Premio San Francisco Javier de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

10 ANIVERSARIO

Número 110 Diciembre 2021

www.pymeseguros.com

Visión de experto
Gonzalo Moné, responsable de Empresas de Moné Seguros e Inversión. Las pymes, negocio para el seguro de Accidentes

Punto de encuentro
¿Qué hacer con la falta de capacidad aseguradora en ciertos negocios?

Más a fondo
El valor del seguro

In situ
¿El CCS debe aumentar su umbral de cobertura?

José Antonio García Krafess, director de Canales Mediados y Distribución Presencial de DKV Seguros

La ILT vuelve a coger ritmo

Ser autónomo cuesta. Encontrar el mejor seguro no tanto

Seguros para autónomos y profesionales

El seguro que necesitas está en Previsión Mallorquina

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

- élite-pm profesional
- enfermedades graves-pm
- rgh-pm IV gastos médicos
- rgh-pm IV pruebas diagnósticas
- hospitalización-pm III integral
- hospitalización-pm III por accidente
- hospitalización-pm III por accidente y accidente de circulación
- hospitalización-pm III por accidente, fracturas y fisuras
- hospitalización-plus IT por hospitalización e ILT posthospitalaria
- hospitalización-pm III por contagio de Covid19
- hospitalización-pm III por enfermedades víricas y Covid19-Familiar

Expertos en seguros de autónomos. Expertos en ti desde 1969

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

contáctanos

previsión pm mallorquina seguros

900 103 057 · www.previsionmallorquina.com

#SegurosAutónomos #PrevisiónMallorquina #ExpertosEnTi

Los corredores se enfrentan a la falta de capacidad aseguradora

Algunos sectores están sufriendo, desde hace tiempo, una carencia de capacidad aseguradora. Algo que se ha visto acentuado por la prolongación de la pandemia, que está dejando a muchos empresarios desprotegidos ante los riesgos más importantes de su actividad. Los corredores se muestran críticos con las aseguradoras al no cubrir a clientes solventes, mientras las entidades tienen que hacer cábalas en plena crisis para mantener su rentabilidad. En lo que coinciden todos, es en que hay que promover las relaciones duraderas con los clientes para salvar esta situación (ver **Punto de encuentro**).

En el sector se habla de que tal vez ha llegado el momento de analizar las políticas de suscripción. Por ejemplo, desde Unespa se ha planteado la posibilidad de estudiar los umbrales y la distribución de la siniestralidad que cubre el Consorcio de Compensación de Seguros y las aseguradoras, porque estas están asumiendo gran cantidad de los siniestros por catástrofes naturales. En el tema de las renovaciones es patente el endurecimiento del mercado y la falta de capacidad aseguradora, que está provocando la denegación de cobertura (ver **In situ**).

No se puede olvidar que "Estar presente cuando las cosas van mal", es la principal razón de ser del seguro. Así lo resalta el informe 'Estamos Seguros 2020' (ver **Más a fondo**). El problema de la falta de cobertura de algunos negocios de ciertos sectores puede provocar una mala imagen de sector por su estrategia puramente mercantilista.

Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Staff

Directora
Carmen Peña
carmen@pymeseguros.com

Periodista
Aitana Prieto
aitana@pymeseguros.com

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

Diseño y maquetación
Estudio 9C

Fotógrafa
Irene Medina

Banco De Imágenes
Fotolia

06 Hablando claro
José Antonio García Krafess, director de Canales Mediados y Distribución Presencial de DKV Seguros. La ILT vuelve a coger ritmo

10 Visión de experto
Gonzalo Moné, responsable de Empresas de Moné Seguros e Inversión. Las pymes, negocio para el seguro de Accidentes

PymeSeguros Revista online para corredores y corredurías

Número 110 { Diciembre 2021 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

CC BY NC ND

03 Editorial
Los corredores se enfrentan a la falta de capacidad aseguradora

36 Productos
Los últimos seguros del mercado

38 Al día economía
Noticias económicas que interesan a las pymes

42 Al día seguros
Noticias del sector asegurador

72 Al día distribución
Noticias de los corredores de seguros

94 Algo más que negocio
Acciones de RSC realizadas por corredores

98 Rincón de lectura
Libros útiles para la empresa

14 Punto de encuentro
¿Qué hacer con la falta de capacidad aseguradora en ciertos negocios?

20 Más a fondo
El valor del seguro

26 In situ
¿El CCS debe aumentar su umbral de cobertura?

32 Empresa segura
Solo en casa o en la oficina, versión cyber

34 Cubriendo necesidades
La digitalización en la mediación

José Antonio García Krafess, director de Canales Mediados y Distribución Presencial de DKV Seguros

La ILT vuelve a coger **RITMO**

En el tercer trimestre de 2021, la contratación de seguros de Incapacidad Laboral Transitoria (ILT) ha crecido un 2,5% y se prevé que 2022 será un buen año también. Para potenciar aún más este aumento, José Antonio García Krafess, director de Canales Mediados y Distribución Presencial de DKV Seguros, piensa que sería una buena estrategia trabajar nichos o segmentos por baremos. Además, plantea la posibilidad de que, a la vez de aportar un capital en caso de baja laboral, se añadan coberturas como las de asistencia sanitaria en caso de accidentes, servicios médicos franquiciados...

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

Claramente se está recuperando el ritmo de la contratación, asemejándolo a la velocidad que teníamos antes de la pandemia.

¿En el seguro de ILT cómo se comporta la contratación de pólizas individuales y colectivas?

El negocio colectivo en ILT tiene mucho menos peso que el individual. Nuestro enfoque es vendérselo a autónomos directamente y en el mercado tampoco vemos que sea un ramo excesivamente colectivizado.

¿Ha crecido la siniestralidad?

Hay que decir que todas las épocas de crisis llevan acompasado un incremento en la siniestralidad. El incremento del fraude detectado nos hace pensar que el fraude no detectado se incrementa también y esto lógicamente repercute negativamente en la siniestralidad. Además, somos una de las pocas compañías que hemos dado cobertura a la Covid-19.

Con la llegada del Covid algunas compañías habéis incluido esta enfermedad en la baja laboral. ¿Se puede decir que las aseguradoras de ILT tienen suficiente "cintura" para adaptarse rápidamente a los cambios?

En DKV consideramos que teníamos que incluir la Covid en el seguro de ILT sin coste adicional, aunque es una enfermedad que no existía anteriormente

Algunas aseguradoras han incluido la cobertura Covid, incrementando la prima. En nuestro caso precisamente hemos considerado que era algo que debíamos incluir sin coste adicional, aunque fuese una enfermedad que no existía anteriormente. Entendemos que la "cintura" tienen que ver con los valores y formas de hacer de la compañía y, en nuestro caso, así se ha demostrado.

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

En el tercer trimestre de este año el mercado está creciendo al mismo ritmo que en 2019 (2,5%). Aunque la pérdida del 3,7% que supuso 2020 no se ha recuperado aún, prevemos un buen año en 2022. En nuestro caso particular, además este año hemos renovado decididamente nuestra apuesta por este ramo para intentar recuperar liderazgo que teníamos hace unos años.

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

Es bastante obvio que no todos los autónomos lo conocen. Habría que empezar por ahí: la comunicación y, por supuesto, incrementar el empuje comercial de las compañías que apostamos por este ramo. No tenemos ninguna duda que

LA ILT NECESITA DEL ASESORAMIENTO DE UN PROFESIONAL

José Antonio García Krafess, director de Canales Mediados y Distribución Presencial de DKV Seguros, considera que los seguros de ILT son interesantes para los corredores de seguros porque "aquellos que se preocupan por cubrir de una forma integral los riesgos de las personas a través de los seguros personales saben que asegurar la merma en ingresos que puede provocar una baja laboral, es un elemento diferencial cuando nos referimos al segmento de autónomos, sea cual sea su profesión. Es un producto que no es muy conocido y requiere de un profesional de la mediación no solo para hacer llegar la propuesta sino para asesorar sobre la mejor posibilidad para cada caso".

Para apoyarles en su tarea, desde DKV aportan "el portfolio de productos más amplio y flexible del mercado, que garantizan adaptarse a cualquier necesidad". Por otra parte, "el equipo humano dedicado a este ramo, además de experiencia, aporta mucho conocimiento y, por supuesto, una gran capacidad de respuesta cuando más necesario se hace, en caso de siniestro".

Para potenciar la comercialización del seguro ILT, hay que empezar por comunicar bien sus coberturas y, por supuesto, incrementar el empuje comercial de las compañías que apuestan por este ramo

A cambio, desde la entidad piden a los corredores que trabajan ILT con ellos que "nos informen de todo lo que consideran que podemos mejorar ya sea como producto, con la visión del asegurado y, por supuesto, con la suya. Es la única forma de evolucionar".

este seguro es necesario para los autónomos, ya que una baja laboral supone un riesgo demasiado elevado como para asumirlo con los escasos ahorros que un autónomo medio suele tener. Por no mencionar que suelen cotizar por la base mínima quedando demasiado expuestos en caso de una baja laboral.

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

Es una estrategia clarísima a seguir. Al final tenemos que adaptar las propuestas y coberturas a las necesidades de cada asegurado o grupo de ellos, muy bien representados a través de profesiones y perfil del cliente que sumados a otras variables configuran un nicho.

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

Totalmente de acuerdo. De hecho, añadir coberturas como las de asistencia sanitaria en caso de accidentes, servicios médicos franquiciados, coberturas de accidentes, así como indemnizaciones en caso de hospitalización y/o intervención quirúrgica forman parte de nuestra propuesta, que tratamos de evolucionar y adaptar a las necesidades actuales. La cobertura por Covid-19 es un ejemplo claro, pero también lo son coberturas a profesiones que hace unos años no existían.

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

El autónomo es un segmento poco incentivado en general y apoyarle para complementar la cobertura que percibe del Estado se antoja necesario, por no decir imprescindible

El autónomo es un segmento poco incentivado en general y apoyarle para complementar la cobertura que percibe del Estado se nos antoja necesario, por no decir imprescindible.

¿Por qué DKV apuesta por el seguro de ILT?

A lo largo de los años, quienes nos conocen saben que frases como "Cuídate mucho", "Salud y bienestar", "Nos importan las personas" no han sido solo palabras, sino una declaración de intenciones que ha guiado la forma de hacer de la compañía. En estos momentos nos declaramos "Activistas de la salud" y en una situación donde la salud no acompaña, un autónomo necesita que se esté a su lado y nosotros apostamos por estarlo entre otras formas a través del seguro de ILT.

Carmen Peña

Gonzalo Moné, responsable de Empresas de Moné Seguros e Inversión

Las pymes, **NEGOCIO** para el seguro de Accidentes

El seguro de Accidentes tiene futuro en el nicho de las pymes españolas. Por el momento más de la mitad de ellas lo tienen contratado para sus trabajadores, y ese porcentaje puede aumentar. Gonzalo Moné, responsable de Empresas de Moné Seguros e Inversión, apunta dos vías: Por un lado, hacer que los pocos convenios sectoriales que no contemplan beneficios sociales para los trabajadores, sí lo hagan. Y fomentando las conversaciones acerca de retribución flexible y las ventajas que conlleva su contratación.

El ramo de Accidentes tiene múltiples variantes, ya que se puede hablar de: seguros individuales, colectivos voluntarios, de convenio, deportivos y de baja laboral (por accidente y/o enfermedad). Incluso los seguros médicos pueden tener vinculación con estas pólizas. Cada uno de ellos está evolucionado de distinta manera… Por ejemplo, en los seguros deportivos en 2020 se sufrió una paralización importante, pero en 2021 ha vuelto a reactivarse. Por el contrario, ante los ERTEs y recorte de plantillas, las actualizaciones de seguros de Accidentes colectivos han ido a la baja, al reducir el número de asegurados. "Se podría decir que, en cada caso, vemos una evolución dispar", apunta Gonzalo Moné, responsable de Empresas de Moné Seguros e Inversión.

En cuanto a la siniestralidad, dice que "es superior a años anteriores. En accidentes laborales, creemos que está influyendo el nerviosismo ocasionado por la pandemia porque nos están llamando clientes con incidentes que nunca antes habían sufrido. En muchos casos, errores humanos evitables. Por otro lado, en los seguros de baja laboral y su cobertura ante un positivo por Covid, también se ha producido un repunte de siniestralidad".

Así las cosas, las previsiones del ramo de Accidentes para 2022, dependerá, según Moné, "del perfil de clientela de cada correduría: un mediador especializado en hostelería, sufrirá un recorte importante en su facturación; en cambio, una correduría especializada en empresas tecnológicas, verá que cuando regularice sus pólizas, las plantillas siguen incrementándose. En nuestro caso, vemos cómo se incrementa el número de pólizas, y la prima media está reduciéndose un poco. Sin embargo, se van reactivando las ligas deportivas y ello ocasiona que recuperemos primas que en 2020 habíamos perdido".

Tenemos la responsabilidad de hacer ver tanto al autónomo como a nuestras empresas clientes, la necesidad y, en muchos casos, obligatoriedad (por convenio) de estos seguros

MUCHOS AÑOS DE EXPERIENCIA

La correduría Moné Seguros e Inversión lleva "muchos años especializada en el asesoramiento de seguros de protección personal. El ramo de Accidentes y baja laboral están totalmente relacionados con ello (por no hablar de los seguros médicos, que constituyen más de un tercio de nuestra cartera). En la actualidad, el ramo de Accidentes puro, representa un 7% de nuestra cartera de generales. Pero si se incluyen los seguros médicos dentro de esa categoría, llegan al 45%".

Esta especialización empezó con su padre que comenzó trabajando en Mapfre Vida, una cartera con alta especialización en esos seguros. Y, con la creación de la correduría, "estos ramos se convierten en claves para nuestro crecimiento y sostenibilidad. Cada vez han salido más tipologías de seguros, y procuramos estar encima de esta evolución para que nuestra oferta aseguradora siempre esté al día y podamos ofrecer los mejores productos", afirma Gonzalo Moné.

"Creemos que tenemos una responsabilidad en hacer ver tanto al autónomo como a nuestras empresas clientes, la necesidad y, en muchos casos, obligatoriedad (por convenio) de estos seguros. Por ejemplo, cuando nos piden cotizar cualquier seguro de una empresa, por defecto, preguntamos

cuál es su convenio sectorial, ya que hemos detectado que, en muchos casos, desconocen de la exigencia por convenio de tener un seguro de Accidentes suscrito", apunta Moné.

Entre el valor añadido que da el corredor de seguros a este ramo, sin duda, figura el seguimiento de las pólizas con el paso del tiempo. "Nos hemos encontrado con pólizas que, en una empresa de reciente creación, se emitieron con 2 personas y a los 4 años, que ya eran 80 personas, no se había actualizado el número de trabajadores, con el riesgo que eso entraña para la propia empresa si algo sucede. Podemos pensar que las aseguradoras están pendientes de esto, pero en muchas ocasiones esto no sucede, ya que la empresa cambia de domicilio y la entidad no se entera, por lo que no llegan las cartas; o diversifica la actividad, creando otra línea de negocio y adhiriéndose parte de la plantilla a otro convenio… y si no lo pregunta el mediador, la aseguradora nunca lo sabría".

El seguro de Acciente individual, habitualmente, se personaliza bastante más, ya que se hace a la medida de las necesidades del cliente

MODALIDADES DIFERENTES

Nos encontramos con seguros de Accidentes individuales, colectivos y los de convenio y cada uno tiene su peculiaridad. Por regla general, un seguro colectivo será más económico que el individual, por la mera aplicación de economías de escala. Además, habitualmente, permiten que la política de suscripción sea más flexible (menos preguntas al contratar, por ejemplo, o capitales más elevados).

La diferencia entre el colectivo y el de convenio radica en quién marca las coberturas y capitales de la póliza. Un seguro de convenio debe estar adaptado a lo que recoge el convenio sectorial negociado por sindicatos y patronal, de tal modo que las aseguradoras deben ir actualizándolo de forma automática. En cambio, el colectivo, suele depender de lo que decida suscribir el gerente o, en empresas mucho más grandes, patronal y sindicato (en ocasiones, pueden negociar capitales por encima de los 'básicos' de convenio).

Por su parte, el seguro individual, habitualmente, se personaliza bastante más, ya que se hace a la medida de las necesidades del cliente: en función de sus ingresos, nivel de vida…

En el caso del seguro de Accidentes para autónomos y pymes, Moné indica que "está evolucionando de forma similar a cómo lo hace la empresa o el negocio del autónomo: si crece, se está dispuesto a aumentar coberturas y contratar garantías que antes podían parecer prescindibles… si desciende, se busca abaratar, ajustando primas o incluso, reduciendo garantías. Cada vez se oye más el término de retribución flexible y beneficio social… al final, son fórmulas que la empresa puede emplear para fidelizar a su equipo humano, formas de retribuirlo que no son puramente económicas, y que le motiven para seguir en el proyecto".

La realidad es que algo más de la mitad de las pymes españolas tienen contratados seguros de Accidentes para sus trabajadores. Para ampliar este porcentaje, el responsable de Empresas de Moné Seguros e Inversión propone varias vías: "Por un lado, sigue habiendo convenios sectoriales (los menos) que no con-

templan beneficios sociales para los trabajadores cuyos contratos se adhieren a los mismos… si cuando toque renovar el convenio, se incluye un artículo que contemple este seguro, sería la vía más rápida. Un ejemplo reciente es el convenio de fincas urbanas de Zaragoza, que ha exigido suscribir seguro para los porteros del edificio. Por otro lado, se puede fomentar conversaciones acerca de retribución flexible y otros beneficios para empleados. Eso permitirá que el empresario o, en empresas grandes, los responsables de recursos humanos, conozcan estos productos y las ventajas que conlleva su contratación".

FLEXIBILIDAD EN LA CONTRATACIÓN

Moné piensa, "honestamente, que la flexibilidad por parte de muchas compañías es total, a la hora de diseñar el seguro que necesitan tanto autónomos como empresas. Se puede suscribir o no garantía de fallecimiento, complementar con un capital en caso de hospitalización o baja laboral… Son múltiples las garantías opcionales".

Sin embargo, se queja de que "aunque se intenta innovar, en ocasiones, se nota que son acciones de marketing encaminadas a dar un empujón a ese ramo en la compañía y realmente es un '*rebranding*' del producto que ya tenía previamente".

En cuanto a los seguros de Accidentes de convenios, cree que "la gran mayoría de convenios sectoriales recogen garantías muy similares… es raro encontrar alguno que 'se sale' de la norma y añade coberturas 24 horas, o coberturas que van más allá de un capital de indemnización".

Ante la posibilidad de homogenización de todos ellos, Moné lo ve "complicado debido al volumen de agentes (y *lobbies*) involucrados en esas decisiones. Podría ser útil, pero no sería fácil, desde luego".

Además, reclama un incremento de los capitales asegurados de los convenios porque se "infravalora notablemente lo que la familia/individuo podía ingresar de no haber ocurrido el accidente. Aunque hemos de ser conscientes de que, complementariamente a ese capital de accidentes es posible que tenga que intervenir la póliza de Responsabilidad Civil de la empresa, que suele hacerlo con capitales bastante más elevados".

Por parte de muchas aseguradoras, la flexibilidad es total a la hora de diseñar el seguro que necesitan tanto autónomos como empresas

Entre los problemas con los que se encuentran los corredores que trabajan este seguro, está el hecho de que, "en ocasiones, hay clientes en determinadas profesiones, que nos piden tener baremos mejorados. Por ejemplo, en el sector sanitario o algún músico que quiere recibir el 100% del capital de la póliza si tiene un accidente en una mano (y no un 25% según el baremo normal). No es fácil encontrar solución aseguradora para ciertos profesionales, ya que las compañías lo consideran de alto riesgo", afirma.

El principal reto de las compañías, continúa, "es afinar sus cálculos actuarios a la nueva realidad que vivimos. Estamos viendo más accidentes y comercialmente, como es lógico, interesa ser agresivos… encontrar ese equilibrio será la clave para que siga siendo un ramo sostenible en las aseguradoras".

Carmen Peña

¿Qué hacer con la **FALTA** de capacidad aseguradora en ciertos negocios?

Algunos sectores están sufriendo, desde hace algún tiempo, una carencia de capacidad aseguradora. Algo que se ha visto acentuado por la prolongación de la pandemia, que está dejando a muchos empresarios desprotegidos ante los riesgos más importantes de su actividad. Los corredores se muestran críticos con las aseguradoras al no cubrir a clientes solventes, mientras las compañías tienen que hacer cábalas en plena crisis para mantener su rentabilidad. En lo que coinciden todos, es en que hay que promover las relaciones duraderas con los clientes para salvar esta situación.

María Ameijeiras, directora general de AyF Correduría, considera que en el pasado pudo haber momentos de duras restricciones en ciertas actividades, "pero con tanta dificultad para colocar riesgos, incluso con primas altas o negociando sublímites, yo no lo he visto".

Coincide Francesc Santasusana, administrador y socio de Grup Santasusana, en que, aunque se han producido casos concretos en algunos sectores hace años, "ahora es distinto, porque antes no había las previsiones de riesgo". Su queja se refiere a que no entiende que el mercado esté sin querer asegurar algunas compañías solo por la industria en la que operan: "Si se hacen las cosas bien, todo tiene que tener una prima, y hay empresarios que lo están haciendo bien y los estamos eliminando del mercado".

José María Conde-Salazar, Head of Client & Brokers Relationship Management de Generali, trae a colocación los atentados de las Torres Gemelas o la crisis financiera de 2008 como momentos en los que hubo un cambio de condiciones drásticas en el mercado asegurador, pero coincide en que no fueron tan fuertes ni duraron tanto como las actuales. "Ahora se han producido una serie de factores que no habían ocurrido anteriormente. La Covid-19 ha provocado una desaceleración económica en todos los sectores de actividad y ha derivado en unas pérdidas muy significativas a algunas aseguradoras", aprecia.

"Más que falta de capacidad, creo que hay una falta de apetito evidente, de asumir riesgos", atestigua María Ameijeiras. A su entender, se lleva años en el mercado asegurador, especialmente en Multirriesgos Industriales, "con una clara insuficiencia de primas", ante una alta siniestralidad, que ha derivado en acumulación de pérdidas. "Se ha mercadeado con los riesgos, subastando las tasas, llegando a unos descuentos impresionantes", confiesa. Por eso, no entiende que ahora se esté dejando a los empresarios sin la capacidad de transferir riesgos importantes.

CAPACIDAD DEL REASEGURO

Lionel Narváez, director de Mediana Empresa de AXA, coincide en que el problema es la manera en que se está abordando, de forma repentina, dejando colgados a los clientes de un día para otro. Pero se justifica con que las reaseguradoras están actuando así con las compañías, dejando de cubrir ciertos aspectos. Eso hace, a cada compañía, cuestionarse los riesgos que está tomando. A ello se añade el actual clima del mercado, con una recurrencia de sucesos graves (muchos a consecuencia del cambio climático) en un momento de pandemia, que también ha llevado a otros tipos de problemas, otros riesgos que no se pensaban cubrir y que pueden derivar en pérdidas millonarias. "Añades todo esto y al final la compañía tiene que tomar una decisión, y el problema es qué se hace de un día para otro. Más que el fondo, es la manera, el *timing*, que no está bien adecuado", sentencia.

Para Ameijeiras la solución no está ni siquiera en el reaseguro, pues también lleva varios años con rentabilidades negativas de sus inversiones y le ha afectado mucho el tema de los eventos catastróficos. "Habrá que buscar soluciones intermedias porque tenemos una responsabilidad como sector", incide.

Efectivamente, Lionel Narváez constata que el reaseguro está muy expuesto a riesgos de incendio y climáticos, que son cada vez más frecuentes. Sin embargo,

aboga por la educación de todo el sector, pues desde las aseguradoras cuesta mucho decirle a un cliente que sus políticas de suscripción o sus medidas de prevención están a años luz de lo que se necesita para asegurarle. Y también cree que es una cuestión de confianza y capacidad: "Hay que intentar convencer a nuestros aseguradores, los reaseguradores, de la necesidad de tener una relación a largo plazo, que hagamos todos los deberes y nos den capacidad para ciertos riesgos", confiesa.

Francesc Santasusana concede que el reasegurador ha marcado unas pautas, pero todo tiene unas primas actuariales y aunque entiende que se endurezca el mercado, no concibe que las compañías ni siquiera den un reaseguro de un 5, 10 o 20% como antes. A su entender no es un tema de capacidad, sino de miedo, ya que se está encontrando con clientes que ya tienen una parte muy importante cubierta y no le dan cobertura para el resto: "Nos traspasan el problema a la mediación, porque nos dicen que nos hacen la cobertura del 55% y que busquemos nosotros la del 45% restante y si no, no nos pueden cubrir. Nos estamos convirtiendo en un sector financiero, no asegurador, no asumimos los riesgos, dejamos a la gente colgada", se lamenta.

"El mercado tiene una responsabilidad, porque si no, nos estamos convirtiendo en un sector solo de servicios y el seguro es otra cosa, está para cubrir lo que te puede quitar del mapa". María Ameijeiras

ABANDONO DE CIERTOS SECTORES

"Aumenta la prima, afronta el siniestro de alta intensidad, quita la frecuencia… Hay un montón de maneras de hacerlo, pero lo que no puedes es dejar al cliente sin poder asegurar el riesgo que le borra del mercado", protesta la directora general de AyF Correduría.

"Estoy de acuerdo en que la razón de ser de la aseguradora es dar protección y poder asegurar que una actividad se desarrolle bien", sostiene Narváez, pero defiende que las compañías tampoco pueden asumir pérdidas millonarias: "Ahí tienes indicaciones, matices que te van a dejar o no correr riesgo", comenta.

María Ameijeiras, directora general de AyF Correduría, aprecia que en ocasiones se ha sido laxo en la exigencia de la gestión proactiva de los riesgos: "El cliente se ha comprometido a poner en marcha una serie de medidas de prevención y seguridad y los mediadores y las aseguradoras debemos corroborar que se realizan, porque eso nos va a venir bien a todos", asevera. Coincide en que es "una responsabilidad general", ya que aprecia bastante arbitrariedad, dependiendo de las aseguradoras, incluso en la declaración del riesgo, en las actividades, que no se declara el riesgo tal y como es.

Sin embargo, José María Conde-Salazar quiere poner en valor al sector asegurador, "que es muy profesional, muy resiliente". "Estamos viendo situaciones que no hemos vivido anteriormente y nos mantenemos con unos niveles de solvencia muy importantes, que es lo que nos garantiza la respuesta a los clientes", asegura. A su entender, se venía de un mercado con unas condiciones muy laxas, en el que muchas compañías habían

apostado por el corto plazo, cuando las relaciones con los clientes deberían ser duraderas. "Hay actividades donde por las particularidades del sector siempre ha sido más duro encontrar capacidades, pero creo que capacidad hay en el mercado, aunque menor porque hay compañías del mercado que se han salido. Es una cuestión de condiciones y ajustes", concluye.

Santasusana pone como ejemplo actividades que se están dando de lado: el de la sostenibilidad, pues "a día de hoy no hay cobertura de reciclaje". "¿Qué empresario va a intentar hacer una planta de reciclaje de eliminación de plásticos cuando no hay cobertura?", se cuestiona. Y eso que hay empresarios que están invirtiendo muy bien, con una muy buena prevención, y este año hay dificultades para encontrar compañías que ayuden a gente que durante muchos años han cumplido. "Estamos cogiendo sectores y los desechamos", sentencia.

"La prevención debería ser un dogma para el sector. Y para ello, hay que ofrecer al cliente asesoramiento, para mitigar el riesgo de forma adecuada".
José María Conde-Salazar

AUTOSEGURO COMO ALTERNATIVA

De hecho, las dificultades para encontrar aseguramiento están llevando a algunas compañías a optar por el autoaseguramiento. El administrador y socio de Grup Santasusana ya cuenta en su cartera con clientes que el año pasado lograron cubrirse de esta forma y gracias a franquicias de medio millón de euros.

Para el director de Mediana Empresa de AXA el autoaseguramiento eficiente puede ser algo "táctico", por obligación, porque no se encuentra cobertura, pero no es una solución a medio ni largo plazo. Además, no es ni justo ni sostenible, salvo para las grandes compañías, porque se pone en juego la solvencia de la empresa y puede no ser propicio en caso de provocar un daño a terceros. "Donde no hay problema de calidad de riesgo, de protección, sino de prima no tenemos por qué salirnos, sino poner un precio más adecuado y con un plan de 2 o 3 años", sostiene, mientras que donde sí hay problema de riesgo, aboga por no exponerse del todo, pero estar en un cierto porcentaje.

El problema para Francesc Santasusana, administrador y socio de Grup Santasusana, es que las compañías traspasan el problema a la mediación, en vez de intercambiar pequeñas partes de coaseguro, que ayudaría a repartir ese riesgo. "Nuestra capacidad de influencia sobre las compañías depende del capital que tenemos y de las primas y la propia relación", comenta.

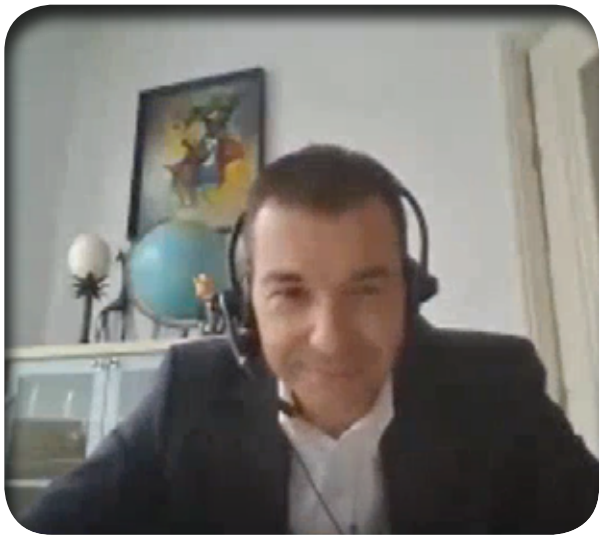
Para Conde-Salazar hay un asunto que es fundamental en cuanto al aseguramiento de riesgos, que es todo lo relacionado con la prevención: "Esto debería ser el dogma de funcionamiento del mercado asegurador", afirma. A su entender, la mediación tiene que comprender muy bien los riesgos, asesorar a los clientes y ver qué riesgos se están mitigando. "Y ahí es donde entra el mercado de la intermediación para la búsqueda, porque conoce mejor y con más detalle las empresas a asegurar", defiende.

IMAGEN DEL SEGURO

En cualquier caso, todos los

profesionales reunidos en la mesa redonda de Pymeseguros coinciden en que esta falta de capacidad aseguradora perjudica la imagen del sector: "El cliente no entiende que no pueda encontrar una solución, sobre todo para los siniestros de alta intensidad", manifiesta María Ameijeiras, toda vez que una empresa con una buena organización puede tener la capacidad de asumir o retener los riesgos de alta probabilidad y de escasa cuantía, pero los de baja probabilidad y alta intensidad, es complicado.

Esta mala percepción por parte de la sociedad es lo que más preocupa a Francesc Santasusana: "Los mediadores tenemos una gran capacidad de influencia sobre el sector empresarial, pero si después no encontramos el *partner* para dar una pequeña estabilidad a varios años, no hacemos nada", acierta a decir, poniendo en valor que la mediación aporta mucho en temas como el control de las medidas exigidas.



"Donde no hay problema de calidad de riesgo, de protección, sino de prima, no tenemos por qué salirnos, sino poner un precio más adecuado y con un plan a 2 o 3 años". Lionel Narváez

"De cara al cliente, la imagen que se da es nefasta", corrobora Lionel Narváez, director de Mediana Empresa de AXA, para quien es una cuestión de prevención y calidad de riesgo, por lo que el rol del asegurador también es acompañar a los clientes a entender que cuando se recomienda que se adopte una medida no es por capricho ni por querer hacer que el cliente gaste dinero, sino por su bien. En este sentido, se queja de que, si bien hay algunos empresarios que lo hacen, a otros se les pide durante años que pongan medidas y no lo realizan, porque creen que como tienen el seguro detrás, no hace falta.

Con todo, el Head of Client & Brokers Relationship Management de Generali aboga por no generalizar con la forma de actuar del mercado, "que es muy amplio y se ha comportado con un carácter muy profesional en todas las circunstancias que hemos vivido". "Yo creo que siempre hay soluciones. Es posible que algunas empresas hayan actuado con mayor laxitud y se hayan visto en la necesidad de ajustar sus políticas", aprecia, a la vez que incide en que el seguro debe ser una relación a largo plazo entre los clientes y el mediador.

Desde la mediación, Santasusana muestra su preocupación, no por el cliente que "no ha hecho sus deberes", sino con el que lleva muchos años con él y ha hecho inversiones, que tiene baja siniestralidad "y que en estos momentos sufre la dureza del mercado", porque opera en un sector que simplemente no quieren las aseguradoras. Además, cree que este año ha sido excepcional, con muchas dificultades para hacer la prevención y su revisión, con las relaciones de empresa… y aun así se ha vuelto a endurecer el mercado.

"El problema de todo esto llegó un día en marzo de 2020 y de la noche a la mañana tuvimos que adaptarnos al nuevo contexto marcado por la pandemia, en el ámbito personal y a nivel laboral", asegura José María Conde-Salazar, Head of Client & Brokers Relationship Management de Generali, para quien, evidentemente, se ha perdido ese trato personal, no se puede dar el mismo servicio en remoto que estando en la

oficina, "ha sido un cambio radical en la forma de trabajar", que ha obligado a las aseguradoras a transformarse rápidamente para buscar soluciones y promover las visitas virtuales.

APOSTAR POR INNOVAR

En este sentido, "las compañías se tienen que reinventar con productos más innovadores, un poco más creativos, no convertirse tanto en compañía de servicio", redunda el administrador y socio de Grup Santasusana. "Hay un futuro muy bueno, pero hay que saber afrontar unos cambios en un sector que es muy conservador, tenemos que empezar a asumir riesgos distintos de los actuales", menciona.

"El mercado tiene esa responsabilidad porque si no, nos estamos convirtiendo en un sector solo de servicios y el seguro es otra cosa, está para cubrir lo que te puede quitar del mapa, para proteger los intereses de los clientes", apunta Ameijeiras. "Hay que hablar más con los suscriptores y hay que valorar más los riesgos que están bien y darles cobertura y los que no están bien, que el cliente se ponga las pilas", corrobora.

Para Francesc Santasusana, administrador y socio de Grup Santasusana, una de las claves para cubrir a todo el mundo es usar la inteligencia artificial, adoptando medidas interconectadas para tener una garantía, "porque eso puede dar mucha tranquilidad" a quien hace las cosas bien y se merece un seguro con una prima correcta para cubrir su riesgo. "Las compañías deben usar la inteligencia artificial para marcar unas pautas de previsiones de riesgos a las empresas que lo quieran hacer bien", sostiene.

"Los mediadores tenemos una gran influencia sobre el sector empresarial, pero si después no encontramos el *partner* para dar una pequeña estabilidad a varios años, no hacemos nada".
Francesc Santasusana

"El que no apueste por la innovación en este momento, se va a quedar atrás", ratifica José María Conde-Salazar, quien pone el énfasis en que las aseguradoras están invirtiendo mucho en innovación, especialmente en *blockchain*: "El tema del dato es crítico y lo va a ser a futuro para la prevención", afirma.

Para la directora general de AyF Correduría, no hay que olvidar que el seguro ha nacido como una herramienta de transferencia del riesgo y no de comodidad. En esta línea, se queja de que el mercado, a veces, pone el foco en hacer productos con muchos servicios o con coberturas no muy importantes, y el cliente se acostumbra a utilizar el seguro porque lo paga "y yo creo que el mensaje es que el seguro está para no usarlo, y creo que tenemos que saber trasladárselo a los clientes".

"Estamos aquí para cubrir los eventos que ponen en jaque a la empresa; no hay que cubrir por cubrir", confirma Lionel Narváez. "Tenemos que cubrir los golpes duros, que, en principio, no se podrían haber evitado", sentencia.

Aitana Prieto / Carmen Peña

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

Informe Estamos Seguros 2020

El **VALOR** del seguro

"Estar presente cuando las cosas van mal". Esa es la principal razón de ser del seguro, tal y como resalta el informe 'Estamos Seguros 2020', elaborado por Unespa, una radiografía de la actividad aseguradora del año pasado. Se ocupa de averías, de accidentes, de problemas empresariales, de proteger la salud y la vida de las personas y de aportar confianza para promover el consumo y la inversión. Una industria con un impacto determinante en la sociedad y la economía del país, que solo el año pasado atendió 150 millones de percances.

Desde un punto de vista económico, la actividad aseguradora representa en torno a un 5,2% del PIB español, aunque su relevancia es mayor. No obstante, los pagos indemnizatorios realizados por el seguro (calculados en relación al PIB), supusieron un 2,96% en cuanto a daños personales y un 1,29% respecto a daños a bienes, a septiembre de 2020.

El seguro, además de pagador de las prestaciones comprometidas, es un inversor institucional de primer nivel. Las aseguradoras y los fondos de pensiones muestran una vocación inequívoca por el largo plazo y los emisores de calidad. Esto le convierte en fuente de financiación para los actores más eficientes y necesarios de la economía. De hecho, el seguro "tiene un apetito particularmente elevado por una inversión beneficiosa para todos: la deuda pública". De tal modo que invierte más de 143.000 millones en deuda pública que sirven para construir carreteras, escuelas, hospitales y financiar el bien común.

Otro de los aspectos relevantes del sector es su solvencia, que permite a una aseguradora garantizar que cumplirá sus compromisos. No obstante, el cliente no solo quiere que su asegurador sea sólido y capaz en el momento presente, sino que lo siga siendo en el futuro, cuando él siga teniendo necesidades que deban ser colmadas a través de su seguro.

En este aspecto, la solidez financiera del seguro español es más del doble de la que le exige la ley. A septiembre de 2020, el capital de solvencia obligatorio del sector (CSO) era de 24.898 millones de euros, mientras que el excedente de capital

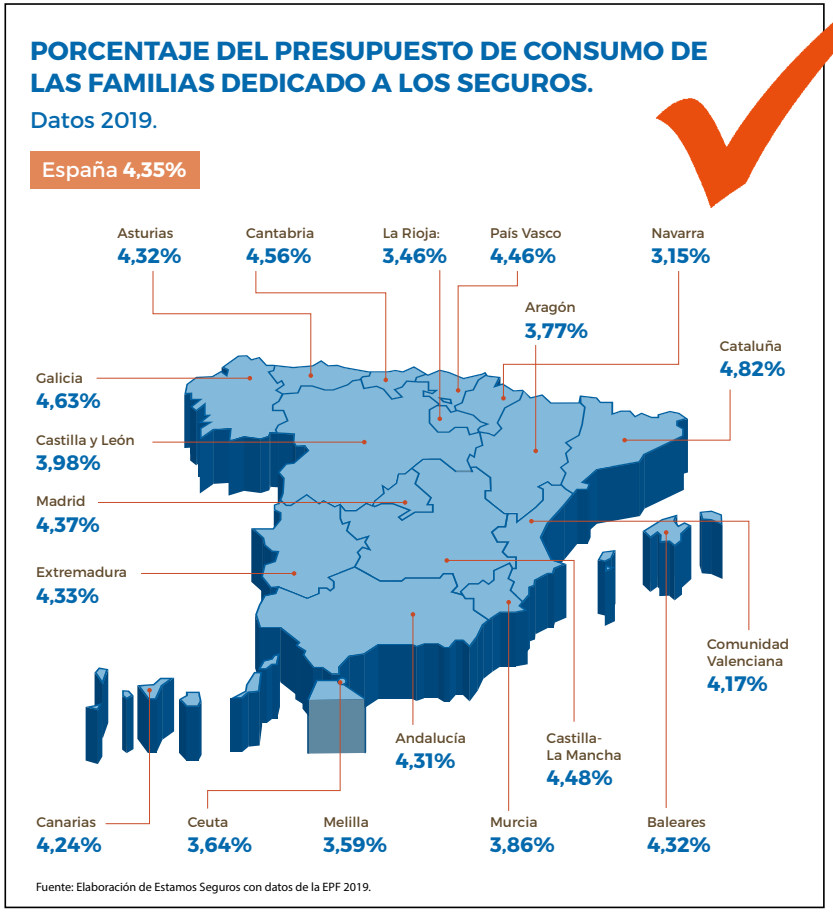
sobre el CSO fue de 33.164 millones y el ratio de cobertura de 2,332 millones. Las provisiones del seguro, por su parte, se elevaban a 198.366 millones en Vida; 4.273 en Salud; 13.516 en Autos; 6.595 en Multirriesgo; y 17.204 en Resto.

El 97% de los hogares tiene contratado al menos un seguro y cada español gasta 4,35 euros de cada cien en protegerse

PENETRACIÓN EN LA SOCIEDAD

Para protegerse, los españoles invierten 4,35 euros de cada 100 que gastan. Una realidad que es muy diversa según el territorio. Los que más invierten en seguros son los habitantes de Cataluña (4,82 euros), por delante de los gallegos (4,63) y los castellanomanchegos (4,48). En el lado opuesto, los navarros son los que menos dinero dedican a la contratación de seguros, apenas 3,15 euros de cada cien, seguidos de los melillenses (3,59) y los ceutíes (3,64).

Otros datos a destacar sobre la penetración del seguro en la sociedad no dejan lugar a dudas de su enorme importancia: el 97% de los hogares tiene contratado al menos un seguro y en el 96% están presentes las pólizas más comunes, siendo la combinación más contratada por las familias la del Automóvil y la primera vivienda.



El seguro de Vida es uno de los que mayor aceptación tiene, con 9.181.927 españoles que le han confiado ya 187.500 millones de euros. Por otro lado, en torno a 70.000 familias que cada año sufren la tragedia de una muerte inesperada equilibran su situación económica gracias al seguro de Vida. De ellos, el mayor número (2.689.492 personas) apuestan por los capitales garantizados, aunque son las rentas vitalicias y temporales las que más capital de ahorro sustentan (62.568).

En Autos, el seguro resolvió 11.023.166 percances solo en 2019, la mayoría relacionados con la asistencia en viaje y los daños propios, pero también relativos a robos, incendios o reclamaciones de daños. Además, se atendieron a más de 293.000 víctimas directas y más de 297.000 víctimas con perjudicados.

Pero si hay un seguro que ha ido tomando mayor peso en la sociedad en los últimos años ese es el de Salud, con casi 13 millones de clientes, de los que más de 11 millones tienen un seguro de prestación de servicios sanitarios. Por lo tanto, alcanza al 23,35% de los ciudadanos, ya sea a través de contratos de particulares o de colectivos. Además, cada vez más empresas ofrecen este tipo de producto como un beneficio social para sus trabajadores. Por autonomías, Madrid, Ceuta, Cataluña y Melilla son las que tienen una mayor proporción de población con seguro médico, rebasando en todos los casos el 30% de los habitantes, mientras que Cantabria (en la que apenas el 7,7% tiene uno), Navarra y Murcia son donde hay menos penetración, inferior al 15% en todas ellas.

El informe también destaca que, mediante su capacidad de servicio, los seguros patrimoniales aportan certeza a las familias en sus hogares, a las comunidades de propietarios, y a las empresas en sus sedes e instalaciones. En 2019 se atendieron un total de 9.449.759 incidentes, la inmensa mayoría en viviendas (7.406.202), siendo los daños por agua los más frecuentes (3.506.289 en el total de inmuebles), seguidos de rotura de cristales (1.360.825) y servicios de asistencia (1.058.917).

Mientras, el seguro de Decesos, de gran tradición en España, ha mantenido su impulso en 2020, de modo que 22.083.286 de personas cuenta con uno (el 46,6% de la población), siendo el grupo de edad de entre 41 y 60 años quienes más lo tienen contratado (suponen un tercio del total). Extremadura, con el 70,9%; Asturias, con el 64,6%; y Andalucía, con el 61,7%, son las regiones en el que un mayor porcentaje de población cuenta con esta póliza, mientras que su alcance es limitado en Melilla (16,5%), Islas Baleares (21,9%) y Navarra (23,9%).

COMPROMISO SOSTENIBLE

Además de su implantación entre la ciudadanía, el estudio defiende que el sector asegurador está comprometido con la sostenibilidad en todos sus factores: social, ambiental y de gobernanza. En el terreno ambiental, el carácter de inversor institucional de las aseguradoras favorece la implantación de una economía sostenible. Así, en el desempeño de su rol protector, las entidades promueven la prevención entre sus asegurados y, cuando lo peor se materializa, facilitan la reconstrucción.

No obstante, al encargarse de asumir riesgos de terceros, trabaja para minimizarlos al máximo, animando al resto

PORCENTAJE DE HOGARES QUE CONTRATAN DISTINTOS TIPOS DE SEGUROS, POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS.

Datos 2019.

Comunidad autónoma	AUTOMÓVILES	VIVIENDA	SALUD	DECESOS	RESP. CIVIL	ASISTENCIA	OTROS SEGUROS	TODOS LOS SEGUROS
Andalucía	80,88%	66,85%	23,78%	62,41%	9,24%	7,51%	9,32%	95,60%
Aragón	78,51%	76,76%	20,66%	30,58%	2,48%	1,14%	3,72%	94,42%
Asturias	75,64%	76,42%	13,74%	53,85%	1,56%	0,67%	3,91%	94,86%
Baleares	78,45%	56,31%	31,26%	26,21%	3,11%	1,94%	5,05%	89,90%
Canarias	80,85%	48,03%	27,13%	61,05%	9,41%	8,64%	10,50%	93,76%
Cantabria	80,97%	83,86%	21,92%	44,23%	8,66%	6,82%	7,61%	96,46%
Castilla y León	78,78%	74,94%	17,38%	37,10%	3,01%	2,26%	4,82%	94,36%
Castilla-La Mancha	84,82%	69,54%	14,25%	53,80%	4,22%	3,19%	7,50%	97,47%
Cataluña	75,83%	76,47%	35,16%	35,16%	1,55%	1,45%	3,54%	94,96%
Comunidad Valenciana	81,17%	79,74%	18,95%	48,51%	1,31%	0,89%	1,55%	96,19%
Extremadura	80,08%	67,02%	20,65%	62,38%	12,64%	11,70%	12,64%	95,36%
Galicia	80,94%	67,46%	15,79%	45,35%	4,24%	3,57%	5,96%	93,37%
Madrid	75,28%	74,95%	31,64%	34,67%	2,50%	2,44%	4,55%	93,34%
Murcia	82,32%	75,26%	20,21%	59,26%	9,68%	8,74%	10,42%	96,42%
Navarra	80,12%	83,68%	14,54%	27,00%	4,45%	4,60%	4,75%	95,99%
País Vasco	76,36%	87,52%	23,73%	39,96%	4,66%	3,57%	4,57%	95,29%
La Rioja	78,49%	79,42%	16,13%	25,35%	3,69%	3,23%	3,84%	95,24%
Ceuta	75,00%	46,67%	25,00%	44,17%	5,00%	5,83%	6,67%	88,33%
Melilla	77,39%	42,61%	20,87%	22,61%	3,48%	3,48%	6,96%	84,35%

Elaboración de Estamos Seguros a partir de la EPF 2019.

de actores económicos a comprometerse a llevar a cabo una serie de medidas de buenas prácticas en materia de prevención. Y si aun así ocurre un incidente, el seguro es el encargado de reparar los daños, ayudando a particulares, empresas o instituciones a salir adelante.

Casos evidentes de ellos es cuando tienen lugar fenómenos extremos, que, por culpa del cambio climático, tienen cada vez un impacto mayor en la sociedad. El seguro actúa como protector ante estos eventos mediante la indemnización y reparación de los daños. De hecho, entre 1987 y 2019, el Consorcio de Compensación de Seguros indemnizó 7.378 millones de euros por los eventos meteorológicos extremos.

Asimismo, el seguro favorece el desarrollo económico y social. Protege a las personas frente a los infortunios que se presentan en la vida. "Internamente, las entidades favorecen la igualdad de oportunidades en sus organizaciones, la integración y el voluntariado", sostiene el informe. En la actualidad, las mujeres copan el 52% de la plantilla de las aseguradoras y el 31% de los miembros de los comités de dirección de las entidades son mujeres, siendo especialmente relevante su presencia en puestos de responsabilidad en otros departamentos, como Verificación de Cumplimiento y RR.HH. y Formación.

Entre 1987 y 2019 el Consorcio de Compensación de Seguros indemnizó 7.378 millones de euros por los eventos meteorológicos extremos.

En materia de gobernanza, el análisis pone énfasis en que las aseguradoras destacan por ser empresas volcadas con la transparencia. El sector rinde cuentas de su actividad ante la sociedad, de tal modo que publica anualmente datos relacionados con información no financiera y de diversidad: protección ambiental, respeto de los derechos humanos, responsabilidad social y tratamiento de los empleados, lucha contra la corrupción… Y hasta siete de cada 10 aseguradoras disponen de políticas de responsabilidad social corporativa.

EMPLEO DE CALIDAD

Además, genera unos 160.000 puestos de trabajo directos en España, de los que cerca de 50.000 corresponden a compañías de seguros. Y es la mayor red de servicios del país, integrada por 570.000 colaboradores, formados principalmente por empresas y autónomos: reparadores, médicos, abogados, etc. Un empleo que, como constata el estudio, es "de la máxima calidad". Esto queda demostrado por el mantenimiento del empleo, la estabilidad de sus contratos, la retribución, las políticas de igualdad, el compromiso con las personas con discapacidad, etc. "La industria del seguro está cada vez más comprometida con una sociedad igualitaria y sostenible y, por ello, genera políticas que favorecen el bienestar de sus trabajadores", argumenta. El 96% de los

PAGOS DEL CONSORCIO DE COMPENSACIÓN DE SEGUROS POR EVENTOS METEOROLÓGICOS EXTREMOS.

Acumulado. Desde 1987 a 2019.

CAUSA	EXPEDIENTES RESUELTOS	INDEMNIZACIONES (MILL. €)	COSTES MEDIOS (€)
Inundación	706.430	6.059	8.577
Tempestad ciclónica atípica	603.678	1.318	2.184
TOTAL	**1.310.108**	**7.378**	**5.631**

Fuente: Consorcio de Compensación de Seguros.

contratos en las aseguradoras es fijo y es el octavo sector mejor pagado en España, con un coste salarial medio por empleado de 3.476 euros al mes.

El informe también revela que el 84% de la plantilla dispone de horario laboral flexible y el 30% cuenta con un plan de carrera. Además, el cien por cien de las aseguradoras consultadas en el estudio dotan a sus trabajadores de productos de previsión complementario y seguro de Vida como beneficios sociales, el 75%, de un seguro de Salud, y el 66%, de subvenciones para actividades culturales y deportivas.

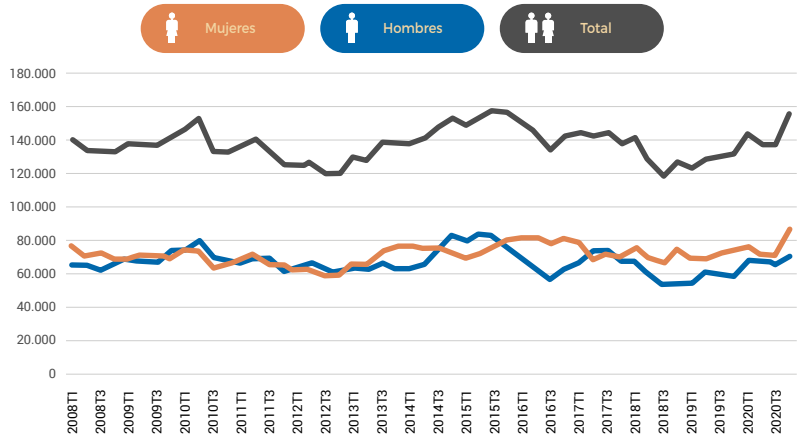
Además, la capacidad generadora de puestos de trabajo por parte del sector va más allá de las plantillas de las aseguradoras. También existe un volumen importante de ocupación relacionada con la comercialización de seguros, donde los autónomos y las pymes tienen un papel destacado. Las vías de distribución son muy amplias y pueden realizarse por diferentes canales: los agentes de seguros (exclusivos o vinculados), los corredores, los operadores de bancaseguros, internet, etc. "El seguro llega a todos los lugares de España gracias a esta gran red de profesionales y su capilaridad contribuye a la cohesión territorial y a la inclusión financiera", sostiene el informe. Según el mismo, 74.366 personas comercializan seguros en España, de los que 1.555 son corredores personas físicas y 3.681 son corredurías.

Por regiones, Orense es la provincia que cuenta con una mayor tasa de mediadores (3,57 por cada mil habitantes), seguida de cuenca (2,97) y Teruel (2,93). Por el contrario, Ceuta y Melilla apenas cuentan con 0,66 mediadores por cada mil habitantes, por 1,42 de Álava y 1,66 de Guipúzcoa.

74.366 personas comercializan seguros en España, de los que 1.555 son corredores personas físicas y 3.681 son corredurías

EL SEGURO ESTÁ COMPROMETIDO CON EL MANTENIMIENTO DEL EMPLEO.

Ocupados en el sector asegurador, por sexo.



Fuente: Encuesta de Población Activa del Instituto Nacional de Estadística (INE)

PERCANCES QUE RESUELVE EL SEGURO CADA HORA

Cada hora el seguro atiende más de 51.600 percances de clientes que necesitan su ayuda: averías, accidentes, problemas empresariales, urgencias sanitarias... Estos son los datos más relevantes:

- **23.808 actos médicos, de los que 6.042 son visitas a los especialistas.**
- **17.765 percances de empresas.**
  - **1.258 incidentes automovilísticos, de los que 540 son vehículos reparados, 455 son de asistencia en carretera, 232 son golpes de chapa, 61 son accidentes graves y 33 son víctimas en accidentes de tráfico.**
- **1.004 siniestros en viviendas y comunidades.**
- **258 son otros percances particulares.**
- **59 incidentes en comercios.**
- **54 percances de responsabilidad civil.**
- **28 sepelios atendidos.**

PlusUltra Seguros

Seguridad que se comparte

Seguros de vida

Empieza a estar cubierto de cara al futuro desde hoy para que tú y los tuyos podáis disfrutar de la vida con tranquilidad. Si quieres asegurar la protección de tu familia y no correr riesgos, nuestros seguros de vida te darán la tranquilidad que necesitas.

www.plusultra.es

XIII Foro Adecose

¿El **CCS** debe aumentar su umbral de cobertura?

Adecose ha celebrado el XIII Foro de Gestión de Correduría que, en esta ocasión, ha tratado sobre la sostenibilidad y la política de renovaciones. En él se habló de la necesidad de volver a analizar los umbrales y la distribución de la siniestralidad que cubre el Consorcio de Compensación de Seguros y las aseguradoras, porque estas están asumiendo gran cantidad de los siniestros por catástrofes naturales. En el tema de las renovaciones, quedó patente el endurecimiento del mercado y la falta de capacidad aseguradora, que está provocando la denegación de cobertura.

Martín Navaz, Valvanera María Ulargui, Flavia Rodríguez-Ponga y Pilar González de Frutos.

Las máximas responsables del informe 'Impactos, vulnerabilidad y adaptación al cambio climático en la actividad aseguradora', publicado por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, analizaron sus conclusiones en la mesa redonda de Sostenibilidad: 'El impacto del cambio climático en el sector asegurador', en la que participaron Valvanera María Ulargui, directora general de la Oficina Española de Cambio Climático; Flavia Rodríguez-Ponga, directora general del Consorcio de Compensación de Seguros; y Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa. La mesa de debate estuvo moderada por Martín Navaz, presidente de Fundación Adecose, que recalcó que "el mundo asegurador es el que da un poco de estabilidad económica y social a las empresas".

Valvanera María Ulargui recordó que el Acuerdo de París establece un marco global para asegurar que los impactos del Cambio Climático no irrumpan en los ecosistemas, impidiendo que la temperatura mundial aumente más de 1,5º. Conforme a este acuerdo, en España se aprobó en mayo de 2021 la Ley de cambio climático y transición energética: "Nuestro país está muy concienciado y se encuentra muy bien posicionado para abordar este reto, ya que el marco nacional apuesta por infraestructuras verdes, políticas energéticas renovables, y menos dependientes de energías fósiles", confirmó Ulargui. Recordó que la transformación tiene que ser en esta década, antes de 2030.

"Las aseguradoras sois unas compañeras ideales para poder hacer el cambio climático", afirmó.

Las aseguradoras son unas compañeras ideales para poder hacer el cambio climático

En este sentido, advirtió que "retrasar la acción, lo único que va a generar son más costes. Aunque es cierto que no todos los sectores tienen las mismas capacidades para reaccionar y para subirse al carro de la sostenibilidad. Por ello, la Administración, con la Ley del Cambio Climático, va a acompañar a esos sectores que tienen un cambio más complicado. En los fondos de recuperación de la Unión Europea, más del 40% de las inversiones están destinadas a políticas de lucha contra el cambio climático, con políticas concretas muy potentes, como el giro hacia actividades limpias y renovables, fin de la financiación del carbón internacional o descarbonización de sectores claves como el acero".

MÁS FONDOS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Por otra parte, Ulargui celebró el anuncio del presidente del Gobierno de España durante la sesión de apertura de la COP26, sobre el aumento de un 50% de la financiación internacional hasta los 1.350 millones de euros anuales a partir de 2025: .

Asimismo, Valvanera Ulargui comunicó que uno de los temas que se iban a tratar tanto en la COP26 como en las próximas cumbres, es la petición -por parte de países en desarrollo- de la creación de una línea de financiación para hacer frente a las pérdidas y daños provocados por catástrofes naturales.

En este sentido, se está hablando mucho de los bonos aseguradores resilientes: aquellos que solamente financien medidas de prevención contra el cambio climático. "Estos 'bonos verdes' tienen un éxito enorme y deben tener un respaldo público, de los Bancos Multi-

laterales de Desarrollo (MDB) o del Fondo Monetario Internacional (FMI), y es uno de los anuncios que ha llevado España al G20", concluyó la directora general de la Oficina Española del Cambio Climático.

SINIESTRALIDAD HISTÓRICA DEL CCS

Por su parte, Flavia Rodríguez-Ponga y Pilar González de Frutos abordaron el impacto que el cambio climático está teniendo en el sector asegurador. Remarcaron que el CCS es clave para la recuperación económica de los perjudicados por catástrofes naturales cada vez más intensas, frecuentes y peligrosas. Por ello, "cuanto mayor aseguramiento haya, mayor resiliencia tiene la sociedad ante un fenómeno extraordinario", afirmó la directora general de este organismo. Reconoció que en los 3 últimos años se acumulan 6 de las 10 mayores siniestralidades de la historia del CCS. Por su parte, la presidenta de Unespa ofreció datos sobre lo que suponen estos percances naturales para el sector: "Solo la borrasca Filomena ha costado 450 millones de euros al seguro".

En este sentido, el sector asegurador tiene un papel imprescindible en la lucha del cambio climático, no solo para mitigar los efectos económicos de los desastres naturales, sino por su capacidad para prevenir los daños y evitar que se lleguen a producir. Al ser obligatoria la cobertura de riesgos catastróficos, los precios son asumibles. Según anunció Rodríguez-Ponga, uno de los principales objetivos del Consorcio de Compensación de Seguros es proporcionar datos y estadísticas de riesgos extraordinarios para "no solo incidir en la peligrosidad y exposición de los daños,

Cuanto mayor aseguramiento haya, mayor resiliencia tiene la sociedad ante un fenómeno extraordinario

sino también trabajar en la vulnerabilidad de las infraestructuras, desde un punto de vista de cambio climático, energético y de construcción".

Además, los aseguradores juegan un rol fundamental para acompañar a empresas e industrias en su transición hacia modelos sostenibles, que conllevarán costes adicionales y que exigirá a cada empresa analizar su huella de carbono para anticipar riesgos y conocer el coste del plan de acción de reducción de emisiones de CO2. González de Frutos dijo que "podemos ser una correa de transmisión para elegir en qué activos podemos invertir y ver cómo influimos en ellos".

La presidenta de Unespa dijo que esta mayor siniestralidad que se está produciendo por fenómenos meteorológicos "no se puede traspasar toda al CCS". Por eso, defiende "volver a analizar los umbrales y la distribución de la siniestralidad entre el CCS y las aseguradoras". Se trata de un proyecto a medio y largo plazo.

Martín Navaz, Valvanera María Ulargui, Flavia Rodríguez-Ponga y Pilar González de Frutos.

Alfonso Valera, Martín Navaz, Íñigo Soto, José Manuel Inchausti, Javier Ibáñez y Tim Jenichen.

INFORMACIÓN SOBRE LAS CARACTERÍSTICAS MEDIOAMBIENTALES

Por último, defendieron la necesidad de apostar por los productos sostenibles vinculados al sector asegurador, e incidieron en que se debe desarrollar una labor de información a los clientes sobre las características medioambientales de productos aseguradores, tanto por su objetivo de lucha contra el cambio climático, como a nivel de inversión, a través de las finanzas sostenibles. En este contexto, Fundación Adecose destacó su compromiso con el cambio climático, adheriéndose al 'Pacto por el clima de las fundaciones españolas', promovida, entre otras entidades, por la Asociación Española de Fundaciones (AEF), con el fin de dar un paso decisivo de colaboración en la acción climática.

A continuación, intervino de forma telemática Sergio Álvarez, director general de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. Dijo que "se espera mucho del sector asegurador porque tiene la responsabilidad de liderar el cambio hacia las finanzas sostenibles. Por su implicación en la economía y por su condición de proveedor de financiación y de inversor a largo plazo".

Nadie sabe cómo adaptar las tarifas al cambio climático porque no se conoce la siniestralidad que se producirá

Además, señaló que, con la pandemia, se ha vuelto a plantear los límites de la asegurabilidad. "En algunos ramos estamos viviendo un ciclo duro y hay riesgos que están siendo difícilmente asegurables".

CONTINÚA EL MERCADO DURO

Posteriormente se dio paso a la mesa redonda sobre Política de Renovaciones, en la que participaron: Íñigo Soto, director general de Helvetia Seguros; José Manuel Inchausti, CEO de Mapfre Iberia; Tim Jenichen, director general de Munich Re; y Javier Ibáñez, director general de Sanitas Seguros. Estuvo moderada por Martín Navaz y por Alfonso Valera, vicepresidente de Adecose.

En este debate se habló de que el incremento de la siniestralidad esperada está teniendo efecto en los precios. Se señaló que, en empresas, muy pocas veces el mercado duro había supuesto una falta de capacidad como la que ahora se está produciendo. Es difícil cubrir riesgos con los que se sabe que se va a terminar el año en pérdidas.

Otro problema sobrevenido es que nadie sabe cómo adaptar las tarifas al cambio climático porque no se conoce con qué asiduidad se producirán fenómenos como Filomena.

Además, venimos de un ciclo de mercado blando que ha durado 10 años en el que se ha llegado a ratios combinados difíciles de contener. La profesión aseguradora se ha desvalorizado por haberlo basado todo en

ADECOSE CONCEDE EL PREMIO SOLIDARIO 2021 A LA FUNDACIÓN AMBULANCIA DEL DESEO

Martín Navaz y Juan Manuel Salas.

Tras el Foro, tuvo lugar la Cena Anual Adecose 2021, cuya temática giró en torno al gran reto que ha supuesto la pandemia para el sector asegurador y la vuelta del trabajo y eventos presenciales. En esta ocasión, la periodista Helena Resano, presentó la entrega de los Premios Estrellas Adecose 2020 a 16 aseguradoras y el Premio Solidario Fundación Adecose 2021 a la Fundación Ambulancia del Deseo, dedicada a cumplir los deseos y sueños de pacientes que llevan mucho tiempo encamados con una enfermedad importante o incurable, para lo que ponen a su disposición sus conocimientos y red de contactos.

Adecose ha concedido los Premios Estrella 2020 a las 16 compañías mejor valoradas en el Barómetro Adecose 2020 en cuanto a satisfacción global y calidad del servicio. Como reconocimiento a las aseguradoras premiadas, Adecose ha publicado un vídeo que recoge la visión de las aseguradoras sobre la importancia del Barómetro y la labor social del sector asegurador durante la pandemia, así como el proyecto de digitalización que está impulsando el sector mediante la Plataforma CIMA.

Por categorías, el Premio Estrella Oro ha sido concedido a: Arag, Catalana Occidente, Fiatc, Reale, Plus Ultra y Zurich.

Por su parte, las compañías que han recibido el Premio Estrella Plata han sido: Asisa, Axa XL, Berkley, DKV, Hiscox, Iris Global, Markel y Surne.

Por ramos, Adecose ha entregado el Premio Estrella Bronce a las siguientes compañías:

Arag: ramos de Defensa Jurídica y Asistencia en Viaje; Asisa: ramos de Salud Individual y Salud Colectivo; Asefa: ramos Técnicos; Berkley: ramo de Caución; Crédito y Caución: ramo de Crédito; Fiatc: ramo de Decesos; Hiscox: ramo de Responsabilidad Civil; Reale: ramos de Flotas, Autos, Daños Patrimoniales (Empresas), Daños Patrimoniales (Particulares), Transportes y Pérdidas Pecuniarias; y Surne: ramos de Accidentes, Vida Riesgo Individual, Vida Riesgo Colectivo y Vida Ahorro/ Pensiones.

el precio. Y ahora, también se desvaloriza al tener que explicar que es necesario subir la prima porque no se había calculado bien antes.

Hay que hacerse a la idea de que el ciclo duro del reaseguro va a durar y eso conlleva falta de capacidad en algunos sectores. No obstante, se augura que para 2024 habrá un sector más tranquilo.

Por último, los líderes de las aseguradoras cerraron el debate abordando la digitalización. En este sentido, es esencial el proceso de transformación digital mediante la Plataforma CIMA, que ha aunado la voluntad de compañías, corredores y tecnológicas y ya cuenta con más de 300 corredores conectados.

Además, los participantes indicaron que la digitalización ofrece a los corredores la oportunidad de informar con mayor transparencia a los clientes y permite añadir nuevas herramientas, con las que puede aumentar el prestigio del sector asegurador.

*Consulta condiciones en mapfre.es
VENTAJAS EXCLUSIVAS
REPARACIÓN RÁPIDA
EN CENTROS DE SERVICIO
BONIFICACIÓN
FAMILIAR
PREMIOS
POR BUENA CONDUCCIÓN
HÍBRIDOS
Y ELÉCTRICOS
*HASTA UN
50%
DTO.
EL SEGURO DE
COCHES
DE LOS HÉROES DE FAMILIA
MAPFRE
Tu aseguradora global de confianza

Solo en casa o en la oficina, versión CYBER

Ilaria Salvato, suscriptora Cyber de Beazley España

Este 2021 está previsto que el comercio electrónico crezca el 25%, hasta los 45.000 millones de euros. Si hay algo que preocupa a la comunidad de ciberseguridad son los ataques *ransomware* porque acceden a datos privados, bloquean sistemas y piden rescate. Diferentes compañías de ciberseguridad prevén un incremento significativo de estos ataques sobre plataformas de *ecommerce* durante las fiestas de Navidad.

Los últimos meses del año son frenéticos. Las cenas de Navidad, fin de año, Reyes. Las compras de última hora, desplazamientos, búsqueda de regalos, compras online. Lo cierto es que vamos tan acelerados que es increíblemente fácil confiarse y ser víctima de un ciberataque.

Las cenas con los compañeros de trabajo, los amigos invisibles, las compras online y las devoluciones posteriores. Todos estos eventos pueden ser vistos como fuente de ingresos para los ciberdelincuentes. Y para nosotros un motivo para dolores de cabeza.

Los ciberdelincuentes aprovechan este momento donde las ventas online se disparan y la gente está algo menos atenta para atacar y sacar el máximo provecho. Es por eso, por lo que cada persona y cada empresa, independientemente del tamaño, deben reforzar más aún la seguridad sobre los sistemas.

Pongamos un ejemplo. Hay infinidad de webs para hacer el amigo invisible. En muchos casos se necesita poner un mail y puede ser que se utilice el de trabajo. Por norma general, esas webs y la gestión de los datos no son seguras, por lo que puede ser que se aprovechen esos registros para posteriormente hacer un envío *phishing*

suplantando a la web del amigo invisible y ganando acceso al sistema.

Sucede lo mismo con las compras online. Cuantas más operaciones online hagamos, más correos de confirmación, problemas en el envío o incidencias recibiremos. Aunque puedan parecer genuinos lo cierto es que debemos sospechar si el remitente, asunto o texto no nos suenan familiar o correctos. Y lo mismo con las entregas y devoluciones.

CONSEJOS PARA QUE NO TE PILLE EL CIBERDELINCUENTE

Este 2021 está previsto que el comercio electrónico crezca el 25% hasta los 45.000 millones de euros. Pero para llegar a ese número hacen falta millones de interacciones. Muchas, la mayoría, en forma de email. Y lo que sucede es que cada vez es más difícil diferenciar lo que es genuino de lo que no. Estos son algunos consejos para que el ciberdelincuente no te pille con la guardia baja:

- Si es demasiado bueno para ser verdad, desconfía: puede ser un fraude. Lo dice el refranero: nadie da duros a pesetas. Los ciberdelicuentes mucho menos.
- Cuidado con las felicitaciones de navidad. Si no conoces quién la manda mejor no hagas click.
- Que la web sea segura ya es una obligación. Si no es https mejor no interactúes, aunque es cierto que ya no se garantiza la seguridad en estos protocolos.

Paradójicamente estos ataques siguen un patrón. Siempre el día previo a fiestas importantes porque los ciberdelincuentes dan por hecho que la plantilla de IT será reducida en fiestas y que, por tanto, será más difícil reaccionar a dicho ataque.

Se aproximan fechas de compra masiva de regalos. Vamos tan acelerados que es increíblemente fácil confiarse y ser víctima de un ciberataque

¿Pero realmente me puede pasar? Pues la primera regla de ciberseguridad dice que no hay que fiarse de nada. Algo tan inocente como una web de amigo invisible puede ser usado para provocar un acceso no autorizado al sistema y un ataque *ransomware*.

Por ejemplo, los ciberdelincuentes nos envían un correo a nuestro mail que han sacado de la web del amigo invisible y se hacen pasar por IT. Nos dicen que la web de amigo invisible está comprometiendo el sistema y en ese mail nos envían un enlace para restablecer la contraseña. Hacemos click y ¡boom! Acabamos de abrirle la puerta a los malos.

EL RANSOMWARE Y LOS ATAQUES AL CLOUD SERÁN LAS ESTRELLAS DE 2022

Si hay algo que preocupa a la comunidad de ciberseguridad son los ataques *ransomware*. Acceden a datos privados, bloquean sistemas y piden rescate. Diferentes compañías de ciberseguridad prevén un incremento significativo de estos ataques sobre plataformas de *ecommerce* durante las fiestas de navidad.

Las compañías de seguros, en especial Beazley, hemos cambiado nuestro enfoque buscando más información sobre la gestión que se realiza en la empresa de la información, los controles que se siguen de gestión de la información y se ofrece una mayor prevención desde el inicio, precisamente para concienciar y educar para que este tipo de cosas no sucedan.

Estas Navidades, como hizo Macaulay Culkin en 'Solo en Casa', preparémonos para defendernos y protejamos nuestro negocio de los cyberladrones que quieren hacernos pasar una triste Navidad.

La DIGITALIZACIÓN en la mediación

Francisco Gómez Alvado, director general de Pelayo

El modelo comercial de venta que conocíamos hasta ahora se ha quedado obsoleto e ineficiente. Hay que evolucionar a un modelo de venta híbrido que combine la relación digital y presencial con los clientes. Estos han cambiado, comparan productos y precios en los canales digitales pero, en el momento final de la decisión, demandan la relación personal y es en ese momento cuando el mediador tiene una ventaja competitiva incuestionable.

La relación entre aseguradoras, mediación y clientes viene transformándose desde hace años y este cambio se está acelerado de forma vertiginosa.

La mediación, agentes y corredores, juega un papel fundamental en la distribución de seguros y estoy convencido de que seguirá teniéndolo en los próximos años. Según los últimos datos, más del 50% del nuevo negocio procede de este canal y en nuestro caso, en Pelayo, el 94% de nuestro negocio es gestionado por mediadores (agentes y corredores).

Sin embargo, el comportamiento y las necesidades de los clientes han cambiado, se han vuelto más exigentes, más digitales, comparan productos y precios en los canales digitales, pero en el momento final de la decisión demandan la relación personal y es en ese "momento de la verdad" donde el mediador tiene una ventaja competitiva incuestionable.

Siendo estas unas nuevas reglas de juego, es lógico pensar que la incorporación de la mediación a la digitalización ya no es una opción, simplemente es una obligación.

El modelo comercial de venta que conocíamos hasta ahora se ha quedado obsoleto e ineficiente. Hay que evolucionar a un modelo de venta híbrido que combine la relación digital y presencial con los clientes. No se trata de una evolución sencilla porque requiere, en primer lugar, un cambio cultural y de modo de hacer las cosas y, en segundo lugar, precisa una inversión en medios tecnológicos alta. Para conseguir llevar a cabo con éxito esta evolución del modelo comercial de venta es imprescindible la colaboración y apoyo económico de las aseguradoras y la mediación.

En Pelayo tenemos claro que ese es el camino y para recorrerlo es necesario innovar y hacer las inversiones tecnológicas adecuadas para afrontar con garantías esta transformación que vive el sector.

VENTAJA COMPETITIVA

Siendo una necesidad, también suponen una clara oportunidad para convertirlo en una ventaja competitiva, si se consigue dar los pasos adecuados y contar con la tecnología necesaria.

En Pelayo hemos realizado una inversión tecnológica importante en un nuevo CRM (*Salesforce*) del que estamos muy satisfechos y que es una pieza clave para el proceso de transformación digital de nuestra red de agentes.

También hemos puesto en marcha con éxito la firma digital, que ha supuesto una mejora importante en los procesos de contratación de pólizas para nuestra red de mediadores.

Sin duda, un elemento clave para el proceso de digitalización de la mediación es la plataforma CIMA, que representa un antes y un después del modo en que la mediación y las aseguradoras se relacionan. CIMA es una apuesta definitiva por la eficacia y la eficiencia en un aspecto clave en nuestro sector, como es la forma que nos comunicamos.

Uno de los retos que tiene la industria aseguradora en general y la mediación en particular, junto a la digitalización, es la adecuada gestión de los datos de los clientes.

La incorporación de la mediación a la digitalización ya no es una opción, simplemente es una obligación

Los datos, junto a su correcto análisis para convertirlo en negocio, son sin duda uno de los activos más importantes que tenemos. El beneficio que podemos obtener es alto pero el camino para conseguirlo no es sencillo. El primer paso es conseguir y garantizar la confianza entre mediador y compañía. Conseguido este paso, la tecnología y la capacidad del análisis de los datos para convertirlos en decisiones de negocio es el objetivo común que debemos perseguir.

A finales del pasado año, en Pelayo lanzamos nuestro centro de ideas innovadoras y disruptivas, el 2122 Lab, que funciona a través del hub tecnológico TheCube. Con este proyecto buscamos incrementar nuestra capacidad de generación de negocio apoyándonos en las nuevas tecnologías y la digitalización. Se trata de uno de nuestros principales proyectos estratégicos que nos permitirá aportar soluciones innovadoras a nuestros mediadores.

Hablar
nos acerca.
pelayo

RC para personal público de la administración local

Berkley España ha lanzado 'RC Personal Administraciones Públicas-Funcionarios', destinado a los funcionarios o empleados públicos y a los cargos electos y políticos.

Está destinado a personal de las Administraciones Públicas locales, tales como Ayuntamientos, Diputaciones, Consejos o Cabildos Insulares que buscan coberturas ante posibles reclamaciones por daños y perjuicios por parte de ciudadanos o entidades, por la propia Administración o incluso por compañeros.
"Las personas que ocupan un puesto de autoridad o personal al servicio de administraciones públicas asumen a título personal las responsabilidades legales que se derivan del ejercicio de su cargo, por eso desde Berkley España hemos diseñado un producto con interesantes coberturas como la acción de regreso de la Administración Pública, acción de la Administración Pública por daños y perjuicios a sus bienes y derechos, acción por responsabilidad contable, responsabilidad frente a terceros y acciones de responsabilidad iniciadas por cualquier persona o entidad", ha declarado Héctor de la Huerta, responsable de Líneas Financieras de Berkley España.

Seguros de Impago de facturas *on demand*

DAS Seguros ha creado 'DAS Factura Asegurada', un producto con el que pymes y autónomos disponen de un seguro de impago de facturas on *demand*. Las características de este micro seguro de pago por uso han propiciado su incorporación en la cartera de productos de Lisa Seguros, agencia de suscripción 100% digital, que ha desarrollado una plataforma destinada a la contratación del seguro.

'DAS Factura Asegurada' permite asegurar facturas una a una y es el cliente el que decide en qué facturas quiere contratar una cobertura de impago, siempre que no asciendan a más de 6.000 euros (IVA incluido). La contratación no implica suscripciones ni cuotas, tan solo se emitirá una póliza por cada factura asegurada por un importe inferior al 1% del valor de la factura que dará derecho al acceso a un equipo de abogados especialistas que velará por la reclamación, ya sea amistosa, por mediación o judicial, de ésta.
A través de la plataforma de Lisa Seguros las empresas podrán subir sus facturas, contratar el seguro y abrir incidencias en el caso de impago. Además, el seguro incluye una cobertura de asesoramiento ilimitado que dotará a las empresas tomadoras de la póliza de una cobertura legal y de consultas ilimitadas en todo lo relativo a obligaciones contractuales, formas de pago, clientes deudores o ficheros impagados.
DAS Seguros quiere aportar tranquilidad y empoderar a las empresas para lidiar con la morosidad y el recobro de sus facturas impagadas.

MEDIADOR, VUELVE A SONREIR

ÚNETE A LA CORREDURÍA MÁS INNOVADORA,
CON UN MODELO CONSOLIDADO Y MÁS DE 80 MEDIADORES
DE SEGUROS HACIENDO CRECER SUS CARTERAS

- 70 compañías de seguros
- Informática exclusiva
- Condiciones económicas únicas
- Transparencia y cercanía

PERO LO QUE REALMENTE NOS HACE DIFERENRTES
ES QUE SOMOS UNA VERDADERA FAMILIA

RUIZRE
TU MARCA DE SEGUROS

Bienvenido a CASA ;)

ICO y BEI dedicarán 600 millones a la internacionalización de las pymes españolas

El Banco Europeo de Inversiones (BEI) y el Instituto de Crédito Oficial (ICO) vuelven a unir fuerzas para reforzar la actividad exportadora y la internacionalización de las pymes y *midcaps* españolas. Concretamente, el BEI facilitará hasta 300 millones de euros al ICO, que la entidad española completará con una contribución propia adicional de otros 300 millones de euros, de forma que el volumen global de financiación a disposición a de las empresas españolas ascenderá a 600 millones de euros.

Dada la amplia experiencia del ICO en la canalización de fondos del BEI, la contribución de la institución española permitirá mejorar de forma significativa el acceso a la financiación de un amplio espectro de empresas, que habitualmente encuentran dificultades para acceder al crédito. Además, el acuerdo contribuirá a afianzar la recuperación económica y el mantenimiento del empleo tras la desaceleración económica provocada por el Covid-19, y aportará beneficios en las regiones de cohesión, las más afectadas por la pandemia.

Autónomos y pymes ya pueden acogerse al régimen de devolución mensual del IVA

El Régimen de Devolución Mensual del IVA (Redeme) es un sistema excepcional que permite a pymes y autónomos liquidar el Impuesto Sobre el Valor Añadido (IVA) mensualmente y no trimestralmente, como en la mayoría de los casos.

Con ello se consigue tener mayor liquidez, sobre todo los que acaban de comenzar a desarrollar su actividad. Como indica la Agencia Tributaria "con este nuevo sistema se pretende evitar el coste financiero que representaba el diferimiento en la percepción de las devoluciones".

Para acogerse al Redeme se tienen que cumplir una serie de requisitos:

El primero, no tributar en el régimen simplificado del IVA y estar al corriente de las obligaciones tributarias. Además, se tiene en cuenta no haber sido excluido del Redeme en los 3 años anteriores al de la solicitud.

La solicitud para inscribirse en el Redeme tiene que realizarse en el plazo establecido, si no, habrá que esperar un año para la solicitud y otro para su aplicación.

Asimismo, se establece la obligación de llevar los libros del registro del IVA a través de la Sede electrónica de la Agencia Estatal de Administración Tributaria (Aeat).

Se debe permanecer en el Redeme al menos un año.

La Inspección de Trabajo ha detectado y sancionado más de 5.000 casos de fraude en la aplicación de los expedientes de regulación temporal del empleo (Erte). En concreto, según el organismo ha incoado 44.393 expedientes, de los que están ya finalizados 35.190 y han culminado con resultados sancionadores, por irregularidades de diferentes tipos, a 5.832.

La Inspección de Trabajo sanciona 5.832 casos por fraudes en los Ertes

El Ministerio ha avanzado que busca modernizar todo el modelo de inspección laboral para impulsar el uso del *big data* y las nuevas tecnologías, así como establecer pautas de control a nuevos modelos de negocio digitales. Se incorporarán además nuevos perfiles de inspección para vigilar comportamientos como el aumento de la movilidad laboral, el trabajo en plataformas digitales, el comercio electrónico, las cadenas globales de suministro o las nuevas condiciones de trabajo.

También se perseguirán las llamadas "empresas buzón" radicadas en España y que operan en otros países de la Unión Europea, o viceversa, a través de la Unidad especial centrada en la Lucha Contra el Fraude en el Trabajo Transnacional.

España pide los 10.000 millones del primer tramo del fondo de recuperación

España ha solicitado formalmente a la Comisión Europea el desembolso del primer tramo del fondo de recuperación, que asciende a 10.000 millones de euros, según ha confirmado el 13 de noviembre la institución comunitaria.

Se trata del primer desembolso estipulado en virtud del fondo anticrisis de la UE que depende del cumplimiento de una serie de requisitos. En este caso, el Ejecutivo comunitario tendrá que verificar que España ha completado con éxito los 52 hitos y objetivos vinculados a este primer desembolso, que el Gobierno considera ya cumplidos.

Bruselas dispone ahora de un plazo de dos meses para evaluar este extremo. Los países de la Unión Europea también tendrán que pronunciarse al respecto y en su caso tienen un mes más para verificar el cumplimiento de los requisitos.

El plan de recuperación, por el que España recibirá hasta 70.000 millones de euros en subvenciones directas por parte de Bruselas, se estructura en una serie de desembolsos que llegarán dos veces por ejercicio en función de la consecución de las reformas e inversiones pactadas entre Madrid y Bruselas.

El Gobierno prevé crear un seguro contra el impago del alquiler para favorecer su acceso entre los jóvenes

Raquel Sánchez, ministra de Transportes, anunció, a mediados de noviembre, el proyecto de creación y financiación de un seguro contra el impago de la renta durante un año.

Se trata de financiar un instrumento privado por parte del Estado, siempre que la prima no exceda el 5% sobre el importe total del alquiler anual.

La ayuda podrá solicitarse por parte del inquilino dentro de la batería de respaldo público al arrendamiento para jóvenes. Con ello, se trata de dar garantía de cobro al propietario y facilitar la emancipación de los más jóvenes.

El Gobierno ha aprobado a finales de noviembre el primer informe del anteproyecto de ley de fondos de pensiones de promoción pública y planes simplificados, que se espera que esté vigente antes de que acabe junio de 2022. Para los auónomos, el límite deducible por planes individuales y colectivos se elevará de 2.000 a 5.750 euros.

Los autónomos podrán deducirse por sus planes de pensiones hasta 5.750 euros al año

El ministro responsable del ramo, José Luis Escrivá, explicó que el Gobierno creará con esta ley "un fondo [de pensiones] de empleo [colectivo] impulsado desde el sector público, al que se podrán adscribir muchos trabajadores de pymes, autónomos y trabajadores en Administraciones públicas". Garantizando, añadió, "que las comisiones de gestión sean muy bajas". En un primer momento, el Ejecutivo propuso que la comisión máxima que podrán cobrar las gestoras fuera del 0,4% anual, mientras que la entidad depositante podría cobrar hasta un 0,1% anual. Por lo tanto, como máximo las comisiones llegarán al 0,5%, pero la Seguridad Social decidió que dichos topes se fijen más adelante en los reglamentos y pliegos de concursos públicos para las gestoras.

Esta regulación de los nuevos fondos de pensiones colectivos de promoción pública lleva aparejada mejoras fiscales para fomentarlos. En concreto, el límite conjunto deducible por planes individuales y colectivos se elevará de 2.000 a 5.750 euros para los autónomos (1.500 euros de tope de planes individuales y 4.250 por la parte patronal de la aportación a un plan colectivo).

Actualmente, apenas uno de cada diez trabajadores tiene acceso a uno de estos planes colectivos en sus empresas, por lo que Escrivá explicó que el objetivo del nuevo fondo de promoción pública es que, en diez años, la mitad de los trabajadores estén adscritos a uno de estos instrumentos de ahorro a largo plazo. Así, espera que a los dos millones de trabajadores que están adscritos a uno de estos planes se sumen otros ocho millones para llegar a diez millones de partícipes en diez años.

REVITALIZA TU NEGOCIO
A TRAVÉS DEL MARKETING EMAIL

TU CORREDURÍA

GANA CLIENTES CON EL MARKETING EMAIL

TU NEWSLETTER

El video marketing al alcance de las pymes y emprendedores

El vídeo marketing no está suficientemente valorado por las pymes porque el video online se asocia a Youtube, al entretenimiento y la diversión. Pero realmente se trata de una gran plataforma que puede ser aprovechada por las empresas y los profesionales que quieren atraer a su publico objetivo. En Youtube se obtienen 3 billones de reproducciones cada día. El 80% de los internautas ven, al menos un vídeo al mes. Y entre los clientes online de Páginas Amarillas, los que tienen vídeo venden cuatro veces mas que los que no lo tienen. Estas cifra indican que el vídeo marketing puede ser una gran oportunidad para la mayoría de negocios si se aporta contenido relacionado con su sector. La idea es crear vídeos sencillos que den respuesta a la posible búsqueda del internauta.

La fuga de información empresarial crece un 32%

Las empresas no son conscientes de lo fácil que es perder información hasta que no ocurre. Los casos de fuga de información empresarial han creciendo un 32% debido al mayor acceso a datos internos de los diferentes puestos estructurales de la compañía y al mal uso de los nuevos dispositivos digitales, como ordenadores portátiles o smartphones propiedad de la empresa.

Se quiere potenciar la presencia de los autónomos mayores de 55 en las Redes Sociales

UPTA, en colaboración con Fundetec, quieren dar prioridad a los trabajadores por cuenta propia de mas edad para que se beneficien de las TIC. Para ello han creado el proyecto "Empleo 2.0". Con él se pretende potenciar el emprendimiento autónomo y la mejora competitiva de los autónomos mayores de 55 años a través del uso de las redes sociales.

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

El **ENVÍO PERIÓDICO DE UNA NEWSLETTER** te permite enviar contenidos interesantes a la vez que le haces saber todos los seguros en los que trabajas.

Si no tienes tiempo, nosotros lo hacemos por ti a un **PRECIO AJUSTADO A TUS NECESIDADES,** con envíos de newsletters mensuales o bimestrales.

Confía en periodistas con **GRAN EXPERIENCIA** en el mundo económico y empresarial para hacer un buen contenido.

Consulta todas tus dudas con un simple email: **carmen@pymeseguros.com**

Hugo Serra, nuevo consejero delegado del Grupo Catalana Occidente

El Consejo de Administración del Grupo Catalana Occidente, a propuesta de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, ha aprobado en su última reunión el nombramiento, a partir del 1 de enero de 2022, de Hugo Serra como consejero delegado del Grupo en sustitución de Ignacio Álvarez, que dejará el cargo por motivos personales tras diez años como primer ejecutivo de la entidad.

Hugo Serra es Bachelor of Science in Business Administration por University of Wales, licenciado en Business Administration por la Universitat Politécnica de Catalunya y MBA por el IESE. Tras desempeñar distintas responsabilidades en multinacionales del sector financiero se incorporó al Grupo Catalana Occidente como miembro del Consejo de Administración en 2006. En 2013 fue nombrado director general adjunto a Presidencia, desde donde ha dirigido el departamento de Operaciones; el de Inversiones; y el de Innovación, Marketing y Desarrollo de Negocio (IMD). En la actualidad también es vicepresidente del consejo de administración del Grupo, así como consejero en distintas sociedades.

El nombramiento de Serra, que se hará efectivo el 1 de enero de 2022, supone el inicio de un proceso de relevo ordenado tras la renuncia del actual consejero delegado, Ignacio Álvarez.

Por otro lado, el Grupo ha dado a conocer sus cifras de los primeros 9 meses del año. Ha obtenido un resultado consolidado de 392,2 millones de euros, un 74,2% más respecto al mismo periodo del año anterior. El volumen de negocio del Grupo aumenta un 7% hasta alcanzar los 3.720,6 millones, recogiendo así el sostenido crecimiento en el negocio tradicional y el incremento en el negocio del seguro de Crédito.

El resultado recurrente del negocio tradicional (las compañías Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros, Seguros Bilbao y Norte Hispana Seguros) avanza un 4,3% hasta los 202,4 millones de euros, mientras que el volumen de negocio (total de primas facturadas) aumenta un 3,5% en comparación con el mismo periodo del año anterior hasta los 2.123,2 millones de euros.

En este incremento del volumen de negocio destaca el crecimiento del 4,7% en Multirriesgos y del 5,3% en Diversos. Asimismo, el ratio combinado en el negocio tradicional (No vida) mejora hasta el 88,1%, con un descenso de 0,3 puntos porcentuales.

En lo que se refiere al negocio del seguro de Crédito (Atradius Crédito y Caución, y Atradius Re), el resultado recurrente se sitúa en 175,5 millones de euros. Mientras, el volumen de negocio del seguro de Crédito aumenta un 12,2% hasta los 1.597,4 millones de euros como consecuencia de la reactivación de la actividad económica.

El resultado técnico neto del seguro de Crédito se sitúa en los 210,9 millones de euros en los nueve primeros meses del año frente a los 57,1 millones obtenidos en el mismo periodo del ejercicio anterior.

En otro orden de cosas, el Grupo Catalana Occidente ha firmado un acuerdo estratégico con Cuideo, para ampliar los servi-

cios destinados a las personas mayores. En concreto, los clientes de las compañías Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros y Seguros Bilbao pueden recibir asesoramiento a la dependencia de manera gratuita, además de contratar, a través de la modalidad de pago por uso, con un dispositivo de teleasistencia personal y de la ayuda de profesionales en el hogar.

Según un estudio realizado por Cuideo y Esade, más del 60% de la población está dispuesta a asegurar su dependencia, pero solo el 20% de las aseguradoras en España cuentan con productos específicos para ello.

Por último, señalar que el Grupo Catalana Occidente ha incorporado a la oferta de Avant2 Sales Manager las mejoras operativas que ha llevado a cabo en su web service Autos 3.0, novedades que ya están disponibles en los productos que Plus Ultra Seguros y Seguros Catalana Occidente comercializan en el multitarificador de **Codeoscopic**. Esta actualización incluye un paquete con nuevas garantías que completan la cobertura y otorgan al corredor nuevas posibilidades de gestión a la hora de presentar una oferta. Además, mejoran el proceso de verificación del riesgo y la configuración de los descuentos.

Generali lanza una herramienta para facilitar el ahorro

Generali ha lanzado 'My Pocket', una funcionalidad integrada en la aplicación móvil Mi Generali y el portal de clientes de la compañía, que permite a los usuarios redondear el importe de las transacciones realizadas (mediante pagos con tarjeta de crédito y débito con cargo a la cuenta bancaria) y traspasar el importe resultante del redondeo al seguro de Ahorro o Inversión que tuviese contratado con Generali.

De manera digital y sencilla, los clientes de Generali una vez acumulada una cantidad mínima de 40 euros, transfieren automáticamente este ahorro a los diferentes seguros de Vida Ahorro e Inversión que dispongan con la compañía. 'Generali My Pocket' permite decidir individualmente los objetivos de ahorro y seleccionar entre diferentes reglas de redondeo. La aplicación puede incluso fijar reglas relacionadas con un estilo de vida saludable o de gamificación para completar el ahorro. Además, es compatible con cualquier entidad bancaria de la que sea usuario y permite asociar esta funcionalidad a cualquier cuenta corriente o tarjetas de débito o crédito de la que se sea titular.

En otro orden de cosas, Generali ha decidido utilizar la realidad inmersiva para mostrar, de forma individualizada para cada cliente, el riesgo en el que incurrimos en los desplazamientos cortos diarios.

El Consorcio inicia una transformación tecnológica para ofrecer servicios más innovadores

El Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) y Kyndryl han firmado un contrato para la transformación de la infraestructura TI de la organización con el objetivo de ofrecer servicios más eficientes e innovadores a los ciudadanos.

El contrato firmado tiene una duración de 4 años e incluye el hosting y la gestión tanto del centro de datos principal, como del centro de datos de respaldo del CCS en dos centros de datos de Kyndryl en Madrid, así como la provisión de la nueva infraestructura tecnológica integrada por un entorno *mainframe*, un entorno distribuido x86, escritorios virtuales, así como almacenamiento y conectividad entre ambos centros de procesos de datos y el propio CCS.

De esta forma se pretende ganar en agilidad, flexibilidad, seguridad (cumpliendo con la regulación del Esquema de Seguridad Nacional) y continuidad del negocio, factores críticos en su transformación digital.

Por otra parte, Alejandro Izuzquiza, director de Operaciones del CCS, ha dicho en una jornada formativa organizada por Cecas, que "este organismo no está concebido para competir con el sector privado, sino para complementarlo. Somos la aseguradora pública con la función de respaldar y dar seguridad al sistema asegurador español".

Para cubrir las indemnizaciones, el Consorcio cuenta con una reserva de estabilización de 9.000 millones de euros y, en caso de sobrepasar la cifra, está la garantía del Estado, "garantía que nunca se ha utilizado en toda la historia del Consorcio".

En los últimos 20 años, el 69% de las indemnizaciones del Consorcio se deben a inundaciones, seguidas por el viento, con un 18%; y terremotos, con un 7%.

La erupción del volcán de La Palma es, de acuerdo con Izuzquiza, la primera siniestralidad de estas características en la historia del Consorcio. Por un lado, porque es una situación en la que el plazo de 72 horas habitual para tener las primeras conclusiones no es posible, ya que aún no ha terminado y no hay previsiones de fecha de finalización. Por otro lado, se trata de una destrucción total con zonas donde no hay posibilidad de reconstrucción, lo que genera una complejidad añadida. A fecha del 22 de noviembre, el Consorcio había abonado 42.487.217 euros a los asegurados afectados por la erupción volcánica en la isla de La Palma. El citado importe, corresponde a 185 viviendas, 20 automóviles, 8 comercios y locales de oficina y 1 industria. Todos estos riesgos se sitúan en los términos municipales de Los Llanos de Aridane, El Paso y Tazacorte.

En la misma fecha, el CCS ha recibido 2.209 solicitudes de indemnización, por daños producidos a 1.808 viviendas, 187 vehículos automóviles, 199 comercios, hoteles y locales de oficina, y 15 industrias.

Por localidades, destacan Los Llanos de Aridane, de donde proceden 1.415 solicitudes de indemnización; El Paso, con un

total de 396 solicitudes; Tazacorte, con 102 solicitudes; Santa Cruz de La Palma, con 81 solicitudes; Breña Alta, con 74; Breña Baja, con 50; y Villa de Mazo, con 22.

Sin perjuicio de las 214 solicitudes de indemnización abonadas, no se han podido admitir a tramitación y pago, tras examinar la documentación correspondiente, 51 solicitudes de indemnización por diversos motivos, entre los que destacan la existencia de carencia al no haber transcurrido el plazo legal de siete días entre la fecha de emisión del contrato y la fecha en la que, de acuerdo con las verificaciones realizadas por el CCS, se produjo efectivamente el daño al bien asegurado; la falta de cobertura en el contrato de seguro para el concepto reclamado por el asegurado; por abandono por el propio asegurado de la solicitud de indemnización presentada; o por duplicidad en la presentación de la solicitud.

Han sido las aseguradoras las que, en representación de los asegurados afectados, han solicitado la indemnización en el 45% de los casos; los mediadores (agentes o corredores) de seguros en el 32% de las ocasiones; y el propio asegurado directamente en el 23% restante de los casos.

El seguro de Salud para empleados se afianza como beneficio social más valorado

La crisis sanitaria ha incrementado el interés por el seguro de Salud en el ámbito laboral, hasta el punto de que el 65% de los directivos cree que ofrecer a la plantilla este beneficio social es más necesario que antes de la pandemia. Así se desprende del 4º Barómetro de Seguros de Salud, presentado por Segur Caixa Adeslas.

Según el estudio, el 81% de las compañías ofrecen un seguro de Salud para sus trabajadores, mientras que un 38% de las que no lo hacen tiene intención de contratarlo. Los usuarios han valorado la rapidez en el acceso al servicio asistencial, la comodidad y la flexibilidad en la elección del centro y profesional como principales razones para la mejora de la percepción de este beneficio social durante la pandemia.

El seguro trasciende la vertiente puramente asistencial para convertirse en una herramienta motivacional. El 49% de los directivos reconoce que mejora el clima laboral y la relación con los empleados. También citan el aumento de la fidelización, el compromiso y la motivación (48%), la mejora de la imagen corporativa (42%) y la reducción del absentismo (40%). Estas ventajas explican que la empresa asuma el coste del seguro en un 87% de los casos, bien sea parcialmente (32%) o financiándolo de forma íntegra (55%) para todos los empleados.

Los viajeros españoles de negocios se incrementan un 200% en 2021

Los viajes internacionales de negocio tienden a recuperarse: solo en España, se ha producido un incremento del 200% desde principios de 2021, según los datos de viajes de International SOS.

Esto supone un incremento mensual de 10% en viajes de negocios internacionales, y un 13% mensual en viajes de negocios domésticos. De hecho, La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (Iata) pronostica para 2022 un crecimiento respecto a los niveles prepandemia de un 75% en viajeros internacionales y un 93% en la demanda de vuelos domésticos.

Sin embargo, Santiago Álvarez de Toledo, Country Manager de International SOS para España y Portugal, explica que "aunque desde la compañía observamos una recuperación paulatina de los viajes de negocios existen nuevas variantes del virus. De hecho, es 9 veces más posible ahora que los viajeros puedan necesitar una evacuación por problemas médicos". En este sentido, la compañía apunta que el enfoque de la vuelta a los viajes en las organizaciones debe contemplar los siguientes aspectos: Evaluación del destino y la capacidad de viajar; Aprobación previa al viaje con evaluaciones de riesgo; Acciones previas al viaje con medidas de mitigación, formación, aptitud para viajar y restricciones; Durante el viaje realizar un seguimiento de los riesgos, notificación de incidentes y acciones de asistencia; Supervisión y respuesta a los picos de casos, abordando la necesidad de evacuación y de reserva; y establecer la vigilancia sanitaria del viaje de vuelta y los recursos por enfermedad al volver a la oficina.

El producto 'Workforce Resilience de International SOS' proporciona el asesoramiento y asistencia que necesitan las empresas para el cumplimiento de los estándares aceptados globalmente, como la nueva normativa ISO 31030.

Chance Underwriting y ANV Specialty Spain se unen a Asasel

La Asamblea General Extraordinaria de la Asociación de Agencias de Suscripción Españolas de Lloyd's (Asasel) ha aprobado la incorporación de Chance Underwriting y de ANV Specialty Spain como nuevos miembros .

Igualmente se hizo una revisión de los proyectos desarrollados a lo largo del año, entre los que destaca el lanzamiento de la 'Guía de Miembros de Asasel' disponible en su web, así como de las iniciativas para 2022 en formación, promoción y lobby institucional, con el objetivo de seguir potenciando la figura de la agencia de suscripción en el mercado español y frente al resto de operadores.

Mapfre promueve a Mónica García como directora de Transformación

Mónica García ha sido nombrada directora de Transformación de Mapfre España, área destinada a impulsar la transformación de la compañía y el desarrollo del negocio digital. Bajo su dirección se agrupan las entidades Verti, Savia, y las áreas de Experiencia Digital de Cliente, Transformación Digital y de Innovación de la compañía.

García es ingeniera superior de Telecomunicaciones y se incorporó a Mapfre en 2009 como responsable de Internet, donde fue nombrada directora corporativa de Negocio Digital, cargo que ocupa en la actualidad. A partir del 1 de enero de 2022, tendrá por delante el reto de continuar transformando el modelo operativo de la entidad en España para lograr que la digitalización permee por toda la organización, así como impulsar la toma de decisiones basadas en datos y el desarrollo de nuevos modelos de negocio.

En otro orden de cosas, Mapfre impulsa Vida Silver, que celebró a finales de noviembre. Ofreció a los particulares y a las empresas que apuestan por la llamada "economía plateada" un programa en el que se pudo conocer las mejores estrategias y ejemplos de adaptación de productos y servicios a las demandas de este perfil de consumidor.

Por otro lado, Mapfre se apuntó otro año más al *Black Friday,* ofreciendo hasta el 45% de descuento para proteger a los empleados de empresas frente al imprevisto con el seguro de Vida Riesgo colectivo. Asimismo, ofreció un descuento de un 8% (un mes gratis) sobre la prima de renovación de los seguros colectivos de Vida Riesgo y/o pólizas de convenios de accidentes colectivos de las empresas. Además, los clientes que contrataron una póliza vinculada a Careward durante la semana del *Black Friday*, obtuvieron 30 euros en forma de cheque Amazon, y un regalo de hasta 2 meses en la renovación de su seguro.

Por otra parte, la aseguradora ha informado que va a introducir nuevas coberturas en sus seguros de Salud en 2022, de la mano de los últimos avances tecnológicos en medicina y asistencia sanitaria. Entre las principales novedades, destacan algunas como el tratamiento de psicoterapia en caso de acoso escolar o la prueba de detección de cáncer de colon. Mapfre también ha querido ampliar su catálogo de prótesis e implantes, introduciendo dos nuevos tipos de ortopedias para la mano: la interfalángica y la metacarpofalángica.

Asimismo, ha extendido la cobertura en casos de necesidad quirúrgica, poniendo a disposición de sus clientes soluciones como la cirugía robótica en caso de cáncer, que impliquen la extirpación de lóbulos pulmonares, así como la cirugía profiláctica de la mama contralateral, en caso de cáncer de mama de origen genético. Y ha incluido el uso que se da a las técnicas quirúrgicas de monitorización electrofisiológica intraoperatoria y de neuronavegador.

Por otro lado, ahora que la normalidad comienza a restablecer una mayor circulación entre los países, Mapfre ha ampliado el límite de su cobertura de salud en Asistencia en Viaje hasta los 15.000 euros.

Por último, señalar que la entidad será la encargada de asegurar los accidentes de los participantes en las competiciones sociales de la Fundación Eusebio Sacristán (entidad referente en el deporte inclusivo), en las ligas de fútbol 7 y la de baloncesto.

DAS Seguros amplía coberturas y límites en su seguro de Impago de Alquiler

DAS Seguros ha incrementado los límites de coberturas en su seguro de Impago de Alquiler para nuevas contrataciones, sin que esto suponga ningún cambio en las tarifas ya existentes para viviendas. Los nuevos tomadores de este seguro disfrutarán de la ampliación de coberturas como el capital máximo asegurado de contenido y continente en caso de acto vandálico, servicios como el de limpieza o cerrajería, o el impago de suministros.

En el caso de los locales, la aseguradora ofrece la posibilidad de ampliar mediante sobre prima, los meses de cobertura en caso de impago de rentas de los seis actuales a los nueve y doce meses. Esta modificación, que se ajusta a las necesidades de los asegurados, permitirá a los propietarios de locales comerciales disfrutar de mayor tranquilidad ante posibles impagos.

Además, DAS ha diseñado un nuevo site del producto con el objetivo de aunar toda la información necesaria alrededor del seguro, resolviendo dudas de manera pedagógica. Este site contiene videos explicativos, materiales complementarios, información sobre tipologías, coberturas, límites y tarifas que aportarán valor añadido a los mediadores como asesores y gestores.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha firmado un acuerdo de colaboración con la tecnológica **Fandit** para incluir en su seguro 'DAS Abogado de Negocio' un servicio que facilita el acceso a todo tipo de subvenciones.

Por último, señalar que, durante 20 semanas, Save Autónomos by **AXA** trabajará junto a expertos y mentores de Grupo DAS.

La duración media de la cartera de Vida Individual alcanza los 11,1 años

La retención media de la cartera de seguros de Vida Individual se situó en 2020 en el 91% de las pólizas y el 90% de las primas periódicas. El impacto de la caída de cartera provoca que un 10% de las primas periódicas se anulen antes de un año. Esto supone que la vida media de la cartera de Vida individual se estima en 11,1 años, según datos de **ICEA**.

Por modalidades, la que presenta un menor índice de caída son las rentas vitalicias, con un 3,3% de las pólizas.

DKV distribuirá su seguro de Vida Riesgo bajo la marca DKV Vida

El grupo DKV ha comenzado a comercializar su producto de Vida Riesgo bajo la marca DKV Vida, con el claim 'Queremos garantizar su futuro', sustituyendo al producto Ergo Vida Previsión. Tiene varios objetivos: aprovechar comercialmente el posicionamiento y notoriedad de la marca y su identificación con los hábitos saludables, otorgar una nueva identidad sumándose al activismo de la compañía y simplificar el porfolio de productos de la compañía.

Además de las coberturas tradicionales del seguro de Vida riesgo, DKV Vida integra servicios para cuidar la salud y el bienestar emocional de la familia como el acceso a DKV Club salud y bienestar, o la asistencia psicológica especializada en temas de duelo, invalidez y enfermedad grave.

Por otro lado, 'DKV Sanify Empresas' es la nueva solución de salud y bienestar de la aseguradora que busca complementar la oferta de la compañía y facilitar el acceso a la sanidad privada a los trabajadores de todas las empresas, con un producto que combina cobertura y servicios a un precio muy ajustado.

Con un importe por empleado de menos de 18 euros al mes, sin cuestionarios de salud previos, sin limitaciones de edad de contratación y con todos los servicios activos desde el primer día, 'DKV Sanify Empresas' ofrece medicina de proximidad, con el acceso de manera ilimitada a las consultas de las especialidades médicas más utilizadas, tanto en modalidad presencial como a distancia, así como una amplia gama de pruebas, tratamientos y servicios de salud y bienestar ofrecidos por profesionales médicos a precios preferentes.

Asimismo, la aseguradora ha enviado una carta de agradecimiento a los 162 clientes de Salud que llevan más de 40 años en la compañía, firmada por Josep Santacreu, CEO de DKV, y a los 125 que son clientes desde hace más de 50 años, además se les ha obsequiado con una tarjeta regalo de 50 euros y una llamada realizada por los trabajadores de la Fundación Integralia DKV.

Con esta acción orientada solo a clientes de Salud individual, se busca agradecer la confianza, recordar la importancia que tienen los clientes fieles para DKV y estar más cerca de todos ellos.

Por último, señalar que DKV ha estrenado nueva web corporativa con coherencia, consistencia y transversalidad en los portales. Esta nueva página está enfocada al posicionamiento estratégico de la aseguradora 'Activistas de la salud'.

En ella se muestran las cuatro causas activistas en las que DKV se involucra: el cuidado del medioambiente, el bienestar de la mujer, la integración social y laboral y la lucha frente a la obesidad infantil.

Fidelidade y la insurtech **IMeureka** han firmado un acuerdo para incorporar su oferta en el *marketplace* del mismo nombre.

Fidelidade integra sus productos al *marketplace* de IMeureka

La integración se producirá en dos ámbitos: facilitando el acceso a los suscriptores de la aseguradora al entorno donde las corredurías publican diferentes solicitudes de cotización y, por otra, mediante la incorporación de los seguros de Fidelidade al propio *marketplace*, de manera que los usuarios puedan obtener sus cotizaciones directamente.

Ambas entidades han avanzado ya en la incorporación del Centro de Suscripción de Empresas de Fidelidade a este entorno y están abordando la integración de las herramientas de suscripción vía API.

"Los brokers y asociaciones con los que IMeureka está trabajando, se verán beneficiados por esta alianza comercial", han comentado Pablo Collado y Rafael Zurera, CEO y COO, fundadores de IMeureka.

La Fundación MGS forma a clientes y mediadores en ciberseguridad

La Fundación MGS ha celebrado una nueva sesión de su ciclo de jornadas formativas, con el objetivo de favorecer el desarrollo personal de los empleados, colaboradores y clientes de **MGS Seguros**. En esta ocasión se ha analizado la ciberseguridad con el reconocido experto informático Chema Alonso, Chief Digital Officer de Telefónica.

En la jornada titulada 'Los replicantes están aquí', Chema Alonso se centró en los avances de la inteligencia artificial en el ámbito del reconocimiento de personas y la suplantación de identidad como efecto pernicioso derivado de estas nuevas tecnologías.

Con técnicas como *faceshopping*, los "replicantes", llamados así por la referencia de la mítica película de 1982, Blade Runner, suponen un importante riesgo cibernético ya que, a partir del reconocimiento y emulación de las características físicas de las personas, pueden vulnerar la práctica totalidad de los sistemas de seguridad actuales.

Por otro lado, la **Fundación MGS** ha celebrado una nueva jornada de su ciclo de jornadas formativas, en un formato muy diferente al habitual, ya que en esta ocasión los ponentes fueron el del presentador Christian Gálvez y el humorista Víctor Parrado quienes repasaron con humor muchos de los retos a los que todos nos estamos enfrentado en este periodo de cambio tecnológico y también de crisis sanitaria.

En la jornada titulada 'El mundo sigue girando, ¿y tú?', Gálvez y Parrado ironizaron sobre los cambios tecnológicos que estamos viviendo y plantearon que en tiempos de crisis es indispensable "perder el miedo al cambio, mantener la ilusión por mejorar, aprender y estar en constante evolución".

La pérdida de valor de su profesión, uno de los mayores temores de los corredores

Hiscox ha realizado una consulta entre sus corredores para saber cuáles son sus mayores miedos sobre: el sector en general, sus clientes, su negocio y la relación con las aseguradoras. Su principal temor es que su profesión deje de ser valorada, o incluso desaparezca.

Otras preocupaciones sobre la industria que también desvela la encuesta es que los mediadores desconfían de la batalla de precios impulsada por las compañías, porque consideran que puede poner en riesgo el negocio, devaluando la calidad de los servicios ofertados a los clientes finales. Hay también un temor a que el sector avance demasiado rápido en términos de digitalización, y a no estar ellos mismos al día de todas las novedades tecnológicas, y a que la alta carga regulatoria influya negativamente en el desarrollo de sus tareas. Además, les preocupa no estar a la altura cuando hay siniestros y la falta de contacto personal.

En cuanto a los miedos relacionados con los clientes, hay un temor generalizado a perder aquellos que se guían únicamente por el precio y no por la calidad del servicio ofertado. También temen no ser capaces de cumplir con todas sus necesidades al no poder ofrecer un servicio óptimo a su cartera, sobre todo a la hora de gestionar los siniestros. La anulación de las pólizas, la falta de solvencia y los cierres de negocios también son aspectos temidos por ellos.

Por otra parte, la pérdida de su propia credibilidad en el sector produce inquietud entre los corredores. En su relación con las aseguradoras, temen una falta de respuesta ante los problemas o que no sean escuchados. También manifiestan miedo a perder el apoyo de las aseguradoras y a que estas no cumplan sus compromisos con ellos o con los clientes finales.

En otro orden de cosas, Hiscox ya ha implementado el EIAC a través de CIMA. El proceso ya se encuentra en una primera fase que incluye las principales funcionalidades del protocolo, para el envío de ficheros de pólizas (emitidas, renovadas, suplementos o anulaciones) y recibos de todos sus productos.

Por otro lado, la aseguradora, conscientes de la importancia de la educación para mitigar los siniestros ciber, Hiscox amplía el número de accesos a la plataforma de formación online sobre ciberseguridad Hiscox Cyberclear Academy, a la que tienen acceso los asegurados de Hiscox Cyberclear 360º. Durante el período de la campaña con motivo del *Black Friday*, las empresas que contrataron este seguro podían dar acceso a 200 usuarios a esta formación (en lugar de a 100).

Por último, señalar que Hiscox ha habilitado en su web internacional una línea temporal interactiva para conocer su historia desde el origen hasta su transformación como aseguradora internacional con 35 oficinas en 14 países en el Reino Unido, Estados Unidos, Europa y Asia.

Las primas crecen un 4,1% en el tercer trimestre

ICEA ha informado que el volumen de primas estimado para el conjunto del sector asegurador español en el tercer trimestre de 2021 alcanzó los 44.890 millones, lo que supone un crecimiento del 4,1% frente al volumen de primas a septiembre 2020, pero una caída del 7,4% respecto al mismo mes de 2019.

El ahorro gestionado en productos de seguro, medido a través de las provisiones técnicas, alcanzó los 193.195 millones de euros en el tercer trimestre de 2021. Este importe supone un crecimiento interanual del 0,2% respecto a 2020 y una caída del 0,7% sobre 2019.

Volumen estimado de primas y provisiones para el total del sector en millones de euros

Informe nº 1.627. Evolución del Mercado Asegurador a septiembre. Año 2020

	Variación		Primas (millones euros)		
	21-20	21-19	sep-21	sep-20	sep-19
Primas Total ramos	4,10%	-7,39%	44.890	43.122	48.469
Primas No Vida	3,17%	3,66%	28.423	27.550	27.420
Automóviles	-0,87%	-2,99%	8.257	8.329	8.511
Salud	5,04%	9,83%	7.370	7.016	6.710
Multiriesgo	5,19%	8,22%	6.016	5.719	5.559
Resto No Vida	4,54%	2,13%	6.781	6.486	6.639
Primas Vida	5,74%	-21,77%	16.466	15.572	21.049
Provisiones Vida	0,16%	-0,72%	193.195	192.887	194.589

icea @icea_es Asociación ICEA ICEA al Día - 27/10/2021

Cesce cubrirá el riesgo de impago en la compraventa de energía eléctrica

Cesce ha activado un primer paquete de coberturas destinadas a aportar seguridad y estabilidad al mercado de los consumidores electrointensivos, para quienes el coste del suministro eléctrico resulta especialmente crítico.

Estas nuevas pólizas forman parte del mecanismo de cobertura de riesgos derivados de la adquisición de energía eléctrica a medio y largo plazo (PPA) por parte de los Consumidores Electrointensivos, aprobado por el Gobierno a finales de 2018. El Estado asumirá la cobertura de los riesgos derivados de estos contratos, a través del Fondo Español de Reserva para Garantías de Entidades Electrointensivas (Fergei).

Las pólizas de Cesce se utilizarán para cubrir el riesgo de impago que pueda surgir en el marco de los contratos de compraventa de energía eléctrica firmados entre los Consumidores Electrointensivos y los productores o comercializadores de renovables.

Los contratos de energía eléctrica deberán ser de origen renovable, tener una duración mínima de 5 años y máxima de 20, y los consumidores estarán certificados por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, de acuerdo con lo establecido en el Estatuto de los Consumidores Electrointensivos.

Sergio Real, nuevo director general de Iris Global Seguros

Sergio Real es el nuevo director general de **Iris Global Seguros**, compañía del Grupo Santalucía especializada en soluciones de asistencia que opera en seguros de Viaje, jurídico y salud.

Real cuenta con una amplia experiencia en el sector asegurador dentro y fuera de Santalucía. Su última posición en el Grupo, al que se incorporó en 2014 como director Técnico, ha sido la de director de Modelos Actuariales de Seguros, Provisiones y Reaseguro de Santalucía.

Es licenciado en Ciencias Actuariales, Económicas y Empresariales, y doctor cum laude en Ciencias del Seguro, premio extraordinario de Doctorado en la UPSA. Además, posee un Máster en el Programa Directivo Asegurador de Esade Business School, es Master en perfeccionamiento de Gestión Directiva en la UAH.

Con el nombramiento de Real, el Grupo asegurador da comienzo a un ciclo en el que asume la misión principal de hacer frente a los retos que plantea el entorno actual, desafiante y lleno de oportunidades, para contribuir al desarrollo del nuevo negocio de Iris Global: adaptar la oferta de productos aseguradores a las necesidades actuales del mercado y asegurar sus operaciones de reaseguro.

Por otro lado, Iris Global ha desarrollado un nuevo concepto en torno a la seguridad en viajes, 'Safe travels', un concepto de protección total que descansa en tres ejes: seguro de Viaje, una app con información de utilidad para los asegurados y una red de asistencia internacional propia y reforzada en todo el mundo.

La nueva app incluye diversos servicios relacionados con la seguridad personal en los viajes, así como una amplia información médica necesaria para la seguridad integral del viajero.

Por otro lado, **Fundación Inade** ha celebrado una sesión de Espacio Inade, en la que Carlos Nadal, director de Negocio Asegurador de Iris Global, compartió con los asistentes el nuevo concepto en torno a la seguridad en viajes desarrollado por la compañía, 'Safe Travels'.

Anunció que Iris Global ha ampliado su red de asistencia internacional para dar mayor cobertura al seguro de Asistencia en Viaje, a través de acuerdos firmados con las principales redes sanitarias nacionales en los distintos países del mundo y apoyándose en las compañías locales. "De esta manera tenemos capacidad para prestar asistencia en viaje en 194 países, mediante una red propia", concluyó.

Caución, Pérdidas Pecuniarias y Crédito, las modalidades de No Vida que más crecen

Durante el tercer trimestre de 2021, las modalidades de seguros de No Vida que más crecieron fueron las de Caución, Pérdidas Pecuniarias y Crédito, según datos de ICEA.

Caución alcanzó una subida del 17,01%; seguida por Pérdidas Pecuniarias, con un 15,74%; y Crédito, con un 11,25%.

Santalucía nombra a Antonio Herrera nuevo director de Alianzas

Santalucía ha nombrado a Antonio Herrera nuevo director de Alianzas de la compañía. Además de mantener su actual posición como director de Desarrollo de Iris Global, será responsable de los acuerdos, grandes cuentas y negocio directo de Santalucía.

Desde su nueva posición, asume el desarrollo del negocio con los acuerdos actuales, así como la aceleración de la ampliación de nuevos acuerdos de distribución, desde una perspectiva integral tanto de productos aseguradores como de servicios. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas e International Executive MBA por ESIC, Antonio Herrera se incorporó al Grupo Santalucía en 2020 tras contar con más de 15 años de experiencia en la gestión de unidades de negocio tanto en el sector asegurador como en otros, a nivel nacional e internacional.

Por otra parte, Santalucía ha dado a conocer la creación de una Oficina de Proyectos Europeos con el objetivo de facilitar el acceso a los fondos de la UE y focalizarlo en la financiación de iniciativas que fomenten la digitalización y sostenibilidad dentro de su grupo de empresas.

En otro orden de cosas, el Instituto Santalucía ha publicado el último informe de 'El Pensiómetro', donde señala que, tomando un IPC situado en 2,51%, serían necesarios "grandes desembolsos" para hacer frente a las revalorizaciones de las pensiones. La diferencia entre aplicar el sistema de Índice de Revalorización de los Pensiones (IRP) y hacerlo con el IPC sería de 3.119 millones de euros en 2021, y aumentaría al siguiente año hasta los 3.375 millones de euros por "el efecto acumulación". De este modo, el coste para 2022 se estima en 3.748, si el cálculo se hace respecto a revalorizar con el IPC, mientras que, si se realiza ligado al IRP sería de 373 millones de euros.

Raúl Casado y Pablo Muelas formarán parte del Consejo Académico del Instituto e-Learning del Seguro

El Instituto e-Learning del Seguro (IES) ha comunicado la creación de un Consejo Académico que estará integrado por profesionales de reconocido prestigio con experiencia contrastada y conocimientos en diferentes cargos de responsabilidad dentro del sector asegurador. Entre sus consejeros cuenta con Raúl Casado, director general de Avanza Previsión (Grupo Mutualidad de la Abogacía) y ex subdirector de la DGSFP; y a Pablo Muelas, socio responsable del área de Seguros y Reaseguros del despacho jurídico Hogan Lovells y ex subdirector de la DGSFP.

El Consejo Académico del IES se constituyó formalmente el pasado 29 de octubre en un acto en el que se analizaron los nuevos requisitos y aspectos más destacados de la nueva normativa de formación y las medidas que ha implementado el Instituto e-Learning del Seguro tanto en los procesos y en la plataforma para adaptarse a las nuevas exigencias normativas, especialmente el nuevo sistema de control automático de imagen y sonido de los exámenes de la formación inicial. Por su parte, el equipo del IES expuso a los miembros del Consejo Académico los nuevos proyectos en los que están trabajando y que pondrán en marcha próximamente.

En otro orden de cosas, Santalucía, Mapfre y Agers se han unido al IES. Santalucía cuenta con un 'Canal de Ahorro e Inversiones' que arranca con tres nuevas píldoras de 6,5 horas sobre clasificación de los seguros de Vida-Ahorro (2,5 horas); el unit linked (2 horas); y la fiscalidad en los seguros de Vida-Ahorro y unit linked (2 horas).

En el 'Canal Agro by Mapfre', se contará con contenidos formativos relacionados con el seguro agrario, como el "seguro agrario combinado", un curso de 3 horas de duración y certificable a efectos de formación continua.

Por su parte, Agers ha creado un nuevo curso online de 5 horas de duración, dentro del canal de Gerencia de Riesgos titulado 'El proceso del riesgo'. Los alumnos podrán ver cómo se identifican los riesgos y cuál es su análisis. Se trata de una continuación de los dos cursos anteriores 'Fundamentos básicos de la Gerencia de Riesgo' y 'Estándares de Riesgo'.

El 85% de las aseguradoras cuenta con una política activa en materia de RSC

ICEA ha presentado su estudio 'Inversiones en I+D y responsabilidad corporativa', que revela que este sector tiene un alto grado de compromiso social. El 85% de las entidades mantiene una política activa en materia de responsabilidad corporativa, destinando 112 millones de euros al año a acciones como el mecenazgo cultural, acción social o seguridad vial, entre otras.

Además, ocho de cada diez entidades afirman que tienen en cuenta la Agenda 2030 y los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) a la hora de tomar decisiones en este ámbito.

En lo que respecta a la inversión en I+D del sector asegurador, actualmente es reducida; siendo el 68,5% de las entidades encuestadas las que invierten en ella menos del 1,0% de su facturación. Como contrapunto, tres de cada cuatro aseguradoras incrementarían su cartera de I+D. El 98,3% de las entidades considera que se deberían incrementar los recursos destinados a proyectos de I+D en nuestro país. Sin duda, el sector asegurador como captador de ahorro privado juega un papel decisivo a la hora de financiar e impulsar este tipo de inversiones/proyectos.

Codeoscopic Academy impartirá dos nuevos cursos sobre ciberseguridad y atención al cliente

Codeoscopic Academy ha añadido dos nuevas propuestas a la oferta de su plataforma de formación online: el curso de 'Sensibilización y Concienciación en Ciberseguridad'; y la formación sobre 'Maestría en Atención al Cliente'.

El curso de ciberseguridad es un recurso creado y desarrollado por Incibe (Instituto Nacional de Ciberseguridad), que Codeoscopic ofrece de forma gratuita a sus clientes. Con esta herramienta, los corredores obtendrán conocimientos sobre los peligros y las medidas de seguridad necesarias para protegerse de ciberataques, *ransomware*, cifrado de datos, etc.

Por su parte, el curso de 'Maestría en Atención al Cliente' dotará a los mediadores de competencias, habilidades y recursos para ofrecer una atención excelente al cliente en la resolución de las operaciones comerciales, la satisfacción de sus necesidades y la gestión de incidencias. Además, a través de píldoras formativas y vídeos se muestra cómo mejorar las técnicas de venta.

Agroseguro reestructura su organigrama

A partir del próximo 1 de enero de 2022, Agroseguro va a realizar varios cambios en la plantilla, con Javier Zarcero y Mª Luz Cano responsabilizándose de las direcciones territoriales de las zonas Centro y Norte, respectivamente; y Ángel Antonio Algarra, como nuevo jefe del departamento de tasaciones agrícolas.

Zarcero lleva veintidós años en Agroseguro, donde ha sido director territorial de la zona Norte y previamente en La Mancha.

Por su parte, Cano se incorporó al departamento de Siniestros de Agroseguro en mayo de 2019, actualmente está desarrollando su labor como coordinadora territorial en la misma zona. Asimismo, la empresa promueve a Eduardo Galindo al puesto de coordinador territorial.

Algarra desde el año 2005 desempeña su trabajo como técnico en el departamento de tasaciones agrícolas.

En otro orden de cosas, Agroseguro ha celebrado dos jornadas de divulgación sobre el seguro agrario, que se suscribe en otoño, una en Tordesillas (Valladolid) y otra en La Rioja.

En la de Valladolid se recordó que en 2020 se cerró con más de 415.000 pólizas y una cifra récord de capital asegurado. El año 2021 está manteniendo las cifras de aseguramiento, aunque "presenta un aumento claro de la siniestralidad, con más de 633 millones en indemnizaciones estimadas", de las que ha destacado que "más de 502 millones ya han sido abonados a agricultores y ganaderos asegurados".

Durante la jornada, se ha repasado la alta siniestralidad registrada en Castilla y León durante 2021. En concreto, las indemnizaciones estimadas se elevan hasta los 63,7 millones de euros –más del 82% ya están abonadas- y esto supone un 33% más que el total del año 2020. Las tormentas de pedrisco son el riesgo que más daños han causado, con más de 30 millones, seguido de las heladas.

En la jornada de La Rioja se dijo, entre otras cosas que este año, las indemnizaciones estimadas para los productores asegurados en región superan los 20 millones de euros, esto supone un 17% más que en 2020.

Por otra parte, Agroseguro abonó en octubre 8 millones de euros en indemnizaciones a los productores asegurados de Extremadura para compensar los daños sufridos en la última cosecha, y en especial, los provocados por las fuertes tormentas registradas en la región los días 13 y 14 de septiembre y la DANA sufrida el 23 de septiembre.

En 2021, Extremadura acumula una estimación total de indemnizaciones de 49,5 millones de euros, de los que ya se han abonado más de 40 millones.

Reale reúne a sus corredores en su X Congreso 'Titanium'

Reale Seguros ha celebrado la 10ª edición de su Congreso 'Titanium', en el que su CEO, Ignacio Mariscal, resaltó la importancia de la figura del corredor en la venta "hibrida" porque solo ellos la pueden acometer, por su conocimiento y cercanía con los clientes.

Rafael Calderón, director del Canal de Corredores/Asociaciones, fue el encargado de abrir la jornada destacando aspectos como la profesionalidad, compromiso y confianza de la figura del corredor como un valor diferencial. A continuación, tomó la palabra el CEO de la compañía, Ignacio Mariscal que expuso los principales indicadores que marcarán la evolución en los próximos años, y resaltó la importancia de la figura del corredor para acometerlos, jugando un papel principal en todo el proceso, y destacando ese modelo "hibrido" que solo ellos pueden acometer por su conocimiento y cercanía con los clientes.

A continuación, Víctor Ugarte, director de Marketing, y Javier Espinosa, director comercial, entrevistaron a Pablo Laso, entrenador de baloncesto del Real Madrid, quien resaltó la importancia de los valores y la gestión de las personas como algo indiscutible para afrontar los retos, afianzando el mensaje de que en los detalles se encuentran en el matiz que nos diferencia. Por último, José Ramón López, director general de Reale Vida y Pensiones, expuso las nuevas utilidades y aportaciones en estos ramos con el fin de ser más competitivos y eficaces.

Precisamente, Reale Vida se ha asociado con **Munich Re** para mejorar la experiencia digital de suscripción de seguros de Vida. La solución, que se basa en la tecnología de la compañía alemana, Allfinanz Spark, aprovecha tanto el conocimiento global de la reaseguradora en la suscripción de productos de Vida, como su profundo conocimiento de los matices del mercado español. Se va a aplicar en todos los canales de venta a nivel mundial.

El beneficio antes de impuestos del sector se sitúa en el 12,25% de las primas

En el tercer trimestre de 2021, el beneficio antes de impuestos sobre primas imputadas se situó en el 12,25%, 0,32 puntos porcentuales más respecto al mismo periodo del año anterior, ha informado **ICEA**.

Por su parte, la rentabilidad sobre recursos propios (ROE) fue del 9,61%, 0,13 puntos porcentuales por encima respecto al tercer trimestre de 2020. En cuanto a la solvencia, el Ratio de Solvencia (SCR) se situó en el 241,3%.

Aseguradoras y mutuas cuentan con un nuevo convenio colectivo

Las 74.000 personas que trabajan en aseguradoras, reaseguradoras, mutuas colaboradoras con la Seguridad Social, mutualidades de previsión social, así como corredurías de reaseguro de España cuentan con un nuevo convenio colectivo sectorial.

Los representantes de **AMAT** (mutuas), **Asecore** (corredurías de reaseguro), **CEM** (mutualidades de previsión social), Unespa (aseguradoras y reaseguradoras), así como de los sindicatos **CC.OO._Servicios** y **UGT**, han firmado el convenio que estará en vigor durante el período 2020-2024.

Este convenio se adapta, en el ámbito del seguro, a las nuevas realidades tecnológicas y demandas sociales (teletrabajo, conciliación, desconexión digital…). Asimismo, incorpora avances en materia de igualdad y corresponsabilidad que promueven la gestión sostenible de la actividad aseguradora.

En materia salarial, para 2020 se ha pactado un incremento del 0,5% sobre las tablas salariales de 2019. Para 2021 una actualización del 1%. En 2022, el aumento será también del 1% pero, si el índice de precios al consumo (IPC) de 2021 fuera igual o superior al 2%, el incremento fijo de 2022 sería del 1,2%. Si una vez finalizado 2022, el IPC del ejercicio es también igual o superior al 2%, se aplicaría una corrección adicional del 120% para el año 2022. Por último, para los ejercicios 2023 y 2024 se aplicará la fórmula tradicional que toma como referencia la evolución del producto interior bruto (PIB) corregido por el IPC.

Una de las grandes novedades que incorpora el nuevo convenio colectivo es la regulación sectorial del teletrabajo. Se considera teletrabajo desarrollar a distancia al menos el 30% de la jornada laboral en tres meses de referencia. El importe por compensación de suministros se fija en 2 euros por día trabajado a tiempo completo desde casa. La empresa deberá dotar a las personas de los medios necesarios para desarrollar su labor; incluyendo, como mínimo, un ordenador, tableta, smart PC o similar. Además, las empresas podrán acordar sistemas, compensaciones y condiciones de teletrabajo sustitutivos o complementarios a los establecidos en el convenio sectorial.

Entre otras cosas, el acuerdo refuerza e incorpora medidas de apoyo a las víctimas de violencia de género. Las trabajadoras que se vean en esta situación podrán solicitar una ayuda económica de hasta 1.000 euros para hacer frente a gastos de traslado de domicilio, asistencia jurídica o ayuda psicológica.

Oesa pide al Gobierno que cuente con los corredores para aplicar el seguro de Impago de Alquiler para jóvenes

El Observatorio Español del Seguro del Alquiler (Oesa) considera que el seguro de Impago para jóvenes que ha anunciado el Gobierno, que se gestionará por las Comunidades Autónomas, es un estímulo para que este colectivo pueda independizarse antes. Sin embargo, advierte que ponerla en práctica sin recurrir al conocimiento de aseguradoras y corredores especializados, limitará la efectividad de la misma.

Oesa considera positivo que el Gobierno haya elegido públicamente la figura del seguro de Impago de Alquiler como principal herramienta de garantía del arrendamiento y de estímulo del mercado. Apunta que la medida, bien gestionada, puede ser un buen catalizador para el sector, pues animará a los arrendadores a sacar viviendas al mercado que se alquilarán con plenas garantías.

Respecto al coste del 5% de la renta anual para una duración de 12 meses financiado con recursos públicos, Oesa considera que es una proporción más que razonable. Pero se advierte al Gobierno que la medida sólo podrá tener eficacia con una buena gestión de los impagos o retrasos en el pago del alquiler a través de métodos de mediación que actualmente llevan a cabo únicamente los mediadores especializados en los seguros de impago de alquiler.

Por otro lado, desde Oesa se ha señalado que la renovación de las pólizas de seguros de Impago del Alquiler, que aumentó notablemente con motivo de la pandemia, ha comenzado a frenarse, con una bajada del 10% de media. La pandemia impulsó fuertemente la renovación de seguros de Impago del Alquiler en España, así como la incorporación de pólizas en contratos que ya estaban vigentes. Una tendencia que está comenzando a remitir ligeramente por la relajación de algunos propietarios, con el consiguiente peligro de aumento de la morosidad.

Las reservas matemáticas de Vida disminuyen en 1.265 millones

ICEA ha comunicado que a 30 de septiembre de 2021, la reserva matemática de los seguros de ahorro ha disminuido en 1.265 millones respecto al año anterior (hasta los 193.172 millones).

Esta bajada se debe en su totalidad a los seguros con garantías de interés, que decrecieron 4.155 millones, mientras que los seguros vinculados a activos aumentaron 2.890.

Guillermo Rodríguez, nuevo CEO de Coface en España

Coface ha nombrado a Guillermo Rodríguez nuevo CEO de la compañía para España y Portugal, en sustitución de Marcelino Moneo, que ha sido promocionado como Chief Underwiting Officer para la Región Mediterráneo, Oriente Medio y África.

Incorporado a Coface en 2001 como responsable de desarrollo comercial, Rodríguez fue nombrado director del Negocio de Factoring en 2008, posición que ocupó hasta que en 2012 se traslada a Bélgica como Country Manager. De vuelta a España en 2016 como director de Estrategia y Transformación, es promocionado en febrero de 2018 como director de Suscriptor Comercial de la Región Mediterráneo y África, y posteriormente a director Comercial de la misma región, posición que ha ocupado hasta la fecha. Es Licenciado en Economía y Administración de empresas, un posgrado en Administración de Empresas especializado en mercados Ibero-Latinoamericanos por la Universidad de la Sorbona en París, y un Executive MBA por el IE Business School.

Moneo, incorporado a Coface en 2004 como director comercial, fue director general adjunto de 2008 a 2014, cuando fue nombrado CEO para España y Portugal. Además, entre 2012 y 2014 fue director comercial para la Región de Europa Occidental. Es economista, Master en Dirección Económico-Financiera por el CEF, EMBA por el Instituto de Empresa y PADE por el IESE.

Por otra parte, con fecha 1 de diciembre, Mario García, hasta la fecha director de Operaciones de Negocio, ha sido promocionado en esta misma función con responsabilidad para la Región Mediterráneo y África. Es Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales y antes de incorporarse a Coface acumulaba 10 años como director de Operaciones.

En esa misma fecha, Gemma Gómez ha sido nombrada directora de Indemnización y Cobros para España y Portugal. Incorporada a Coface en 2001 como analista de Indemnización, fue gestora de Cobros desde 2004 a 2007 cuando fue promocionada como jefa del Servicio de Cobros. Es licenciada en Derecho, y cuenta con un Master en Práctica Procesal Civil por el Ilustre Colegio de Abogados de Madrid, un Master en Gestión Económica y Financiera por el CEF, y un Máster en Consultoría de Negocios en la Escuela de Práctica Legal de la UCM.

Raúl Salazar ha sido nombrado director de Jurídica para España y Portugal. Se incorporó a Coface en el año 2007 como jefe del Servicio de Indemnización. Es licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y cuenta con un Master en Práctica Jurídica Empresarial y un Master en Economía y Finanzas, ambos por el Centro de Estudios Garrigues.

Allianz celebra una nueva edición del Club Financiero

Allianz ha celebrado la sexta edición de su Club Financiero, en el que se habló de las tendencias y la evolución del ahorro en España, la situación de la economía mundial, macrotendencias de mercado, además del posicionamiento, estrategias y resultados de los fondos de inversión, con especial foco en la nueva agencia de valores, Allianz Soluciones de Inversión.

En el evento participaron Susana Mendia, subdirectora general de Vida, Salud y Gestión de Activos; Pere Anguila, director de Seguros de Inversión; Ignacio Ripol, director comercial de Levante de Allianz Seguros. Por parte de Allianz Soluciones de Inversión asistió Miguel Colombás, director general y profesionales de Allianz Global Investors y Pimco.

El Club Financiero Allianz tiene como objetivo consolidar un colectivo de mediadores que dispongan de la mejor y más actualizada formación e información financiera, que les convierta en asesores excelentes para sus clientes.

Liberty ha entregado los premios en los que reconoce la gran labor llevada a cabo por las corredurías de seguros durante el primer semestre del año. La aseguradora ha hecho un total de 16 reconocimientos a nivel nacional, un premio de cada categoría (Crecimiento Rentable, Persistencia en Autos y Premio a la digitalización) en sus direcciones regionales.

Liberty reconoce la labor de los corredores con la entrega de sus premios al canal mediado

Además, en esta ocasión, Liberty ha querido hacer un reconocimiento especial por "Poner a las personas primero" a la correduría Internacional Insurance Broker S.A. El Premio al Crecimiento Rentable lo han recibido las corredurías Grup Vila Cover Corredoria D'asseg (Mataró, Barcelona), Vicente Velasco Alvare (Gijón), Unit Integración Correduría de Seguro (Murcia), Gexbrok Mediación (Cáceres) y Jenny Cunningham Consultants, para expatriados en (Jávea).

Por su parte, Vallve Banus Correduría de Seguros (Tarragona), Vicente Campillo Correduría de Seguros (Miranda de Ebro, Burgos), Fincas Girbes (Algemesí, Valencia), Adela Rosado Rodríguez (Cáceres) y Burai Jennifer S. Lou (Fuengirola, Málaga) han recibido el Premio a la Persistencia en Autos.

Y, por último, el Premio a la Digitalización ha sido para Girón & Martín Correduría de Seguros (Zaragoza), Bango Correduría de Seguros (Oviedo), Ruiz Re Correduría de Seguros (Valencia), Medel Correduría Técnica Seguros Confluence Group (Córdoba) y Stewart Seviour Mark (Málaga).

AXA bonifica los traspasos a sus planes de pensiones con hasta 8.000 euros

AXA ha lanzado una campaña para incentivar los traspasos desde otras entidades a planes de pensiones de la gestora, con una bonificación que puede alcanzar los 8.000 euros. La oferta estará vigente hasta el 31 de diciembre de este año para todas aquellas personas mayores de edad y residentes en España que realicen un traspaso superior a 20.000 euros desde otra entidad a su Plan de Pensiones AXA individual.

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

Del mismo modo, los residentes en el País Vasco podrán disfrutar de las mismas bonificaciones en los traspasos realizados desde otras entidades a planes de previsión social integrados en Winterthur EPSV.

Por otro lado, a partir del 1 de enero, los clientes y asegurados de AXA contarán con nuevas coberturas y servicios en sus pólizas de Salud de manera automática tras la inclusión de las novedades 2022 que hacen hincapié en la prevención, la inclusión de alta tecnología y aspectos como la salud mental. Además, entre otras cosas, se va a contar con más programas de prevención como el dirigido a la detección de cáncer de cuello de útero y técnicas de diagnóstico punteras como el PET68Galio para diagnóstico oncológico de determinados tumores.

En otro orden de cosas, la **Fundación AXA** ha realizado el Foro Next Education, en el que se ha señalado que "El reto demográfico es la tercera prioridad de la Unión Europea, junto a la transición ecológica y la digitalización".

Según Luis Sáez de Jáuregui, vicepresidente de Fundación AXA, "la edad media de España envejece seis horas cada día. Cada cuatro años, España envejece un año". Unas cifras alarmantes que deben revertirse con una política pública que corrija las debilidades territoriales, con un plan y un liderazgo político.

"Estamos en una España de oportunidades", ha afirmado Sáez de Jáuregui. "Somos uno de los países con mayor capacidad de telecomunicaciones. Hay más fibra en España que en Alemania, Francia e Italia juntas".

Agers centra su 32º Congreso en la interconexión de los riesgos

Agers ha celebrado su 32º Congreso, bajo el lema 'La interconexión de los riesgos'. En él se abordaron temas de actualidad y cómo la volatilidad sin precedentes y el mundo cada vez más interconectado hace que la materialización de los riesgos y la necesidad de la gestión de estos sea cada vez mayor.

Después de hacer un repaso por la situación económica de España, se abordaron temas que alternaron la pura Gerencia de Riesgos con cambios que afectan al sector, como, la revolución tecnológica, la digitalización y la transformación digital. Presentando herramientas y formas de cuantificar y cualificar los riesgos.

También se habló de la importancia de la gerencia de riesgos para los consejos de administración, donde se analizó cómo la volatilidad sin precedentes y un mundo cada vez más interconectado hace que la materialización de los riesgos y la necesidad de la gestión de estos sea cada vez mayor. Esto sumado a la regularización que requiere modelos de negocio sostenibles, basados en la gestión de riesgos, ha puesto de manifiesto la necesidad en los consejos de administración, de contar con profesionales que se dediquen como función a canalizar la gestión íntegra y transversal de los riesgos asociados a las organizaciones.

Asimismo, se trató la sostenibilidad y la concienciación a la acción, la importancia del cambio climático y los riesgos que conlleva. En la sesión de tarde se ofrecieron 4 talleres sobre sociedades cautivas, ciberincidentes, plan de continuidad de negocios y las renovaciones de D&O.

Asisa Vida realizó una campaña comercial por el *Black Friday*

Por segundo año consecutivo, Asisa Vida ha lanzado una campaña comercial coincidiendo con el Black Friday. En esta ocasión, descontó para siempre el 20% en el precio de su póliza 'Asisa Vida Tranquilidad' a los nuevos asegurados que la contrataron antes del 28 de noviembre.

Esta campaña de Asisa Vida se enmarca en la estrategia comercial de la compañía para consolidarse como la aseguradora de referencia en la protección de las personas y diferenciarse por su cercanía a los clientes y su capacidad para adaptarse a sus hábitos y necesidades. Además, con esta iniciativa se acerca a los clientes más jóvenes, adaptando su oferta a las nuevas tendencias de consumo y ofreciéndoles productos específicos, accesibles y muy competitivos.

La solvencia y la capacidad previsora del seguro, garantes para asegurar el futuro de las pensiones

La presidenta de Unespa, Pilar González de Frutos, ha examinado el presente y el futuro de las pensiones en España, junto al secretario general de Economía de la Junta de Andalucía, José Ignacio Castillo; y el decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla, Antonio Navarro, en el encuentro 'El seguro de las pensiones', que han organizado Helvetia Seguros y la cadena SER.

Según las previsiones de diversos estudios, la esperanza de vida de los españoles seguirá aumentando en las próximas décadas, lo que supone un auténtico desafío para la sostenibilidad del sistema actual de pensiones. Ante ese difícil reto, José Ignacio Castillo cree que el sistema debería aspirar hacia "una sostenibilidad más laxa", en el que la clave sea reducir la ratio de gastos de pensiones sobre la riqueza que generamos, pues "cuanta más riqueza generemos, aunque gastemos más en pensiones, la presión del gasto sobre la sociedad será menor".

Antonio Navarro, por su parte, indica que el gasto actual que se destina a las pensiones en España no está muy alejado del de otros países europeos. Matiza que actualmente estamos incluyendo "gastos impropios", como las prestaciones por maternidad o por cuidado de mayores, en las cotizaciones de la Seguridad Social, lo que supone un aumento de la presión del gasto sobre la sociedad. Además, cree que la edad real de jubilación se debería acercar a la edad legal.

En cuanto al papel del seguro en este tema, Pilar González de Frutos ha explicado que "el sector asegurador tiene *expertise*, solvencia y una gran capacidad de previsión", por lo que la colaboración público-privada es clave para garantizar la sostenibilidad del sistema de pensiones. Además, ha asegurado que es un sector que sabe "adaptarse a las necesidades de los clientes, ofreciéndoles productos flexibles".

En otro orden de cosas, Helvetia Seguros ha puesto en marcha la segunda edición de la campaña de publicidad 'Helvetia, siempre junto a nuestros clientes', para promocionar a once pymes y comercios de su cartera de clientes que están sufriendo las consecuencias económicas de la crisis sanitaria. En esta ocasión, las empresas que se beneficiarán pertenecen a diferentes sectores como el de la restauración, la hostelería, el textil o el deportivo, entre otros.

Zurich Seguros reagrupa su negocio digital en un único equipo

Zurich ha creado un nuevo modelo que consolida todas las áreas de negocio digital en un único equipo dentro de la compañía y que estará formado por casi 100 personas. La nueva unidad suma las habilidades y conocimientos de diferentes áreas para impulsar su crecimiento y aprovechar las sinergias con sus socios digitales; integrando el negocio de Klinc y el de alianzas.

La nueva área digital de Zurich será liderada por Stefano de Liguoro, y tiene entre sus principales retos mejorar la experiencia de cliente en todas sus líneas de negocio (Dispositivos, Hogar, Vida y Auto), y desarrollar nuevas propuestas de valor para ampliar una oferta cada vez más personalizada. A nivel interno, también se espera una mejora de la eficiencia y la calidad de procesos.

Iniciativas como los seguros 100% digitales de Zurich Klinc contribuyen a ampliar la cartera de clientes de la compañía con nuevos clientes que tienen una edad media de 36 años. Llegan atraídos por ofertas diferenciadoras, como los seguros para dispositivos electrónicos o de movilidad personal, además de los acuerdos con marcas como Fitbit o PlayStation, y luego se fidelizan con las ofertas digitales de productos más convencionales, como seguros de Hogar, Motor o Vida, pero adaptados a su estilo de vida.

Precisamente, Zurich Klinc ha incorporado a su oferta, los seguros del Hogar pensados para los millennial. Con solo unos clics en la página web o su app se puede contratar un seguro del Hogar a medida de las necesidades de cada cliente: para vivienda habitual o vacacional, destinadas al alquiler, pisos compartidos...

La aseguradora quiere concienciar sobre la problemática del acceso a la vivienda para las personas más vulnerables. De modo que, por cada póliza de Hogar contratada a través de Zurich Klinc, se realizará una aportación a entidades sociales que trabajan para ofrecer soluciones de vivienda a personas sin hogar.

Iberian Insurance Group inaugura nueva sede en su séptimo aniversario

La agencia de suscripción sevillana Iberian Insurance Group ha celebrado su séptimo aniversario con el tradicional Iberian Day, que en esta ocasión se ha llamado 'iBuilding Day'. Además, aprovechó la ocasión para inaugurar de forma oficial su nueva sede: el Edificio Iberian, situado en el barrio de Nervión de la capital hispalense.

Se trata de un edificio reformado de cuatro plantas, situado en la calle Fernández de Ribera, 4, que cuenta con un diseño y decoración modernos, con instalaciones y tecnología de última generación.

Arag pone de relevancia la importancia del seguro de Viajes ante la apertura de las fronteras de EE.UU.

Estados Unidos ha abierto de nuevo sus fronteras a los turistas y desde Arag llama la atención sobre la necesidad de contar con un buen seguro de Viaje para poder hacer frente al alto coste que supone la asistencia médica en el país americano.

Una asistencia sanitaria en Estados Unidos puede llegar a costar más de 70.000 euros. Una simple operación de apendicitis cuesta alrededor de 48.000 euros y una visita a urgencias con un TAC y una analítica más de 4.000 euros. Eso sin contar con el simple hecho de llamar a una ambulancia, que puede costar más de 2.000 euros. Los gastos de medicación también son alarmantes: un inhalador cuesta 300 euros y dos inyecciones de epinefrina para reacciones alérgicas 500 euros. Para casos de Covid-19 grave, el tratamiento cuesta alrededor de 17.000 euros, según un estudio de la Kaiser Family Foundation.

"Para viajar a Estados Unidos, la recomendación es cubrir al menos 150.000 euros", explica Raúl Pérez, responsable de Asistencia en Viaje de Arag. Asimismo, los seguros de Viaje incluyen coberturas extra como pueden ser los gastos de repatriación en caso de enfermedad o fallecimiento, el regreso anticipado en caso de fallecimiento o muerte de un familiar, gastos de anulación de viaje o indemnización por robo y daños materiales del equipaje. "Además, en Arag se cubre la Covid-19 como enfermedad en todas las coberturas asistenciales", añade Pérez.

En otro orden de cosas, la aseguradora sigue apostando y apoyando a la mediación como canal de venta de sus seguros. Por ese motivo, ha participado últimamente en varios eventos relacionados con los corredores y su importancia en el mercado asegurador.

La compañía acudió al Encuentro de Corredores del Colegio de Córdoba, Huelva y Sevilla; en el Foro Permanente del Sector Asegurador de Granada; en las XXVII Jornadas del Seguro Balear celebrada por el Colegio de Mediadores de Seguros de Baleares; y en la XLVII Semana Mundial del Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante.

Pensiones, seguros e inteligencia artificial, en el Workshop on Pensions and Insurance

WORKSHOP ON PENSIONS AND INSURANCE
Barcelona 2021

A finales de noviembre se celebró la sexta edición del Workshop on Pensions and Insurance en donde se debatió sobre la situación actual de los sistemas de pensiones de Europa en general y de España en particular.

El Workshop on Pensions and Insurance se puso como objetivo ser un foro donde presentar y discutir las investigaciones que ayuden a incrementar los conocimientos teóricos, metodologías y conocimientos empíricos, así como una mejor comprensión de las prácticas de gestión, en la industria aseguradora y de las pensiones.

El 'Especial Pensiones', que tuvo como temática 'El impacto de la robotización y de la inteligencia artificial en las pensiones del futuro', contó con la presencia de especialistas de distintas organizaciones, investigadores de prestigio de universidades europeas y españolas y responsables empresariales del ámbito de la previsión social.

Bajo esta materia se desarrollarán varias sesiones como por ejemplo destacan: La aplicación de la Robótica a los cuidados de las personas mayores; y el impacto de la Inteligencia Artificial en las pensiones del futuro y en el sector asegurador.

Forinvest 2022 se celebrará presencialmente el 9 y el 10 de marzo

Feria Valencia ha acogido la presentación del Foro Internacional del Seguro de Forinvest 2022 a las aseguradoras. Este foro, coordinado por el Consejo de Colegios Profesionales de Mediadores de Seguros de la Comunidad Valenciana, tendrá lugar en el pabellón 5 del recinto ferial los días 9 y 10 de marzo del próximo año.

Vicent Soler, conseller de Hacienda y presidente del comité organizador, enfatizó el valor del sector asegurador no solo en el certamen, sino en la economía en general, señalando su papel en la recuperación económica.

Por su parte, Antonio Fabregat, presidente del Consejo autonómico y del Colegio de Castellón, anunció los contenidos del encuentro. Comenzará con un debate sobre el futuro de la distribución y la hibridación de los diferentes canales. Además, se analizará la mala praxis en el seguro, la gestión patrimonial y las soluciones que existen sobre este tema para la mediación, los casos de éxito de hibridación en el sector de la mediación, los modelos de éxito en gestión patrimonial y la problemática para la colocación de riesgos.

La pandemia ha impulsado la digitalización de las aseguradoras tradicionales

En la 8ª edición de Insurance Revolution, se dijo, entre otras cosas, que la pandemia ha supuesto un impulso tanto en la relación de los clientes con las empresas, como en las herramientas de gestión interna. Han aparecido productos nuevos completamente digitales.

La apertura del evento ha estado a cargo de Eva María Lidón Gámez, subdirectora General de Autorizaciones, Conductas de Mercado y Distribución de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, que habló sobre el *sandbox*, digitalización, nuevos riesgos y los retos a los que se enfrenta el mercado asegurador.

Lindón comentó que "la diversidad en cuanto al tamaño de las empresas está empujando a que entidades más tradicionales avancen en cuestiones relacionadas con la digitalización" y ha añadido que "la pandemia ha supuesto un impulso tanto en la relación de los clientes con las empresas como en las herramientas de gestión interna, lo que también ha dado como resultados la aparición de productos nuevos completamente digitales".

Sobre el *sandbox* ha explicado que su establecimiento "nos permite conocer con carácter previo herramientas que luego pueden ser utilizadas de manera habitual dentro de la gestión interna de las entidades y este conocimiento nos va a dar mucha información y va a hacer que el proceso de autorización sea sin duda, mucho más fácil".

Durante el día, el evento ha permitido de nuevo encuentros presenciales, *networking*, videoconferencias y mesas redondas, donde se ha debatido sobre la importancia de cubrir las necesidades del cliente y ser fiel a la personalización, cómo colaborar con insurtech permitirá innovar e implementar nuevas acciones estratégicas en las compañías o cómo el ecosistema debe estar compuesto por competidores especialistas en mejorar procesos.

Se ha discutido también sobre los cambios disruptivos que le aportan valor al sector, como la automatización de siniestros, la gestión de riesgos, la experiencia conversacional y la prevención del fraude. Así como los últimos avances tecnológicos a través de las novedades en BigData, Cloud, IA, ML, Chatbots, IoT, Blockchain, SmartContracts y 5G.

Caser Seguros evoluciona su solución digital de ahorro

Caser Seguros ha lanzado una nueva versión de 'Caser Cling_Cling,' un plan de ahorro digital que contiene ayudas para ahorrar, como el redondeo de compras con las tarjetas de crédito que el cliente ya tiene contratadas en otras entidades y que puede vincular a la app Cling Cling.

El ahorro alcanzado en Cling_Cling se gestiona en un seguro de ahorro unit linked con tres posibles carteras de inversión (conservadora, moderada o dinámica) que el cliente elige en el momento de la contratación y que, en lo sucesivo, podrá cambiar, si lo desea, desde la propia app. En esta aplicación, los ahorradores podrán seguir el ritmo de sus aportaciones, las contribuciones del redondeo y la evolución de la rentabilidad. La contratación mínima es una prima inicial de 10 euros y otra periódica de 10 euros al mes.

Por otro lado, la aseguradora ha organizado una jornada sobre los 'Planes de pensiones de empleo: a la espera del necesario impulso del segundo pilar', en la que se dijo que "hay que aportar soluciones específicas para los autónomos y las pequeñas y medianas empresas".

El 65% de las pymes de hasta 50 empleados ni siquiera conocen, ni han oído hablar de los Planes de Pensiones de Empleo. Solo un 3% de las pequeñas y medianas empresas cuenta con algún tipo de producto de ahorro para su plantilla, un porcentaje que se reduce al 1% si nos centramos en Planes de Pensiones de Empleo, según el estudio 'Planes de pensiones de empleo: ¿cómo son percibidos por las Pymes y microempresas en España?' elaborado por el Observatorio de Pensiones Caser.

Respecto a los modelos de planes de pensiones de empleo, se necesita adaptarlos a las especificidades de nuestro país.

Por último, señalar que **Acierta Asistencia**, la empresa especializada en servicios de mantenimiento del hogar del Grupo Caser, ha lanzado al mercado 'Acierta Hogar', un nuevo servicio especializado en reformas de viviendas con el que ofrece una propuesta de valor diferencial, que permite dar al cliente una experiencia gratificante de principio a fin de obra. El Compromiso Acierta es tan firme, que se compromete a compensar al cliente con hasta 100 euros por cada día de retraso en la entrega.

Los seguros de ahorro se mantienen estables

Las aseguradoras gestionaban, a cierre del pasado septiembre, 193.172 millones de euros de sus clientes a través de seguros de Vida Ahorro. Este importe apenas ha variado de un año para otro, según datos de Unespa. A esta cantidad hay que sumar otros 51.554 millones correspondientes al patrimonio de los planes de pensiones cuya gestión está encomendada a aseguradoras (aumentaron un 12,48% en términos interanuales). En total, el sector asegurador velaba por 244.726 millones de euros de sus clientes a cierre del tercer trimestre.

El incremento del negocio de ahorro del seguro es del 2,52% si se compara con el de un año atrás, y del 0,96% si se toma como punto de referencia el arranque de 2021. El sector logra mantener los recursos de clientes a su cargo a pesar de la pandemia y de los tipos bajos de interés persistentes.

Los seguros unit-linked, aquellos en los que el tomador asume el riesgo de la inversión, son los que registran un comportamiento más positivo en términos interanuales. Aumentan el patrimonio bajo gestión un 30,02%, hasta los 18.906 millones de euros. Les siguen los planes individuales de ahorro sistemático (Pias). Estas pólizas movían 14.562 millones al acabar septiembre y crecen un 2,27% de un ejercicio para otro.

La paralización de la actividad económica por la pandemia del coronavirus y la situación de los bajos tipos de interés se hacen sentir en determinados epígrafes del negocio de Vida. Registran descensos los planes de previsión asegurados (-3,47%), los capitales diferidos (-3,27%), las rentas vitalicias y temporales (-2,80%), así como los seguros individuales de ahorro a largo plazo (Sialp) (-1,17%). Entre tanto, el ahorro generado a través de la transformación de patrimonio en rentas vitalicias se mantiene casi igual que hace un año.

Los ingresos por primas del negocio de Vida riesgo se situaron en 3.904 millones de euros, un 4,98% más que un año atrás. Una actividad muy ligada a la compraventa de viviendas.

El Consejo General tacha de "gran error" que la nueva Ley de Tráfico no obligue a contratar un seguro para los patinetes

La nueva ley de Tráfico, Circulación y Seguridad Vial, no contempla la obligación general de contratar un seguro de Responsabilidad Civil para patinetes. Desde el Consejo General de Mediadores se considera "un gran error". "Es inexplicable que no se establezca una unidad de criterio en todo el país dejando la responsabilidad de exigir seguro a decisión de cada Ayuntamiento. No tiene sentido que los carritos de golf estén asegurados, a pesar de circular en espacios acotados y privados y un patinete no lo necesite".

Los mediadores señalan que, "solo el año pasado, se produjo más de un centenar de accidentes en España con víctimas, de las cuales, 6 fallecieron. La ausencia de seguro provocará un aumento de la conflictividad al obligar a los causantes de accidentes a asumir personalmente los daños derivados del siniestro".

Hasta el momento, no ha habido dificultad en obtener cobertura porque, por lo general, las personas que tienen asegurado el contenido de su vivienda a través de un seguro de Hogar, disponen para ellas como para las personas que convivan con ellas, de una cobertura de responsabilidad civil privada que se extiende a estas situaciones.

En caso de no contar con esta solución, los mediadores a través de las aseguradoras ofrecen seguros de Responsabilidad Civil Privada que dan cobertura a posibles incidentes que pudieran ocasionarse con estos vehículos.

En otro orden de cosas, el Consejo General ha advertido de que con el pago de las primeras indemnizaciones por el volcán de la isla de La Palma, muchos afectados por la pérdida de su hogar comprueban que el dinero destinado a recuperarse de la catástrofe va directamente a la entidad bancaria beneficiaria del seguro. Esta situación se produce en la mayoría de los casos donde existe una hipoteca sobre la vivienda cuyo seguro de Hogar ha sido contratado a través de un banco como parte de la garantía del préstamo.

Aunque esta práctica es legal, "perjudica claramente al tomador y puede transformarse en ilegal si el banco ha impuesto al cliente un determinado seguro sin darle opción a contratarlo con otra entidad, una acción muy habitual".

Para evitar estas situaciones, los mediadores de seguros recomiendan tres medidas:

- Contratar a través de un corredor o agente, que siempre pondrá como beneficiario al cliente que suscribe la póliza.
- Designar al tomador del seguro siempre como beneficiario en lugar de a la entidad, a lo que no se puede negar el banco ni puede condicionar la concesión de hipoteca.
- Acudir a la sucursal bancaria lo antes posible para modificar el beneficiario en caso de que fuera el propio banco. También puede ponerse en contacto directamente con la aseguradora para realizar el cambio. Una vez que se produzca el daño, ya no será posible.

El Consejo General recuerda que el cliente "puede, en cualquier momento, cambiar el beneficiario de la póliza sin que le suponga perjuicio alguno".

"El objeto del seguro, según el Consejo General, es la propia vivienda, no el préstamo y aunque la propiedad garantice un préstamo, el problema no se le ha generado al

banco, que sigue recibiendo el pago concertado, sino al cliente al que el Consorcio de Compensación de Seguros tiene que pagarle la prima acordada". El deudor mantiene la obligación de pagar el crédito, aunque el bien de garantía, en este caso la vivienda, ya no exista, como está ocurriendo con los miles de inmuebles afectados por la lava en La Palma.

Por otro lado, desde el Consejo General se ha informado que las consultas relacionadas con seguros de riesgos Cibernéticos se han disparado un 30% en el último año. Se debe, principalmente, al aumento de ataques contra pymes durante la pandemia. El teletrabajo ha obligado a que los profesionales accedieran a los servidores de la empresa a través de sus redes personales facilitando los ciberataques. Sólo en España, el año pasado se produjeron 40.000 casos al día.

Aunque las grandes empresas son objetos de ataques con mayor valor económico unitario, las pymes son las más afectadas al recibir el 70% de los ataques en España, según datos del Instituto Nacional de Ciberseguridad (Incibe), ya que son más vulnerables al no contar con buenas infraestructuras digitales. El coste medio que genera este tipo de ciberdelincuencia a una pyme es de 35.000 euros.

Asimismo, el Consejo General advierte de que volar drones sin seguro conlleva sanciones. Sus previsiones apuntan a que en el año 2035 operarán en nuestro país más de 51.000 drones de uso profesional, sin contar aquellos destinados a uso recreativo, que generarán un volumen de negocio de 1.200 millones de euros.

Según la última normativa europea, vigente desde enero de 2021, la contratación de una póliza de Responsabilidad Civil es obligatoria para todos los drones, independientemente del uso que se les dé, excepto para los de juguete o los de menos de 250 gramos. Incumplir esta norma, recogida por la Agencia Estatal de Seguridad Aérea, puede acarrear multas que van desde los 60 hasta los 225.000 euros.

Por otra parte, el Consejo General ha firmado un acuerdo con **Legal Veritas** para facilitar a los colegiados el cumplimiento de la legislación vigente en materia de protección de datos.

Custodia de datos, uso que se da, cesiones a terceros o la posibilidad de sufrir un ataque sobre información personal de clientes son algunas de las situaciones más habituales a las que puede enfrentarse una empresa. Además, el uso masivo de Internet hace que se deje una gran huella digital de datos que pueden verse comprometidos.

El acuerdo con Legal Veritas incluye servicios como: Actuar como delegado de Protección de Datos; entrega de documentos tipo y protocolos de actuación para su correcta implantación en la empresa; revisión del actual proyecto de legalización de la LOPD ley 15/1999 y su Real Decreto 1720/2007; y actualización de todo el proyecto de legalización de la LOPD al Nuevo Reglamento General de Protección de datos 679/2016 RGPD.

Por último, señalar que después de dos aplazamientos sucesivos por el Covid, los presidentes de los colegios de mediadores han fijado la celebración de su congreso los días 19 y 20 de mayo del próximo año, en el Palacio de Congresos de Valencia de forma exclusivamente presencial bajo los criterios de "Especialización, innovación y austeridad,", según ha señalado Javier Barberá, presidente del Consejo General.

El Colmedse analiza el presente y el futuro del sector

El Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla (Colmedse) ha celebrado su Encuentro de Corredores a lo largo de tres jornadas en las que se habló del relevo generacional, las fusiones, el valor de los corredores y la transformación digital, entre otras cosas.

David Salinas, vocal de la Asociación Andaluza de la Empresa Familiar, dijo que "hablar de sucesión de negocio es hablar de empresa familiar. En España el 89% del tejido empresarial son familiares y en Andalucía el 78% del PIB. La sucesión en conceptos de empresas familiares se denomina relevo generacional, teniendo siempre una máxima: la propiedad viene dada, la dirección se gana".

Sobre la integración y las redes comerciales, Alfonso Linares, gerente de Colmedse, señaló que "el mercado está condicionado por la nueva legislación, las fusiones, el aumento de la competencia, internet o el nuevo perfil del cliente post-pandemia. A esto hay que sumar las problemáticas que arrastran pequeños y medianos mediadores: incremento de costes, acceso limitado (por precio) a la tecnología, exceso administrativo… Lo que nos lleva a la necesidad de unirse a proyectos más grandes o crear sus propias redes comerciales".

La segunda jornada se dividió en dos sesiones. La primera de ellas, sobre 'El valor de los corredores', contó, entre otros, con Joaquín Ruiz y Vicente García, socios fundadores de SolvingTime, quienes lanzaron en su ponencia, 'Valoración de carteras', la siguiente pregunta: "¿Qué valor le damos a lo que tenemos? Tener una valoración objetiva de cuál es nuestro patrimonio es importante para saber en qué situación estamos". Y añadieron: "Solo existen tres soluciones para los mediadores: invertir en el negocio, la venta o la integración en un gran grupo".

En el foro, representantes territoriales de Zurich, AXA y Helvetia comunicaron 'El valor del corredor para las aseguradoras'.

También hubo oportunidad de que los directores de tres medios de comunicación: Aseguranza, Muy Segura y PymeSeguros, aportaran su opinión sobre la comunicación que realizan los corredores. En general, existe una escasez de notas de prensa en las que se digan cosas interesantes. El problema es que la mayoría de los corredores consideran que emplear tiempo para la comunicación, se lo quita a la venta, en lugar de considerarla como una herramienta para atraer más clientes.

En la ponencia 'Marketing digital, Estamos Seguros', Ariadna Castillo, de Comunicación y Estudios de Unespa, reivindicó que: "Tenemos que disponer de contenidos diversos, de consumo fácil, adaptados a cada red y que sean de interés para nuestros seguidores". Además, Asisa, Arag y Zurich dieron su visión de la 'Comunicación y marketing'.

La última jornada dio inicio con una sesión dedicada a la transformación digital. Comenzó con la ponencia '¿Son las insurtech amigas o enemigas?', a cargo Luis Ojeda, CEO de Centribal, que piensa que "son amigas, o al menos el fin tiene que ser ése. Yo creo

que el objetivo final debe ser facilitar el trabajo a la mediación, dotar de más herramientas de negocio para poder dedicarse a su trabajo comercial, y para eso se debería utilizar la tecnología en este sector".

Mientras que David Navarro, CEO de ControlUp Insurtech, destacó que "la tecnología se debe aplicar para tener una mejor capacidad para competir". Para Pablo Martínez, Head of Iberia de Bdeo, "la nueva manera de hacer las cosas nos lleva a pensar que podemos ayudar a dar ese salto de calidad en la transformación digital del cliente, pero sin ser una amenaza para el corredor".El Encuentro de Corredores 2021 tocó a su fin con el Foro 'Los Colegios y la nueva formación', iniciado por José María Moreno, presidente de Colmedse: "Yo considero que el Colegio, como punto de encuentro de la mediación, es quien está capacitado y al día, de cómo se trabaja para mantener la formación independiente y ampliar el abanico de la oferta formativa".

Por su parte, Juan Carlos Echevarría, presidente del CMS Bizkaia, se lamentó de que "es difícil intentar dotar de formación muy profesional al precio que se está barajando".

Genaro Sánchez, presidente del CMS Granada, apostó por "seguir jugando un papel primordial. Nuestra posición requiere de un reciclaje continuo, y la formación es la pieza fundamental, hoy en día, para ser un buen profesional. Sin lugar a dudas, el mejor sitio donde un profesional puede estar seguro de seguir actualizado en conocimientos es el Colegio".

Finalmente, la ponencia de clausura, 'El caso de la formación del distribuidor de seguros', corrió a cargo de Jordi Parrilla, director de Cecas, quien manifestó que "el nuevo marco formativo, se parece cada vez más a una película de suspense. Porque, en el fondo, la formación no es un elemento neutro, sino que hay un punto ideológico muy importante, que ha derivado en la situación actual".

El Consejo Andaluz se reúne con la Junta de Andalucía

La Consejería de Hacienda y Financiación Europea de la Junta de Andalucía ha acogido una reunión a la que asistieron por parte del Consejo Andaluz su presidente, Genaro Sánchez; su vicepresidente primero, José María Moreno; y su letrado, Francisco Javier Santamaría.

En ella, se trataron temas de interés como el apoyo institucional de la administración autonómica hacia el Consejo Andaluz y Colegios Provinciales de Mediadores de Seguros, la DEC, la ordenación del mercado e intrusismo, inspección, Registro administrativo de mediadores de seguros, corredores de reaseguros y de sus altos cargos de la Comunidad Autónoma de Andalucía, la tramitación de autorizaciones administrativas para el desempeño de la actividad del corredor/correduría de seguros, etc.

Quedó de manifiesto la predisposición por ambas partes para dialogar y colaborar en todos aquellos asuntos que competan a las competencias que la Junta de Andalucía tiene transferidas actualmente en materia de seguros.

El corredor Ángel Vázquez, Premio al Mérito Emprendedor 2021 de Newcorred

Newcorred ha dado a conocer los dos galardonados con el Premio al Mérito Emprendedor de esa asociación en la edición de 2021 (más información en la revista de diciembre). En la categoría de Toda una Trayectoria en la Profesión de Corredor de Seguros, el premio ha sido para Ángel Vázquez, director general y fundador de **Proyectos y Seguros Correduría.**

En la categoría de Empresario de Éxito de Otro Sector Distinto al Asegurador, este año el premiado fue Xavi Gabriel, de la administración de lotería La Bruixa Dòr (en Sort). "Es todo un honor que tanto Ángel Vázquez, que es todo un modelo y ejemplo en nuestra profesión, como Xavi Gabriel, que es un empresario y emprendedor de éxito que ha sido capaz de crear una de las empresas más grandes de España desde una localidad tan pequeña como Sort, sean nuestros premiados. Ambos son merecedores de un reconocimiento al mérito emprendedor", ha comentado Jorge Campos, presidente de Newcorred.

Los premios se entregaron en la III Convención de Emprendimiento en la Profesión de Corredor de Seguros de Newcorred.

Primera promoción del Programa de Dirección Estratégica de Correduría de Icea y Espabrok

Icea y **Espabrok** han entregado los diplomas a los 28 alumnos de la primera promoción del Programa de Dirección Estratégica de Correduría, con más de 75 horas lectivas.

Los contenidos del programa han tratado diversas áreas como estrategia empresarial, inteligencia colaborativa, experiencia cliente, comunicación digital, gerencia de riesgos, o relevo generacional entre otras.

Desde Espabrok se destacó la apuesta por una formación continua de calidad que aporte valor a sus asociados y que les prepare para asumir los retos que el mercado exige en cuanto a adaptación empresarial. La segunda edición del programa para directivos se iniciará en enero de 2022.

Adecose detenta el 70% de la cuota de mercado del canal corredor

Los datos económicos y de empleados correspondientes al ejercicio de 2020 de las 158 correduría que conforman Adecose, la posicionan en el liderazgo del canal corredor. Las correduría de seguros asociadas mueven 7.800 millones de euros en primas intermediadas de seguro directo, de las cuales 6.120 millones de euros pertenecen a primas No Vida y 1.680 millones de euros a Vida. Asimismo, hay que sumar 1.440 millones de euros de primas intermediadas en reaseguro, lo que supone un 100% de la cuota de mercado.

Al verse aumentado el volumen de primas intermediadas, también se eleva el volumen de negocio, por lo que los ingresos totales de los socios de Adecose alcanzan ya los 900 millones de euros: 804 millones de euros en No Vida y 96 millones de euros en Vida.
Estas cifras confirman el peso que tiene Adecose en el mercado del canal corredores, que supera los 12,3 mil millones de euros y unos ingresos de 1.500 millones de euros,

según los datos recogidos en el informe del sector de la DGSFP de 2019. Teniendo en cuenta estos números, la asociación lidera la cuota de mercado del canal corredores con un 70% de las primas intermediadas.
En el ámbito laboral, las correduría asociadas dan trabajo a unas 8.500 personas.
En otro orden de cosas, la asociación sigue con sus reivindicaciones y, en colaboración con la Federación Europea de Intermediarios de Seguros (Bipar), ha incidido en la prohibición de las ventas vinculadas -como principio general en la propuesta de directiva- con el fin de mantener una coherencia con otras normativas comunitarias recientemente publicadas. Particularmente, insisten en los casos en que los acreedores exijan al consumidor que disponga de una póliza de seguro para garantizar el reembolso del crédito o para asegurar el valor de la garantía, en cuyo caso el consumidor debería tener la oportunidad de elegir su propio proveedor de seguros. Adecose y Bipar confían en que tanto los europarlamentarios como las autoridades pertinentes valoren detalladamente y consideren sus exposiciones sobre este importante asunto.
Por otro lado, Adecose ha comunicado la finalización del periodo de recogida de información de la XIII Edición del Barómetro que ha alcanzado una participación récord del 93,4% de los socios, con 1.305 respuestas a la encuesta. Como novedad, en esta edición, existe un apartado dedicado a la valoración de las medidas adoptadas por las aseguradoras derivadas de la pandemia, así como la transformación tecnológica en la que se encuentra inmersa el sector asegurador, con especial hincapié en la puesta en marcha de la plataforma CIMA.
Por último, señalar que Fundación Adecose y la Universidad Europea de Madrid (UEM) han clausurado la cuarta edición de su Programa de Desarrollo Directivo (PDD). Entre los 8 proyectos presentados, sobresalió el de emprendimiento y comercialización de una aplicación móvil sobre seguros para ciclistas.

S4 adquiere la correduría Segurfides

El Grupo S4 ha adquirido la correduría Segurfides de Madrid, con una cartera de clientes muy consolidada. Se trata de la segunda operación del grupo gallego en los últimos meses en la capital.

"En Grupo S4 tenemos previsto continuar con la política de adquisiciones que tan buenos resultados nos está dando en la actualidad", ha declarado Alfredo Blanco, director general de la empresa. Se trata de una estrategia esencial para que la compañía siga creciendo y se desarrolle en el futuro.

El 70% de los moteros desconoce que su seguro no cubre un choque contra un animal

Jabalíes, ciervos, perros, conejos o liebres son los causantes del 90% de los accidentes que se producen por animales que cruzan una carretera en España. Algo que la mayoría de los moteros desconoce, según AMV.

No saben que la ley dice que en accidentes de tráfico ocasionados por atropello de especies cinegéticas en las vías públicas, será responsable de los daños a personas o bienes el conductor de la moto, sin que pueda reclamarse por el valor de los animales que irrumpan en aquéllas. Es decir, que la responsabilidad en caso de colisión con un animal salvaje recaerá en el piloto. Siete de cada diez moteros desconoce que, los desperfectos de nuestra moto no estarán cubiertos si no contamos con un seguro con cobertura de daños cinegéticos.

Únicamente existen dos excepciones:

- Que el atropello del animal sea consecuencia directa de una acción de caza colectiva de una especie de caza mayor llevada a cabo el mismo día del siniestro o que haya concluido 12 horas antes. En este supuesto, la responsabilidad sería del propietario del terreno.
- Que el accidente se haya producido por no haberse reparado la valla de cerramiento en plazo o por no disponer de la señalización específica de animales sueltos. En estos casos, la responsabilidad recaería en el titular de la vía.

Algunas aseguradoras ya ofrecen en sus pólizas una cobertura de Daños Cinegéticos que cubre la reparación de los daños materiales sufridos por la moto asegurada como consecuencia del impacto, la colisión o el atropello fortuito de una especie cinegética que invada la calzada.

Los mediadores de Zaragoza se instruyen sobre la adaptación a la norma de Distribución de Seguros

El Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza realizó una sesión formativa práctica con José Luis Lucea, del Bufete Europeo de Abogados, en la que se repasó la adaptación a la normativa de Distribución de Seguros que modifica sustancialmente aspectos y principios recogidos en la Ley de Mediación de Seguros, ya derogada, e introduce nuevos aspectos que no estaban contemplados con anterioridad.

Esta norma afecta, principalmente, a los requerimientos operativos en el momento de la contratación de los productos de seguros, así como en la entrega de documentación a los clientes y los sistemas de custodia y firma. Por esta razón, Lucea abordó y amplió esta información en lo que respecta a su implantación y a las obligaciones de información al cliente del mediador.

Entre otras cuestiones se trató la necesidad de entregar una información general previa a la celebración del contrato y siempre que se produzca algún cambio en la información o la necesidad de elaborar un perfil del cliente, incluyendo sus necesidades y sus exigencias de forma más o menos automática.

Se prevé la realización de un test de adecuación y de idoneidad de producto de inversión, no sin antes haber realizado una preparación previa con información general de la correduría y del producto comercializado.

La norma, además, contempla la creación de un procedimiento de prevención de conflictos de interés y un canal de denuncias externo. Se debe facilitar al cliente información clara y precisa y en soporte duradero.

En otro orden de cosas, los colegios de Zaragoza y Teruel han celebrado una jornada formativa en la que **Markel España** ha abordado los riesgos de responsabilidad medioambiental. Asimismo, se dieron a conocer las nuevas necesidades relacionadas con las obligaciones derivadas de la normativa medioambiental y la propuesta de Markel España para que los mediadores puedan asesorar a sus clientes y aprovechar esta nueva oportunidad de negocio.

Asimismo, de la mano de **DKV**, se habló, en otra jornada, de las diferentes modalidades de contratación de Salud para los diferentes colectivos. Se abordó las diferencias entre la suscripción obligatoria o "cerrada", la voluntaria o "abierta", la cofinanciada o los planes de retribución flexibles. Además, se indicó todos los beneficios sociales y fiscales que supone la modalidad flexible, tanto para la empresa como para el trabajador, y así adaptarla a la necesidad de cada empleado de la manera más eficiente.

Grupo Mutua adquiere el 50,01% de la correduría de seguros de El Corte Inglés

El Corte Inglés y **Grupo Mutua** alcanzaron a finales de octubre un acuerdo para el desarrollo de una alianza estratégica que permitirá a ambas empresas crecer y ofrecer a los clientes una propuesta de seguros diferente. Con esta alianza, Grupo Mutua adquirirá el 50,01% de cada una de las dos sociedades que desarrollan la actividad aseguradora de El Corte Inglés. Es decir, SECI (Seguros de Vida y Accidentes) y CESS (Correduría de Seguros) por un importe de 550 millones de euros. CESS pasa a ser agencia del Grupo Mutua, distribuyendo solo sus productos.

Tras el acuerdo, Mutua se convertirá en el proveedor en exclusiva de los seguros tanto de Vida como de No Vida, así como de fondos de inversión para el grupo de distribución. Por su parte, CESS será agencia vinculada y venderá sólo los productos de Mutua bajo la marca Seguros El Corte Inglés.

Además, el Grupo Mutua se suma al proyecto de futuro de El Corte Inglés al adquirir el 8% de su capital, procedente de la autocartera, por 555 millones de euros. Grupo Mutua estará representada en el Consejo de Administración de El Corte Inglés por su presidente y consejero delegado, Ignacio Garralda.

El acuerdo prevé "el mantenimiento de la marca Seguros El Corte Inglés, la proyección internacional y la creación de productos que se adapten a las necesidades de los clientes. Ambos grupos prevén, además, el mantenimiento del 100% del empleo".

Respecto a la actividad de gestión de activos, Mutuactivos distribuirá en exclusiva su cartera de productos de ahorro e inversión entre la base de clientes de El Corte Inglés a través de todos los canales y redes comerciales del grupo de distribución.

Corredores Agrupados cumple 25 años, estrenando oficina

Corredores Agrupados ha cumplido 25 años, trasladándose a una nueva oficina en el barrio de El Bercial, de Getafe (Madrid).

La correduría comenzó su andadura en 1996 y, en la actualidad, una segunda generación ha cogido el testigo, "con el ánimo de mejorar tanto en servicios humanos y gestión" para poder seguir ofreciendo un mejor servicio a los clientes, adaptándose a los nuevos tiempos que demanda la actividad.

Albroksa reúne a sus delegaciones franquiciadas

Albroksa ha recibido en sus servicios centrales de Cáceres a las delegaciones franquiciadas que se incorporaron a la correduría durante la pandemia.

Esta jornada de puertas abiertas representa, entre otras cosas, "la robustez de un modelo de negocio que, a pesar de la situación tan desfavorable, ha incorporado desde el inicio de la pandemia hasta la fecha a un total de 37 nuevas delegaciones", ha señalado Ángel Mirat, director general de Albroksa

Los profesionales del sector de los seguros están afrontando una nueva realidad híbrida, en la que se combina la presencialidad con la introducción de nuevos medios digitales para prestar servicio al 73% de los clientes que se mueven entre canales offline y el online. Así lo indicó Sergi Ramo, experto en venta híbrida y CEO de groWZ Consultants, en su ponencia sobre las claves del éxito para el mediador del futuro en **Euskalsegur 2021**.

El marketing digital, clave en la estrategia comercial híbrida del mediador en el futuro

En España ya existen más de 200 nuevas compañías Insurtech, que utilizan tecnología y la aplican al sector de los seguros. Una tendencia que seguirá expandiéndose en el futuro, según Sergi Ramo. "Las herramientas están ahí, lo más difícil es cambiar la mentalidad", afirma Ramo. Y es que, en el futuro inmediato, el 75% de la fuerza de trabajo estará representada por millennials, con lo que las necesidades serán distintas.

"Las nuevas generaciones necesitarán contratar pólizas, pero exigirán nuevas maneras de contacto, por lo que habrá que llegar a estos clientes de manera distinta". Para ello, es imprescindible saber qué partes del proceso de venta hay que cambiar por otros canales e incluso modificar el modo que se hacen las visitas: hay que considerar cuándo se debe hacer una visita presencial y cuándo merece la pena hacerla online teniendo en cuenta que la venta en remoto tiene sus propias reglas y son muy desafiantes.

La digitalización va a automatizar procesos que son más cómodos de hacer de forma digital para el consumidor. "Hace unos años, la información era asimétrica, ahora tenemos una oportunidad de aportar valor a un cliente que ya tiene acceso a toda la información", constata Ramo. Como consecuencia de esto, aquellos vendedores que no se adapten, estarán condenados a desaparecer. Se calcula que desaparecerán entre un 10 y un 15% de los mediadores a causa de la automatización. La presencialidad, por lo tanto, se mantendrá con mucho más valor añadido, pero no hay que olvidar que la visita en remoto ha llegado para quedarse.

ACS-CV han acogido una jornada impartida por Apcas sobre el conocimiento del reglamento del Consorcio de Compensación de Seguros desde la perspectiva técnico pericial para el mediador de seguros.

Los corredores de ACS-CV se forman sobre el reglamento del CCS

Esta jornada técnica facilitó a los corredores un conocimiento de las coberturas y exclusiones contempladas en el reglamento, para que puedan atender el siniestro a través de la aseguradora o derivarlo al Consorcio, según sus características.
Se informó al mediador que, en función de la reclamación efectuada, el siniestro se deriva a la aseguradora o al Consorcio, evitando así demoras innecesarias y, sobre todo, facilitando al asegurado unas primeras instrucciones claras y concretas para que cuando se persone el perito de la aseguradora o adscrito al Consorcio no surjan problemas en cuanto a las labores de limpieza, salvamento, daños en mercancías (si es un negocio o industria) o resto del contenido y continente.
En la jornada se profundizó en los aspectos diferenciadores de intensidad de las lluvias o el viento, compensación de capitales, franquicias, infraseguros o daños en automóviles. También se tuvieron en cuenta otras cuestiones como el vicio propio, la falta de mantenimiento, la casuística relacionada con el nivel freático, la inundación en propia parcela o proveniente de terrazas o los daños indirectos, como los relacionados con cámaras frigoríficas y mercancía en local inundado.
Debido al éxito de la jornada en noviembre se llevará a cabo la segunda parte, con el fin de profundizar en el contenido del curso.
En otro orden de cosas, ACS-CV ofreció a sus asociados un webinar de Soft QS, para presentar su nuevo tarificador, que permite trámites como la gestión de proyectos, tareas y clientes, la evaluación de riesgos y la tarificación de forma integrada.

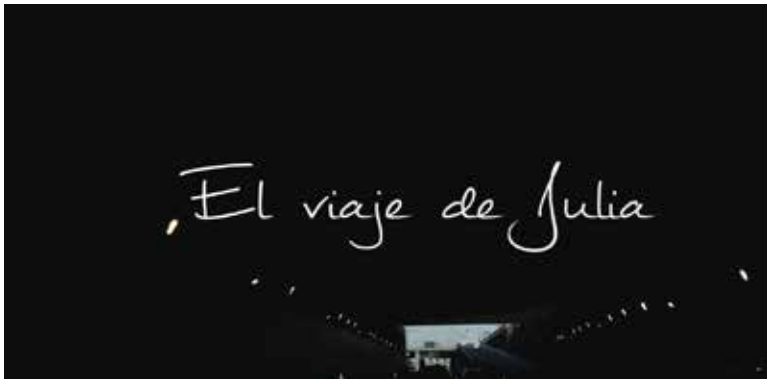
Manuel Muñoz asume las funciones de la Comisión de Corredores del Colegio de Castellón

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón ha celebrado una reunión de su junta de gobierno en la que Manuel Muñoz, de la Comisión de Deontología, asumió las funciones de la Comisión de Corredores.

Además, la junta de Gobierno, que inició su legislatura en enero de 2021, debatió sobre las iniciativas que la institución colegial está llevando a cabo en diferentes cuestiones como la comunicación para dar a conocer la figura del mediador y a la institución o los cursos formativos que se han realizado bajo el paraguas del Observatorio. Asimismo, se intercambiaron impresiones sobre la próxima edición del Foro Internacional del Seguro de Forinvest.

El Colegio de Barcelona pone en valor la figura del mediador en Autos

El Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona ha iniciado la segunda fase de su campaña '¿Para qué sirve un mediador de seguros?' en la que se promocionará la figura de los agentes y corredores a través de su aportación en varios productos aseguradores. La acción se inicia con el ramo de Autos y tiene como destinatarios a los consumidores.



En noviembre, el Colegio ha elaborado y distribuido varios contenidos a través de sus propios canales de comunicación relacionados con la aportación que agentes y corredores en los seguros de vehículos. El primero es un vídeo titulado 'El viaje de Julia' que puede visualizarse a través de www.mediario.tv.

Además, en la edición digital de 'La Vanguardia' se publicó un contenido en el que se pone en valor el asesoramiento de agentes y corredores a la hora de elegir un seguro para los vehículos y a través del que se puede acceder al vídeo que acompaña esta acción.

Francesc Santasusana, presidente del Colegio, explica que "el consumidor debe saber que los mediadores somos expertos en seguros, que le ofrecemos consejo profesional y que velamos por su bienestar". Además, hay que informarles que "nuestra participación no encarece el seguro, al contrario, ya que le guiamos para que la póliza se ajuste a sus necesidades". El propósito de esta campaña "es precisamente dar visibilidad a nuestra profesión", concluye.

La acción continuará, aunque probablemente en otro orden, con Vida, Salud, Pymes, Hogar y una serie de necesidades aseguradoras englobadas en el concepto de movilidad.

En la campaña no se promocionan los productos de una compañía en concreto sino el valor del seguro y el papel de los mediadores. Sin embargo, cuatro compañías, Allianz, Axa, Liberty Seguros y Catalana Occidente Seguros, han apoyado con su patrocinio el desarrollo de seis ramos.

En otro orden de cosas, Fundación Auditorium y el colegio de Barcelona, en colaboración con Asefa Seguros, han celebrado un webinar en formato hibrido sobre la Ley de Ordenación de la Edificación.

Durante la sesión, se ha ahondado en el espíritu de la LOE y todo el abanico de nuevas posibilidades en cuanto a garantías voluntarias y edificios de usos distintos al de vivienda, incluida la Garantía Trienal de Habitabilidad, producto que cobra importancia a raíz de las perspectivas de crecimiento de las obras de rehabilitación.

Asimismo, han hecho un repaso sobre los contenidos de la Ley, analizando las diferentes coberturas de daños, así como las garantías de contratación voluntaria entre las que destacaron las de impermeabilizaciones, obra secundaria e instalaciones. Todo ello, con el objetivo de apoyar a los mediadores en la detección de las necesidades que pueden llegar a tener los asegurados y poder ofrecerles, de esta forma, aquellas coberturas que mejor se adapten a cada tipología de obra.

Agacose explica cómo renunciar al seguro impuesto por el banco

Cada día hay más casos en los que un cliente de un banco ha tenido que firmar un seguro como obligación para mejorar sus condiciones a la hora de pedir un producto financiero. Por ejemplo, la disminución de los intereses de la hipoteca si se contrata además un seguro de Hogar. Para poder anular esas pólizas, Agacose recomiendan una serie de acciones.

Entre los consejos que da Agacose, figura: Apuntar la fecha de renovación y el plazo en que se puede cancelar dicha póliza; realizar el trámite con margen suficiente para cumplir los plazos de los trámites administrativos; adjuntar una carta de renuncia; contar con la ayuda de un profesional especializado, el corredor de seguros que te ayudará y guiará con todo el proceso; denunciar la situación de la mano de tu mediador de seguros.

En resumen, es imprescindible conocer los derechos que se tienen como consumidor y, aunque se encuentre bajo el marco legal, argumento al que se acogen las entidades bancarias, sigue siendo mala praxis para con los clientes. Desde la asociación gallega remarcan la importancia de cancelar ese seguro y denunciar la práctica abusiva cuanto antes.

En otro orden de cosas, Agacose ha apostado en el mes de octubre por unas jornadas especializadas en digitalización para corredores en las que han podido ver diferentes opciones tecnológicas para mejorar sus procesos del día a día. Bajo el nombre 'Jueves Tecnológicos Agacose', se ha propuesto ayudar a sus socios y a la mediación a mejorar cada día.

Howden lanza su servicio de previsión social en Galicia

Howden Iberia ha lanzado su servicio de previsión social, 'Howden Singular', en el noroeste del país. La compañía contará con la red comercial de Artai, entidad que ha adquirido este año, para implementar y desarrollar este servicio especializado en previsión social y potenciar, así, su presencia en esta zona.

'Howden Singular' está enfocado a profesionales liberales de alto nivel adquisitivo que aspiran a solventar la disparidad resultante entre su nivel de vida y la prestación de la seguridad social por contingencias comunes. En este sentido, contará con un asesoramiento personalizado que combinará un conjunto de coberturas de jubilación, desempleo, accidente laboral, etc. El objetivo es ser una alternativa complementaria a la Seguridad Social. El equipo estará dirigido por Araceli Martín como directora territorial.

Coseba da a conocer su Plan Estratégico 2021-2022 a su red premier

Coseba 1986 ha presentado a su red premier el Plan Estratégico 2021-2022 de la compañía. Se trata de una hoja de ruta basada en tres ejes fundamentales: un plan de comunicación y marketing digital, la reestructuración organizativa de la correduría de seguros y el impulso y desarrollo de las nuevas tecnologías.

Bajo el lema 'Caminando hacia la Nueva Normalidad', se ha mostrado la nueva línea de comunicación y marketing de la compañía, en la que se incluye la puesta en marcha de la nueva web corporativa y una estrategia de consolidación de presencia, imagen y marca digitales con la difusión de contenidos de interés para clientes finales y colaboradores.
Además, Coseba ha presentado la composición de la nueva estructura organizativa, en la cual las áreas de Producción, Comercial y Franquicias han pasado a integrarse en solo dos, Ingresos y Ventas, con el objetivo de lograr un mayor grado de eficacia en los servicios que presta la compañía.
Por otro lado, se han mostrado las nuevas innovaciones tecnológicas incorporadas por Coseba en este último periodo, así como los proyectos en los que la organización está trabajando actualmente, como son la aplicación del EIAC con todas las compañías, los nuevos ramos que se incorporan a Cover´86, el multitarificador de diseño propio y el desarrollo del nuevo CRM, también de diseño y desarrollo propio.
Asimismo, se presentó la creación de un sello propio de calidad. Este garantiza que tanto el servicio como los procesos se realizan bajo los estándares fijados por la propia empresa a través del recién creado Observatorio de Calidad.

De forma paralela, se ha presentado 'Coseba Singular Woman', un espacio de desarrollo profesional dirigido a las mujeres de la organización, así como a aquellas profesionales que deseen iniciar su carrera en el mundo del seguro a través de formación, asesoramiento y otras ventajas.
Por último, Coseba ha presentado la nueva área de Desarrollo y Expansión, creada en la última reunión del Comité de Dirección celebrada durante el mes de septiembre, y ha analizado cómo será la nueva distribución en el seguro con la charla 'Distribución Híbrida'.

Aon ha anunciado el nombramiento de Jacobo Hornedo como nuevo CEO en España. Desde su nuevo puesto coordinará los intereses de Aon en nuestro país, desarrollando a nivel local la estrategia de la firma centrada en mantenerse en constante evolución para ofrecer soluciones de impacto a los clientes, acelerar la innovación, y crear oportunidades y valor para empleados, clientes y sociedad.

Aon nombra a Jacobo Hornedo nuevo CEO en España

Hornedo ocupaba desde 2017 el puesto de Chief Commercial Officer para Aon España, además de ser miembro del Comité Ejecutivo de Aon Iberia. Ha desempeñado distintas funciones de responsabilidad dentro del Grupo Aon, con especial foco en Clientes Multinacionales.
Este nombramiento se enmarca en la nueva estructura regional de la firma en el área geográfica de Emea, dirigida por Eduardo Dávila como CEO Emea.

Segurosbroker incorpora el seguro de Caza y Pesca a su multitarificador

Segurosbroker ha reforzado su oferta con la incorporación a su multitarificador de un seguro de Caza y Pesca. Se trata de un producto diseñado para cubrir la obligación de aseguramiento de todo cazador a nivel nacional y del pescador en determinadas comunidades autónomas.

La póliza permite complementar la cobertura de RC obligatoria a través de una RC complementaria hasta los límites establecidos en la póliza y amplía la cobertura de daños corporales y/o materiales que el asegurado se viera obligado a satisfacer a terceros por cazar, practicar el tiro deportivo o pescar en los lugares debidamente autorizados.
Además, el seguro incluye asistencia en viaje, con el traslado sanitario y por fallecimiento dentro del territorio nacional. También cubre la reclamación de daños por un límite máximo de 3.000 euros por siniestro y anualidad.
Otra de las coberturas que ofrece a este colectivo es, la Asistencia Vida Diaria por Accidente de Caza; cuando el asegurado requiera hospitalización de más de 48 horas, o cuando esté inmovilizado más de cinco días por un accidente de caza dispondrá de un auxiliar de ayuda a domicilio y enfermería a domicilio.
Segurosbroker ofrece este seguro con cuatro modalidades de contratación: Básica, Básica Plus: Completa y Completa Plus; y dos modalidades adicionales: Premium y Premium Plus, a las que se podrá acceder a través de la correduría online Segurosbroker.com

El Colegio de Alicante presenta la Fundación Mediaseguros

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante ha celebrado su 47ª Semana Mundial del Seguro en el Palacio de Congresos de Alicante. En el acto, Florentino Pastor, presidente del Colegio, ha presentado el plan estratégico que, en un año, cuenta ya con más del 40% de ejecución y ha dado a conocer la nueva Fundación Mediaseguros.

Pastor ha señalado que "donde no llegue el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante debe llegar la Fundación Mediaseguros. Se trata de dotar al colegio de una nueva herramienta de gestión que complemente la entidad colegial".
Además, ha destacado el compromiso del Colegio de Alicante con la mediación profesional, "si somos capaces de impulsar con fuerza y determinación nuestro sector, garantizaremos el futuro de miles y miles de familias y hoy esta fundación Mediaseguros, se presenta para dotarnos de la fuerza que necesitamos para lograrlo".
El presidente del Colegio alicantino ha destacado que "la formación continua de calidad, la permanente innovación, el reto de lograr poner en valor el trabajo y la capacidad de las mujeres en el sector asegurador con una visión y perspectiva diferente, son también objetivos que guían a esta nueva fundación".
El presidente también ha destacado la importancia de esta nueva fundación para liderar la promoción y la actividad de los mediadores profesionales, impulsando el inicio de su actividad hasta la jubilación y/o sucesión o venta de este negocio con total garantía". "Cada proyecto laboral y empresarial es un reto apasionante que nosotros, desde el colegio, debemos ayudar a impulsar y a consolidar. La suma de todos estos proyectos, la fuerza de toda esta ilusión y trabajo es lo que da sentido a nuestro sector", ha comentado Pastor.
Posteriormente, se celebró una mesa debate sobre los 'Retos de adaptación del sector asegurador a este nuevo entorno' en la que participó: Vicente Cancio, CEO del Grupo Zurich España; Mariano Rigau, CEO de Arag España; Francesc Rabassa, director general CA Life Insurance Experts; y Jesús María Valero, jefe de la Unidad de Mediación de Seguros de la Comunidad Valenciana.

Las correduría deben incorporarse a entornos colaborativos para crecer

Javier Barberá, presidente del Consejo General de Mediadores, apuesta por que las correduría "se integren en entornos colaborativos donde, manteniendo la propiedad de la cartera, el negocio y los puestos de trabajo, ganen peso y volumen". Así lo ha declarado durante su participación en las Jornadas del Seguro organizadas por el Colegio de Mediadores de Seguros de Asturias, bajo el título 'Volver a encontrarnos'.

"La dificultad cada vez mayor de cumplir las exigencias legales, administrativas y de mercado hacen que el tamaño sea un elemento de selección natural". Para Barberá, "los nichos siempre existirán, pero convivirán con agrupaciones de empresas que comparten recursos, tecnología, marca, sistemas de gobernanza o exigencias legales y medioambientales". En opinión del presidente del Consejo General, "un entorno colaborativo del que formen parte varios pequeños negocios de mediadores permitirá eficiencia, crecimiento y beneficios".

Durante su intervención en las Jornadas del Seguro en Asturias, Barberá se ha mostrado optimista con respecto a la situación actual de la mediación: "casi el 70% de las pólizas que se contratan en España están mediadas y el 60% en lo referente a primas, una tendencia que se mantiene año a año. Además, la distancia del negocio mediado con respecto al de bancaseguros, durante el último año, se ha ampliado un 6%".

Barberá también ha resaltado el papel de la formación en la mejora de la mediación donde "hoy, tanto los estudios superiores como la FP dual aportan profesionales cada vez más preparados, nativos digitales y con una idea de gestión empresarial clara".

Además, la jornada sirvió de reflexión para analizar los retos y oportunidades a los que se enfrenta el colectivo en el corto y medio plazo, compartir inquietudes y debatir hacia dónde se dirige la mediación y cómo abordar la comunicación con el cliente en la era poscovid.

Jorge Benítez renueva como presidente de Aemes

La Junta de Aemes se ha reunido para examinar, designar y proclamar la única candidatura aspirante a continuar trabajando durante los próximos cuatro años al frente de la organización: Jorge Benítez.

La renovación de la presidencia de Benítez fue avalada por un apoyo masivo de electores, entre los que destacaron los provenientes desde Aunna y Cojebro, brindando de este modo total apoyo a la continuidad del proyecto iniciado hace ahora 4 años.

La toma de posesión tuvo lugar el 1 de diciembre en Asamblea General Extraordinaria.

El factor humano se puede volver en contra de la mediación si no existe tecnología

Begoña Larrea, directora general de Summa, ha participado en Euskalsegur 2021, V Foro de Mediación de Seguros de Euskadi, exponiendo cómo el factor humano es la principal arma de la mediación para ganar la batalla y, paradójicamente, cómo esta arma se puede volver en contra, si no existe tecnología.

"La mediación y la tecnología no tienen más remedio que entenderse. Como mediadores tenemos que focalizar nuestras ventas en el servicio y en las relaciones humanas que sabemos construir a largo plazo, pero las tareas administrativas nos 'comen' y no estamos preparados para relacionarnos a demanda del cliente, alternando lo analógico y lo digital constantemente", ha afirmado Larrea.
Llamó la atención sobre el hecho de que "nuestros nuevos competidores, tecnológicas, las insurtech, la venta directa y *call centers* están continuamente diciendo al cliente todo lo que están haciendo por él. Aunque sean minucias y no aporten nada, pero el cliente lo valora. Los mediadores también podemos hacerlo", continuó. "Para ello necesitamos utilizar la misma tecnología que ellos. Sin tecnología y automatización es imposible hacerlo. Un emprendedor busca soluciones, quien le pueda ayudar o, incluso, se alía con quien se lo puede proporcionar".
"Hay que sacar más tiempo para aportar el lado humano. Los demás distribuidores, ahí, no pueden hacer nada, porque no lo tienen. No tienen el capital humano del mediador, ni el talento. Ahí les ganamos. Tecnología y humanidad es la fórmula ganadora de la mediación, lo que realmente nos diferencia de los nuevos competidores (y de los antiguos) y lo que hace que nuestro futuro sea prometedor", finalizó la directora general de Summa.

Sercofutura, nuevo socio de Aunna Asociación

Aunna Asociación ha incorporado como nuevo socio a la correduría madrileña Sercofutura, que cuenta con más de 25 años de trayectoria profesional en el sector.

"Para Aunna Asociación, la incorporación de Sercofutura va de la mano del proceso de consolidación de nuestra presencia estratégica dentro del territorio nacional", ha declarado Ricardo Quintana, director gerente de la asociación.
Por otro lado, la asociación ha retomado las reuniones presenciales de zona con sus socios, así como las reuniones de delegados de zona. En ellas se han presentado las novedades en diferentes materias como el proyecto tecnológico, negocio y formación, así como las relacionadas con su correduría mayorista, Aunna Broker.

Los colegiados navarros se forman en Whatsapp Business

El Colegio de Mediadores de Seguros de Navarra ha acogido una sesión formativa en Whatsapp Business, que corrió a cargo del formador Marcos Ortega.

La pandemia ha acelerado la digitalización de las empresas de la mediación. Y herramientas como WhatsApp Business "pueden ayudar a los mediadores en su labor diaria", tal y como expresó Ortega. "Hoy Whatsapp es un canal de comunicación popular y cuyo éxito radica en su fácil manejo", argumentó el también ingeniero informático.
Ortega se centró en los conceptos básicos de esta aplicación de mensajería, la migración de WhatsApp a WhatsApp Business y las herramientas avanzadas de la app.

Fecor dispone de podcast para difundir la cultura aseguradora

Fecor ha lanzado el podcast #FECORmelocuenta con el objetivo de difundir la cultura aseguradora. Se trata de un espacio quincenal donde se compartirán conocimientos, experiencias, tendencias y opiniones del sector.

Cada capítulo tendrá una duración máxima de cinco minutos y contará con la participación de diferentes expertos, para tratar temas clave como sostenibilidad, digitalización, nuevos productos aseguradores o tendencias del sector.
"El lanzamiento de nuestro canal de podcast nos va a permitir acercar y difundir la cultura aseguradora además de ofrecer a los corredores una vía excelente para descubrir nuevos productos, resolver inquietudes, conocer experiencias y estar informados de las tendencias del sector", ha comentado Juan Antonio Marín, presidente de Fecor.

Senda Vivir Seguros celebra su Comité Ejecutivo

El Comité Ejecutivo de Senda Vivir Seguros se ha reunido en unas jornadas que permitieron tomar importantes decisiones a nivel organizativo.

En ellas hubo oportunidad de intercambiar ideas y tomar el pulso a la actualidad de sus socios, atender sus demandas y recoger todas las ideas para el desarrollo de proyectos presentes y futuros.

El Colegio de Valencia ofrece 10 claves para la gestión de siniestros

El Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia ha celebrado una jornada sobre las 10 claves en la gestión de siniestros, impartida por Sergio Villar, socio fundador de Risk Consulting.

En ella se establecieron las bases para "obtener el máximo partido del departamento de siniestros, fortaleciendo sus conocimientos y dotándole de herramientas para una mayor efectividad y rapidez en la resolución de siniestros, solventando eficazmente sus contingencias y conflictos que pudieran surgir en el transcurso de su tramitación".
Se abordaron temas como el análisis del riesgo, la LCS 50/80 o las garantías y exclusiones que tienen este servicio.
Asimismo, el Colegio de Valencia ha celebrado la quinta edición de su Encuentro de

Corredores. En él se trataron temas de actualidad, como 'La Previsión Social Empresarial: Soluciones aseguradoras en el actual escenario del mercado laboral', aportando conocimientos técnicos e intercambios de experiencias que enriquecen y sirven de ayuda en la actividad profesional del día a día del colectivo.
Por otro lado, Iris Global ha ofrecido un webinar a los mediadores valencianos centrado en los seguros de viajes de empresa y de ocio. Especialmente, se habló de 'Safe Travels 360º', que además del seguro de viaje incluye una aplicación móvil, 'Safeture', con información de utilidad para los asegurados, así como una red de asistencia internacional propia y reforzada en todo el mundo.
Por último, señalar que el premio l'Estimat aseguradoras del Colegio de Valencia se concedió a Reale. Este galardón reconoce la labor de apoyo a la mediación por parte de las aseguradoras. El l´Estimat Distribuidores fue para Mónica Herrera, presidenta del Colegio entre 2016 y 2020.
En el acto de celebración de la Patrona del Seguro, también entregó a la Fundación Novaterra un total de 4.000 euros. La Fundación atiende cada año a "más de 600 personas, de las que más del 60% logran un empleo".

Los Colegios de La Coruña, Lugo y Pontevedra establecen su plan de formación continua

Los Colegios de La Coruña, Lugo y Pontevedra organizaron en el mes de noviembre su plan de formación online enfocado al cumplimiento de los requisitos exigidos por ley para la formación continua de mediadores y personal del sector.

A través del proyecto formativo de los tres colegios gallegos, diferentes expertos han impartido ponencias de temas relevantes para el sector, en formato online, hasta sumar las 15/25 horas necesarias por ley.
Entre ellas figuran la impartida por **Plus Ultra** sobre "La aportación de valor de la mediación", del consultor Javier Sierra, una reflexión sobre las ventajas competitivas de la mediación respecto al resto de canales y la aportación de valor que supone para el cliente.
Por su parte, **Fiatc** habló de los 'PPA Fiatc a finales de 2021. Una visión completa'. Se explicó a los asistentes la fiscalidad y el funcionamiento de los PPA y cómo identificar candidatos entre los propios clientes, partiendo de sus necesidades en protección social.
En otra jornada, **Arag** habló sobre las novedades legislativas en seguridad vial y la oportunidad de negocio que supone a través del seguro 'Arag Carné por puntos'.
También asistieron a un seminario online impartido por **Asefa**, que se centró en las coberturas del seguro Decenal de Daños, más allá de la cobertura básica obligatoria, y en las nuevas oportunidades de negocio asegurador que se presentan con la Rehabilitación a partir de los Fondos *Next Generation*.
En la última jornada de noviembre, **Previsión Mallorquina**, dio a conocer las soluciones aseguradoras de la compañía como complemento a las prestaciones de la Seguridad Social para los autónomos. Se prestó especial atención a las características específicas de los trabajadores autónomos y las consecuencias económicas que para este sector tienen las situaciones de baja laboral.

Grupo 10 Mediabroker celebra su IX Convención

Grupo 10 Mediabroker ha celebrado su IX Convención en la localidad malagueña de Antequera.

"El año que viene, en la X edición se esperan sorpresas", han manifestado desde Grupo 10 Mediabroker.

Ferrer&Ojeda incorpora a Javier Navarro y Josep María Campabadal

Ferrer&Ojeda ha incorporado a Javier Navarro y Josep María Campabadal como nuevos responsables de la correduría en Madrid y tarragona, respectivamente, con el objetivo de acelerar su crecimiento y la expansión territorial del Grupo.

Navarro será el responsable territorial de Ferrer&Ojeda en toda la región centro-sur de la península y Canarias. Cuenta con una amplia experiencia en la dirección de corredurías de seguros, después de su paso por Alkora como director general los últimos años y previamente en Medicorase. Adicionalmente Navarro participa en diferentes instituciones del sector como Adecose y Aemes siendo vocal de la junta de gobierno del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid.

Su incorporación en Madrid, sigue a la ya anunciada integración de Campabadal al grupo en Tarragona, el pasado septiembre, continuando como primer ejecutivo de la correduría en Tarragona. Cuenta con una amplia experiencia en el sector y ha sido presidente del Centro de Cecas y del Consejo General.

RibéSalat ha renovado su acuerdo de colaboración con la **Asociación de Empresas de Cataluña de Actividad Física y del Fitness (Adecaff)** con el objetivo de continuar apoyando al sector empresarial deportivo.

RibéSalat renueva su alianza con los centros deportivos catalanes

El convenio prevé seguir ofreciendo servicios a las más de 180 empresas que forman la asociación, así como formaciones y asesoramiento a las empresas y autónomos. De hecho, durante 2021, el broker ya ha desarrollado formaciones sobre Responsabilidad Civil y prevé organizar sesiones sobre Ciberriesgos, entre otros.

Una de las principales novedades de la renovación del convenio es que contempla una nueva cobertura de accidentes. Así, los centros y gimnasios podrán ofrecer a sus usuarios asistencia sanitaria por accidente deportivo, tal y como marca la legislación.

Del mismo modo, también quedarán cubiertos los deportes realizados fuera de las instalaciones del centro, siempre que estén dirigidas y bajo supervisión de un técnico del centro.

La correduría de seguros **Rosillo Hermanos** ha anunciado su reciente colaboración con el club de baloncesto femenino Las Jugonas, compuesto por 2 equipos de 20 jugadoras cada uno, que participan en la Liga Municipal de Madrid (en el Centro Deportivo Municipal Daoíz y Velarde, antiguo cuartel de Pacífico) y en la Liga Free Basket Over 35 (en el colegio San Agustín de Padre Damián).

Rosillo Hermanos patrocina el club de baloncesto Las Jugonas

El equipo está compuesto por "jugonas" de todo tipo: las que han jugado toda la vida, las que han aprendido de mayores, las que habían jugado otro tipo de deporte y las que nunca habían competido ni tocado un balón de baloncesto.

"Desde Rosillo Hermanos queremos seguir dando apoyo a Las Jugonas y a la gran comunidad que han creado con jugadoras de todos los niveles, fomentando el papel de la mujer en el deporte", han señalado desde la correduría.

Grupo Bárymont dona 10.000 euros a los damnificados por el volcán de La Palma

El **Grupo Bárymont** ha realizado una campaña de recaudación de fondos a través de la Fundación Huellas de Solidaridad, su principal vía de Responsabilidad Social Corporativa. La campaña se ha realizado de manera interna en la compañía y gracias a la red de colaboradores externos y a todos los empleados se logró recaudar más de 5.000 euros. Ante esto, la correduría decidió prácticamente duplicar la cifra para aportar a los más necesitados en la isla un total de 10.000 euros que han sido entregados al Cabildo Insular de la Palma.

Uno de los principales objetivos del Grupo Bárymont es llevar bienestar a las personas. Por ello, en el momento en que se vio que la situación de la isla era realmente precaria se decidió ayudar a todas las personas que se están viendo damnificadas.

Recordar que el propósito de la Fundación Huellas de Solidaridad es recaudar fondos con el objetivo de ayudar a que nuestros mayores más desfavorecidos puedan disfrutar de una vejez digna y disfrutar de esos años.

Iati Seguros donará a los perjudicados de La Palma los beneficios por la venta de sus pólizas a las Islas Canarias

Iati Seguros donará todos los beneficios generados de la venta de sus pólizas con destino las Islas Canarias para ayudar a los vecinos perjudicados por el volcán de La Palma. Esta iniciativa quiere apoyar a los palmeros aprovechando el aumento de los desplazamientos de cara a las fechas navideñas que se avecinan.

Para ello, la empresa ha habilitado en su web un apartado en el que los viajeros que lo decidan podrán comprar sus seguros de Viaje para sus escapadas a las Islas Canarias. De esas ventas, el 100% de los beneficios, se destinará a ayudar a los vecinos afectados por el Volcán de La Palma.

Además, Iati Seguros va a poner en marcha una campaña de promoción turística en sus redes sociales, "La Palma, destino seguro", para apoyar a las empresas del sector. Junto con otros creadores de contenido e influencers que colaboran con la marca promocionarán la Isla Bonita.

El Colegio de Málaga lanza una campaña solidaria de recogida de juguetes

El **Colegio de Mediadores de Seguros de Málaga** ha convocado, por octavo año, la campaña solidaria 'Mediador asegura un juguete esta Navidad', de recogida de juguetes nuevos (educativos, creativos y no bélicos), junto a Cruz Roja Juventud, Comité Provincial de Málaga.

El Colegio también ha instado a los mediadores que se quieran adherir a esta campaña a realizar las compras en los negocios locales, con el fin de "contribuir a la recuperación del comercio minorista, mantenimiento de los puestos de trabajo y creación de empleo".

"Y además este año, con el fin de llegar a más personas, nuestros colegiados (de forma voluntaria) se convertirán en puntos de recogida de juguetes, haciendo así suya la campaña y extensiva a sus clientes, amigos y familiares", han añadido desde la institución colegial.

El Colegio de Málaga ha puesto a disposición el teléfono 952603456 y el email **info@colegiodeseguros-malaga.com** para cualquier aportación de juguetes.

SegurLike entrega más de 35.000 euros a los damnificados por el volcán de La Palma

El 25 de noviembre se celebró la I Gala Cultura y Seguro, en la que además de premiar a Mario Vargas Llosa, RTVE y Fundación AXA, se hizo entrega del Premio Segurlike Solidario con un cheque de 35.321 euros a Mensajeros de la Paz (liderado por el Padre Ángel) para los afectados por el volcán de La Palma.

Mario Vargas Llosa, recibió el premio 'Por su contribución personal a la cultura'; RTVE, 'Por su contribución a la difusión cultural'; y Fundación AXA, 'Por su contribución cultural desde el sector asegurador'. Pilar González de Frutos, presidenta del jurado del Premio, destacó que "nos sentimos muy afortunados de haber otorgado estos galardones a tan altos representantes de la cultura, entre ellos a una de las figuras más relevantes de la literatura hispanoamericana, que destaca en diferentes géneros literarios, trabajos de crítica literaria y de periodismo; un medio de comunicación de gran difusión que se esfuerza por hacer llegar la cultura a cada rincón de nuestro país; y a una fundación aseguradora, entre cuyo mecenazgo cultural se encuentra proyectos tan importantes como una colaboración con el Museo del Prado y la conservación de la catedral de Burgos".

En el marco de esta gala también se entregó el premio SegurLike Solidario a Mensajeros de la Paz, liderada por el Padre Ángel, por la labor que la fundación está haciendo con los miles de afectados por la erupción del volcán Cumbre Vieja en la isla de La Palma. El premio consistió en un cheque por 35.321 euros obtenido por la acción Camino Solidario Cojebro + Kilómetro 0, que recogió la popular actriz canaria Toni Acosta.

En la gala también participó el cineasta español Gerardo Olivares y Arturo Valls quiénes presentaron el documento que filmarán en el Amazonas peruano en colaboración con Oxizonia y patrocinada por SegurLife Planet, para concienciar a la sociedad en la defensa del cambio climático y mostrar los efectos adversos de la contaminación y la deforestación del planeta.

El Grupo Bárymont y Surne acompañarán a Albert Llovera en el rally Dakar 2022. Ambas marcas serán patrocinadoras del piloto andorrano en este nuevo reto.

Grupo Bárymont y Surne patrocinan a Albert Llovera en el rally Dakar 2022

Las dos empresas defienden los valores de constancia, esfuerzo, superación y trabajo en equipo que predominan en el mundo deportivo y, por ello, han decidido alinear esfuerzos para poder acompañar al piloto andorrano a esta dura prueba.

La correduría García Ochoa organiza un concierto solidario en Toledo

La correduría **García Ochoa** ha organizado un concierto solidario para el 10 de diciembre en el Palacio de Congresos y Exposiciones El Greco, de Toledo, con dos sesiones a las 18:00 y a las 21:00. Con este acto se pretende recaudar el máximo posible en beneficio de **Afanion**, asociación sin ánimo de lucro que lleva más de 25 años prestando ayuda a los niños castellano-manchegos enfermos de cáncer y sus familias.

El acto de presentación del evento tuvo lugar en el Ayuntamiento de Toledo, en el que comparecieron la alcaldesa de la ciudad, Milagros Tolón; la vicepresidenta de la Diputación de Toledo, Ana Gómez; la vicepresidenta de Afanion, Eva Ocaña; el alcalde de Sonseca, Sergio Mora y el gerente y organizador del evento, José Luis García-Ochoa.

Desde la correduría García Ochoa, se espera que suponga un impulso para Afanion que podrá retomar algunos de los proyectos que a causa de la pandemia se han visto obligados a suspender, ya que la Covid ha mermado sus ingresos en más de un 80%.

Las entradas oscilan entre los 25 y 35 euros y pueden adquirirse en la plataforma **www.giglon.com**.

PymeSeguros.com

PymeSeguros es una publicación pensada por y para la pequeña y mediana empresa y los autónomos

A diario
Accede a las noticias que te interesan en
www.pymeseguros.com

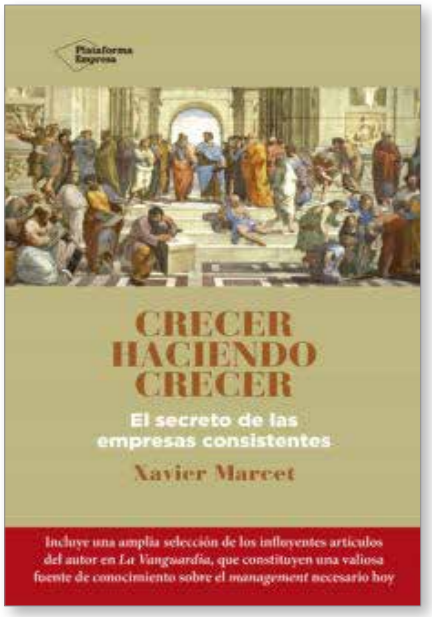
La nueva venta: instrucciones de uso

Las claves de la venta híbrida

Enrique de Mora Pérez

Editorial: Empresa Activa
Precio: 12,00 € libro impreso

El libro aprovecha las herramientas de la venta híbrida, acelerada por la pandemia. Enrique de Mora, coautor de Seduce y Venderás, nos explica los nuevos conceptos y herramientas necesarias para la aplicación exitosa de la venta híbrida. Con ellas podrás utilizar los distintos canales físicos y digitales para llegar mejor a todos tus clientes potenciales. Hoy más que nunca, para vender se necesita mezclar algunos de los procedimientos clásicos de la venta tradicional, con algunas de las nuevas técnicas que nos brinda las nuevas tecnologías.



Crecer haciendo crecer

El secreto de las empresas consistentes

Xavier Marcet

Editorial: Plataforma Empresa
Precio: 17,10 € libro impreso

Lo memorable en la vida son las personas y las empresas que crecen haciendo crecer a los demás. Este es un libro pensado para la gente que hace crecer en las empresas a sus clientes, aportándoles continuamente nuevo valor; hace crecer a la propia comunidad profesional con un aprendizaje constante, a los accionistas para compensar razonablemente su riesgo, y hace crecer a la propia sociedad con un compromiso sincero. Crecemos cuando hacemos crecer a los demás. Crecer haciendo crecer recoge una selección de artículos de Xavier Marcet, una de las voces más influyentes en el mundo de la empresa, en su mayor parte publicados en La Vanguardia, que nos familiarizarán con los retos del management en la actualidad y servirán de inspiración a los lectores.

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Información especializada

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

Dirigida a corredores

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

Buscamos la participación

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

SUSCRIPCIÓN GRATUITA

A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA WEB

WWW.PYMESEGUROS.COM

Su chófer privado

byCAR

- 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**

www.bycar.limo

653 782 028

reservas@bycar.limo