nueva promoción los clientes pueden invertir sus ahorros de forma segura y rentable. Con una aportación mínima inicial de 1.000 euros, el cliente podrá disponer total o parcialmente del valor íntegro del saldo en cuenta en cada fecha anual de garantía (día de cada año coincidente con la fecha de efecto de cada contrato).

También ofrece la posibilidad de hacer aportaciones suplementarias a partir de los 1.000 euros en los períodos de campaña habilitadas por AXA.



Nuevos fondos sostenibles

Allianz Soluciones de Inversión, la agencia de valores del **Grupo Allianz**, ha anunciado el lanzamiento al mercado de seis nuevos fondos, que ponen el foco en la sostenibilidad.

Gestionados por Allianz Global Investors (AGI), cinco de ellos promueven las inversiones sostenibles y contribuyen positivamente en el medio ambiente y la sociedad. Han sido diseñados para aquellos clientes que, además de buscar un crecimiento de su capital en un horizonte a largo plazo (entre 3 y 5 años) busca tener un impacto positivo sobre el medioambiente y la sociedad.



Dos fondos invierten en una combinación diversificada de acciones de un grupo específico de ODS's como el cambio climático, la desigualdad o la degradación del medio ambiente. Se comprometen a realizar más del 80% de inversiones sostenibles. En 'Allianz Better World Dynamic', gran parte de las acciones está destinada a sectores como la tecnología de la información y la sanidad. En 'Allianz Better World Moderate' se invierte en mercados de renta variable que generan resultados sociales y medioambientales positivos y en bonos verdes, bonos sociales y bonos vinculados a la sostenibilidad. En 'Allianz Global Water' se invierte en los mercados de renta varia-

ble globales, especialmente en empresas involucradas en la gestión de recursos y escasez de agua y sus problemas de calidad y ayuda a mejorar la sostenibilidad de los recursos hídricos mundiales. En 'Allianz Cyber Security' se invierte en los mercados de renta variable globales, especialmente en empresas cuyos negocios se benefician de la ciberseguridad o están relacionados con ella. En 'Allianz Global Equity Unconstrained', la gestión se hace con arreglo a la intensidad de los gases de efecto invernadero (GEI) y un mínimo del 80% de los activos del fondo se utiliza para cumplir las características medioambientales o sociales promovidas por el fondo. En 'Allianz Oriental Income' se invierte al menos el 50% en acciones, de las cuales al menos el 80% deben ser acciones de empresas en la región de Asia-Pacífico.

Un PIAS con una rentabilidad garantizada del 2,75%

Mapfre ha comenzado a comercializar 'Futuro Vitalicio PIAS', diseñado para proporcionar tranquilidad y estabilidad financiera a quienes busquen asegurar un ingreso complementario a su pensión de jubilación. Cuenta con una rentabilidad garantizada del 2,75%.

El nuevo producto responde a las modificaciones establecidas en el RD 1461/2018 por el que se modifica el Reglamento de IRPF que introduce nuevos requisitos para poder beneficiarse de la exención fiscal. 'Futuro Vitalicio PIAS' permite transformar los PIAS contratados a partir del 1 de abril de 2019 en Mapfre en una renta vitalicia constante y con prestación si fallece el asegurado de un capital decreciente según la prima contratada.





'Ahorro capital' con una rentabilidad del 2,8%

Hasta el 30 de mayo o agotamiento del activo, **Occident** ha renovado su seguro 'Ahorro capital', aumentando la tasa de rentabilidad garantizada al 2,8% anual.

Tras la finalización del primer año de contrato, se le aplicará una tasa de revalorización trimestral. De este modo, el producto se adapta a la situación actual del mercado financiero y da respuesta a las necesidades de ahorro de los clientes de perfil conservador que quieren obtener rentabilidad sin asumir riesgo en sus inversiones.

La prima inicial mínima para contratar este seguro es de 10.000 euros permitiendo realizar aportaciones suplementarias por un importe mínimo de 3.000 euros, posteriormente. Asimismo, el producto incorpora garantías adicionales, como un capital adicional en caso de fallecimiento del 4% del valor acumulado.

'Ahorro capital' permite rescates totales o parciales a partir de los tres meses de vigencia del contrato y el rescate total no tiene penalización a partir de los nueve meses.

Cabe destacar que este producto incluye asesoramiento jurídico telefónico y orientación médica telefónica. Eso permite a los asegurados realizar consultas a un abogado las 24 horas del día, y realizar trámites de gestoría y reclamación de prestaciones a la Seguridad Social. Por su parte, la orientación médica también está disponible los 365 días del año y permite contactar con un profesional de la salud por teléfono o videollamada.

PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

Una revista en la que los pequeños y medianos corredores son los protagonistas, donde se tiene en cuenta su opinión y participación

Suscripción gratuita a través de nuestra página web **www.pymeseguros.com**





Fedea estima que había 1,42 millones de fijos discontinuos en 2022



Fedea ha presentado el estudio ‘¿Cuántos son los trabajadores fijos discontinuos?’, elaborado por el experto en empleo Florentino Felgueroso y el investigador Marcel Jansen. En él se

desvela que en España había 1,42 millones de empleados con un contrato de esta modalidad al finalizar 2022.

La cifra, obtenida a través de los microdatos de afiliación a la Seguridad Social, recogidos por la Muestra Continua de Vidas Laborales (MCVL), muestra la foto fija tras nueve meses completos con la reforma laboral, que amplió el campo de aplicación de los fijos discontinuos. Aunque, según los autores estos datos son los más fiables, “también deben depurarse por parte de la Seguridad Social” para que los datos reflejen del todo la realidad.

El estudio ha detectado que uno de cada cuatro está pluriempleado (ya esté en situación de actividad o inactividad). Determinar cuántos están activos y cuántos no depende del momento en que se haga la medición.



La reforma de las pensiones aprobada en España en el marco del Plan de Recuperación aumentará el gasto del sistema en 3,6 puntos

de 2022 a 2070, según un informe sobre las consecuencias presupuestarias del envejecimiento de la población en la UE publicado por la Comisión Europea, en el que insta al Gobierno a acometer un ajuste equivalente a unos 12.000 millones de euros.

Bruselas insta a España a ajustar 12.000 millones en pensiones

“Se prevé que el gasto público en pensiones aumente 3,6 puntos porcentuales entre 2022 y 2070. La mayor parte de esta dinámica se explica por la evolución de la tasa de dependencia de la tercera edad, que aumenta significativamente entre 2022 y 2070 (10,3 puntos), reflejando el envejecimiento de la población española. Por otro lado, dos factores principales contribuyen a moderar el aumento del gasto público en pensiones. En primer lugar, el descenso de la ratio de prestaciones (-4,1 puntos) debido a una mayor tasa de crecimiento de los salarios que de las prestaciones por pensiones. Asimismo, el aumento de la proporción de nuevas pensiones de jubilación topadas, debido a tasas de crecimiento más elevadas de las bases de cotización que de la cuantía máxima de las pensiones. En segundo lugar, el efecto del mercado laboral también mitiga el aumento de la ratio de gasto en pensiones, debido a una mayor tasa de empleo y a un efecto de cambio de carrera profesional, ambos fomentados por las medidas adoptadas en las reformas de 2011 y 2021”, recogen.

“Las medidas adoptadas en 2021 y 2023 conducen a un aumento del gasto público en pensiones de 3,3 puntos porcentuales del PIB en 2050 y de 5 puntos porcentuales en 2070”, señala la Comisión.



La **Cámara de España** ha ampliado el número de pymes que podrán solicitar las ayudas del programa de 'Mentoring y Apoyo a la Internacionalización' para impulsar la expansión y consolidación de pymes exportadoras y mejorar su posicionamiento en sus mercados foráneos habituales.

Cámara de España amplía el número de pymes que pueden **solicitar ayudas a la internacionalización**

El programa ofrece a las empresas dos líneas de ayuda: 'Mentoring Internacional', a través de la cual pueden obtener hasta 27.000 euros; y 'Certificación', que ofrece un máximo de 20.000 euros.

La línea de ayudas de 'Mentoring Internacional' busca, entre otros objetivos, promover la colaboración entre grandes empresas y pymes, a través de la figura del mentor internacional. Los mentores son perfiles directivos de grandes empresas con actividad exterior, que acompañan a la pyme en la redefinición de su estrategia internacional y la elaboración de una Plan de Acción.

En cuanto a la línea de 'Certificación Internacional', financia gastos de consultoría, costes de envío, devolución o destrucción de muestras, coste de ensayos, emisión de certificados, entre otros.



La Seguridad Social **actualiza las bases mínimas de cotización**

La Seguridad Social actualizó en Semana Santa las cotizaciones mínimas que deberán realizar las empresas y los trabajadores asalariados tras la aprobación del nuevo salario mínimo y la prórroga presupuestaria.

La nueva orden publicada en el BOE el 28 de marzo, Jueves Santo, fija oficialmente las nuevas cotizaciones mínimas —con efectos retroactivos a 1 de enero— de los asalariados del Régimen General, de las empleadas de hogar, de los trabajadores a tiempo parcial o de los socios de cooperativas entre otros. La diferencia entre las bases oficiales publicadas en enero y estas nuevas deberá liquidarse por parte de los empresarios.

La base mínima de cotización por contingencias comunes pasa a 1.323 euros mensuales,



tras incrementarse un 5%, tal y como establece la Ley General de Seguridad Social. Así, teniendo en cuenta los once grupos de cotización que existen, del grupo 8 al 11 (ambos incluidos) la base mínima sobre la que calcular las aportaciones de empresas y trabajadores al sistema será de 44,10 euros al día y la máxima de 157,35 euros. Para los grupos 7 al 4, será de 1.323 euros al mes; para el grupo 3, la base mínima será de 1.332,9 euros al mes; para el grupo 2 será de 1.532,1 euros al mes; y para el grupo 1, de 1.847,4 euros mensuales.



El Supremo rechaza que la empresa elimine la subvención para comida a los teletrabajadores

El Tribunal Supremo (TS) ha dado la razón al comité de empresa de una compañía de Barcelona que eliminó la subvención de comida a los teletrabajadores.

El Alto Tribunal, en un fallo del pasado 12 de marzo, señala que la subvención por comida, de 4,17 euros al día, se entregaba por día efectivo trabajado y que su abono cesó cuando se implementó el sistema de teletrabajo con la pandemia. “Sin embargo, los empleados asignados a este sistema, aunque dejaron de percibir el complemento, continuaban trabajando, que era el requisito pactado”, dice.

El artículo 41 del ET obliga a negociar con los representantes de los trabajadores cualquier modificación sustancial de condi-

ciones de trabajo de carácter colectivo. Algo que, en el caso del litigio la empresa no hizo y tomó la decisión de manera unilateral.

El Supremo ratifica así la sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Cataluña (TSJC) que anuló la suspensión de la subvención por comedor a los teletrabajadores y obligó a la compañía al abono de esta subvención con efectos retroactivos desde el 14 de marzo de 2020, día que estalló la pandemia y comenzó el trabajo a distancia.



Las personas que compatibilizan cuidados y empleo se podrían jubilar anticipadamente sin penalización

La ministra de Seguridad Social, Elma Saiz, ha abierto la puerta a que las personas que compatibilizan cuidados y empleo puedan jubilarse de forma anticipada sin que ello mine su futura prestación. Así lo ha indicado el 24 de abril en el Congreso de los Diputados, en respuesta a una pregunta del PNV.

“El Gobierno contempla que hay situaciones que tienen una importante exigencia física o psíquica y vamos a dar respuesta lo antes posible”, ha dicho Saiz.

“Cuidar a una persona que es gran dependiente y que necesita ayuda en vida

diaria es una tarea difícil. Y si además se compatibiliza con un trabajo remunerado, lo es aún más, especialmente para los familiares más directos, mayoritariamente mujeres, que en muchos casos están abocadas a abandonar o reducir su jornada

para cuidar familiares”. Por ello, ha catalogado la atención a estas personas como “un reto ineludible” que “compete a todas las administraciones”. “Vamos a dar una respuesta firme, sostenida y adaptada al modelo actual de nuestra sociedad”.



El **Ministerio de Justicia** ha simplificado la plataforma electrónica de liquidación de microempresas para hacerla más “intuitiva y dinámica”, según informa la Administración.

Justicia simplifica la plataforma electrónica para liquidar microempresas



Con el objetivo de facilitar el proceso online ha lanzado dos guías, una para empresarios y otra para acreedores, explicando el funcionamiento de la nueva plataforma, además de vídeos formativos.

La nueva Ley Concursal de septiembre de 2022 estableció un procedimiento especial para microempresas, obligándolas a llevar a cabo su liquidación a través de formularios electrónicos. Este sistema se dirige a compañías con una media de menos de diez trabajadores en el año anterior, menos de 700.000 euros de cifra anual de negocio o un pasivo inferior a los 350.000 euros.

Los 31 formularios electrónicos permiten al administrador de la firma deudora desde comunicar la apertura de negociaciones, solicitar la apertura del procedimiento de liquidación, suspender las ejecuciones, solicitar el nombramiento de un experto en reestructuración, presentar un plan de liquidación o comunicarlo a los acreedores y al juzgado.

Hacienda intensifica el control sobre los autónomos para luchar contra la economía sumergida

Hacienda incrementará este año el control sobre autónomos y pymes para luchar contra la economía sumergida y, por ende, contra el fraude fiscal, tal y como recoge en el Plan Anual de Control Tributario para este año y en su Plan Estratégico para 2024-2027.



El tamaño de la economía sumergida en España en 2022 fue del 15,8% del PIB, aunque una vez deflactada de aquellas actividades que no pueden ser fiscalmente emergibles, quedaría reducida al 10,5%, según un estudio elaborado para el Parlamento Europeo.

La Agencia Tributaria ha anunciado una batería de medidas para reforzar la inspección sobre los profesionales que realizan ventas o prestan servicios directamente al consumidor final y manejen un elevado uso del efectivo ante el riesgo de que no tributen todos los ingresos que perciben. La Administración señala que “potenciará las actuaciones, incidiendo en aquellos contribuyentes que no admitan pagos por medios bancarios”. Asimismo, también vigilará a aquellos empresarios y profesionales de los que se sospeche que falsean sus ventas reales.

Mapfre sube un 4,6% su volumen de primas en el primer trimestre



Las primas del Grupo Mapfre han crecido un 4,6%, con un ligero impacto positivo por los tipos de cambio (un 3,8% a tipos constantes). Este avance se apoya en los fuertes crecimientos de Seguros Generales y Vida Riesgo, así como en Reaseguro, líneas de negocio que han tenido una mayor contribución al resultado. Por regiones, destacan los crecimientos de Iberia, Latam, Norteamérica y Mapfre RE.

Iberia mantiene su sólido liderazgo en las principales líneas de negocio con foco en el crecimiento rentable y su resultado crece por encima del 8%. Las primas en Iberia superan los 3.350 millones (+0,8%), destacando España con 3.228 millones (-0,8%).

En Portugal las primas ascienden a 127 millones (+70,7%) impulsadas por el fuerte crecimiento en Vida Ahorro.

Las primas de No Vida crecen un 6,4% y reflejan la buena evolución del negocio de Seguros Generales (+6,7%) impulsado por los ramos de Hogar y Comunidades, y los ramos de Salud y Accidentes (+7,1%). En Automóvil, las primas crecen un 5% debido a la progresiva adaptación de tarifas al contexto inflacionario.

El resultado y el ratio combinado de No Vida siguen impactados por el negocio de Automóviles cuyo ratio combinado presenta una ligera mejora (-0,8 p.p.), situándose en un 105,7%.

El negocio de Vida continúa contribuyendo fuertemente al resultado, tanto por el segmento de ahorro como de riesgo, este último con un ratio combinado del 67,5% (-5,7 p.p.). Las primas de Vida (-10,9%) están afectadas por la extraordinaria emisión de 2023.

El resultado neto alcanza los 73 millones de euros, de los cuales España aporta 70,7 millones y Portugal 2,4 millones.

Por otro lado, Mapfre España ha llevado a cabo dos nombramientos: a Juan Francés, como director corporativo de Marca y Reputación (que dirigirá la estrategia de marca global del Grupo); y a Juan Berna, como director corporativo de Inversiones.

Francés sustituye en el cargo a Fernando Garrido, que se incorporará a Mapfre España como director de Marketing y Comunicación. Es licenciado en Periodismo e Historia, y cuenta con más de 20 años de experiencia como profesional de la comunicación corporativa e institucional, y como periodista financiero.

Berna, con más de 25 años de experiencia en los mercados financieros, ha sido responsable de Asset Management, banca privada y banca personal en diferentes entidades financieras de referencia en España.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha lanzado una campaña especial de descuentos en seguros de embarcaciones de recreo, vigente hasta el 31 de agosto de 2024. Para embarcaciones de uso particular, se ofrece un descuento del 20% en la prima del seguro. En cuanto a las motos de agua de uso particular, es posible contratar la cobertura de daños con un descuento del 20% en la prima del seguro. O la cobertura de Responsabilidad Civil obli-



gatoria, medioambiental, remolque y remoción, con una tarifa fija de 130 euros, contando así con una protección integral sin costos adicionales imprevistos.

Asimismo, Mapfre ha anunciado que ofrecerá una bonificación a los clientes que trasladen parcial o completamente sus planes de pensiones, EPSV o PPA con otras entidades a la asegu-

rador, desde el 1 de abril hasta el 30 de junio. La bonificación será del 6% sobre la suma de la cantidad trasladada, con un máximo de 9.000 euros para personas de hasta 59 años y se percibirá en forma de tréboles (moneda de fidelización de la aseguradora). A partir de 60 años se les aplicará una bonificación del 5%, con un límite de 7.500 euros.

El seguro asume 847 millones por siniestros climáticos en 2023

Las aseguradoras desembolsaron 847 millones de euros en 2023 para hacer frente a los daños que provocaron más de 993.000 siniestros meteorológicos. Este importe arroja un coste medio por siniestro de 852 euros, según concluye el informe 'El seguro y la sostenibilidad climática en 2023', que ha sido elaborado por Estamos Seguros, la iniciativa de divulgación de la cultura aseguradora de **Unespa**.

La mayor parte de los pagos por siniestros climáticos atendidos por las aseguradoras (no incluye los datos del Consorcio de Compensación de Seguros) en 2023 correspondió a viviendas, con casi 310 millones de euros abonados por el seguro de Hogar. Les siguieron las Industrias, con



pagos por importe cercano a 205 millones de euros, y Automóviles, con 207 millones de euros. Los pagos ascendieron a 74 millones de euros en Comunidades de propietarios y a 33 millones en comercios, mientras que la modalidad de otros Multirriesgo rebasó los 18 millones de euros. Por tipo de evento, las aseguradoras sumaron indemnizaciones de 298 millones de euros por lluvia, así como 232 millones de euros por granizo, 265 millones de euros por viento y 52 millones por nieve.

Aunque las viviendas constituyen la mayoría de los contratos del seguro de Multirriesgos, los siniestros meteorológicos más costosos son los que se producen en industrias. En estos casos, el coste medio de un percance ascendió a 4.178 euros en 2023, frente al coste medio de 574 euros de los daños en viviendas. Los incidentes menos onerosos son los que se dan en comunidades de propietarios (455 euros). Si la comparación se realiza tomando como referencia el fenómeno climático, destaca la nieve: genera percances con un coste medio de 2.240 euros.

Un análisis por provincias desvela que los daños más graves se dieron en Álava, con 97 millones de euros, seguida de Valencia, con 77 millones, y Madrid, con otros 61 millones. Los territorios con una menor concentración de incidentes fueron Las Palmas (988.274 euros), Santa Cruz de Tenerife (1,2 millones) y Palencia (1,7 millones de euros).

Millones de euros	2022	2023	Var %
Ingresos (Icea)(2)	2.727	3.261	20%
No Vida	1.692	1.926	14%
Vida y Ahorro	751	881	17%
Salud	283	453	60%
Resultado Operativo*(3)	163	210	28%
Resultado Neto*(3)	56	155	177%

AXA España incrementa un 20% sus ingresos

El grupo **AXA España** ha cerrado 2023 como la quinta aseguradora en España gracias al incremento de sus ingresos del 20% influidos por el mejor comportamiento de todas sus líneas de negocio, así como por la incorporación del negocio procedente de GACM (Agrupació/Atlantis), compañía adquirida en julio del año pasado. Sin este impacto extraordinario, el crecimiento de negocio se sitúa en el 7% global. En total, los ingresos de AXA España se situaron en 3.261 millones de euros, según cifras de Icea.

Olga Sánchez, consejera delegada de AXA España, afirma que “somos una compañía solvente, rentable y multiespecialista lo que nos permite una visión de protección global a largo plazo”.

El mayor crecimiento del negocio, según los datos de Icea, se registró en Salud

(+60% total), que contabilizó 453 millones de euros en primas y más de medio millón de asegurados. El negocio de No Vida (Auto y Hogar, principalmente) superó los 1.926 millones de euros, convirtiendo a AXA en la cuarta compañía del ranking No Vida en España. Mientras, en Vida se superaban los

881 millones de euros gracias al buen contexto de tipos de interés y la tipología de los productos adaptados a la coyuntura. En total, AXA España cerró el ejercicio con 3,5 millones de clientes, tras registrar un crecimiento del 9% frente al año anterior, y 6,1 millones de pólizas.

El resultado neto alcanza 155 millones de euros registrando un fuerte crecimiento comparado con 2022 (ejercicio en el que IFRS17/9 estaba fuertemente impactado por movimientos negativos del mercado financiero).

Respecto a los canales de distribución, el 49% del negocio procede de agentes, el 42% de corredores y brókeres; y un 9% de directo. Un negocio diversificado también a nivel geográfico, con seis direcciones territoriales lideradas por Cataluña (22%), Centro (20% del negocio), Levante-Baleares (15%); Norte (14%), Sur (11%), Oeste (7%) y Otros (servicios centrales y directo 12%).

AXA España invertirá más de 110 millones de euros en los proyectos de crecimiento, integración y transformación en un contexto en el que la compañía completará la integración de los activos procedentes de GACM y continuará su apuesta estratégica por la integración vertical de centros médicos (actualmente ocho en toda España).



Por otro lado, la aseguradora ha celebrado la gran noche de la mediación profesional independiente en la Convención de los Corredores Partners a la que asistieron más de 140 corredores, el presidente del **Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros**, Javier Barberá, varios presidentes de colegios regionales, así como la presidencia y dirección de las principales asociaciones de corredores a nivel sectorial.

Mar Romero, directora de Distribución, Ventas y Organización Territorial de AXA España, recordó que el nuevo plan estratégico sitúa a la mediación en un “lugar central” con el objetivo del canal de Corredores “de maximizar el potencial del canal porque creemos y apostamos por el corredor, asegurando el crecimiento rentable y sostenible en el tiempo”.

La directora de distribución hizo hincapié en la voluntad de AXA de apostar por ramos fundamentales como Auto u Hogar

con la mirada puesta también en negocios estratégicos como Empresas, Salud, Vida y Previsión Social colectiva.

Eva Tomás, directora del Canal Corredores y Brokers, destacó el excelente cierre de un ciclo estratégico 20-23 y el inicio del 24-26. El hecho de que la distribución vaya a estar en el centro de todas sus iniciativas, “va a suponer más dedicación, más inversiones en recursos y, por supuesto, más foco en la distribución para poder ofrecer el mejor servicio”.

La noche culminó con la concesión de los premios a los mejores corredores del año en nueve categorías diferentes desde particulares a colectivos en cada uno de los negocios significativos: Particulares a Ferrer&Ojeda; Salud a Miguel Gómez Análisis y Gestión del Riesgo; Empresas a S-4 Soluciones Aseguradoras; Previsión social colectiva a PIB Group España; Vida Riesgo a Globalfinanz; Ahorro a OVB Allfinanz España; UL a Grupo Barymont; Mejor uso de

las herramientas y conectividad a Grupo Pacc; y Mejor gestión global a Planas&Partners.

En otro orden de cosas, la entidad presentó el último Estudio Internacional del Grupo AXA sobre Salud y Bienestar Mental en el que se indica que en España un 34% de los encuestados reconoce que actualmente tiene algún problema de salud mental. En el ámbito asegurador, la aseguradora señala que se han duplicado las atenciones psicológicas en su seguro de Salud. De hecho, se están incrementando nuevos servicios en salud mental.

La situación de los españoles empeora respecto a los años anteriores cuando el porcentaje de personas con problemas era del 26% en 2022 y 28% en 2021. Además, un alto porcentaje de españoles (27%) reconoce que toma fármacos como ansiolíticos, somníferos o antidepresivos una vez al mes y un 16%, al menos, una vez a la semana.

Active Seguros tiene nueva sede en Madrid

Active Seguros ha trasladado su oficina en Madrid a la avenida Concha Espina, número 6.

Cabe destacar que, en los últimos años, Active Seguros ha ido renovando y ampliando sus oficinas, principalmente su sede central en Valencia, para adecuarlas a su significativo crecimiento en lo que respecta a la creación de nuevos departamentos y, por ende, al incremento de su equipo.





Agroseguro desmiente que se haya eliminado la cobertura de virosis en hortalizas bajo cubierta

Agroseguro ha lanzado un comunicado desmintiendo que se haya eliminado la cobertura de virosis del seguro de hortalizas bajo cubierta para el Plan 2024, como afirma un comunicado de Asaja y COAG.

A lo largo de los últimos años, el sistema español de Seguros Agrarios Combinados está acometiendo ajustes en la línea de seguro de hortalizas bajo cubierta con el objetivo de reducir su desequilibrio, y en concreto el del riesgo de virosis, que presenta un resultado de siniestralidad abonada sobre la prima recaudada del 182% en los últimos 4 años, siendo este el principal responsable de la falta de equilibrio técnico del conjunto de la línea. En concreto, y durante este periodo, los siniestros por virosis han supuesto 13,3 millones de euros de siniestralidad, por 7,3 millones de prima de riesgo.

Agroseguro recuerda que las medidas planteadas para el Plan 2024 (cosecha 2024-2025) no afectan a los asegurados con buenos resultados, cuyas coberturas se mantienen en las mismas condiciones.

Precisamente con el objetivo de poder mantener la cobertura en el seguro, muy especialmente para los asegurados con resultados razonables, ha sido imprescindible realizar ajustes en aquellos productores con siniestralidad reiterada y elevada, así como en los nuevos asegurados, una vez constatado que, en los últimos años, su comportamiento es aún más negativo que el del resto de asegurados. En concreto, y en el riesgo de virosis, aquellos asegurados que suscribieron su póliza por primera vez en el Plan 2022 y sufrieron siniestro, registran para este riesgo una ratio de siniestralidad del 1.065%. Pero, para estos supuestos, en ningún caso se ha suprimido la cobertura de virosis, sino que lo que se

ha hecho, fundamentalmente, es establecer unos límites máximos de daños indemnizables más reducidos, límites que se podrán ir incrementando en años sucesivos a medida que los resultados del seguro mejoren o se mantengan dentro de niveles admisibles.

En otro orden de cosas, las bajas temperaturas registradas en abril han provocado siniestros por helada en viñedo en numerosas zonas productoras del interior peninsular. Por el momento, los partes de siniestros recibidos por Agroseguro suman 18.223 hectáreas siniestradas, con la uva de vino de Ribera del Duero, Rueda y Rioja como las principales afectadas.

Por otro lado, el 88% de los agricultores y ganaderos encuestados en el Índice de Calidad Percibida 2023 realizado por la aseguradora confirma su intención de renovar su póliza de seguro agrario, un punto porcentual por encima del resultado obtenido en el año 2022 (87%). La nota media global que otorgan los productores asegurados también aumenta hasta un 7,16 sobre 10. Es la valoración más alta desde 2019, y supone el quinto año de crecimiento encadenado en la valoración el seguro agrario.

Por otra parte, la Junta General de Accionistas de Agroseguro ha aprobado el Informe Anual del ejercicio 2023, que engloba las Cuentas Anuales, el Informe de Gestión y el Estado de Información No Financiera, en donde se han producido importantes crecimientos en la contratación y siniestralidad del seguro agrario durante este último año.





La contratación de los seguros agrarios combinados ha cerrado el año con unas primas comerciales imputadas al ejercicio de 930 millones de euros, un 11,4% más que en el ejercicio precedente. El valor de la producción asegurada en 2023 ha alcanzado su máximo histórico por noveno año consecutivo, con 16.748 millones, es decir, un 2,3% más que en 2022.

Las primas devengadas (las contratadas en 2023, aunque en parte correspondientes a riesgo de 2024) también han reflejado un incremento del 11,4%, hasta situarse en 968 millones, con un claro impulso del aseguramiento de producciones como las hortalizas, los frutales, los cultivos herbáceos y la uva de vino.

Por su parte, la siniestralidad de 2023 ha crecido un 56,5% respecto al año anterior y se ha situado en 1.241 millones de euros, lo que eleva el ratio de siniestralidad del ejercicio sobre las primas de riesgo hasta el 169%, es decir, muy por encima del equilibrio técnico. Esta situación se ha repetido por cuarto año consecutivo y es, además, una constante desde 2012 (con dos únicas excepciones: 2016 y 2020). Con estas cifras, 2023 se ha convertido en el ejercicio de mayor siniestralidad en los 43 años de historia del seguro agrario.

Durante el año 2023, se atendieron 178.000 siniestros agrícolas –un 54% más que en 2022–, que obligaron a tasar 3,5 millones de hectáreas, lo que representa un 58% de la superficie asegurada por todos los cultivos. Además, se atendieron 98.000 siniestros pecuarios y 1,4 millones de servicios de recogida de animales muertos en las explotaciones, que, junto con los agrícolas, suman 1,70 millones de siniestros en total.

Asimismo, desde la aseguradora se informó del nombramiento de Nerea García como nueva directora del área de Personas y Finanzas.

Por último, señalar que **Occident** ha entrado a formar parte del consejo de administración de la entidad, convirtiéndose así en una de las seis compañías presentes en dicho órgano de gobierno.

Sevilla ha vuelto a ser el lugar de encuentro para la celebración de la reunión anual que **Reale Seguros** organiza con las principales asociaciones de corredores con las que mantiene acuerdos de distribución.



Reale celebra su **encuentro anual** con la **asociaciones de corredores**

El director comercial de Reale Seguros, Javier Espinosa; el director del Canal Corredores, Rafael Calderón, y el responsable de Asociaciones, Jorge de Lorenzo, mantuvieron una jornada de trabajo con los máximos representantes de Aunna, Cojebro, Espabrok, Centerbrok, Senda, Apromes, ACS-CV, Mediavanz y Grupo HIB, en una de las salas del Estadio Benito Villamarín.

Durante el encuentro, que viene realizándose cada año desde hace cuatro, se han analizado la evolución del mercado y de Reale Seguros, así como los retos a los que aseguradoras y mediación se enfrentan y la visión de cada colectivo en los diferentes temas analizados.



La facturación del seguro **decrece un 3,06%**

Los ingresos por primas de las aseguradoras se situaron en 21.239 millones de euros a cierre del primer trimestre de 2024, un 3,06% menos que en el año anterior. De la facturación lograda a lo largo del ejercicio, 12.534 millones de euros correspondieron al ramo de No Vida y los 8.705 millones restantes, al de Vida, según muestran los datos provisionales recabados por **Icea**.

La facturación del ramo de No Vida fue positiva en todas sus modalidades y logró anotar un repunte del 7,66% si se compara con el mismo periodo del año anterior. Las pólizas de Automóviles sumaron 3.392 millones de euros y aumentaron un 9,40% en los últimos 12 meses. Los seguros Multirriesgo subieron un 8,22%, hasta los 2.596 millones; mientras que los seguros

de Salud generaron 3.180 millones de euros a lo largo del ejercicio, un 7,16% más que un año antes. Por su parte, las pólizas empresariales, que conforman buena parte de la categoría 'resto No Vida', crecieron de un año para otro un 6,03% y aportaron 3.366 millones.

El negocio de Vida, reflejado en los ingresos por primas, anotó un descenso

del 15,22% en términos interanuales por la evolución del componente de ahorro tras haber tenido estos productos un comportamiento excepcional en 2023. Las provisiones técnicas de Vida de las aseguradoras se elevaron un 4,79% de un año para otro, hasta situarse en 207.351 millones, a cierre del primer trimestre de 2024.

Agers abre un **perfil en Instagram**

La Asociación de Gestión de Riesgos y Seguros (**Agers**) ha abierto un perfil en Instagram. Esta nueva plataforma servirá como un canal de conexión directa con todos los interesados en el sector de gestión de riesgos y seguros principalmente en España, Europa con Ferma y Latam.

El objetivo principal es acercarse a los jóvenes y organizaciones que muestran interés en esta área y proporcionarles una visión más cercana y dinámica del mundo de los riesgos y los seguros. A través de contenido variado y atractivo, la asociación busca informar, educar y motivar a los futuros profesionales a adentrarse en este campo.





Mutualidad crea un centro de investigación digital del sector asegurador



Mutualidad ha puesto en marcha 'Radar Digital Mutualidad', un centro de investigación del ecosistema digital.

Concebido como lugar de encuentro para compartir intereses relacionados con la estrategia digital del sector, la misión principal de Radar Digital es recoger, procesar y proporcionar información que sirva para conocer y comprender la digitalización del sector asegurador y de la mutualidad, informando de la evolución digital de la entidad. Sus funciones se centran en detectar tendencias digitales, así como retos y nuevas tendencias de negocios, y en convertir la información en conocimiento para interpretar las dinámicas del mercado.

Radar Digital Mutualidad basa su actividad de investigación en tres ejes: como centro de análisis de datos, para ayudar en la toma de decisiones; como espacio de información, intercambio y colaboración entre expertos de la industria, para difundir la información además de promover la reflexión

y el intercambio del conocimiento; y como centro de documentación, al ser un repositorio dedicado a temáticas digitales (desde las nuevas tecnologías y drivers de innovación y nuevos hábitos y patrones de consumo, hasta movimientos de players del sector -competidores, startups, etc.- y casos de éxito en materia digital tanto en el mercado nacional como en el internacional).

En otro orden de cosas, Mutualidad ha celebrado una Asamblea Extraordinaria para la votación sobre la mejora de las prestaciones para mutualistas alternativos en activo del Plan Universal de la Abogacía. Cabe destacar que se dirigía a mutualistas del conjunto de alternativos del Plan Universal de la Abogacía, que suponen cerca de 56.000 personas frente al total de 210.000 mutualistas, por tratarse de medidas específicamente dirigidas a este grupo.

La primera de las tres principales mejoras rechazadas por los assembleístas convocados es la de la prestación por Incapacidad Temporal Profesional en las coberturas de salud mental y la cobertura oncológica sin impacto en la prima. El re-

chazo a esta última medida, que era efectiva desde el 1 de enero de 2024, supone que los perceptores de esta cobertura dejarán de percibir la prestación. Se rechaza también la mejora de las prestaciones para las madres en caso de aborto espontáneo o por motivos de riesgo para la salud de la madre.

Las otras dos medidas rechazadas están relacionadas con una nueva cobertura de Incapacidad Permanente Profesional para la profesión habitual, y con una nueva cobertura por cese de actividad.

El presidente de Mutualidad ha señalado “el comportamiento insolidario de quienes anteponen su interés personal por el encima del bienestar común del conjunto de mutualistas alternativos”. “No deja de ser sorprendente que rechacen medidas que han solicitado algunos de ellos y que, algunas, no tenían impacto sobre su cuota actual”.

Desde Mutualidad se ha criticado que estas medidas se han anunciado sin que se haya producido un diálogo previo, ni consulta a Mutualidad como parte implicada. Enrique Sanz ha señalado a este respecto que “la propuesta del Gobierno supone un evidente recorte de derechos para cientos de miles de mutualistas y autónomos que no podrán contar con un sistema alternativo al Reta para gestionar con autonomía su previsión social”.



MGS forma a los mediadores sobre la venta híbrida

La Fundación MGS ha impulsado una conferencia desarrollada por Sergi Ramo,

consultor y mentor de negocios experto en ventas, sobre las 'Claves de la venta híbrida en el sector asegurador'.

Ramo explicó la importancia de percibir y entender las necesidades del nuevo cliente digital para innovar y adoptar la estrategia necesaria que les permita impactar más en un mercado exigente y en constante cambio.

Esta estrategia debe basarse, en primer lugar, en trabajar la venta de forma híbrida, a través de canales offline y online, asumiendo que la comunicación digital es complementaria y no sustitutiva del contacto personal. Y es que no podemos imponer al consumidor las formas de contacto, sino que, como profesionales, debemos ser capaces de adaptarnos a ellas. La colaboración con la inteligencia artificial y la aplicación de la inteligencia emocional también son fundamentales para apostar por la experiencia de cliente.

Para finalizar, el ponente planteó la necesidad de detectar y evitar creencias limitantes, aquellos muros mentales que suponen pérdidas de oportunidades.

En otro orden de cosas, MGS Seguros ha estrenado su nuevo spot publicitario bajo el eslogan 'Me gusta, MGS', en donde plasma la importancia de la figura de los mediadores para sus clientes y el compromiso asumido por la entidad con estar a su lado en las diferentes situaciones de la vida cotidiana en las que la puedan necesitar.



El capital medio asegurado en Vida Riesgo es de 48.454 euros

Icea ha realizado su estudio anual para determinar las características socioeconómicas y demográficas del comprador de seguros de Vida en 2023, en el que se observa que el perfil medio del contratante es un varón (el 57% de los compradores), de entre 45 y 54 años (el 28,3% del total), casado (un 41%), residente en capitales de provincia (un 31,2%), que contrata seguros de riesgo con un capital asegurado medio de 48.454 euros y con una duración de menos de cuatro años (el 67,1%).

Si analizamos las características de las pólizas de seguros de Vida, según tramos de edad, podemos observar que un 28,3% de las pólizas corresponde a compradores de entre 45 y 54 años, así como que en el 23,2% de los casos, la edad se sitúa entre los 35 y los 44 años.



Iris Global participa en el **Foro de Transformación Digital de la Justicia**

Iris Global ha participado en Foro de Transformación Digital de la Justicia, organizado por el Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes en la Galería de las Colecciones Reales en Madrid.

En él lugar el coloquio en el que participó Claudia del Grosso, directora de medios de la aseguradora, que explicó cómo Iris Global se relaciona con la transformación digital a través de la gestión de la documentación post mortem e incidió en la importancia de implementar funciones y procesos digitales, ya que este tipo de herramientas pueden mejorar la eficiencia de la compañía y disminuir los tiempos necesarios para realizar tareas de poco valor.

Del Grosso afirmó que la automatización de los Registros Civiles ha implicado un impacto muy alto en los datos. “Ahora somos capaces, a través de los robots, de solicitar la información y realizar su descarga de forma automática. Hoy gestionamos lo que llegó ayer. Eso en términos de eficiencia, es impresionante”.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha intervenido en el **Finsurtech Forward Summit**. El evento reunió a speakers de algunas de las empresas más importantes a nivel nacional e internacional, quienes hablaron sobre la innovación dentro del sector, con un enfoque centrado en la inteligencia artificial y su impacto en el mundo laboral.

Iris Global participó en la mesa redonda titulada ‘La tecnología, clave para la disrupción en el Customer Experience’, con Jesús López, gerente de Procesos, que explicó cómo aplican la innovación y las nuevas herramientas tecnológicas al Customer Experience de la aseguradora. “A todos nos gusta que nos atiendan personas de verdad que puedan empatizar con nuestros problemas. Aunque la tecnología está

en auge, la compañía entiende que no reemplaza al factor humano, sino que lo complementa, mejorando los procesos, reduciendo los tiempos y aumentando la calidad del servicio”, dijo.

Por último, señalar que Iris Global ha patrocinado la presentación del estudio ‘Estado y tendencias del seguro de Hogar 3ª edición’, elaborado por **Icea**. El estudio reveló una clara demanda de personalización del servicio. Además, se observa un crecimiento en la adopción de prácticas ambientalmente conscientes, con un 24,3% de compañías que ya ha implementado productos centrados en la mejora del medio ambiente y un 37,8% los tiene planteados, pero todavía no implantados.

Los canales de comunicación con el cliente tradicionales aún prevalecen, (presencialidad, email y teléfono), pero hay un aumento significativo en la aceptación de métodos más modernos como las aplicaciones y WhatsApp. El 60% de las aseguradoras encuestadas han adoptado la gestión digital de siniestros y destacan la reducción del tiempo de tramitación y la mejora de la comunicación cliente/compañía como los dos principales beneficios. El 97,3% de las compañías también implementan protocolos de control para garantizar la calidad de los servicios ofrecidos, con un

enfoque en la monitorización del proceso completo. Por último, el estudio revela una marcada tendencia hacia la adopción de tecnologías avanzadas, como IA, RPAs, Big Data, IoT y *machine learning*, un 61% de las compañías ya utilizan estas herramientas.





Cesce analiza los riesgos y desafíos de la economía mundial

Fernando Salazar, presidente ejecutivo de **Cesce**, se ha reunido con los empresarios de Elche para hablar de los 'Riesgos y desafíos de un mundo inestable', en donde se abordaron los principales acontecimientos internacionales que marcarán la agenda global durante los próximos meses en términos económicos y geopolíticos.

Salazar ha señalado que “las instituciones internacionales asumen los riesgos derivados de las crisis políticas como una suerte de ‘nueva normalidad’ sin olvidar que tanto la geopolítica como la geofragmentación son a día de hoy principales riesgos que amenazan la estabilidad económica y financiera mundial”.

En otro orden de cosas, el presidente ejecutivo de Cesce ha calificado la resistencia de la economía mundial como notable, “a

pesar de las perturbaciones de los mercados, del endurecimiento monetario y de una inflación en máximos”.

Asimismo, frente a estos desafíos, Salazar ha recordado el papel de Cesce, poniendo en valor el servicio que ofrece a sus clientes a través de su cartera de productos y cómo la compañía supone “un respaldo para que la actividad nacional e internacional de las empresas españolas sea más segura y competitiva”.

Guía para orientar a las empresas en la protección de sus trabajadores

International SOS ha elaborado el 'Libro Blanco del Deber de Protección' en el contexto de los viajes internacionales. Este documento aborda la responsabilidad de las organizaciones españolas respecto a los accidentes y enfermedades profesionales que puedan sufrir sus trabajadores en el extranjero, haciendo hincapié en la cuestión del teletrabajo internacional y su crecimiento exponencial.

Además, aportan consejos útiles sobre cómo las organizaciones pueden cumplir con sus obligaciones de deber de protección, incluyendo cómo evaluar los riesgos, tomar decisiones y empoderar a los viajeros.

El 'Libro Blanco del Deber de Protección' analiza cinco cuestiones clave: Marco legal de los desplazamientos transfronterizos; Evaluación de riesgos y consecuencias de su omisión; Potenciales responsabilida-



des penales; Teletrabajo internacional: nuevos desafíos en seguridad y salud; Beneficios de un programa de deber de protección.



Europ Assistance lanza su nuevo catálogo de seguros de Viajes para 2024

Europ Assistance ha lanzado su catálogo turístico para el año 2024, que ofrece una amplia gama de seguros de Viaje diseñados para adaptarse a las diversas demandas y expectativas de los asegurados.

El catálogo presenta una selección de opciones, destacando su cobertura integral y su flexibilidad para ajustarse a las preferencias individuales de cada viajero.

Con tres modalidades diferentes –básica, plus y premium– adaptadas al destino, tipo de viaje y necesidades particulares, aseguran una cobertura completa en cada etapa del viaje. Desde la protección ante cancelaciones hasta la cobertura de gastos médicos y actividades deportivas.

Todos estos seguros se complementan con servicios de valor agregado: desde consultas médicas virtuales hasta la gestión en línea de siniestros. Además, se ofrece una herramienta de gestión específica que permite cotizar el mejor seguro, emitir, hacer seguimiento y gestionar siniestros, sin necesidad de emails y llamadas reiterativas. También tiene un retorno económico por cada póliza vendida y un canal único de atención al distribuidor para contratación y siniestros.

Por otro lado, la aseguradora ha anun-

ciado el lanzamiento de su nuevo paquete de servicios, 'Asistencia Corporate Boutique', diseñado para complementar la gama de seguros *corporate*.

Estos servicios adicionales refuerzan su propuesta de valor para los clientes corporativos al garantizar el cumplimiento del *duty of care*, la obligación moral y legal de las empresas de garantizar la seguridad de los viajes de negocios de sus empleados.

Entre los servicios destacados de 'Asistencia Corporate Boutique' incluyen: atención prioritaria para siniestros de asistencia médica; canal de comunicación directa con las empresas; asesoramiento médico individualizado; acceso a Travel & Care App, con alertas de seguridad con geolocalización en tiempo real, guías de países, herramienta elearning de riesgos y un canal directo con Europ Assistance.

Por último, señalar que, según los resultados internacionales de la 2ª edición de su Barómetro de Movilidad, existe una tendencia hacia una movilidad más sostenible

y eficiente en España, con un creciente interés en la adopción de vehículos eléctricos y formas de transporte alternativas. Sin embargo, en España cada vez estamos menos concienciados con el uso de las bicicletas, ya sean estándar o eléctricas, un -11% y -7% respectivamente en comparación con la media europea, y además ha disminuido su uso en comparación al año pasado (-7 y -3 puntos)

Aunque los españoles suelen estar menos cubiertos por sus seguros en materia de micromovilidad (8 puntos menos que en Europa), en la actualidad tienen un gran interés en los contratos de asistencia o seguro. Su motivación principal es la asistencia en caso de accidente o avería. Cabe destacar que más de 4 de cada 10 españoles están interesados en los seguros enfocados a la persona, con un mayor interés entre los más jóvenes de entre 18 y 34 años

El importe destinado a los seguros de coche ha crecido 90 euros con respecto al año anterior en España.

Unespa inicia una nueva edición de 'El riesgo y yo' con 40 aseguradoras



Ha arrancado la VI edición de 'El riesgo y yo', el programa de educación financiera desarrollado por **Unespa** en colaboración con la Fundación Junior Achievement. En esta ocasión contará con 187 voluntarios procedentes de 40 aseguradoras, quienes compartirán sus conocimientos sobre el riesgo con más de 1.500 adolescentes de entre 15 y 17 años.

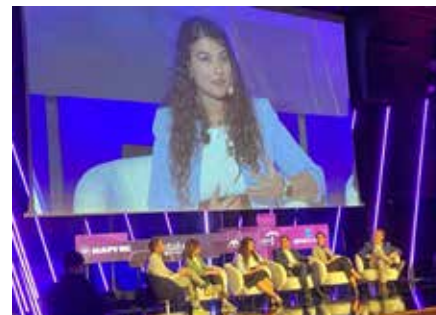
En el curso 2023/2024, las sesiones de formación se canalizarán a través de 111 programas (aulas) que se llevaron a cabo en los centros educativos. En esta edición se combinarán los encuentros presenciales con reuniones virtuales, que permitirá llegar a cerca de 60 centros educativos de toda España.

Cada programa contará con dos sesiones de una hora de duración cada una. La primera tendrá como objetivo educar a los alumnos en la prevención de los riesgos, brindándoles herramientas para evitarlos o reducirlos, en su caso. La segunda sesión se centrará en el concepto de mutualización y aproximará a los alumnos a una herramienta con la que sobrellevar los riesgos que puedan surgir a través de la unión de un grupo de personas, además de ofrecer a los alumnos una toma de contacto con el concepto de sostenibilidad.

Cerca de 10.500 escolares españoles se han formado a través de este programa educativo en sus cinco primeras ediciones.

CNP Iberia ha formado parte del **Finsurtech Forward Summit 2024**, un encuentro enfocado en analizar cómo la inteligencia artificial está revolucionando el sector financiero y asegurador, que ha permitido profundizar en los próximos cambios regulatorios y generar oportunidades de colaboración entre los distintos ecosistemas.

CNP Iberia participa en Finsurtech Forward Summit 2024



Eve Régagnon, Head of Strategy & Innovation de CNP Iberia, ha estado en el panel de expertos de innovación en seguros 'Revolucionando el Seguro' para debatir sobre cómo la aplicación de la innovación está transformando el sector asegurador. Régagnon señaló que "la incorporación de las

'tech' ha acercado más los mundos financiero y asegurador y ha permitido una mayor disrupción e innovación".

Además, se habló de la necesaria utilidad de los productos aseguradores, con un enfoque más dirigido a la prevención y el uso de servicios, algo en lo que todos los ponentes coincidieron como un aspecto positivo y clave para establecer una mejor relación entre aseguradores y clientes.

Por último, señalar que CNP Iberia participa en la sexta edición del programa educativo 'El riesgo y yo' puesto en marcha por **Unespa**.



Consecuencias del impago de la prima

Fundación Inade ha celebrado la tercera sesión de 'Charlas Legales: derecho y seguros', una tribuna que tiene como objetivo reflexionar sobre la Ley de Contrato de Seguro, a través del análisis de la legislación, la doctrina científica y la jurisprudencia. En ella, el ponente José Antonio Badillo, asesor de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, analizó la celebración del contrato, el pago de la prima y las consecuencias de su impago.



En primer lugar, se dejó claro que el contrato se entiende celebrado una vez está aceptado por el tomador. Sin embargo, si este no paga la primera prima, la compañía tiene dos opciones: rescindir el contrato o reclamar el pago. No obstante, si la aseguradora no se ha pronunciado, ni para reclamar ni para rescindir, y se produce un siniestro, no tiene por qué hacerse cargo.

Tras esta aclaración, se abordaron dos temas más controvertidos: el pago de la prima a través del distribuidor y la prima fraccionada. "Si el tomador/asegurado ha pagado la prima al corredor y este no ha pagado a la compañía, el problema estará entre el corredor y la aseguradora. El siniestro tiene que estar cubierto para el asegurado, pues él ha cumplido con su obligación contractual", explicó Badillo.

Sobre la prima fraccionada comentó: "Si consideramos que la prima es única e indivisible, entendemos que, pagada una parte, el asegurado está cubierto. Sin embargo, existen tres sentencias que rechazan este criterio y aplican la norma de la prima sucesiva. Desde mi punto de vista, una vez pagada una fracción de la prima, la aseguradora debe hacerse cargo del siniestro y reclamar la parte no pagada al asegurado".

Continuaron la sesión abordando el impago de la prima sucesiva. Tal y como explicó Badillo, se entiende como prima suce-

siva la que se paga tras la renovación del contrato de seguro. Esta renovación puede ser tácita, aunque el tomador siempre deberá ser informado por la compañía en caso de una subida sustancial del importe de la prima, mínimo, con dos meses de antelación.

Ante una renovación, el asegurado tiene un mes de gracia en el que tiene cobertura, aunque todavía no haya pagado. Es decir, si un contrato de seguros cubre el periodo enero – diciembre, y se renueva tácitamente el 1 de enero, aunque el asegurado no pague hasta el 31 de enero, ese mes tendría cobertura y la compañía no puede rescindir el contrato.

El conflicto surge en los cinco meses posteriores, en los que se produce la siguiente situación: la compañía puede rescindir el contrato, pero, si no lo hace, y el asegurado tiene un siniestro con daños a terceros, deberá hacerse cargo. Después, podrá reclamar el pago del siniestro al asegurado.

"Las aseguradoras, para no perder clientes y para reducir un coste administrativo, no comunican la rescisión del contrato. Esperan a que concluya este periodo de seis meses y el contrato quede sin efectos. Además, si el asegurado pagase la prima dentro de este periodo, a las 24 horas del día en el que efectúa el pago, volvería a tener la cobertura contratada", explicó José Antonio Badillo.

Asisa ha puesto en marcha un programa integral sobre menopausia con el objetivo de ofrecer herramientas, información y acceso a especialistas a las mujeres que afrontan esta etapa de sus vidas. Este programa está accesible a través de El Blog de Asisa y las aseguradas de la compañía podrán acceder a las consultas con profesionales médicos especializados a través de la app Chat Médico integrada en Asisa Live.

Asisa pone en marcha un programa integral para la menopausia

El Programa Integral Menopausia Asisa concentra en un mismo lugar información sólida, apoyo emocional y acceso a especialistas de diversas áreas, con el fin de hacer que esta transición sea más llevadera.

Además, para atender de manera personalizada las necesidades que cada mujer pueda tener en esta etapa de la vida, podrán acceder directamente a especialistas en diferentes ámbitos: ginecólogos, médicos generales, dermatólogos, psicólogos, traumatólogos o nutricionistas. Estos profesionales están disponibles para responder a través del Chat Médico cualquier consulta de forma inmediata y brindar orientación personalizada.

En otro orden de cosas, Asisa Vida aplicará un 15% de descuento permanente a los nuevos asegurados que sean profesionales sanitarios y contraten 'Asisa Vida Tranquilidad' o 'Asisa Vida Tranquilidad Protección Hipoteca'.



Cecas ofrece un curso online sobre seguros agrarios y amenazas climáticas

Cecas ha realizado un nuevo curso para analizar el sistema de seguros agrarios combinados, en donde se abordó el aumento de siniestros medioambientales y su impacto en los negocios agropecuarios.

En el curso online, de hora y media de duración, impartido por Javier Joana Calaf, se ofreció una visión de las principales tendencias, así como de la evolución y repercusión de los últimos años en el sistema. Además, se profundizó en los productos y coberturas disponibles, las vías de contratación de las pólizas, así

como en los distintos actores dentro del sistema de seguros agrarios combinados en España.

Por otro lado, Cecas ha impartido un nuevo curso Experto en formato píldora para profundizar en las pólizas de Pérdida de Beneficios. La formación, de cinco horas de duración, corrió a cargo de Luis de Mauricio, experto en la materia y profesor de la Escuela de Negocios.

En él se abordaron los aspectos fundamentales de las pólizas de Pérdida de Beneficios, con especial atención a la complejidad del cálculo de la suma asegurada, el plazo de cobertura, su comercialización y la gestión de reclamaciones.





DKV crece un 6% en 2023

El Grupo DKV alcanzó los 951 millones de euros en primas en 2023, cifra que significa un incremento del 9% respecto al ejercicio anterior (876 millones de euros). El resultado antes de impuestos del Grupo DKV se situó en los 61 millones de euros, un 8% superior al del año anterior, mientras que el resultado neto fue de 46 millones de euros, un 6% por encima del año 2022. Sobre su presencia en el modelo Muface, la aseguradora considera que tiene recorrido (incluso les gustaría un modelo global y no solo para funcionarios), pero es difícil que sea viable con las condiciones de infrafinanciación que tiene ahora. Javier Vega de Seoane, presidente de DKV, se mostró partidario de los corredores de seguros porque “aportan conocimiento, confianza y dinámica competitiva. No van a desaparecer, porque aportan valor”.

En el ramo de Asistencia Sanitaria, que representa el 88% del total de sus primas, la compañía ha aumentado la facturación un 10%, alcanzando los 834 millones de euros (760 millones de euros en 2022). Javier Vega de Seoane afirmó que 2023 “no fue un año fácil, pero ha sido interesante porque hemos batido records”. Aunque el mercado está difícil, piensa que “hay retos, pero también tenemos grandes oportunidades”.

Javier Cubría, director general financiero, afirmó que en Salud y Decesos están dispuestos a crecer y tienen intención de hacer alguna compra que se adapte a sus características. Asimismo, Cubría hizo referencia al aumento del uso de los seguros y

a la subida del precio de los actos médicos.

Sobre el modelo Muface, el director general financiero dijo que tiene recorrido (incluso les gustaría un modelo global y no solo para funcionarios), pero es difícil que sea viable con las condiciones de infrafinanciación que tiene ahora. En este momento, “las tres empresas que estamos en él, perdemos en conjunto 200 millones de euros al año”.

En Decesos experimentó un crecimiento del 4%, alcanzando los 68,4 millones de euros (65,8 millones en 2022).

Por otro lado, un año más, la aseguradora ha superado su índice de recomendación y cierra 2023 con el NPS en 43,7%. Con



esta cifra, se supera en 4 puntos el 39,9% conseguido a finales de 2022. Como en 2022, el índice de recomendación del ramo de Decesos ha sido el más alto, sumando 5 puntos en un año y situándose en un 65,6%, seguido de Hogar (55,2%), consiguiendo la puntuación más alta hasta el momento, y Vida (52,1%). En Asistencia Sanitaria (49%), destaca la satisfacción tras las visitas médicas, así como la mejora en los servicios de telemedicina.

Por último, señalar que DKV se ha aliado con Nixi for Children para reducir la ansiedad de los menores en las cirugías, incluyendo el servicio **NixiKit**, una herramienta educativa de realidad virtual dirigida a pacientes infantiles. Mediante unas gafas y de la mano del personaje Nixi, los menores podrán conocer el quirófano por dentro y visitar el preoperatorio y la sala de recuperación para calmar su ansiedad antes de procedimientos quirúrgicos.

IES lanza un curso online sobre la DEC

Instituto e-Learning del Seguro

(IES) ha creado un nuevo curso sobre 'La DEC o Documentación Estadístico Contable', 100% online, en el que se abordan aspectos importantes para conocer más en profundidad la DEC como, por ejemplo: su normativa, quién tiene que hacerla, qué ocurre si no se realiza, cuándo hay que presentarla, qué información hay que adjuntar, cómo se descarga la aplicación, etc.

Además, el curso se complementa con una clase práctica impartida por Jorge Campos, director del IES, en la que se elabora paso a paso la DEC completa de un caso ficticio de una correduría de seguros. El curso tiene un cómputo de dos horas de duración a efectos del plan de formación continua.

Por otro lado, **Avanza Previsión** e IES han lanzado un nuevo curso, 'El PIB o Producto Interior Bruto', online de 2,5 horas de duración que se integra dentro del 'Canal Finanzas para no Financieros by Avanza Previsión' de esta plataforma. En él se abordan aspectos importantes para conocer en qué consiste el PIB de un país, cómo se calcula, los tipos de PIB, característica y otros aspectos más relevantes.

En otro orden de cosas, **APSNorte**, Agrupación de Profesionales del Seguro, ha puesto en marcha un plan de formación inicial y continua para todos los directivos, empleados y colaboradores externos de sus socios en colaboración con el IES.

Por último, señalar que IES ha anunciado que Marta Rodríguez Varona es la galardonada con el Premio 'Aula Magna 2024', los premios que reconocen "la excelencia en la formación aseguradora". Actualmente, trabaja en onRed, empresa del Grupo Mutua Propietarios, como Manager de Formación, coordinando diferentes acciones y programas entre los distintos departamentos.



IMEureka incorpora soluciones avanzadas de IA a su plataforma

El Marketplace **IMEureka** ha implementado una serie de desarrollos tecnológicos significativos que están transformando la gestión de riesgos y la eficiencia de los procesos en el ámbito de los seguros. Reconociendo el valor insustituible del trato personal y la confianza que el bróker de seguros ofrece, ha aplicado mejoras en su plataforma mediante la incorporación de soluciones avanzadas de inteligencia artificial (IA).

Estas innovaciones no solo facilitan la labor de los corredores, sino que también mejoran de manera significativa la experiencia de sus usuarios.

Los principales avances en la IA de IMEureka son: extracción inteligente de información; la optimización en el envío de oportunidades comerciales; recomendaciones personalizadas de mercados

aseguradores, ayudando a los corredores a encontrar las opciones de mercado más adecuadas; y herramientas de automatización avanzadas.





Hiscox on Tour se pone en marcha de nuevo

Hiscox on Tour, iniciativa de la compañía con el fin de invitar a los corredores de seguros de toda España a 'subirse al movimiento' e impulsar sus negocios, comenzó su segunda edición el 25 de abril en Madrid.

De esta forma, la aseguradora vuelve a salir de gira para acercar el Mundo Hiscox a los mediadores y ofrecerles todas las herramientas necesarias para desarrollar sus negocios y ayudarles así en su día a día. A través de diversas actividades, los corredores podrán sumergirse en temas que van desde las herramientas tecnológicas que facilitan su quehacer -como la plataforma para corredores MyHiscox- hasta todos los productos que la compañía ofrece, apetito, tendencias en materia de ciberriesgos y más novedades que Hiscox introduce este año.

También, recibirán una sesión formativa en materia de ciberriesgos en la que se explicará en detalle las tendencias en ciberseguridad en las empresas y tendrán la oportunidad de conocer de primera mano a los profesionales y los equipos de Hiscox que trabajan día a día para ofrecerles el mejor servicio posible para que, a su vez, ellos ofrezcan los mejores servicios y productos a los clientes finales.

El tour continúa en Valencia el 8 de mayo para seguir después por Málaga el 23 de mayo, por Zaragoza el 12 de junio y por Santander el 26 de junio. Tras unos meses de pausa, el 2 de octubre se retoma el tour en Valladolid para seguir en Barcelona el 17 de octubre y, por último, Santiago de Compostela (23 de octubre).

En otro orden de cosas, Hiscox, con motivo del Día del Emprendimiento (16 de abril), indicó que el 81,2% de las pymes españolas son creadas con los ahorros propios de los fundadores, según el *Whitepaper* D&O 'El coste real de montar tu propia empresa'.

Pese a que los propios ahorros son la principal fuente de financiación a la hora de emprender un proyecto en España, otros emprendedores acuden también a otras formas como la ayuda de familiares, amigos o conocidos, y de hecho, según el *Whitepaper*, el porcentaje de pymes que son creadas con estas ayudas es del 29,4%. Por otro lado, los emprendedores también suelen acudir a otras fórmulas de financiación externa, como créditos bancarios, para alcanzar sus objetivos. Esto además se intensifica en el caso de necesitar acceso a capital adicional con el fin de impulsar su desarrollo y, así, el *Whitepaper* señala que un 26,5% de las pymes son creadas a través de financiación externa.

Por otro lado, en el Informe de Ciberpreparación de **Hiscox** 2023 se desprende que las empresas son los objetivos preferidos de los ciberdelincuentes, quienes cada día encuentran nuevas técnicas y métodos para lucrarse, a medida que avanza la digitalización. El 35,6% de las pymes españolas fueron ciberatacadas en 2022. Sin embargo, la media del coste de los ciberataques descendió un 26% con respecto al año anterior. La consecuencia más común de los ciberataques a las pymes fue la pérdida financiera por fraude de desvío de pagos, indicado por el 38,2% de las encuestadas. El 28% de las pymes señalaron también la pérdida de datos, encriptados y no encriptados, así como los ataques distribuidos de denegación de servicio en los que se interrumpe el tráfico de la red para impedir el acceso (22%) y el *ransomware* (21,2%).

QBE Iberia promociona a **Alberto Gullón y Fernando Oliver en Ciberriesgos**

QBE Iberia ha promocionado a Alberto Gullón como suscriptor sénior y a Fernando Oliver como suscriptor del Área de Ciberriesgos.

Gullón comenzó su carrera profesional en el sector asegurador en 2014 y ha trabajado en compañías como Generali, Chubb o Zurich. Mientras que Oliver cuenta con siete años de experiencia en el sector. Antes de unirse a QBE en 2021, formó parte del equipo de Chubb.

Por otro lado, la aseguradora ha incorporado a Catalina Sánchez como suscriptora junior en el departamento de Construcción, con el objetivo de reforzar el desarrollo del mercado medio de este

sector y de incrementar la presencia geográfica de la compañía y su visibilidad en el mercado.

Sánchez es graduada en Ingeniería Civil en la Universidad La Gran Colombia y está especializada en construcciones civiles y experta en gestión de riesgos, con un master en Gerencia de Riesgos y Gestión de Proyectos de la Universidad Pontificia de Salamanca. Su llegada a QBE se produce tras su paso por compañías como AXA, AON Colombia y Caser.



Santalucía crea una **nueva gestora de fondos de pensiones**

Santalucía ha obtenido la autorización de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) para Santalucía Pensiones, SGFP, SA, como entidad gestora de fondos de pensiones, con su inscripción en el registro administrativo especial correspondiente. Se prevé que inicie sus operaciones durante este mes de abril.

Con la constitución de esta gestora con entidad propia, Grupo Santalucía refuerza aún más su compromiso con el desarrollo de la previsión complementaria, con el objetivo de impulsar el segundo pilar especialmente a través de los Planes de Empleo Simplificados, una modalidad de Planes de Empleo orientada a autónomos y pequeñas empresas que, según establece la legislación vigente, pueden ser promovidos por empresas incluidas en acuerdos colectivos sectoriales, asociaciones de trabajadores autónomos, sociedades cooperativas y laborales, organizaciones representativas de las mismas, así como por las Administraciones Públicas.





El 85% de los autónomos no ha estado de baja laboral a lo largo de 2023

El 85% de los profesionales autónomos en España no ha estado de baja laboral durante todo el pasado año. Casi el 55% de ellos indica que, aun estando enfermo, no ha podido permitirse estar de baja, bien sea por la pérdida de ingresos o por las características de su trabajo (54,7%). Por su parte, el 50,4% de los autónomos destaca que no ha necesitado coger una baja laboral durante el año pasado. Estas son algunas conclusiones del 'Estudio sobre la salud profesional de las personas autónomas en marzo de 2024', que ha realizado [Previsión Mallorquina](#).



La elevada cifra de autónomos en España que no coge días de baja por no poder permitírselo económicamente evidencia la falta de apoyo con la que actualmente cuenta este colectivo para poder llevar a cabo su labor profesional. Una extensa mayoría de los autónomos no siente que esté debidamente apoyado para poder afrontar una baja: el 88,8% considera que la Seguridad Social o su mutualidad no cubren suficientemente la pérdida de ingresos derivada de una baja laboral.

En el caso de los trabajadores autónomos que ha tenido que coger una baja la-

boral, la duración media de entre los que respondieron al estudio, ha sido de 24,2 días: un tiempo extenso en el que asegurar ingresos puede ser un reto.

Respecto a los apoyos con los que cuentan los trabajadores por cuenta ajena, el 84,2% de los autónomos declara estar adherido al régimen Reta de la Seguridad Social (Régimen Especial de Trabajadores Autónomos), mientras que el 7,7% cuenta con una mutualidad propia de su colegio profesional. Únicamente el 8% posee ambas coberturas.

El estudio de Previsión Mallorquina

ha destacado que, a pesar de no sentirse debidamente cubiertos por el Reta o la Seguridad social, el 80% de los autónomos (81,3%) no cuenta con ningún complemento extra en caso de baja además de la prestación de la Seguridad Social o mutualidad. Solo un 18,7% tiene en cuenta esos posibles riesgos y ha tomado medidas para poder cubrir potenciales pérdidas de ingresos. De estos autónomos que cuentan con formas de complementar sus ingresos durante las bajas laborales, la mayoría de ellos lo hace mediante la contratación de un seguro privado.



Marta Colls se incorpora al Consejo de Administración de Fiatc

Marta Colls se ha incorporado al Consejo de Administración de **Fiatc**. Con su nombramiento como nueva miembro del órgano ejecutivo de la aseguradora se cubre la vacante generada tras la salida de la consejera Montserrat Surroca.

La nueva consejera de Fiatc es socia abogada del Bufete Colls y cuenta con una amplia trayectoria en distintos ámbitos del derecho Civil y Mercantil (bancario, inmobiliario, responsabilidad civil...).



AXA XL coloca a Mónica Campo al frente de los Recursos Humanos

AXA XL ha anunciado el nombramiento de Mónica Campo como Head of Human Resources, Iberia. Será responsable de continuar la estrategia de Iberia, dando continuidad a la cultura de la compañía basada en el desarrollo de las capacidades de liderazgo y manteniendo la estrategia de Gestión de Talento enfocada a la inclusión y a la diversidad.

Mónica es licenciada en Business Administration & Management y Master Human Resource Management por Cesma Business School. Realizó también el programa de Digital Talent Executive de ISDI. Con 15 años de experiencia, ha ocupado diferentes cargos en Fremap, Domestic & General e IMS Health. Previo a su incorporación a AXA XL, ha desempeñado el cargo de HR Director en 4Finance.

OVB España y **Avanza Previsión** han firmado un acuerdo de colaboración por el que OVB comercializará diversos productos centrados en el ahorro. El objetivo de esta colaboración es reforzar la planificación financiera personalizada que desde OVB ofrecen a cada cliente.

OVB España comercializará productos de ahorro de Avanza Previsión



El acuerdo contempla la comercialización de los productos de ahorro garantizado de la compañía. Al tratarse de productos con interés técnico garantizado, y en algunas modalidades con flexibilidad en el rescate, esta propuesta de valor se ajusta a objetivos de corto y medio plazo.



Las aseguradoras, optimistas sobre el **impacto de la IA en la suscripción y la reducción de fraudes**

El 'Informe Mundial sobre Seguros de No-Vida 2024', del Instituto de Investigación **Capgemini**, revela que las posibilidades de suscripción de las aseguradoras están siendo restringidas por limitaciones organizativas. Según el informe, solo el 8% de las aseguradoras de No Vida son consideradas "pioneras" en la suscripción, superando a las principales aseguradoras, ya que aprovechan la IA para tomar decisiones con conocimiento y evaluaciones de riesgo precisas con eficiencia.

Según el informe, el 42% de los asegurados considera que el actual proceso de suscripción es complejo y largo y el 27% cambió de proveedor en los dos últimos años en busca de primas más bajas (60%) y mejor cobertura (53%).

Se indica que los ejecutivos del sector citan importantes barreras organizativas que afectan a su capacidad para deleitar al cliente: acceso insuficiente a los datos (54%), sistemas heredados (51%) y falta de talento cualificado (47%).

Adam Denninger, director global del sector de seguros de Capgemini, afirma que "adoptar conocimientos y automatización impulsados por IA es crucial para que la industria tome el camino hacia la rentabilidad de la suscripción que se adapte a la evolución de la dinámica del riesgo y los comportamientos de los asegurados".

El informe revela que el 62% de los ejecutivos reconoce que la inteli-

gencia artificial/*machine learning* (IA/ML) está elevando la calidad en la suscripción y reduciendo el fraude. A pesar de estos beneficios, sólo el 43% de los suscriptores confía y acepta regularmente las recomendaciones automatizadas de las herramientas de análisis predictivo de apoyo a la toma de decisiones. Esta reticencia se debe a la percepción de una complejidad excesiva (67%) y a la

preocupación por la integridad de los datos (59%).

La mayoría (83%) de los ejecutivos de seguros de No Vida creen que los modelos predictivos son fundamentales para el futuro de la suscripción, pero sólo el 27% afirma que su empresa dispone de capacidades avanzadas.

Según el informe, la consiguiente falta de dominio de los datos está perjudicando a la actividad principal de las aseguradoras, ya que la evaluación incompleta del riesgo afecta al 77% de ellas.





Previsora General celebra su Encuentro Anual con mediadores en el Colegio de Madrid

En un evento que marca el inicio de una serie de Encuentros con Mediadores, **Previsora General MPS**, ha llevado a cabo una jornada formativa y de networking en el **Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid**.

La directora de Operaciones, Marketing y Comunicación, Yolanda Trujillo dijo que “como mutualidad, nos esforzamos por ser una alternativa al seguro tradicional, generando soluciones de valor, con un firme compromiso social y una total transparencia”.

Fernando Heine, director Territorial Centro, Levante, Andalucía y Canarias Canal Mediador, profundizó sobre el seguro para empresas de Convenio Colectivo, destacando que: “este seguro está dirigido, a cualquier empresa cuyo convenio colectivo en el que se encuadra su actividad, establezca la obligatoriedad de tenerlo contratado. Este acuerdo vinculante regula las condiciones laborales y en la mayoría de ellas, este seguro obligatorio”.

Alberto Esteban, responsable de Cuentas Zona Centro, realizó una demostración práctica sobre la tarificación del Convenio Colectivo y el seguro de Accidentes.

Por último, Alfonso Linares, de Desarrollo de Negocio en Correduidea, expuso cómo piensa el cliente y las claves para liderar en el sector asegurador. Su análisis permitió a los asistentes comprender mejor el comportamiento de compra y la percepción de los mediadores por parte de los clientes.



Ignacio d'Ornellas se incorpora al equipo de Distribución de Allianz Commercial

Allianz Commercial ha incorporado a Ignacio d'Ornellas como responsable de Equipo para grandes brókeres y clientes en Allianz Commercial Iberia.

Con este nombramiento, la firma de Grupo Allianz que gestiona seguros corporativos de grandes y medianas empresas y riesgos complejos, amplía el equipo senior de un departamento clave. Estudió Administración y Dirección de Empresas (ADE) en Francisco de Vitoria. Tras una carrera de 9 años en Aon ocupando puestos en diversos departamentos con grandes cuentas multinacionales, fichó por el equipo de desarrollo de negocio de grandes cuentas en Marsh donde estuvo cerca de 4 años. En verano de 2018 se incorporó a AIG España como director de grandes cuentas.



GCO mejora un 12% su resultado consolidado

GCO ha alcanzado un resultado consolidado de 178,4 millones de euros en el primer trimestre de 2024, un 12% más que en el mismo período del año anterior. Por su parte, el volumen de negocio total crece un 1,1% y se sitúa en 1.863 millones de euros, debido al sostenido crecimiento de los últimos trimestres del negocio tradicional y el negocio funerario, mientras que el seguro de Crédito muestra un ligero descenso.

En concreto, en el negocio tradicional (Occident y NorteHispana Seguros) el volumen de negocio creció un 2%, hasta los 1.012,5 millones de euros; con un aumento de las primas recurrentes del 5,8% respecto al año anterior. Destaca especialmente el crecimiento de facturación del 9,9% en el ramo de Automóviles y del 6,5% en Multi-riesgos. Asimismo, el resultado ordinario obtenido es de 67,8 millones de euros, un 26,4% más que en el primer trimestre de 2023, al que ha contribuido la mejora de 1,6 puntos porcentuales del ratio combinado del negocio tradicional, que alcanza el 90,1%.

En el negocio del seguro de Crédito



(Atradius Crédito y Caución), el volumen de negocio (primas facturadas más ingresos por información) disminuye un 2,9%, hasta los 778,3 millones de euros. Por su parte, el resultado ordinario es similar al del mismo periodo del año anterior situándose en 100,6 millones de euros (-0,3%). El ratio combinado bruto de seguro de crédito, por su parte, sigue normalizándose y alcanza en el primer trimestre el 77,2%, 2,9 p.p. por encima del registrado en el primer trimestre de 2023.

Los ingresos del negocio funerario, que incluye a Mémora y Asistea, ascienden a 72,1 millones de euros, un 49,7% más que en el mismo periodo del año anterior, debi-

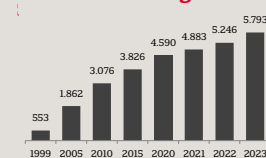
do a que el año pasado empezó a contabilizarse la aportación de Mémora a partir del 9 de febrero, fecha en la que se completó la adquisición del grupo funerario. En cuanto al resultado ordinario, este alcanza 8,6 millones de euros, un 72,5% más en comparación con el primer trimestre de 2023.

La directora general de Financiero y Riesgos de GCO, Clara Gómez, explicó que “estamos satisfechos con los resultados obtenidos en este primer trimestre ya que reflejan la estabilidad, buen desempeño y complementariedad de nuestras tres ramas de negocio, así como la fortaleza financiera y rigor técnico demostrados por el Grupo”.

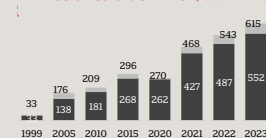
3M2024: resumen ejecutivo

CRECIMIENTO	Volumen total y distribución del negocio	 1.863,0 M€ +1,1%
		54,3% Negocio tradicional 41,8% Negocio del seguro de crédito 3,9% Negocio funerario
RENTABILIDAD	Resultado consolidado	 178,4 M€ +12,0%
	Ratio combinado	 90,1% -1,6 p.p. Negocio tradicional 77,2% +2,9 p.p. Negocio seguro de crédito
SOLVENCIA	Recursos permanentes valor de mercado	Remuneración al accionista
	5.992,6 M€ 	134,1 M€

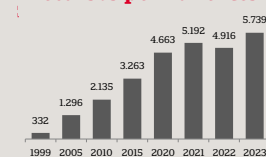
Volumen de negocio x10 (1999 - 2023)



Resultados x18 (1999 - 2023)



Recursos permanentes x17 (1999 - 2023)



Berkley potencia el negocio de renovables y el de *Life Science*

Berkley convocó a los corredores de seguros que más negocio tienen con la aseguradora para presentarles las novedades. Además de dar a conocer los tres equipos que tienen para atender a las necesidades del mercado: smart, custom y claims, se comunicó que van a potenciar el negocio de renovables y de *Life Science*.

Abrió el evento el CEO de Berkley España y Portugal, Carlos Palos, que hizo una presentación de lo que es la aseguradora a 57 años de su fundación: Una empresa que sigue siendo familiar y que está presente en 110 países del mundo. En España llevan 17 años y, desde hace poco, están en Portugal en libre prestación de servicios.

Palos insistió en su propuesta de valor que consiste en que “facilitamos el acceso directo a equipos de mercado especialistas, con mayor autonomía para dar un servicio

ágil y soluciones innovadoras a los clientes”. En el evento se presentaron 3 equipos:

- **Smart:** en donde la rapidez es fundamental para sacar nuevos productos.
- **Custom:** en donde se valora caso a caso, con un acceso directo al decisor y a la especialización.
- **Claims:** en donde es muy importante la especialización, la interlocución y la información.

Ángel Macho, director de Estrategia e Innovación para España y Europa, dio a

conocer su nueva apuesta por el negocio de renovables y de *Life Science*. En Berkley Genfield se han propuesto acompañar al cliente en todo el proceso de creación de una empresa renovable. Además de los seguros que necesite, se les proporciona servicios de asesoramiento e información.

En Berkley Life Sciences se va a empezar con RC de productos, RC Profesional y RC Sanitaria. Se quiere dar cobertura a 16 tipologías de clientes dedicados a la investigación, que no tienen producto para ellos.



Otros daños a los bienes, la modalidad de No Vida que más crece

Icea informa que, a marzo de 2024, las modalidades de seguros de No Vida que más crecieron fueron las de Otros daños a los bienes, con una subida del 18,95%.

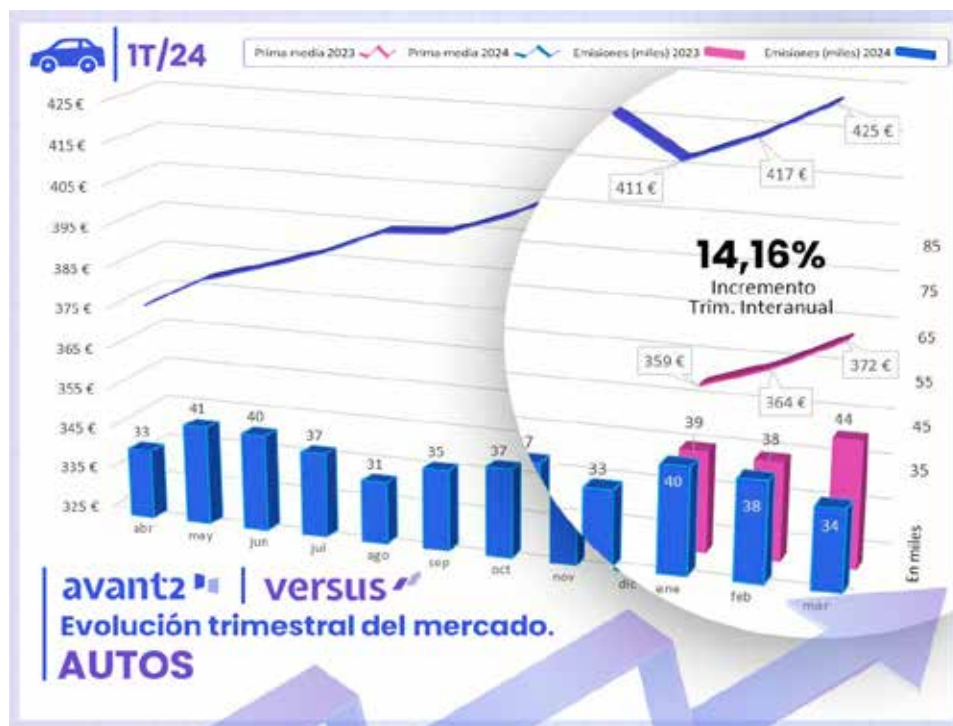
Por detrás, se sitúa Caución, con un 17,83%; Pérdidas pecuniarias, con un 10,52%; Incendios, con un 10,20%; Automóviles, con el 9,4%; Mutirriesgos, con el 8,22%; Asistencia, con el 7,79%; Salud, con el 7,16%; restos No Vida, con el 6,03%; Decesos, con el 5,09%; Responsabilidad Civil, con el 5,05%; Crédito, con el 4,64%; y Defensa Jurídica, con el 1,56%. En decrecimiento se encuentra Accidentes, con una bajada del 2,39%, y Transportes, que disminuye 6,54%.





Caen las emisiones en Auto y Hogar

Durante el primer trimestre de 2024, se ha observado una disminución en la emisión de Autos y Hogar en marzo, un mes que normalmente no muestra este comportamiento, siendo abril donde tradicionalmente se presenta una caída. Por otro lado, las primas medias, continúan aumentando en Autos, Hogar y Motos, con incrementos de entre el 12% y el 14% respecto al primer trimestre de 2023, según datos del multitarificador [Avant2 Sales Manager](#).



En el ramo de Autos, el primer trimestre ha registrado más de 111.000 emisiones, superando las 107.000 contrataciones del último trimestre de 2023, pero mostrando una disminución del 7,8% en comparación interanual.

En cuanto a la prima media, después de una pequeña caída en enero de 2024, la tendencia al alza continúa, alcanzando una prima media de 425 euros en marzo. A nivel interanual, la prima ha experimentado un aumento del 14,16%, similar a la subida de los últimos 12 meses.

El seguro de Hogar cierra el trimestre con más de 22.000 emisiones, un número superior a las 19.000 del cuarto trimestre de 2023. Sin embargo, marzo resultó ser inusual, lo que llevó a un modesto aumento interanual del 0,48% para el trimestre en su totalidad. En cuanto a la evolución de la prima media, Hogar presenta un incremento del 12,02% a nivel interanual, con una tendencia similar a la de Autos, una leve disminución en enero de 2024 para luego continuar aumentando en los meses posteriores, finalizando con una prima media de 257 euros en marzo de 2024.

Por último, el seguro de motos muestra un importante incremento del 8,43% a nivel interanual en sus emisiones, con un volumen de más de 12.000 emisiones en el primer trimestre. Respecto a su prima media, sufrió una leve disminución en febrero para luego aumentar el mes siguiente, finalizando el trimestre con una prima media de 210 euros, que arroja un incremento interanual del 12,86%.

En otro orden de cosas, en la 5ª Jornada [Codeoscopic](#) de tecnología, la compañía presentó la evolución de las diferentes soluciones para el sector asegurador que ha desarrollado en los últimos 12 meses.

Durante la jornada se otorgaron los Premios Codeoscopic, que recayeron sobre Generali (a la más perfeccionista), Occident (a la más analítica), Pelayo (a la más eficiente) y Allianz (a la más activa).

Por último, señalar que [Hello_Auto](#) ha incorporado a Avant2 Sales Manager su seguro 'Hello Auto Smart', cien por cien digital.



Los ingresos de Sanitas aumentan un 12%

En 2023, **Sanitas** facturó 2.637 millones de euros, un 12% más que el ejercicio anterior y realizó una subida del 7% de las primas. El beneficio operativo antes de impuestos y financieros alcanzó 210 millones de euros, un 2% más que en 2022. Por otra parte, la entidad ha dado a conocer su entrada en el sector de la educación con Sanitas Campus FP para ofrecer formación profesional en dos titulaciones en 2023. Sus previsiones son, a medio plazo, hacerse universidad y formar todos los años entre 8.000 y 10.000 profesionales en total.

Las buenas cifras de 2023 se explican, en parte, por el buen comportamiento del negocio asegurador, que ha experimentado un crecimiento orgánico récord en número de nuevos clientes, más de 748.000, gracias a los distintos canales de venta y a acuerdos de distribución con los que cuenta la compañía. Este dato incluye los 137.000 clientes (que supone 110 millones de euros de facturación) del acuerdo de reaseguro de prestación de servicios firmado con Generali, así como la cartera de 37.000 nuevos clientes tras la adquisición del negocio de salud de Asefa. Sanitas Seguros aumentó el volumen de facturación hasta 1.883 millones de euros (+12,4%) y cuenta con 2,7 millones de clientes a cierre de 2023, lo que supone un crecimiento del 11,3%.



Sonia Latorre, nueva directora general de Meridiano Seguros

Sonia Latorre asume el cargo de directora general de **Meridiano Seguros**, tras un plan de sucesión por la jubilación de Ángel Palomares.

Actuaria de formación con más de 20 años de experiencia en el sector asegurador, cuenta con una sólida experiencia nacional e internacional en compañías como AXA, Generali, Accenture, BNP Paribas Cardif y Admiral Group. Es miembro del Instituto de Actuarios Españoles y certificada Cera, presidenta del Comité Cera y Board Member en Cera Global Association (CGA). Actualmente forma parte de la junta de gobierno del Instituto de Actuarios Españoles (IAE).

Completa la nueva reestructuración directiva de Meridiano Seguros, Federico del Castillo, que asume el cargo de director comercial de la compañía.



Los ciberriesgos, principal preocupación del 29% de los empresarios

Los empresarios españoles perciben la amenaza cibernética como uno de los riesgos más significativos a los que se enfrentan, con un 29% citándolo como su principal preocupación para 2024, según se desprende del último informe Risk & Resilience publicado por Beazley.

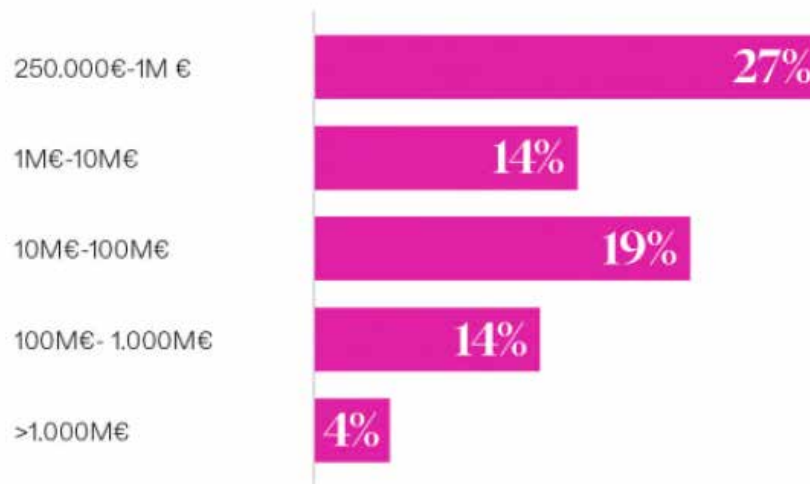
El 16% de las empresas en España no se sienten preparadas para hacer frente a los riesgos cibernéticos. Esta cifra se eleva al 27% entre las pequeñas empresas. Como resultado de ello, casi una cuarta parte (23%) de los directivos tiene previsto invertir en la mejora de la ciberseguridad.

El 17% de las empresas afirma no estar preparada para afrontar el riesgo de obsolescencia tecnológica. Esta cifra aumenta significativamente hasta el 23% entre las pequeñas empresas.

Mientras el panorama de riesgos sigue evolucionando, los datos muestran que el

Las pymes se sienten más vulnerables ante la ciberdelincuencia en España

Porcentaje de ejecutivos españoles que se sienten no preparados para combatir las ciber amenazas. (Datos de 2024 por facturación)



30% de las empresas españolas tiene previsto explorar opciones de seguros que incluyan la gestión de riesgos y crisis este año, lo que demuestra el importante papel que desempeña el sector asegurador a la hora de ayudar a las empresas a mitigar los nuevos riesgos.

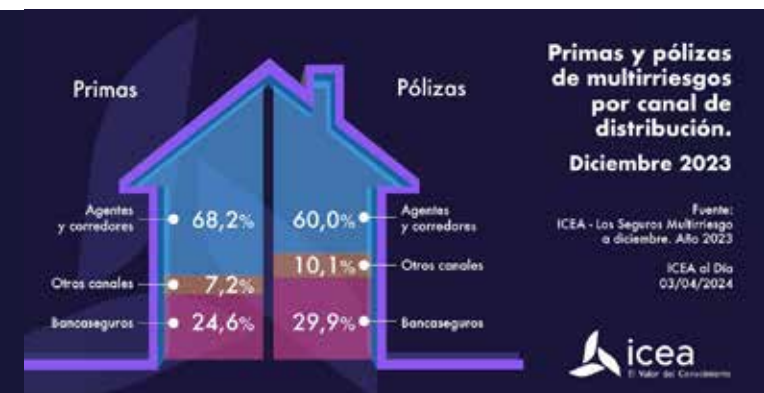
Los datos también ponen de relieve los retos que plantean las nuevas normativas medioambientales, sociales y de gobernanza ("ESG", por sus siglas en inglés), ya

que entre el 22% de los directivos españoles consideran el ESG el principal riesgo al que se enfrentan. Esto demuestra que seguir el ritmo de las nuevas normativas ESG manteniendo la eficiencia se considera un reto particular para las empresas españolas.

Por otro lado, las reacciones de los tribunales ante la reciente oleada de litigios relacionados con la privacidad y el uso de la inteligencia artificial (IA) generativa; los cambios normativos y las novedosas tácticas de los ciberdelincuentes centrarán las miradas este 2024, según el último Cyber Services Snapshot, que Beazley.

Los incidentes por instrucciones fraudulentas descendieron un 15% en el año, un poco más de lo previsto a finales del tercer trimestre.

Por el contrario, el fraude del CEO (Business email compromise - BEC, en inglés) aumentó un 18% interanual en todos los sectores y ha vuelto a niveles observados en 2020 y 2021.



Seis de cada diez pólizas de Multirriesgos se distribuyen a través de mediadores

El 68,2% de las primas y el 60% de las pólizas de Multirriesgos, a diciembre de 2023, se distribuyeron a través de agentes y corredores, según informa **Icea**.

Dentro de los seguros de No Vida, Multirriesgo ocupa una vez más el cuarto lugar, en esta ocasión con una cuota del 21,3%, siendo agentes y corredores el principal canal de distribución, con más de las dos terceras partes sobre el total emitido.

Asase celebra su primera Asamblea General

La Asociación de Agencias de Suscripción Española (**Asase**) ha celebrado su primera Asamblea General en donde se discutieron decisiones clave para el futuro de la asociación.



El presidente de Asase, Dario Spata, habló del cambio de imagen de la asociación y la incorporación de nuevos miembros, proporcionando un marco organizativo más sólido. En su discurso inaugural, resaltó la importancia de fortalecer la posición de

Asase y garantizar su crecimiento continuo mediante medidas concretas y la participación activa de todos los socios.

Una de las decisiones más relevantes tomadas durante la asamblea fue la aprobación unánime de la admisión de Lionsgate. Con esta nueva incorporación, suman ya 22 agencias de suscripción.

Además, se dio un repaso a la situación económica actual por parte de Álvaro Satrustegui, secretario de la organización, llegando a acuerdos que garantizan una financiación adecuada para las actividades de la asociación, así como la inclusión de una nueva categoría de *partner* llamada 'Brokers Amigos', que promoverá la colaboración y el intercambio de conocimientos entre los miembros de Asase.

La asamblea también incluyó un repaso del marco legislativo de las agencias de suscripción, por parte de Andrés Martínez, así como un resumen de las acciones llevadas a cabo.



El negocio de los corredores creció un 4% en 2023

El último informe IEV (Índice de Evolución de Ventas) de Prisma (plataforma tecnológica [ebroker](#), revela un incremento en el negocio del canal de corredores del 3,97% en 2023 con respecto a 2022, además de aumentar su nueva producción en un 7,02%.

Centrándonos en el estudio propio del Índice de Evolución de Ventas para el cuarto trimestre de 2023, se observa un ascenso del 9,15% para ese periodo frente al mismo del año anterior, destacando los meses de octubre y noviembre con un incremento en volumen de primas del 10,03% y 13,39%, respectivamente. Diciembre marcó un ascenso más discreto, alcanzando un 3,43% más que en el mismo mes de 2022.

En lo que respecta al desglose por ramos, destaca el importante ascenso que ha experimentado el ramo de Motocicletas, un



10,19% en el cómputo anual y un 20,91% en el cuarto trimestre del año, en especial en el mes de octubre (28,14%). Los ramos de Automóviles y Hogar crecieron de forma similar en el cuarto trimestre, con un 8,69% y 9,04% respectivamente, mientras que Comercios lo hizo en un 3,96%.

Este estudio se basa en una muestra de más de 660 millones euros en primas netas suscritas a través del canal de corredores.

Por otro lado, en el Asegurómetro del primer trimestre de 2024 de Prisma se indica que, durante el primer trimestre del año en el canal corredores la prima de nueva producción del seguro de Autos se ha incrementado un 10,6% con respecto al mismo periodo del año pasado, pasando de 367 euros a 406 euros. La prima media de cartera también se ha incrementado un 6,2% alcanzando los 410 euros frente a los 386 euros del mismo periodo en el año anterior. Si analizamos el precio medio total del trimestre (410 euros), el resultado muestra un incremento del 7,6% en las primas (nueva producción y cartera).

En el ramo de Motocicletas, la prima de renovación de cartera es la que más crece, un 9,7% (17 euros), pasando de los 176 euros en el primer trimestre de 2023 a 193 euros en el mismo periodo del año actual. El precio de la póliza de nueva producción se incrementó un 8,1% (15 euros), pasando de 185 euros a 200 euros.

El ramo de Multirriesgo Hogar sufrió una variación de la prima similar a la de Motocicletas, con un aumento del 8,6% en nueva producción y un 7,0% en cartera, alcanzando los 265 euros y 289 euros, respectivamente.

Comercios registró una variación media (nueva producción y renovación de cartera) del 2,8% positivo, que deja el precio medio en el primer trimestre del año en 487 euros, 13 euros más que en el mismo periodo del 2023.

Manuel Rey y Raúl Rodríguez refuerzan el Área Corporativa de Operaciones de Solucion

Solucion ha anunciado dos nombramientos realizados en su Área Corporativa de Operaciones: Manuel Rey, hasta la fecha director corporativo de Business Intelligence y Organización, es nombrado Chief Operating Officer (COO); y Raúl Rodríguez, hasta el momento director comercial y de Marketing de Solucion Colombia, será director corporativo de Operaciones de Solucion.



Rey es licenciado en Económicas por la Universidad Carlos III de Madrid e inició su carrera profesional en el mundo del seguro como suscriptor de riesgos en Euler Hermes (actualmente Allianz Trade) en el año 2000 y, en 2006, se incorporó al equipo de riesgos de Mapfre Caución y Crédito. En 2013 fue nombrado Jefe de la Oficina del CEO de Solucion, para ocupar, dos años después, el puesto de Jefe del Departamento de Información en España. En 2020 asumió su responsabilidad como director Corporativo de Business Intelligence y Organización.

Rodríguez posee una amplia experiencia en el ramo del seguro de Crédito, en el que comenzó a trabajar en el año 1991 en Mapfre Caución y Crédito, pasando por distintas áreas y responsabilidades. En 2013 fue nombrado jefe de Suscripción Comercial de Solucion España, puesto que ocupó hasta 2022, cuando se trasladó a Solucion Colombia para desempeñar la posición de director comercial y de Marketing de la entidad local.

garantía global



Garantía Global se adhiere a la Insurtech Community Hub

Garantía Global se ha unido a la **Insurtech Community Hub**, una asociación sin fines de lucro dedicada a promover y catalizar la transformación digital en el sector asegurador.

La asociación entre Garantía Global y la Insurtech Community Hub refleja el compromiso compartido de ambas organizaciones con tres objetivos principales: Atraer talento e ideas innovadoras, fomentando un entorno que estimule la creatividad y el espíritu emprendedor en el ámbito del seguro; Conectar el ecosistema, facilitando la interacción y colaboración entre diversos actores del sector para promover sinergias y oportunidades de crecimiento conjunto; e impulsar el conocimiento compartido, promoviendo el intercambio de experiencias, mejores prácticas y aprendizajes entre los miembros de la comunidad.



Caser aumentó sus ingresos un 20,5% en 2023

Durante 2023, **Caser** ha impulsado las sinergias entre seguros y servicios, alcanzando unos ingresos totales, incluyendo las aportaciones a planes de pensiones e ingresos financieros, de 2.179 millones de euros (un 20,5% superior a la de 2022).

Adicionalmente, como consecuencia del buen año de los mercados financieros y del mantenimiento de los tipos de interés, los ingresos financieros han crecido un 30% hasta los 135 millones de euros.

En 2023 el resultado antes de impuestos (sin los extraordinarios como los procedentes de la venta de Sa Nostra el año previo) se ha incrementado en un 14% hasta los 96 millones de euros, según la normativa internacional IFRS. La contribución al resultado de los negocios de Servicios supera los 24 millones de euros y significa ya el 25% del total.

En lo que respecta a la actividad aseguradora, Caser ha facturado 1.611 millones de euros, un 14% más que durante el ejercicio anterior. De estas cifras, 1.288 millones provienen de seguros de No Vida, los



cuales durante 2023 han crecido un 7,4%.

Todas las líneas han experimentado una evolución positiva (Salud, +8,5%; Autos +9%; Empresas, +8%; Particulares Multi-riesgo +3%; Particulares Personales +11% y Agrarios 12%).

El incremento por primas de Vida, del 51%, ha sido muy significativo y alcanzó los 323 millones de euros por el buen desempeño en Vida Ahorro. Es importante mencionar que el patrimonio gestionado ha incrementado en 18 puntos, hasta los 1.193 millones de euros, gracias al impulso que ha recibido el desarrollo de la oferta de pla-

nes de pensiones, con especial foco en los de empleo, así como de la red especializada de agentes financieros. Caser Pensiones fue la quinta gestora por volumen de aportaciones en 2023.

En otro orden de cosas, la aseguradora y el **Colegio de Farmacéuticos de Ceuta** han firmado un acuerdo de colaboración para la promoción del Plan de Pensiones de Empleo Simplificado para Autónomos, 'Caser Evolución Autónomos, PPES', el cual estará a disposición de cualquier autónomo, independientemente de su sector de actividad y ubicación geográfica.



Nace Insurea, laboratorio de innovación tecnológica de seguros

Insurea emerge en el mercado como una evolución natural de Bibe Servicios. Se trata de un laboratorio de innovación tecnológica enfocado en el desarrollo de nuevas soluciones digitales para impulsar el negocio de aseguradoras, corredurías, agentes y otras compañías que buscan operar en el sector asegurador.

Hasta el momento, los productos desarrollados por Insurea han permitido a sus clientes emitir más de un millón de pólizas. Además, gracias a su escalabilidad y adaptabilidad, han ayudado a sus *partners* a alcanzar penetraciones de venta superiores al 70% en el canal *retail* y otros sectores, superando las 30.000 pólizas mensuales.

En la actualidad, grandes compañías como Nautalia, Caser Helvetia o Grupo MasMovil confían en Insurea para impulsar su negocio mediante la implementación y puesta en marcha de soluciones de software a medida como multitarificadores, integraciones *ad hoc*, *lead booster*, *wallets*, seguros embebidos y contextualizados o CRM's, entre otros.

La insurtech Swipet permite contratar online el seguro de mascotas

La plataforma **Swipet** ha completado su proceso de desarrollo para contratar el seguro de mascotas online y en pocos clics. Se trata de un software que combina la mejor tecnología para la elaboración de estadísticas y prevención de riesgos, con la facilidad y rapidez de una plataforma que permite contratar el seguro de mascotas en pocos minutos.

Este software permite contratar seguros veterinarios para perros y gatos con Responsabilidad Civil opcional en caso de que el cliente ya disponga de ella, en cualquier dispositivo y desde cualquier lugar.

Seguros flexibles y económicos que proporcionan la seguridad que todo dueño busca para sus mascotas.

La principal diferencia con respecto a otras plataformas de contratación



online, es que Swipet analiza las necesidades de cada mascota y de sus dueños, para ofrecer el seguro para perro o gato más conveniente en cada caso, y al mejor precio.



Onlygal ha realizado dos nombramientos, incorporado por un lado a Íñigo Mata como delegado territorial de Zona Centro. Y por otro, a Roger Martínez como nuevo director de Tecnologías de la Información y Organización.

Nuevos nombramientos en Onlygal

Mata reforzará la estructura de la delegación de Madrid de Onlygal, en el marco del compromiso y la propuesta de valor de la compañía con el canal mediador.

Graduado en Negocio Internacional y Económicas por la Universidad de Alcalá y con amplia formación en programas de desarrollo directivo y mediación, Ha desarrollado su trayectoria profesional en la correduría Alkora como director de cuentas.

Por su parte, Martínez es ingeniero informático por la Universidad Politécnica de Cataluña, y aporta una sólida trayectoria profesional ligada al sector asegurador y grandes conocimientos tecnológicos.

El primer trimestre cierra con 49 altas de corredores

Según el informe que ha realizado el portal especializado en gestión y tramitación de altas de corredores y corredurías, [quierosercorredoreses.es](https://www.quierosercorredoreses.es), en el



primer trimestre de 2024 se han registrado un total de 49 nuevas altas en la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), de las que el 81% (40) han sido corredurías, frente al 19% (9) que han sido corredores/as individuales.

Esto supone un aumento del 15% respecto al mismo periodo de 2023 en el que hubo un total de 43 nuevas altas totales con clave nacional.

Según destacan desde el portal, el mayor aumento entre ambos periodos se acumula en el número de nuevas corredurías (sociedades), ya que en el primer trimestre de 2023 hubo un total de 30 nuevas altas de corredurías en la DGSFP frente a las 40 que ha habido en el mismo periodo de este año, lo que supone un aumento del 30% en esta figura. Finalmente, desde [quierosercorredoreses.es](https://www.quierosercorredoreses.es) se pronostica que “2024 va a ser un año que va a registrar un aumento de altas de nuevos corredores y corredurías respecto a 2023”.

Además, tal y como indican, “este portal ha asesorado nuevamente a 1 de cada 2 nuevas altas de corredores y corredurías con clave nacional que han llegado a la profesión durante el primer trimestre de 2024.

La mediación presenta alegaciones al anteproyecto de Ley sobre RC y seguro de circulación

El **Consejo General** ha presentado tres alegaciones al anteproyecto de Ley que modifica el texto refundido de la Ley sobre responsabilidad civil y seguro en la circulación de vehículos a motor.

Como corporación de derecho público, el Consejo General ha remitido a la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) una serie de aspectos que la norma debería contemplar. Las propuestas de los mediadores se centran en el tratamiento general de datos personales al suscribir una póliza y, más específicamente, en los de salud en caso de siniestro. Las alegaciones presentadas son las siguientes:

1. Con respecto al tratamiento de datos personales en el seguro de circulación: el artículo 145.1 propuesto indica que: “Las entidades aseguradoras podrán solicitar de los interesados que hubieran solicitado la contratación con aquéllas del contrato de se-



guro regulado en la presente ley cuanta información resulte necesaria, idónea y proporcional para poder determinar y cuantificar el riesgo asegurado...”.

En opinión de los Colegios de Mediadores “debe concretarse y delimitar la información necesaria, idónea y proporcional que las aseguradoras puedan solicitar a los interesados para la determinación y cuantificación del riesgo asegurado, así como la normativa a aplicar o detalle de sanción en caso de que se produzca extralimitación en la misma”. El artículo 145.4 indica que: “En caso de que llegue finalmente a celebrarse el contrato, las entidades aseguradoras podrán seguir tratando como responsables del tratamiento los datos mencionados en los apartados 1 y 2 anteriores, así como de los que se originen como consecuencia de la ejecución del contrato y sean necesarios idóneos y

proporcionales para las finalidades relacionadas con su mantenimiento, desarrollo y revisión, así como para la tarificación del riesgo y la determinación de las primas. Igualmente podrán tratar los datos para otras finalidades legítimas siempre que cuenten con una base jurídica adecuada para ello, los interesados hayan sido debidamente informados de dichas finalidades y, cuando sea exigible, se haya recabado su consentimiento de conformidad con lo previsto en la normativa de protección de datos personales”.

El Consejo General alega que “se entiende que los dos supuestos que se mencionan en este artículo son de naturaleza diferente. En todo caso, en el primero de ellos, en el que está claramente identificado que se trata de los asegurados se debería recoger un plazo temporal, por ejemplo, 4 años después de finalizado el contrato inicial, no las renovaciones; o aplicar el plazo de la Disposición adicional decimotercera del RD Ley 3/2020”. En el segundo supuesto especificado en el artículo 145.4, “se puede dar cabida a situaciones que nada tienen que ver con el objeto de desarrollo de esta norma, por lo que puede constituir un perjuicio a los consumidores receptores de la misma; por ello se debería hacer hincapié en que se traten solamente datos de los asegurados, no de terceros, beneficiarios, perjudicados, etc.”.



2. Con respecto al tratamiento de datos de salud en caso de siniestro: el artículo 147.1 indica: “Las entidades aseguradoras podrán proceder como responsables al tratamiento de los datos relativos a la salud de los perjudicados que hubieran sufrido daños personales con ocasión de un siniestro con la finalidad de dar cumplimiento a la obligación legal de indemnización establecida en esta ley...”.

El Consejo General de Mediadores entiende que “se deben acotar los datos relativos a la salud de los perjudicados que hubieran sufrido daños personales con ocasión de un siniestro a sólo los datos de salud relacionados con el accidente, ya que, de otro modo, el asegurador, basándose en la redacción de esta norma, puede hacer uso de datos de salud que nada tienen que ver con el siniestro para otros fines como puede ser la tarificación. Asimismo, debe incluirse la imposibilidad de que la información recogida sobre salud en un accidente de circulación pueda ser utilizada para otros fines comerciales de otros ramos de aseguramiento.

De igual forma, esta norma debe especificar cómo las entidades aseguradoras deben acreditar y ante quién, su legitimidad para el acceso a los datos de salud”.

El artículo 147.3 indica “... A estos efectos, las entidades aseguradoras podrán poner a disposición de los abogados que represen-

ten a los lesionados en accidentes de tráfico, plataformas seguras de intercambio de información que garantizarán en todo momento, la trazabilidad de las reclamaciones y el cumplimiento de la normativa en materia de protección de datos personales.

Para el Consejo General de Mediadores, “el acceso a las plataformas seguras de intercambio de información no debe de ser de forma exclusiva para los abogados que representen a los lesionados en accidentes de tráfico, sino también para otras figuras como son el procurador, el mediador de la póliza de la víctima, el abogado de la víctima, etc. y que dicho acceso debiera ser gratuito en todos los casos”.

3. Con respecto a las disposiciones comunes a los sistemas comunes de información: el artículo 150.3 indica que: “Las asociaciones representativas de las entidades aseguradoras podrán, directamente o con la colaboración de los encargados del tratamiento que aquéllas hubieran designado, tratar los datos contenidos en los sistemas comunes de información para la realización de estudios técnicos y actuariales y la elaboración de estadísticas del sector asegurador...”.

La opinión de los representantes de la mediación es que “el Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros, como corporación de derecho público y sobre la base de su naturaleza jurídica debe ser incluida

en este artículo para poder tratar con arreglo a la normativa vigente los datos contenidos en los sistemas comunes de información”. En otro orden de cosas, el Consejo General ha abierto el plazo de inscripción para participar en el Congreso Nacional de Mediadores, bajo el eslogan ‘¿Evolución o revolución?’, que se celebrará los días 23 y 24 de septiembre, en Gijón.

Las inscripciones deben realizarse a través de la página web del Congreso: <https://congresomediadores.es>. Hasta el 30 de junio, todos los participantes obtendrán un descuento en el precio de inscripción.

Más de una veintena de ponentes analizarán, entre otros temas, los pros y contras de vender el negocio a un fondo de inversión, fusionarlo con otro mayor o dejar a una nueva generación al frente; las opciones que se pueden habilitar para cubrir los riesgos de muchas actividades que tienen dificultades para contratar una póliza; las perspectivas económicas reales de España a corto y medio plazo; cómo prevenir un ciberataque y la reacción mejor para minimizar daños o las posibles aplicaciones prácticas de la Inteligencia Artificial.

También habrá espacio para hablar del futuro de la retribución variable, entender los gestos para evitar intentos de fraude o escuchar el punto de vista del negocio que tiene una nueva generación de mediadores.

Asefa, Hiscox, Reale, Surne y Zurich reciben el Premio Estrella de Oro de Adecose

Adecose ha hecho entrega de la IX Edición de los Premios Estrella Adecose 2023 a los máximos representantes de las compañías aseguradoras mejor valoradas en el Barómetro Adecose 2023: 'Estudio sobre la calidad de servicio de las compañías aseguradoras', entre las que figuran como más destacadas Asefa, Hiscox, Reale, Surne y Zurich.

Estos galardones reconocen a las compañías de seguros que obtienen las mejores calificaciones en el Barómetro, en cuanto a la satisfacción global del servicio y por distintos ramos de actividad, como reconocimiento a su compromiso con la calidad y excelencia. La asociación hace entrega de tres categorías:

Los Premios Estrella Bronce, que reconocen a la aseguradora mejor valorada en cada uno de los ramos fueron para: Allianz (en Flotas), Arag (en Defensa Jurídica y Asistencia Viajes), Aserta (en Caucción), Asefa (en Ramos Técnicos), Cigna HealthCare (en Salud Colectivo), DKV (en Salud Individual), Fiatc (en Decesos), Hiscox (en Responsabilidad Civil, D&O y Ciberriesgo), Liberty Specialty Markets (en Transportes), OnLygal (en Pérdidas Pecuniarias), Reale Seguros (en Autos, Daños/Patrimoniales (Particulares) y Daños/Particulares (Empresa), Solunion (en Riesgo Político y Seguro de Crédito), Surne Seguros y Pensiones (en Vida Riesgo Individual, Vida Riesgo Colectivo, Vida Ahorro / Pensiones Individual, Vida Ahorro / Pensiones Colectivo, Accidentes Individual y Accidentes Colectivo),

Los Premios Estrella Plata, otorgados a las compañías que obtienen una nota superior al 7 en cuanto a Satisfacción Global fueron para: Arag, Cigna HealthCare, Ergo Seguros de Viaje, Iris Global Seguros, Liberty Specialty Markets, Markel, Solunion,

Los Premios Estrella Oro, concedidos a las entidades que en su valoración en Satisfacción Global superan el notable, y que están comprometidas con las iniciativas sectoriales lideradas por Adecose (Guía de Siniestros, Cartas de Condiciones y Proyecto Eiac/Cima), fueron para: Asefa, Hiscox, Reale Seguros, Surne Seguros y Pensiones y Zurich Seguros.

Por otro lado, los representantes de las corredurías asociadas han aprobado la Cuenta General de Ingresos y Gastos de la Asociación del ejercicio; el presupuesto de la asociación del ejercicio 2024; así como la modificación parcial de estatutos de la asociación. También se presentó la Memoria Anual 2023 y el Informe de Gestión, entre otros puntos del orden del día.

En otro orden de cosas, Adecose, en su reunión mensual de marzo, aprobó la incorporación como nuevo socio de **Segurlike**, con lo que la asociación suma 167 corredurías. En la reunión, también se abordaron las novedades de las diferentes iniciativas que la asociación está llevando a cabo, entre las que cabe destacar, la valoración del Proyecto de Ley servicios de atención a la clientela o el Proyecto de Ley de la Autoridad Administrativa Independiente de defensa del cliente financiero. En cuanto al área internacional, se abordó la tramitación de las normativas comunitarias





con especial hincapié en la Estrategia Europea de Inversión Minorista (RIS) o el Reglamento relativo a un marco para el acceso a los datos financieros (FIDA).

Por su parte, la **Fundación Adecose** ha participado en la segunda edición del **Club Financiero y Asegurador** con la participación de Mónica Ribé, miembro de la Junta Directiva de Adecose y CEO de la correduría de seguros y reaseguros **Ribé Salat**. Esta actividad se engloba dentro del proyecto 'Inspirando a las mujeres del futuro', desarrollada en colaboración con Inspiring Girls.

En esta jornada, Ribé compartió con las universitarias la labor de las corredurías de seguros y cómo la vida, no estando en sus planes iniciales, le hizo aterrizar en este sector que hoy en día se ha convertido en su pasión. Gracias a su gran experiencia y formación, logró trasladar a las asistentes cómo el seguro juega un papel fundamental en nuestras vidas y cómo nos protege ante el riesgo. Asimismo, animó a las jóvenes asistentes a valorar la posibilidad de desarrollar su carrera profesional dentro del sector asegurador, destacando su empleabilidad, estabilidad y capacidad de promoción y formación, haciendo especial hincapié en la peculiaridad sectorial de que casi cualquier profesión tiene cabida.

Por otro lado, la fundación ha llevado a cabo un evento especial para los grupos de Madrid y Barcelona del Programa de Desarrollo Directivo (PDD), con el objetivo de facilitar a los estudiantes a incrementar sus redes profesionales y el intercambio de ideas sobre la perspectiva sectorial en la actualidad.

Por último, señalar que ya está abierto el plazo para proponer candidaturas a la XVI Edición del Premio Solidario. Podrán participar en este proceso –hasta el próximo 24 de mayo– las corredurías asociadas, así como las organizaciones, empresas e instituciones del sector asegurador.

II-Broker presenta su **plan estratégico 2024-2026**

II-Broker ha celebrado la primera reunión 2024 de su Comité Territorial en el que participan todos los directores de la red de oficinas propias de la correduría. En el encuentro, que se desarrolló bajo el lema 'El futuro es lo que vamos a hacer', se presentó el plan estratégico 2024-2026 de la correduría.

José Sanchez Ortega, presidente ejecutivo de II-Broker, puso en valor el importante crecimiento que la correduría registró en 2023 que es la base sobre la que se cimienta este nuevo plan trienal que debe llevarlos a posicionarse entre las principales empresas del sector por volumen de negocio y por implantación territorial. Además, se presentaron las novedades en tecnologías aplicadas a procesos y ventas, así como los acuerdos comerciales más importantes que II-Broker ha suscrito con las principales aseguradoras para ofrecer a los clientes productos de calidad desde el compromiso de excelencia en servicio y atención.



Intermundial usa WhatsApp para optimizar la asistencia en viajes

Intermundial, de la mano de **Servisegur** (ambas compañías del **Grupo Atlantigo**), agrega el canal de WhatsApp como herramienta de comunicación durante el viaje a disposición de las agencias de viajes y corredores de seguros.

El objetivo es proveer de servicios relacionados con el viaje y los seguros, dando respuesta especializada en atención, asistencia, tramitación y gestión ante cualquier situación.

La instantaneidad que proporciona WhatsApp proporciona un plus valioso

y aportará una alternativa muy útil en situaciones que requieren una respuesta inmediata y en las que la comunicación por otros medios resulta complicada.

En concreto, vía WhatsApp se ofrecerá en los servicios Serviassist -el equipo experto en proporcionar asistencia médica 24 h durante el viaje- y Servihelp+ -de asesoramiento y servicio también 24h para resolver dudas o incidentes-, ambos servicios prestados por Servisegur.

Este nuevo servicio facilita: la geolocalización (permite compartir la ubicación en tiempo real); mensajes de texto/audio para dar información detallada sobre su situación y evitar costosas llamadas telefónicas internacionales o en zonas con poca cobertura; y envío de imágenes, como informes médicos o fotografía de una maleta dañada.

Aunna Asociación celebró a finales de abril su Espacio & Asamblea Aunna 2024 bajo el claim 'El futuro está en nuestras manos'. Allí se ahondó en una visión muy pragmática sobre la Inteligencia Artificial (IA) y todas las herramientas que está trayendo consigo para agilizar el día a día de los corredores.

Aunna ahonda en la IA

Como novedad, este año se desarrollaron dos sesiones de talleres de la mano de expertos de compañías sobre diferentes temas de actualidad que preocupan a la mediación como salud, productos para mayores de 55 años, decesos, claves para la gestión del cambio en las corredurías o el futuro de la mediación, entre otros.

Además, trataron las novedades que se están implementando en Cima de la mano de su presidenta, Rosa de Oña, y su vicepresidente, Santiago Macho, y Asunción Blasco de Tirea. Asimismo, se abordaron casos de éxito y novedades que la asociación está desarrollando para sus socios.

También tuvo lugar la XXXI Asamblea General en la que se votó el cierre de ejercicio de 2023, los presupuesto para 2024 y algunas ampliaciones del Reglamento de Régimen Interno de Aunna.





Howden Iberia da a conocer su estrategia para **duplicar ingresos**

Howden Iberia se propone llegar a los 200 millones de euros de ingresos en los próximos cuatro años. Salvador Marín, consejero delegado de la compañía, ha explicado la estrategia para lograrlo durante su convención anual, bajo el lema ‘Construyendo el presente desde el futuro’.



Salvador Marín ha compartido el plan estratégico denominado ‘Plan Darwin’, que permitirá a Howden Iberia “dar el siguiente paso” y llegar, en los próximos cuatro años, a los 200 millones de ingresos. Un plan que se sustenta fundamentalmente en el pilar “de la cultura Howden”, en palabras de su CEO. “Trabajaremos en una fuerte transformación tecnológica, seguiremos reforzando nuestra doble vía de actuación basada en territorios y especialidades y lo haremos siempre teniendo en mente al cliente y la buena gestión con el mercado. Todo ello irá acompañado de un impulso en el posicionamiento de nuestra marca y, por último, pero lo más importante, lo haremos cuidando del bienestar de las personas que trabajamos en la organización”, ha resumido Marín. Por otro lado, Howden Iberia ha incorporado a María Ruiz de Salazar como directora de Sector Público de la Territorial Centro, posición desde la que se encargará de potenciar el crecimiento del bróker de seguros en un área estratégica para la compañía.

En otro orden de cosas, la correduría ha recomendado al sector turístico adoptar la Inteligencia Artificial (IA) de forma escalada para tener éxito y afrontar mejor los desafíos que implica. Así lo han explicado Asís Fominaya, director de Ocio y Turismo de Howden Iberia, y Adrián Feliú, consultor senior de ciberriesgos del bróker de seguros, durante su participación en la mesa redonda ‘Ventajas y riesgos de la IA en el sector turístico’ de la jornada Turismo Ibiza 2024, organizada por la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD).

Entre las acciones concretas que permite la IA, se ha destacado la aplicación de sistemas de recomendación, el procesamiento del lenguaje natural o la personalización de servicios, que permiten ofrecer a los huéspedes de los hoteles “una experiencia única”. Y desde el punto de vista de las empresas, se ha apuntado la optimización de la gestión operativa y de costes “a través de estrategias como el mantenimiento predictivo y la gestión energética inteligente”.

Grupo Concentra incorpora a la portuguesa Portinsurance Consultores

Grupo Concentra ha completado la integración de la compañía Portinsurance Consultores en Portugal. Esta incorporación fortalece su posición en el top 10 de mayores grupos de mediación en el mercado portugués.

A partir de ahora, la actuación de Grupo Concentra en Portugal se desarrollará bajo una estrategia, equipo y marca independiente, bien diferenciadas, como son Portinsurance (agentes exclusivos), Melior (corporate business) y Median (International business).

En otro orden de cosas, el Grupo Concentra ha celebrado su segunda convención bajo el lema 'Concentrated in growth'. En ella, se informó a todos los empleados sobre los resultados del ejercicio, así como los proyectos que están por venir y los objetivos ya definidos para continuar con el plan estratégico de la compañía. Además, se aprovechó la ocasión para celebrar un pequeño concurso 'Concentra Quiz' donde los empleados pudieron demostrar todos los conocimientos sobre el Grupo y las diferentes compañías que lo integran y realizar entrega de la II Edición Premios Grupo Concentra que contó con siete categorías: Carrera profesional, Compromiso, Revelación, Equipo, Innovación, Liderazgo y Ventas.

Javier López-Linares, presidente de Grupo Concentra, destacó que "nuestro compromiso con el crecimiento no se limita a los números, sino que abarca el desarrollo integral de nuestra organización. Estamos enfocados en cultivar un ambiente que fomente la innovación, el aprendizaje continuo y el desarrollo personal y profesional de cada miembro del equipo". Por su parte, José Luis Ocón, CEO de Grupo Concentra, expuso la importancia de hacer equipo, sumar talento y lograr los objetivos, uniendo fuerzas por el bien común.

Emilio de Navasqués, CFO de Grupo Concentra, expuso los resultados del Grupo que ya alcanza los 34 millones de euros de ingresos, siguiendo así la línea marcada en el plan estratégico de la entidad.



Andrea García refuerza el departamento de Administración de Unipóliza

Unipóliza ha anunciado la incorporación de Andrea García a su equipo de Administración.

García desempeñará funciones clave relacionadas con la administración y operaciones de la correduría. Su experiencia en el sector de seguros le permitirá abordar los desafíos específicos de la industria y trabajar en colaboración con otros departamentos para garantizar una operación fluida y orientada al cliente.



RibéSalat crece un 5,7% sus primas intermediadas en 2023

RibéSalat alcanzó los 832 millones de euros en primas intermediadas en 2023, un 5,7% más que en el ejercicio anterior. En cuanto a ingresos, el grupo ha superado los 17'5 millones de euros.

“La cifra récord en volumen de primas intermediadas durante el año pasado es el reflejo del incansable esfuerzo y dedicación de todo nuestro equipo”, ha resaltado la consejera delegada de RibéSalat, Mónica Ribé. “Nuestro plan estratégico 2021-2024 basado en el crecimiento orgánico, inorgánico y alianzas internacionales ha dado sus frutos y, por ello, vamos a mantener la misma línea en estos próximos años para seguir buscando formas de innovar y crecer”.

Siguiendo con su estrategia de especialización y expansión geográfica, en 2023 RibéSalat entró en el accionariado de Avalísimo, consultora sevillana especializada en avales y seguros de Caución perteneciente al Grupo Stig. Fruto del acuerdo de asociación alcanzado entre ambas organizaciones, Avalísimo ha pasado a denominarse RibéSalat, integrándose en la firma como una nueva unidad de negocio especializada en Caución.

Además, el año pasado, fortaleció su presencia en las Islas Baleares con la adquisición de la correduría de seguros mallorquina SecurClass.

La innovación es otro de los pilares estratégicos de la compañía. Por eso, el año pasado creó la Oficina de Transformación Digital y Cultural (OTD) con el objetivo de

diseñar propuestas innovadoras y adaptaciones más ágiles de los sistemas operativos a través de automatizaciones de procesos. Del mismo modo, en 2023 también lanzó RSNext, su renovada plataforma de gestión de soluciones aseguradoras para empresas, potenciando y consolidando su área de negocios B2B2C.

Por otro lado, en su estrategia de atracción de talento ha incorporado a Enrique García-Delgado como nuevo director de Crédito; y de Daniel Orpez, como director de Recursos Humanos.

Por último, señalar que RibéSalat ha asesorado a MásMóvil en la operación de fusión con Orange. Desde el inicio del proceso, hace ahora casi dos años, el equipo de Principal Investors & Private Equity de RibéSalat ha trabajado en estrecha colaboración con MásMóvil, brindando asesoramiento personalizado y soluciones innovadoras en el contexto de una fusión de esta magnitud.



El Colegio de Madrid **amplía los cursos de su campus virtual**



El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid ha ampliado su catálogo de cursos online de formación continua obligatoria con cuatro nuevos títulos. Los cursos ofrecen escenarios reales y entrevistas comerciales.

Tanto en formación inicial (cursos Nivel 2 y Nivel 3), como en los cursos de formación continua de seguros, la plataforma permite al alumno realizar los test y contactar con el tutor, entre otras funcionalidades. Además, incluye un sistema de expedición de certificados digitales de formación, que cuentan con una codificación informática verificable por el Colegio, lo que permite justificar la titula-

ción homologada ante la DGSFP. En otro orden de cosas, el Colegio ha impartido una jornada online de explicación para cumplimentar y remitir, con la aplicación de la DGSFP, la Documentación Estadístico Contable (DEC) correspondiente al ejercicio 2023. Juan Ignacio Álvarez, director de la Asesoría Jurídica, expuso ante los colegiados madrileños los pasos a seguir para cumplimentar el formulario, cuyo plazo de envío concluye el 30 de abril.

Durante el turno de preguntas, los colegiados señalaron al ponente que habían tenido dificultades con alguna compañía de seguros para obtener las claves de las pólizas contratadas y poder incluirlas en su correspondiente casilla del formulario de la declaración estadístico contable. Refirieron casos en los que se han negado a entregarlas, ya que no están obligadas a hacerlo. Además, mostraron interés en cuestiones como el coeficiente de imputación de los empleados de las labores de mediación que realizan frente a otras de distinta actividad. Las primas netas, la función de los avisadores y los casos de devengo con cobro en el siguiente ejercicio fueron otros conceptos que se ilustraron en la jornada.

Centerbrok establece una **nueva oficina en Badajoz**

Centerbrok ha implantado una nueva oficina en la provincia de Badajoz (en Esparragosa de la Serena), dentro de sus carteras integradas. Con esta implantación, la red cuenta con 85 miembros en 45 provincias.

Los responsables de la nueva oficina tienen una dilatada experiencia en el sector, y su especialidad estará enfocada a los ramos de inmobiliaria, agro y particulares. Por otra parte, Centerbrok ha incorporado a **BMS Iberia**. Esta nueva incorporación fortalece la presencia nacional de la asociación, contando con 84 miembros distribuidos en más de 43 provincias del territorio español.





Jhasa intermedió 50 millones de euros en primas en 2023

Jhasa ha anunciado sus resultados financieros de 2023, año en el que intermedió un total de 50 millones de euros en primas. Esto supone un crecimiento del 54% en su volumen de negocio respecto al año anterior.

El crecimiento ha sido impulsado de manera homogénea por las diferentes especialidades en la que es experto el bróker de seguros. La compañía ha ampliado su presencia internacional, habiendo firmado una alianza estratégica con Lockton, convirtiéndose en Global Lockton Partner en España. Se trata del mayor bróker de seguros independiente, con presencia en más de 130 países en todo el mundo.

En 2024, la compañía ha establecido su plan de crecimiento bajo unos objetivos ambiciosos promovidos por las buenas perspectivas de los sectores en los que opera y prevé un crecimiento similar al del año pasado. Para ello, Jhasa pretende seguir invirtiendo en capital humano y en ampliar sus relaciones estratégicas con partners clave. Además, potenciará las áreas de H&B, (Health & Benefits) y Reaseguro.

En otro orden de cosas, Jhasa ha nombrado a Anaí Fernández responsable de Energía en el departamento de Caucción. Con este nombramiento, el bróker refuerza una de sus áreas con mayor potencial de crecimiento este 2024.

En otro orden de cosas, en el marco del Día Mundial de la Seguridad y la Salud en el Trabajo, la correduría ha destacado la exis-



tencia de una tendencia del mercado que apunta a la mejora y evolución de las pólizas de asistencia sanitaria para empleados. Así, según estudios internos, la contratación y el interés por aquellos servicios que incorporan la salud y el bienestar mental en su cobertura está creciendo.

En un cambio notable en las demandas del mercado laboral, los directores de recursos humanos muestran un creciente interés en garantizar la salud mental y el bienestar emocional de sus empleados, además de la atención médica tradicional. Esta sensibilidad, en línea con una tendencia social en aumento, se refleja en la oferta del mercado asegurador, que amplía y mejora sus servicios para adaptarse a las necesidades emergentes.



El Colegio de Valencia aborda la implantación del sistema de información interna

Ivarstec Protección de Datos y Oike han firmado el convenio de colaboración con el **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia**, para la implantación del sistema de información interna, canal del informante, para agentes y corredores de seguros colegiados.

Oike es una plataforma para la gestión de la denuncia que ofrece todas las funcionalidades necesarias para la gestión y seguimiento de las investigaciones sobre los hechos e informaciones de posibles ilícitos producidos dentro de una entidad.

Cobertis mejora sus procesos de venta con la IA

El uso de la inteligencia Artificial (IA) está permitiendo a **Cobertis** dar un salto cualitativo en sus procesos, tanto internos como externos. Desde hace meses, trabaja con una herramienta de optimización comercial para mejorar la venta cruzada con IA y están aplicando mejoras en sus campañas de venta.

Gracias a la inteligencia artificial, desde Cobertis pueden analizar grandes volúmenes de datos. Con ello, pueden segmentar y clasificar de forma automática a sus asegurados para personalizar su oferta de seguros acorde a las necesidades de cada cliente.

En palabras del socio y director de Innovación de Cobertis, Oriol Mayor-domo, “la segmentación personalizada, en base a los datos que tenemos, pues en esta primera fase no estamos todavía cruzando fuentes de datos externas, nos permitirá tener una tasa de conversión mucho más alta, a la vez que cuando contactamos con nuestros clientes, les ofreceremos una cobertura, que realmente necesita, nos la termine contratando o no. De esta forma, integramos flujos que no dependen del ‘know-how’ o de la experiencia del equipo, es decir, podremos gestionar comercialmente, con un nivel muy parecido una Base de Datos conocida con contactos que ya nos conocen y nosotros a ellos, que una nueva Base de Datos de los que sólo tendremos los datos ‘sucios’, sin el conocimiento personal del cliente, como en los casos de carteras que incorporamos a Cobertis”.





Check24 acelera su crecimiento en España con una inversión de 50 millones

Check24 ha aprovechado el cuarto aniversario de su lanzamiento en España para anunciar una inyección de 50 millones de euros para impulsar el crecimiento de su modelo de comparación y darse a conocer de manera masiva en nuestro país.

La compañía, un gigante digital alemán con un conglomerado de más de 100 empresas en su país de origen, está viendo una gran acogida de sus productos en Es-

paña y, sobre todo, un crecimiento exponencial de la contratación online de seguros de Auto, razón por la cual ha decidido impulsar su apuesta por el mercado español con esta inversión que irá destinada a mejorar el reconocimiento de la marca, a potenciar sus productos actuales, así como a la diversificación hacia otros ramos de seguros.

En otro orden de cosas, un análisis realizado por Check24, en el que se han estudiado los comentarios negativos de los comparadores de seguros de coche en algunas de las principales plataformas de valoración online de productos y servicios como Google, Trustpilot y eKomi, determina que el 67% de las reseñas negativas de clientes con respecto a la cotización y comparación de seguros de coche están relacionadas con cambios de precio, muy por delante del mal servicio o atención (9%), la falta de oferta (8%) o llamadas frecuentes por parte de los teleoperadores (5%).

Los precios en la mayoría de los comparadores son estimaciones que, a menudo, varían durante el proceso de contratación. Así, en el 69% de los casos se producen cambios de precio, que en la gran mayoría de las veces son al alza. Una variación que afecta significativamente a la confianza e imagen que los clientes se hacen sobre los comparadores de precio y las aseguradoras, tal y como queda reflejado en los comentarios y reseñas analizados según el comparador de precios.

Conseguir que los clientes visualicen precios finales desde la primera cotización, requiere en España de un “peaje”: consultar los datos de siniestralidad del cliente no es gratis, como sí ocurre ya en la mayoría de los países de la Unión Europea.

Eliminar o reducir al máximo el coste de esta consulta es una solución sencilla y factible, compartida por gran parte de las aseguradoras y expertos del sector, como se pudo ver en la encuesta realizada por el comparador, en la cual el 67% de los participantes abogaban por un acceso sin coste al historial de siniestros o con un coste mínimo limitado al mantenimiento de la herramienta de consulta.

Actualmente, Check24 permite consultar precios 100% finales durante la contratación de seguros de coche, considerando el historial de siniestralidad.



Tres nuevas corredurías se incorporan a ACS-CV

ACS-CV incorpora tres nuevos asociados: ACG 2000, de Castellón; BIMA Gestión de Riesgos, de Valencia; y CM Seguros, Natalia Camacho, de Valencia. Todas ellas con un perfil homogéneo y joven.

Todos los años, se atiende distintas solicitudes de posibles asociados. Tras el trabajo de reunión presencial, consulta en la zona de influencia, comprobación de ética profesional, no coincidencia de misma población de asociados e informe del director mercantil, Aurelio Gil, se evalúa en la Junta de Gobierno. Gil explica que “durante años se ha trabajado para ampliar el número de corredores y a su vez reducir la edad media, con trayectoria estable y potencial de crecimiento”.

En otro orden de cosas, la asociación ha celebrado una jornada formativa sobre convenios entre aseguradoras en el seguro de Autos, ofrecido por el perito de seguros y colaborador de ACS-CV, Josep Sarrión. El curso hizo un recorrido práctico por los convenios con el fin de despejar cualquier duda y optimizar la gestión de

siniestros de tráfico. Entre los temas que se trataron se encuentran los convenios obligatorios (Cide, Ascide y Cicos), los valores venales, los valores de mercado, los convenios no obligatorios (SDM), así como los convenios de vehículos mixtos y de daños diversos.

Por último, señalar que la asociación ha ofrecido el taller ‘Decide cuánto estrés quieres en tu vida’, impartido por Francis Ferris, coach certificada y responsable de Motivación de la asociación.

Durante el taller, los participantes aprendieron que la clave para salir del estrés está en nuestra biología. En ese sentido, se proporcionaron herramientas para detectar las señales que nos llevan a vivir estresados, técnicas corporales para encontrar la seguridad cuando nuestro entorno parece derrumbarse, y prácticas para volver a la calma, una vez la situación estresante ha pasado.



Alertis Brok elige a MPM como **partner tecnológico**

La correduría **Alertis Brok** ha incorporado a **MPM Software** como plataforma tecnológica para optimizar la gestión de su negocio. El acuerdo incluye las soluciones segElevia, TarifAI y Signaturit.

“Estas soluciones no solo representan un salto cualitativo en la capacidad de gestión de Alertis Brok sino que también reflejan su compromiso con la innovación, eficiencia y mejora continua en el servicio al cliente”, explican desde la correduría.



Ana Suescun de Esteban, nueva presidenta de Anacose

La Asociación Navarra de Corredurías de Seguros (**Anacose**) ha anunciado su nueva junta directiva, presidida por Ana Suescun de Esteban y compuesta por Carlos Etayo como vicepresidente primero; Héctor Fernández, como vicepresidente; Idoya Marco, como secretaria; y Eva Ancizar, como tesorera.

Esta junta directiva, reafirma su compromiso con divulgar la figura del corredor de seguros en Navarra y acercar a la sociedad el papel que desempeñan. En palabras de su nueva presidenta “debemos ser capaces de trasladar a la so-

ciudad el importante componente social de nuestro sector en general y nuestra profesión en particular ayudando a buscar el producto que más se adapte a sus necesidades y acompañándolos cuando surge el siniestro”.

Otro de los objetivos de Anacose es obtener ventajas para sus asociados tanto para sí mismos, como para sus clientes. Por ello, seguirá fomentando y promoviendo la formación de alta calidad estando así al día de las últimas novedades del mercado.

Anacose seguirá con su labor de concienciación social y denuncia de determinadas malas praxis de otros operadores que perjudican la profesión y emborronan la idea del seguro como bien social.

Como nuevo objetivo, Anacose quiere acercar la profesión a los estudiantes para captar talento joven y que el sector asegurador sea una opción a tener en cuenta dentro de la elección de un futuro profesional.



Vélez Ortiz inicia su campaña en radio

Vélez Ortiz | Senda Vivir Seguros inició, a primeros de año, su campaña en medios locales radiofónicos en la Región de Murcia, para difundir un mensaje clave para todos los corredores: La importancia de la figura del corredor en defensa del usuario.

Se trata de una campaña que aprovecha la subvención de la asociación Senda Vivir Seguros, a la que pertenece Vélez Ortiz | Senda. ‘Porque cuando alguien entiende, tú te desentiendes’ ha sido el claim, creado para la campaña nacional en 2023 por la asociación. La fase dos, en 2024, Senda Vivir Seguros la lleva al mercado local de la mano de cada corredor asociado. La campaña en la Región de Murcia estará durante todo el 2024 en la cadena SER.



Espabrok recibe la estrategia de Metlife para 2024

Metlife ha llevado a cabo en Espabrok una sesión formativa en la que ha expuesto su estrategia para este 2024 orientada al canal de corredores, y con especial foco en proporcionar soluciones flexibles y personalizadas en el ámbito de Vida y Accidentes.

Durante esta formación, la aseguradora ha mostrado herramientas de trabajo avanzadas para simplificar las operaciones de los corredores y corredurías, abriendo así nuevas perspectivas de crecimiento para sus negocios. Asimismo, ha proporcionado nuevas oportunidades de venta, centradas en la proximidad y la construcción de relaciones de confianza, adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente.

E2K crea un servicio de ciberseguridad empresarial para sus corredores

E2K ha lanzado un servicio dirigido a fortalecer las defensas contra los ataques cibernéticos de las empresas clientes de los corredores de su red: E2K Ciber Análisis.

Este servicio, diseñado para las corredurías del Club Empresas de la organización, simula una intrusión de los sistemas de sus clientes empresa, que comprobará más de 70.000 vulnerabilidades publicadas y proporciona un informe exhaustivo clasificado por niveles de riesgo desde “Crítico” hasta “Informativo”. Con la colaboración de la ingeniería forense en ciberseguridad Lazarus, E2K presenta una estrategia proactiva que no solo identifica las potenciales vulnerabilidades, sino que también facilita una vía de acción rápida a través de un Help Desk disponible 24/7/365. Este enfoque integral permite a las corredurías asesorar de manera experta en la gestión de riesgos cibernéticos, elevando su rol más allá de la intermediación de seguros tradicional.





La correduría Molyma confía en MPM para **su transformación digital**

Molyma Correduría de Seguros avanza en su transformación digital con la implementación de soluciones de **MPM Software** (segElevia, TarifAI y los servicios de firma digital Signaturit, Molyma) para optimizar su gestión y servicio al cliente.

Este acuerdo reafirma el progreso de Molyma hacia la digitalización y eficiencia operativa. La correduría busca potenciar su capacidad de gestión y mejorar significativamente la experiencia de sus clientes. Piluca Gómez, responsable de Empresas en Molyma

Correduría de Seguros, destaca que “implementar segElevia, TarifAI y Signaturit nos permite no solo optimizar nuestros procesos internos, sino también ofrecer a nuestros clientes soluciones aseguradoras más eficientes, personalizadas y seguras”.

Aon ha presentado su informe ‘¿Seguirán bajando las primas de D&O?:

Análisis del mercado asegurador y proyecciones para el 2024’, que analiza y actualiza los riesgos y tendencias en las responsabilidades de los Consejeros y Directivos. Además, muestra cuál es la percepción de las compañías sobre estos riesgos y cómo está evolucionando el mercado asegurador a la hora de asumir los crecientes escenarios de vulnerabilidad de los asegurados. También revela cómo el número de siniestros e impacto en los seguros de D&O está en alza, aunque las primas continúan bajando.

Sube la siniestralidad en los seguros D&O y las primas bajan

A pesar de la creciente preocupación por la recesión macroeconómica y el incremento de la exposición al riesgo, el mercado asegurador se mantiene estable y competitivo, tanto por la entrada de nuevas aseguradoras y agencias de suscripción, como por el aumento de capacidad de las ya existentes.

Se observa un incremento de las exposiciones de los asegurados, tanto en la cuantía que suponen los gastos de defensa, como en las cantidades reclamadas por terceros. Asimismo, hay una clara tendencia en presión normativa en los Consejos por la publicación de nueva normativa en materias tales como: Ciberseguridad, sostenibilidad, cumplimiento normativo, fiscalidad y protección de consumidores y usuarios.





Juan Jiménez refuerza el área de Líneas Personales de BMS Group



BMS Group ha incorporado a Juan Jiménez como Divisional Director en Líneas Personales. “Su conocimiento del sector,

combinado con sus habilidades de liderazgo y capacidad para construir relaciones, ayudarán a impulsar la estrategia de crecimiento en Iberia”, dicen desde la correduría.

Jiménez cuenta con una dilatada experiencia con más de 14 años en el sector tras su paso por Aon, Sanitas y Mapfre.

En otro orden de cosas, la correduría ha formalizado su incorporación al Club Cámara Antares de la **Cámara de Comercio de Sevilla**, que está presente en la casi totalidad de países del mundo. Es una institución público-privada con una clara y contrastada experiencia en el desarrollo económico, y la prestación de servicios a las empresas para facilitar su máximo desarrollo.

Los mediadores barceloneses se forman sobre el seguro de Garantía Mecánica



El **Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona** ha organizado una jornada sobre la distribución del seguro de Garantía Mecánica impartida por Lisa Seguros y Garantía Global, Agencia de Suscripción.

En él se dio a conocer la importancia que está cobrando el Seguro de Garantía Mecánica dentro del sector de la automoción.

Finsa Grupo integra la correduría Merino San Millán



Finsa Grupo | Senda continúa con su proceso de expansión con la integración del corredor Juan Merino, en la provincia de Palencia.

Desde Finsa Grupo | Senda se dice que “la entrada de jóvenes talentos con experiencia en el sector, como Juan Merino, nos ayudará a mantenernos a la vanguardia en un mercado competitivo y en constante evolución”.

En otro orden de cosas, la correduría ha recibido un reconocimiento en los X Premios Escolástico Zaldivar, otorgado por **Fraternidad Muprespa**, por su compromiso en la promoción de la prevención de riesgos laborales.



Peinsurtech Arcoiris | Senda Vivir Seguros y Atadi han fortalecido su colaboración mediante un acuerdo que permite a los asociados de Atadi (asociación sin ánimo de lucro) acceder a un programa de seguros solidarios ofrecido por la correduría.

Los socios de Atadi podrán acceder a seguros solidarios de Peinsurtech Arcoiris

Este programa abarca una amplia gama de seguros, incluyendo Hogar, Salud, Multirriesgo industrial, Vehículos, Vida, Dececos y Responsabilidad Civil, con atención especial a cuestiones relacionadas con la discapacidad.



Los colegiados navarros debaten sobre D&O y Accidentes para séniores

El Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra ha celebrado dos jornadas formativas. Una sobre D&O impartida por Marta Pallarés, formadora de Zurich y otra a cargo de Esther Iguaz, jefa de Ventas de la territorial Centro-Norte de Asisa Vida, que habló de 'Asisa Vida Accidentes Senior', una solución aseguradora enfocada a personas de entre 55 y 85 años.

La responsable de D&O de Zurich expuso, a lo largo de una hora y media, qué es, qué cubre y cuáles son las garantías de la póliza de Administradores y Directivos (D&O) de la aseguradora. Asimismo, dio las razones de por qué contratarla. Se trata de una póliza "de intensidad, no de frecuencia" y se basa en seis responsabilidades: responsabilidad por daños, responsabilidad tributaria subsidiaria, responsabilidad laboral, responsabilidad administrativa, responsabilidad concursal y



responsabilidad penal. "Si las entendéis, entenderéis la póliza D&O", afirmó Pallarés. Una vez explicadas las responsabilidades, comentó las coberturas, como la responsabilidad civil de las personas aseguradas, las fianzas civiles y penales o los gastos de procedimiento, de privación de bienes y gastos de constitución de aval en evitación de un embargo preventivo.

Iguaz señaló que, "a raíz de un estudio nos dimos cuenta de que, por la evolución de la sociedad, hay una franja de edad que se quedaba fuera de ciertos productos aseguradores". Sin embargo, apuntó, "son personas todavía activas, independientes" que por su modo de vida necesitan estar cubiertas en caso de "una fractura o una quemadura grave".

El seguro 'Asisa Vida Accidentes Senior' dispone de numerosos servicios asistenciales para afrontar ciertas situaciones", entre ellos, un servicio de cuidados a domicilio, un servicio de orientación jurídico o un servicio de adecuación de la vivienda o del vehículo.



Los colegiados castellonenses se forman sobre el seguro de anulación de viajes

El **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón** ha organizado junto con **Iris Global** una jornada online para presentar el nuevo seguro de 'Anulación de Viaje' de la entidad.

Los asistentes tuvieron una visión completa de los beneficios que ofrece el producto para ayudar a sus clientes a tomar una decisión informada sobre su adquisición. Se explicaron las características generales del seguro, las coberturas detalladas, los límites máximos, los procesos de reembolso, la App de Servicios y la asistencia en viaje que ofrece.

Red Mediaria incorpora los servicios de L2Group a su departamento de Siniestros

Red Mediaria ha incorporado en su departamento de Siniestros los servicios de **L2Group**, como refuerzo para la tramitación de expedientes, valoración de coberturas y defensa jurídica.

Alfonso Pérez, presidente de Red Mediaria, ha subrayado que “con este acuerdo se pretende una mejor y mayor capacidad de servicios a los clientes de Red Mediaria mediante una mayor optimización de los procesos, tiempos de información y actuación en la tramitación de siniestros. La tramitación de siniestros es un elemento diferenciador clave para conseguir la satisfacción y fidelización del cliente. L2Group va a aportar a Red Mediaria una propuesta de gestión de servicios por proceso con un modelo consultivo, tecnológico y de operación dirigido a asegurar la prestación de servicios con completa visibilidad del proceso de gestión y mejorar los resultados actuales”.





El Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla (Colmedse) ha anunciado la implementación de un nuevo asistente de inteligencia artificial (IA) en su Campus de Formación. Este recurso está diseñado para optimizar la selección y planificación de cursos necesarios para usuarios, además de ofrecer una formación continua personalizada.



Colmedse incorpora la inteligencia artificial en su campus de formación

“La integración de la inteligencia artificial en nuestros servicios no solo mejora la calidad y eficiencia de nuestra oferta educativa, sino que también equipa a nuestros colegiados con las herramientas necesarias para trabajar en el mercado actual”, comenta José Diego Béjar (vicepresidente y responsable de tecnología en Colmedse). Por su parte Alfonso Linares (gerente del Colegio) adelanta que “estamos desarrollando asistentes de IA adicionales, enfocados en áreas como la comercialización, gestión de siniestros y gerencia de riesgos”.

Por otra parte, el Colegio ha finalizado la tercera fase del concurso ‘Seguro que Eres un Diez’ (SOEUD), en donde se elegirá al asesor profesional en seguros más completo. En esta fase, dedicada a la redacción de un post, los participantes han demostrado su habilidad para comunicar eficazmente la importancia y algunos detalles técnicos del sector. En la segunda fase, los participantes tuvieron que demostrar sus capacidades en las redes sociales X (Twitter) y LinkedIn.

La cuarta fase se centrará en la aplicación de la Inteligencia Artificial en el sector seguros, prometiendo revolucionar las estrategias tradicionales y adaptarlas a las necesidades contemporáneas del mercado.

Apromes se alía con Foliume para potenciar la cartera mediante la digitalización

Apromes y Foliume han firmado un convenio de colaboración para avanzar en el apoyo al desarrollo profesional de sus asociados potenciando su cartera de manera inteligente.

Foliume es especialista en el desarrollo de alternativas tecnológicas para potenciar a equipos comerciales con soluciones para fortalecer la venta cruzada y defensa de cartera. Por otro lado, Apromes y Asevasa han firmado un convenio de colaboración para acceder a servicios de consultoría, gestión y peritación de siniestros, así como servicios de valoración de activos.





Los mediadores murcianos analizan los efectos de la nueva Ley de Vivienda

Arag ha realizado una formación junto al despacho de abogados Perales Barba a los profesionales asociados del **Colegio de Mediadores de Seguros de Murcia**, sobre 'Análisis y repercusión en los contratos de arrendamiento/procedimientos judiciales'. En ella se habló de cómo los cambios legislativos en materia de vivienda abren una puerta al mundo asegurador.

Aunque la Ley de Vivienda se publicó en 2023, sus efectos fiscales no se han comenzado a aplicar hasta enero de este año. Además, la publicación en el BOE de las zonas tensionadas está afectando al mercado del alquiler con dilatación de procesos, sobre todo en los casos de grandes tenedores, por lo que "Arag está adaptando el producto de impago haciendo que el asegurado (el propietario del inmueble) se sienta protegido en todo momento".



Marcos Chaves, nuevo responsable de Desarrollo de Seguros Personales de Albroksa

Marcos Chaves se ha incorporado a los servicios centrales de **Albroksa** como responsable de Desarrollo de Seguros Personales, reforzando la oferta de valor a las 150 delegaciones franquiciadas, con especial foco en los productos de Salud, Decesos y Vida Riesgo.

Marcos Chaves cuenta con una dilatada experiencia en el sector, ya que en los doce últimos años ocupó el puesto de director de Negocio en SegurCaixa Adeslas y, anteriormente, en Aviva y Aegon.



FMBA y Bipar se reúnen en Madrid

Bipar y la FMBA han mantenido en Madrid un primer encuentro institucional en Madrid.

El presidente de la FMBA, Sebastián Cordero, mantuvo un encuentro institucional con Bipar, la Federación Europea de Intermediarios Financieros y de Seguros, que estuvo representada por su presidente, Nicolas Boheme; su vicepresidente, Dominique Sizes; y el presidente de la Comisión de Agentes de esta organización, Jean-François Mossino. Ambas organizaciones manifestaron su voluntad de mantener un contacto institucional y de colaboración en el futuro. Con objeto de incrementar y profundizar en la colaboración entre ambas organizaciones se acordó

una nueva reunión a realizar en breve, a través de su vicepresidente Dominique Sizes.

Entre otras cosas, Cordero invitó a Boheme a su participación en el curso de verano que organizará la Federación Mediterránea de Corredores de Seguros (FMBA) en colaboración con la Universidad Internacional de Andalucía (UNIA) el próximo mes de septiembre en su campus de La Rábida (Huelva).



Los colegiados alicantinos se instruyen sobre la nueva Ley de Vivienda

Arag continúa con su apoyo a la mediación española realizando formaciones en defensa jurídica. En esta ocasión, se ha aliado con el despacho de Abogados Perales Barba para explicar la nueva Ley de Vivienda a los profesionales asociados del Colegio de Mediadores de Seguros de Alicante.

La Ley de Vivienda se publicó en 2023, pero sus efectos fiscales se han comenzado a aplicar en enero de este año y la publicación en el BOE de las zonas tensionadas está afectando al mercado del alquiler con dilatación de procesos, sobre todo en los casos de grandes tenedores, por lo que Arag está adaptando el producto de impago haciendo que el asegurado (el propietario del inmueble) se sienta protegido en todo momento.



Quality Brokers asegurará la Copa del Rey de Rugby

Quality Brokers aseguró la Copa del Rey de Rugby, organizada por el Club de Rugby Les Abelles, intermediando los seguros de Responsabilidad Civil y Contingencias. La Final, celebrada el 4 de mayo, enfrentó al VRAC Quesos Entrepinares y el Reoletas Burgos Caja Rural.

“En Quality Brokers nos esforzamos por proteger este espíritu, asegurando que cada momento, desde las actividades previas al partido hasta la última jugada, se desarrolle sin contratiempos”, afirman desde la correduría.



Coseba fomenta el liderazgo femenino en sus II Jornadas Singular Woman

La correduría **Coseba** ha celebrado sus II Jornadas Singular Woman, un evento dirigido a mujeres profesionales del sector asegurador con el objetivo de fomentar su liderazgo y compartir experiencias y conocimientos.

Tras la bienvenida, se presentaron a las tres nuevas incorporaciones de este año y se proyectó un video resumen de las primeras jornadas.

La jornada de formación estuvo a cargo de Emmanuel Djengue, quien impartió un taller bajo el título ‘Cómo hablar de forma que te quieran oír’ en el que se dio claves para hablar en público y comunicarse de manera efectiva tanto en reuniones como en el tú a tú, trabajando por grupos.

Para finalizar las jornadas, se realizó un juego con un ovillo de lana en el que cada participante señalaba lo que más le había gustado del evento, formando al final una ‘tela de araña’ que simbolizaba la unión y el apoyo mutuo entre las mujeres del sector.

“Antes de finalizar el año queremos organizar una nueva iniciativa Singular Woman abierta a la participación de más asistentes”, ha explicado Silvia Dancausa, CEO de Coseba.



Soluciones creativas para tus necesidades de comunicación

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



Mayte Muñoz

DISEÑO GRÁFICO

maytemunoz563@gmail.com ● 626388002



Curso De Marketing Digital

Cómo elaborar y ejecutar un plan de marketing digital

Rosa Moreno Company

Editorial: Ra-ma

Precio: 26,51 € libro impreso

Con este manual aprenderás de forma práctica y sencilla las claves del marketing digital. Desde los fundamentos básicos hasta las estrategias avanzadas con las que diseñar planes efectivos en internet. Explora las técnicas de SEO, redes sociales y publicidad online con ejemplos prácticos para maximizar tu presencia online y alcanzar el éxito empresarial en la era digital. También conseguirás acceso a la descarga de plantillas gratuitas y cupones descuento de diferentes plataformas. Cuenta con el testimonio y colaboración de expertos del marketing digital que ofrecen tips y recomendaciones para optimizar nuestras estrategias de marketing digital.



Rompe tu silencio

Di lo que piensas, despliega tu talento y lidera con valentía

Elaine Lin Hering

Editorial: Conecta

Precio: 20,81 € libro impreso
9,49 € libro electrónico

El silencio, deliberado o no, tiene profundas consecuencias en el trabajo y en la vida: bloquea el talento, distorsiona las decisiones y provoca que los equipos y las personas fracasen. ¿Y si pudiéramos desaprender las formas en que nos silenciarnos y aprendiéramos a utilizar nuestra voz? Elaine Lin, a partir de su experiencia docente en la facultad de Derecho de Harvard, explora: Cómo hemos aprendido a permanecer callados; Cómo nos hemos beneficiado del silencio; Cómo hemos silenciado a otras personas; Cómo desaprender patrones inconscientes que nos impiden progresar; Cómo utilizar nuestra voz para fomentar la innovación y la colaboración.

PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

Información relevante para pymes y autónomos

A diario
Accede a las noticias
que te interesan en
www.pymese seguros.com



Su chófer privado



- Servicio personalizado a particulares y empresas
- Solución integral de sus necesidades
- Gestión y planificación de eventos
- Tarifa competitiva predefinida



Servicio de atención
24 horas al día,
los 365 días del año



Operamos de forma
inmediata en toda
la **Comunidad de Madrid**



Vehículos de diferentes
gamas y **con medidas**
de desinfección