Premio San Francisco Javier
de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Número 121 Enero 2023

www.pymeseguros.com

Visión de experto

Adolfo Suan, socio director de Suan Corredores. "La RC debe adaptarse a una realidad cambiante"

Punto de encuentro

¿Cómo influirá en el mercado el interés de los fondos de capital riesgo por las correduría?

Más a fondo

El seguro apuesta por la sostenibilidad

In situ

Las aseguradoras critican el pago de 250 euros por las reclamaciones de los asegurados

Carlos Palos, consejero delegado de Berkley para España y Portugal

La **RC** goza de buena salud

La protección de los profesionales

asefa seguros
Una empresa del Grupo Asegurador SMA

Seguro de Responsabilidad Civil para Autónomos y Microempresas del sector de la Construcción

Protección del patrimonio frente a reclamaciones de terceros por daños sufridos en el desarrollo de sus actividades

Amplio número de garantías básicas y opcionales adaptables a todo tipo de actividades y perfiles

Sin límite de gastos de dirección juridica en caso de conflicto de intereses

Fraccionamiento semestral y trimestral de la prima

El atractivo negocio de las corredurías de seguros

El nuevo año trae consigo nuevos proyectos y mejoras empresariales, con el estudio de oportunidades de negocio. Especialmente activos se muestran los fondos de capital riesgo que apuestan por el canal mediador, que les atrae, principalmente, por la solidez de este sector frente a la incertidumbre generada en otros. Eso está provocando nuevas oportunidades de crecimiento para muchas pequeñas corredurías y para las más grandes, una concentración de volumen de negocio (ver **Punto de encuentro**).

Ya en el negocio asegurador, el ramo de Responsabilidad Civil también es atractivo porque goza de buena salud, con un crecimiento positivo del 11,52% y con un ratio combinado en el entorno del 85-90%. Su gran potencial de crecimiento viene, entre otras cosas, porque cada vez existe una mayor exigencia de responsabilidades, aparecen nuevas actividades y profesiones y hay una mayor conciencia de sus derechos por parte de los ciudadanos (ver **Hablando claro**). En el segundo semestre, la alta inflación ha provocado que las primas hayan subido entre el 5% y el 15% en RC General e incluso hasta un 30% en las capas de exceso (ver **Visión de experto**).

El nuevo año también trae retos. A medida que los hábitos de consumo y los estilos de vida van cambiando y evolucionando, lo hacen las demandas aseguradoras, que en los últimos tiempos están incorporando un factor esencial, especialmente para las generaciones más jóvenes: la sostenibilidad (ver **Más a fondo**).

Otro reto es conseguir que el sector asegurador se quede fuera del pago de 250 euros por cada reclamación del asegurado. Existen voces críticas que se quejan de que las aseguradoras tengan que abonarlo, porque la DGSFP solo estima el 43% de las reclamaciones que tramita. Es decir, en el 57% de ellas se estaría pagando 250 euros por algo por lo que el asegurado no tienen derecho (ver **In situ**).

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
Carlos Palos, consejero delegado de Berkley para España y Portugal. La RC goza de buena salud

12 Visión de experto
Adolfo Suan, socio director de Suan Corredores. La RC debe adaptarse a una realidad cambiante

16 Punto de encuentro
¿Cómo influirá en el mercado el interés de los fondos de capital riesgo por las correduría?

PymeSeguros Revista online para corredores y corredurías
Número 121 { Enero 2023 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

03 **Editorial**
El atractivo negocio de las corredurías de seguros

38 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

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

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

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

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

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

22 **Más a fondo**
El seguro apuesta por la sostenibilidad

28 **In situ**
Las aseguradoras critican el pago de 250 euros por las reclamaciones de los asegurados

32 **Empresa segura**
La importancia del crecimiento inclusivo (y II)

34 **Claves de empresa**
La Responsabilidad Civil gana terreno en las estrategias de las pymes españolas

36 **Evolución aseguradora**
La gestión del dato en la era de la inteligencia artificial

Carlos Palos, consejero delegado de Berkley para España y Portugal

La **RC** goza de buena salud

El ramo de Responsabilidad Civil goza de buena salud, con un crecimiento positivo del 11,52% y con un ratio combinado en el entorno del 85-90%. En Berkley España, según su CEO Carlos Palos, "creemos que el ramo de RC tiene gran potencial de crecimiento. Observamos cada vez una mayor exigencia de responsabilidades, la aparición de nuevas actividades y profesiones y una mayor conciencia de sus derechos por parte de los ciudadanos". El reto de la aseguradora es consolidar su posición en el mercado como compañía especialista, para lo que se plantea doblar el volumen de primas en los próximos 5 años.

¿En líneas generales, cómo se ha comportado el ramo de Responsabilidad Civil en 2022?

El ramo de RC goza de buena salud, con un crecimiento positivo del 11,52% (según datos publicados por Icea) y con un ratio combinado en el entorno del 85-90%. Por tanto, podemos afirmar que su comportamiento es mejor que la media de todos los ramos de No Vida.

¿Qué garantías de RC se pueden ver afectadas por la actual situación económica?

Una mayor inestabilidad económica puede conllevar un aumento de litigiosidad en el sector empresarial (por ejemplo, en D&O) o de cargas de trabajo (por ejemplo, en administradores concursales), si bien es cierto que después del fin de moratoria de la obligación de declarar concurso voluntario no se ha visto, hasta la fecha, el aluvión de concursos de acreedores que algunas voces preveían, aunque la incertidumbre se extiende a 2023 con la amenaza de recesión, el fin de las ayudas, el encarecimiento de la financiación y los plazos de devolución de los créditos ICO.

¿Cómo se está comportando la siniestralidad?

El ramo de RC es muy complejo. Sobre todo, en los riesgos de larga duración. Estamos satisfechos de comprobar que nuestra especialización, tanto en suscripción como en siniestros, revierte en la estabilidad de la siniestralidad y, por el momento, no vemos signos de empeoramiento de resultados.

En el caso de bio implantes inteligentes ¿quién responde de la responsabilidad civil, el cirujano o el fabricante?

Preocupa que el efecto de la inflación conlleve un mayor coste siniestral, en especial en aquellas pólizas con una prima fija y no regularizable por facturación, donde el asegurador no tiene forma de impactar la inflación en la prima.

¿Se ha producido un incremento del rechazo de siniestros?

No, en absoluto. De hecho, el porcentaje de rechazo de siniestros por causa de una limitación de la póliza sigue siendo bajísimo, casi testimonial. Por otro lado, nuestro negocio está basado en la distribución a través de una red de corredores especialistas, siendo clave su asesoramiento a los clientes, a la hora de declarar un siniestro.

En 2021, todos los ramos de seguros para empresas y profesionales sufrieron endurecimientos de condiciones. ¿Cuál ha sido la situación en 2022 en RC?

La situación puede variar algo por riesgos, algunos siguen creciendo y endureciendo condiciones mientras que otros segmentos (por ejemplo, los excesos o el ramo de D&O), pueden tener sobrecapacidad que empuje las primas a la baja.

¿Cómo está respondiendo el sector para el aseguramiento de la RC de las nuevas profesiones que han surgido?

Más que profesiones estrictamente nuevas, el Covid nos ha traído un aumento del peso de algunos sectores como sanidad, prevención de riesgos laborales y venta y distribución

de material farmacéutico. Son todos ellos riesgos de una cierta complejidad aseguradora, el sector en líneas generales ofrece una buena respuesta, si bien es cierto que las exclusiones de Covid han llegado para quedarse, en muchos casos impuestas por el reaseguro.

Cada vez se habla más de la importancia de que en las pólizas de seguros se especifique claramente a quién y qué se cubre porque la manera en la que esté redactado, determinará la responsabilidad o no de la aseguradora...

Efectivamente la definición de quién es el "asegurado" en una póliza de RC es mucho más importante que en otros ramos. Por ejemplo, muchas empresas contratan y subcontratan autónomos para atender a sus clientes (incluso centros sanitarios) y la póliza debe dejar claro si cubre la responsabilidad directa del autónomo o sólo la subsidiaria del asegurado principal por actos del autónomo.

¿Influye de alguna forma en el seguro el hecho de que haya riesgos operacionales que se estén desplazando de los operarios a los robots y sus algoritmos?

No vemos aún un impacto claro de estos nuevos riesgos emergentes, pero evidentemente es un reto de futuro. En caso de mal funcionamiento de una maquinaria de alta tecnología (el ejemplo clásico es la conducción autónoma de vehículos), ¿quién responde, el propietario de la máquina o el fabricante? O en el caso de bio implantes inteligentes ¿el cirujano o el fabricante?

La cultura de innovación de Berkley España garantiza la velocidad de adaptación a las nuevas necesidades de nuestros clientes

¿Las pymes entienden mejor ahora los riesgos de RC en los que se puede incurrir?

Con alguna excepción derivada de la complejidad legal, como es el caso de RC Productos o Responsabilidad Medioambiental, en general, los empresarios entienden bien sus riesgos, y reciben un buen asesoramiento profesional de su corredor. De nuevo, la combinación de facilitar la máxima claridad en las pólizas junto con el asesoramiento especializado de nuestra red de corredores es clave en este sentido.

¿RC es un ramo con gran potencial de crecimiento?

En Berkley España, decididamente, creemos que sí. Observamos cada vez una mayor exigencia de responsabilidades, la aparición de nuevas actividades y profesiones y una mayor conciencia de sus derechos por parte de los ciudadanos. En este terreno, es en el que una compañía especialista aporta su conocimiento profundo de los negocios de nuestros clientes y ofrece soluciones a medida.

¿A qué retos se enfrenta el ramo?

Aquellos aseguradores que gestionen riesgos de larga duración y alta complejidad (por ejemplo, Sanidad, RC Profesional) unido a un potencial incremento de litigiosidad, deberán vigilar muy de cerca su gestión de siniestros para garantizar su futura solvencia financiera. En otros riesgos emergentes, como los derivados de nuevas tecnologías, inteligencia artificial (IA) o riesgos sis-

témicos (como lo ha sido la pandemia) las aseguradoras deberán reaccionar rápida y adecuadamente. En el caso de Berkley España, nuestra cultura de innovación garantiza la velocidad de adaptación a las nuevas necesidades de nuestros clientes.

¿Por qué Berkley España decidió especializarse en RC?

Nos gusta la especialización y los riesgos complejos, somos una corporación norteamericana especializada en RC y España no es una excepción. Siempre nos hemos esforzado en ofrecer un valor añadido a nuestros clientes tanto en suscripción como en siniestros. No somos un asegurador generalista de riesgo masa, y nos sentimos muy cómodos gestionando la complejidad.

Los aseguradores que gestionen riesgos de larga duración y alta complejidad deberán vigilar muy de cerca su gestión de siniestros para garantizar su futura solvencia financiera

Lleva poco tiempo al frente de Berkley España. ¿Cuáles son los retos a los que se quiere enfrentar como CEO de la compañía?

La verdad es que la situación de la compañía es muy buena, por lo que el reto consiste en la consolidación de nuestra posición en el mercado como compañía especialista, para lo que nos planteamos doblar el volumen de primas en los próximos 5 años. No tenemos, por tanto, una obsesión por el crecimiento, si bien buscaremos fórmulas para tratar de acelerar nuestra ambición. En este sentido, las palancas claves son nuestro equipo (especialización), el servicio excelente a clientes y corredores, y la innovación como motor de adaptación a las nuevas necesidades de nuestros clientes.

¿Berkley España tiene previsto lanzar nuevos productos de RC en un futuro próximo?

A nivel corporativo, Berkley lleva trabajando en la cultura de la innovación desde hace muchos años, pero no como una mera filosofía sino como una estrategia firme que incluye una metodología de innovación común para toda la corporación. Consecuentemente, trabajamos constantemente en la identificación de nuevas oportunidades a través del mencionado programa de innovación, con el objetivo de ser capaces de poner una idea en el mercado en menos de 3 meses.

Actualmente, estamos en la fase final para poner en el mercado un producto de RC Profesional para proyectos (*Single Projects Professional Indemnity*) que completaría nuestra oferta para profesiones técnicas principalmente

UN CORREDOR ESPECIALISTA ES EL MEJOR COMPAÑERO

Berkley España gestiona la totalidad de su negocio conjuntamente con corredores. En opinión de Calos Palos, "un corredor especialista en RC es el mejor compañero de viaje para ofrecer la mejor solución a nuestros clientes comunes. Trabajar con nuestro equipo es una invitación a la especialización, que nos gustaría extender a todos los corredores que quieran recorrer ese camino de la mano de un socio solvente, que lleva 16 años operando en el mercado español y cuenta con el respaldo y conocimiento de una corporación norteamericana, con presencia global en 110 países en todo el mundo".

Desde la aseguradora se ofrece "el mejor equipo de profesionales con un alto nivel de compromiso, especialización y solidez técnica en suscripción y en siniestros; adicionalmente, somos una compañía innovadora que trabaja para dar soluciones rápidas en un entorno tan cambiante como el actual; y, por último, destacaría que somos una aseguradora que está en el mercado, con nuestros corredores, a los que ofrecemos contacto directo con nuestros técnicos, además de un servicio basado en la tecnología (BE-Net, CIMA, Digital Toolkit, webservices) y un amplio programa de formación (BE-Campus). Nos gusta ofrecer soluciones. Nos encontramos muy cómodos con los corredores que, de alguna forma, también han apostado por la especialización en RC y por las Specialties, idealmente con nuestro mismo mercado objetivo de empresas y profesionales", concluye Palos.

para energías renovables y, también actualizaremos nuestro producto de Responsabilidad Medioambiental.

¿Se puede decir que la mediación trabaja en profundidad la RC?

Lógicamente, encontramos mediadores que trabajan la RC muy profundamente y otros que no tanto. Se trata de un ramo muy especializado, por lo que entendemos que los corredores con clientes empresas tienen que dominar la RC, mientras que los corredores que trabajan particulares no tanto.

Se necesita un alto grado de conocimiento técnico, no sólo en suscripción sino también a la hora de gestionar un siniestro y es por esta razón que ofrecemos a nuestros corredores un programa de formación continua muy específico y práctico (denominado BE-Campus), que ha sido diseñado conjuntamente con Icea y cubre las necesidades de formación vinculadas a la IDD.

Los corredores se quejan de que, en ocasiones, falta cobertura en el mercado en algunas modalidades de RC. ¿Es así?

Más que falta de cobertura, en algunas ocasiones, lo que puede suceder es que haya poca oferta porque algunos aseguradores se han retirado del mercado o tienen reticencias para entrar. Tal puede ser el caso de la RC Sanitaria (sector en el que Berkley España es el segundo asegurador más longevo del mercado) o la RC de empresas de Biotecnología. Quienes se autodefinen como especialistas en RC, como es nuestro caso, deben tener una oferta para todo el abanico de riesgos.

Carmen Peña

Fotos: Pablo Moreno

Desde PymeSeguros queremos dar las gracias a todas las nuevas empresas que, en 2022, han empezado a colaborar con nosotros. Pero sobre todo a aquellas que, año tras año, apuestan por la revista, contribuyendo a su actual consolidación

¡Feliz 2023!

Allianz
AXA
beazley
Berkley ESPAÑA | a Berkley Company
MIC INSURANCE
DKV Salud y bienestar
europ assistance
HISCOX
REALE SEGUROS
asefa seguros
ARAG
asisa
caser Grupo Helvetia
pelayo
PlusUltra Seguros
Preventiva Seguros
IRIS GLOBAL
summa Smart Company
pm mallorquina
MGS Seguros
MAPFRE
FIATC SEGUROS
AEGON
LAGUN ARO
codeoscopic

Adolfo Suan, socio director de Suan Corredores

La RC debe **ADAPTARSE** a una realidad cambiante

La entrada de compañías especialistas con buenos productos ha desarrollado mucho el mercado de la RC, según Adolfo Suan, socio director de Suan Corredores. Además, en los últimos años, varias compañías generalistas han empezado a desarrollar negocio en RC Profesional. El reto, en su opinión, "debe ser tener la capacidad de seguir adaptando los productos y coberturas a una realidad cambiante con nuevas profesiones y entornos". Explica que, en el segundo semestre, "la alta inflación ha provocado que las primas hayan subido entre el 5% y el 15% en RC General e incluso hasta un 30% en las capas de exceso".

Adolfo Suan, socio director de Suan Corredores, hace una análisis de la evolución del ramo de Responsabilidad Civil: "Veníamos de tres años consecutivos de reducción de la capacidad mundial debido a las operaciones de Fusiones y Adquisiciones (M&A) y a la baja rentabilidad del ramo. Esto endureció mucho el mercado. Hubo subidas de entre el 5% y el 30% en el mercado medio para pólizas sin siniestros. Sin embargo, a lo largo de 2021 se fue apreciando nuevas capacidades, lo cual hizo que el incremento en la subida de tasas fuera más moderada. De hecho, a finales de 2021 parecía que se tendía a la estabilización".

Los sectores que se están viendo más afectadas por la situación económica actual, según Suan, "son los que históricamente han dado pérdidas. Hoy en día es muy complicado poder dar cobertura a actividades como plantas de reciclaje y gestión de residuos y muy gravoso darla a minería, parques acuáticos, sector sanitario, alimentación, etc. Esas actividades, delicadas de por sí, se agravan aún más desde el punto de vista asegurador, por la legislación que les afecta".

A algunos de estos sectores pertenecen clientes suyos. "Tengo aseguradas empresas de muy diversas actividades con necesidades de cobertura muy rigurosas en Responsabilidad Civil. Como explotaciones mineras a cielo abierto y subterráneas, en las que dar coberturas de RC medioambiental es muy complicado; parques acuáticos con necesidades de capital cada vez más altas (debido a la subida del baremo y a la tendencia a la objetivación de la culpa por la denominada responsabilidad por el riesgo creado); hoteles en zonas costeras con una frecuencia siniestral muy alta, en los que, además, hay que tener especial cuidado con el ámbito jurisdiccional por los turistas extranjeros; consultoras de M&A; empresas de trabajo temporal en el ámbito marítimo…". Cree que el perfil y exigencia de sus clientes fue lo que le hizo especializarse en RC. Un ramo que, en la actualidad, supone, aproximadamente, el 20% del negocio de Suan Corredores.

El límite por víctima debería de ser, al menos, de 450.000 euros y, preferentemente, de 600.000 euros

BAJA PRIMAS MANTENIDAS EN EL TIEMPO

A partir de la primavera de 2009, ha habido una fuerte competencia que se ha traducido en una baja de tasas de primas continuada en el tiempo. El socio director de Suan Corredores afirma que "todos tenemos en nuestras carteras ejemplos de pólizas cuyas tasas en 2017 eran un 30% o un 40% inferiores a las que tenían en 2007. Eso fue producto del ajuste en precio que tuvo que hacer toda la economía española, para poder ser más competitiva. Sin embargo, mientras en otros sectores empezaron a subir los precios de sus servicios o productos a partir de 2013 y 2014, en el nuestro los precios bajos continuaron hasta que

llegó un momento en el que había un claro escenario de insuficiencia de primas en diversos ramos, como el de RC y, en general, en todos los de empresas. Las aseguradoras, para obtener rentabilidad, no tuvieron más remedio que subir primas, limpiar las carteras de riesgos claramente deficitarios y ser mucho más selectivo en la nueva contratación. La solución está en acometer las operaciones con tiempo suficiente e informar bien al suscriptor sobre las características del riesgo y la siniestralidad histórica del mismo".

En el primer semestre de 2022 se empezó a estabilizar el endurecimiento de condiciones gracias a la entrada en el mercado de nuevos suscriptores que aumentaron la capacidad. "Las compañías, aunque tenían más controlada la situación, seguían preocupadas por la baja rentabilidad derivada de la alta frecuencia siniestral, la gravedad de los siniestros y los bajos tipos de interés. En el segundo semestre, la alta inflación ha provocado que las primas hayan subido entre el 5% y el 15% en RC General e incluso hasta un 30% en las capas de exceso", comenta Suan.

Todos tenemos en nuestras carteras ejemplos de pólizas cuyas tasas en 2017 eran un 30% o un 40% inferiores a las que tenían en 2007

AUMENTAN LOS REHÚSES DE SINIESTROS

Desde hace unos años, en España, se ha heredado parte de la cultura anglosajona de reclamar por todo. Esto lógicamente se traduce en más siniestros, tanto con cobertura como sin ella. Esa es la principal razón, explica Adolfo Suan, "de que hayan aumentado el número de rehúses de siniestros por parte de las compañías. El problema añadido es que, aunque no tengan cobertura y se rehúsen sin ni siquiera asignar perito, cada expediente genera un coste. Esa mayor frecuencia siniestral está también aumentando los costes de gestión con la consecuente repercusión en la rentabilidad del ramo. Ante esto, el corredor tiene una delicada posición. Puede tener claro cuando le llega el parte que no va a tener cobertura, pero es la compañía la que rehúsa o da cobertura al siniestro. Y es nuestro deber abrir el parte una vez llega la comunicación de nuestro asegurado, ya que la compañía puede alegar, a posteriori, que no se le comunicó con la debida diligencia para poder defender sus intereses, e intentar —en caso de que tuviera cobertura— recobrar la indemnización contra la responsabilidad del corredor. Esto está ocurriendo en el mercado y los corredores deben de tener cuidado en este sentido".

En el futuro, la RC se verá influida, en cierta medida, por el hecho de que haya riesgos operacionales que se estén desplazando de los operarios a los robots y sus algoritmos. Como dice Adolfo Suan, "un robot nunca podrá tener un siniestro de RC Patronal. Desde la subida del baremo, las indemnizaciones cubiertas por la RC Patronal se han disparado en los casos gra-

ves de lesiones y fallecimiento. Esto ha repercutido en la rentabilidad del ramo. Si se reemplazan personas por robots bajarán los siniestros y mejorará la rentabilidad".

En su opinión, la RC Profesional ha evolucionado mucho en los últimos años. "La entrada de compañías especialistas con muy buenos productos ha desarrollado mucho el mercado. En los últimos años, también varias compañías generalistas han empezado a desarrollar negocio en RC Profesional. El reto debe ser tener la capacidad de seguir adaptando los productos y coberturas a una realidad cambiante con nuevas profesiones y entornos. La realidad social siempre va por delante del legislador y, por supuesto, del asegurador, pero el sector ha sido muy dinámico en la adaptación de pólizas y coberturas a nuevas realidades como el teletrabajo, y en adaptar su condicionados para dar cobertura a ciertas situaciones derivadas de la pandemia".

INSUFICIENCIA DE CAPITALES

Como corredor especializado en RC, pide a las aseguradoras que "siendo conocedoras de la insuficiencia de capitales de muchas de las pólizas de RC que tienen en cartera, deberían dar facilidades para proponer su actualización automática. Y en nueva producción, que dejen de comercializar productos con límites por víctima de 100.000 o 150.000 euros, a todas luces insuficiente llegado un siniestro grave de lesiones. Recomendamos que el límite por víctima sea al menos de 450.000 euros y, preferentemente, de 600.000 euros. En ciertas actividades incluso superior".

La bancaseguros ha hecho mucha cartera en RC vendiéndolos como productos de venta en masa, cuando deben ser a medida

Asimismo, reconoce que, aunque los corredores tienen volumen en este ramo, debería de ser mayor. "La bancaseguros tiene un trozo importante del pastel. Ha hecho mucha cartera en RC vendiendo estos seguros como productos de venta en masa, cuando deben ser a medida. El resultado son pólizas con muchas carencias técnicas en coberturas y capitales. Los siniestros han llegado y el cliente ha comprobado la diferencia entre un canal y otro".

Para superar con éxito los momentos de mercado duro, Suan aconseja: "afrontar la renovación de los programas de seguros con varios meses de antelación, aportando al suscriptor la información más completa posible en cuanto a aspectos técnicos del riesgo e histórico de siniestralidad; tener en panel compañías especialistas; revisión de las pólizas de cartera en cuanto a necesidades de capital; estar acompañados de un buen *partner* nacional e internacional con capacidad para colocar cualquier tipo de riesgo, en nuestro caso Willis Networks"

Carmen Peña.

¿Cómo influirá en el mercado el **INTERÉS** de los fondos de capital riesgo por las correduría?

En los últimos tiempos, ha aumentado la apuesta de los fondos de capital riesgo por el canal mediador. Una tendencia que tiene que ver con la solidez de este sector frente a la incertidumbre generada en otros y que abre una ventana de oportunidades a muchas pequeñas correduría para crecer y a otras más grandes para concentrar volumen en el mercado asegurador.

La estabilidad del sector es la clave por la que, según Francisco Rosiña, director comercial del **Grupo Galilea**, cada vez más fondos de capital riesgo invierten en la compra de correduría: "El mercado asegurador históricamente ha sido muy estable, resiste muy bien a las crisis económicas, y los fondos de inversión se han dado cuenta de que merece la pena invertir su capital en él".

Pero, ¿por qué ahora? "Creo que es un momento excepcional, donde los retornos mínimos que los fondos esperan ganar en otros sectores no se están dando. Y es el momento de venir a un sitio refugio", considera José Antonio Vargas, CEO del **Grupo Summa**.

Además, Luis Carlos Tortajada, director del Canal Corredores de Mapfre España, opina que el propio envejecimiento del sector hace que pueda haber una cierta propensión a la venta "y esa oportunidad el fondo la aprovecha".

Efectivamente, Francisco Rosiña cree que el precio de venta de las correduría está en un momento álgido y mientras hasta hace pocos meses el dinero era "gratis", ahora algunos fondos de inversión se pueden estar replanteando ciertas operaciones por esta subida de tipos de interés.

CONCENTRACIÓN DEL MERCADO

"El sector siempre ha estado en constante cambio, han entrado, de

otra manera totalmente distinta, otros actores también con mucha potencia", manifiesta Luis Carlos Tortajada, quien reconoce que, a pesar de los vaivenes, se ha mantenido estable.

Rosiña coincide en que esa inyección de fondos en el mercado español está permitiendo que se lleven a cabo ciertas compras de corredurías que de otro modo no se podrían hacer. "Eso conllevará a una concentración en el mercado por esa inyección de capital que están propiciando los fondos", vaticina.

Vargas va más allá al considerar el impacto "brutal" de los fondos en la concentración de la mediación, "porque generan consolidación en el mercado". Hasta el punto de que las compañías de seguros y los corredores grandes están dando un paso adelante y están segmentando, e, incluso, algunos pequeños que no tienen fondos detrás, también se están aventurando a comprar.

"Hay un cambio significativo en estos últimos años. Antes te acercabas a corredurías pequeñas y ellos no querían vender su negocio y ahora son ellas las que están llamando", aprecia el director comercial del Grupo Galilea.

También tiene mucho que ver, según el CEO del Grupo Summa, con la sensibilización que hay ahora mismo en el mercado: "Puede haber el mismo número de corredores, pero la concentración no es la misma", sostiene, toda vez que mientras antes los 20 primeros corredores copaban el 30% del mercado, ahora tienen más del 60%.

Efectivamente, Tortajada confirma que el volumen es lo que se está moviendo. No obstante, los fondos se mueven por resultados, una circunstancia en la que podría correr algún riesgo el servicio al cliente que dan las corredurías.

NIVEL DE SERVICIO

Sin embargo, Francisco Rosiña, director comercial del Grupo Galilea, piensa que independientemente de que haya un fondo detrás, la propia gestión de la correduría ya vigila el cumplimiento de los resultados, los objetivos marcados y rentabilidad del negocio para que perdure muchos años en el tiempo y se garantice la calidad en el servicio de atención al cliente. "Tener un *partner* al que reportar es bueno porque te marca un control de seguimiento y exigencia mayor, controlar mejor los gastos, los ingresos y hacer un análisis mucho más profundo y exhaustivo, pero no tiene por qué incidir en la atención al cliente para nada".

José Antonio Vargas, CEO del Grupo Summa, de cualquier manera, discierne entre un fondo estable, que es un accionista a largo plazo que

efectivamente lo que quiere es buscar un modelo de negocio que le dé una rentabilidad, y el movimiento que estamos viviendo ahora de capital riesgo, que es otro tipo de fondos, que no se sabe cuánto tiempo van a estar: "Con estos sí que el nivel de servicio cambia", ya que necesitan incrementar enormemente el beneficio en muy poco tiempo.

Para el director del Canal Corredores de Mapfre España esto supone un peligro, ya que "si dejas de atender bien a los clientes, automáticamente vas a tener pérdidas", pero efectivamente los fondos que entran en una correduría van buscando una cifra.

En este sentido, José Antonio Vargas tiene claro que los fondos que entran a cinco años vista no les da tiempo a invertir, ni a cambiar nada, ni a crear valor a la correduría. El cortoplacista, a su entender, se contrapone a este sector, que está basado en las relaciones personales a largo plazo.

"Hay que entender bien los procesos y con quién se puede trabajar de forma estable, porque al final las compañías buscamos la mayor estabilidad".
Luis Carlos Tortajada

EVITAR LAS TENSIONES

Eso sí, Luis Carlos Tortajada entiende que las corredurías tienen que asumir que hay muchos fondos de inversión que actúan a corto plazo, que entran en un momento dado en el accionariado de la empresa y que posiblemente cuando las condiciones varíen, se irán a otro sector. "Hay que entender bien los procesos que se están produciendo y con quién se puede trabajar de una forma estable, porque al final las compañías buscamos la mayor estabilidad posible", apunta.

El problema que aprecia Francisco Rosiña en el caso de los fondos con estrategias muy agresivas a 5 años es que el fondo pueda endeudarse con la nueva subida de tipos, lo que puede derivar en tensiones y generar pérdida de negocio, por lo que insta a negociar muy bien la entrada de los fondos desde el inicio.

El CEO del Grupo Summa coincide en que si hay que hacer muchos cambios esto puede tensionar al personal y lo importante aquí son las personas que tenemos, "que son las que están en nuestros negocios, los que tratan a los clientes".

Rosiña considera fundamental en la asociación con un socio, ya sea industrial o financiero, "sentar muy bien las bases desde el inicio", para que no haya esas tensiones y que no se produzca una fuga de negocio. "La clave es elegir ese socio que camine contigo en el proyecto", confirma.

PROS Y CONTRAS

En cualquier caso, reconoce que cuando un fondo de inversión entra en una correduría se tiene una mayor capacidad financiera, para hacer inversiones, compras de corredurías, integraciones en tecnología, en ciertas herramientas, en automatización de procesos... Por contra hay que ajustar mucho más los gastos, hay una supervisión mensual del resultado, al margen de los socios y propietarios de la correduría, el fondo está encima supervisando el resultado...

José Antonio Vargas, CEO del Grupo Summa, reconoce que un fon-

do pone orden, profesionalidad, rigor en la gestión, en la información, en los procesos, en los sistemas... ya que son profesionales que cogen negocios, muchas veces familiares o unipersonales, y les ponen todo el rigor de empresa. "La contrapartida es que es un negocio meramente financiero, lo que significa que, si pasado mañana otro sector empieza a despuntar, desinvierten de aquí. Eso es una incertidumbre brutal para los que trabajan en la correduría", puntualiza.

De ahí que Tortajada señale que hay que hacer un esfuerzo para comprender a qué han venido los fondos: "Tenemos que hacer un esfuerzo muy grande en desagregar efectivamente que el gestor es gestor y pueda ayudar mucho, pero que al final el fondo de inversión puede desvincularse en cualquier momento y dejar en fuera de juego a la correduría, lo cual lógicamente a las compañías nos somete a un estrés adicional", añade.

"El plan de éxito y de futuro será el de aquellos que compartan las mismas inquietudes y desarrollen un proyecto a medio-largo plazo".
Francisco Rosiña

En cualquier caso, los profesionales del sector inciden en que dependiendo del tipo de fondo, la intromisión en el trabajo de la correduría que compran es mayor o menor. El director comercial del Grupo Galilea pone su negocio como ejemplo en el que el fondo les ha dejado trabajar libremente: "Nos ha exigido una rentabilidad, pero los que hemos gestionado el negocio hemos sido las propias personas de la correduría".

Sin embargo, José Antonio Vargas valora que esa actitud se da especialmente entre los fondos que no tienen fecha de salida, que son socios estables, y como tales dejan al corredor crear, invertir, configurar un modelo de negocio, invertir en tecnología y en directivos... "Son muy diferentes a los fondos que estamos viendo. Ahora necesitan ir muy deprisa y venderlo cuanto antes a otro porque ya no lo quieren y necesitan sacar la máxima rentabilidad", aprecia.

RELACIONES ESTABLES

Corrobora Francisco Rosiña, director comercial del Grupo Galilea, que si hay detrás un fondo muy agresivo los directivos de la correduría tienen poco margen de maniobra: "Ahí, la planificación es muy difícil ya que tienes que elaborar planes a muy corto plazo de tiempo y con una alta rentabilidad, lo que incidirá en tensiones y conflictos". Por eso, la clave para la continuidad del proyecto es buscar un socio industrial o fondo que dé estabilidad.

"Si tú vas a rentabilidad de una forma brutal, vas a perder clientes de la misma manera que otros lo aprovecharán", manifiesta el director del Canal Corredores de Mapfre España. Por eso, aboga por el equilibrio, también para las relaciones entre corredurías y aseguradoras, que se pueden resentir si no se establecen de manera estable.

En cualquier caso, Francisco Rosiña insta a confiar en el buen hacer de la gente que pertenece al sector asegurador y que lleva muchos años: "Es verdad que ciertos fondos agresivos han desembarcado en España, pero al final el plan de éxito y de futuro será el de aquellos que compartan las mismas inquietudes y desarrollen un proyecto a medio-largo plazo para este sector", atestigua.

Además, Vargas opina que va a haber corredurías muy buenas que van a ser capaces de recoger esos clientes y directivos que se pueden perder cuando otra correduría desaparezca por el abandono de un fondo. Por eso cree que, como sector, la llegada de fondos es positivo: "Ha levantado inquietudes y a largo plazo será bueno", destaca.

"No hay que transmitir el mensaje de alarma, porque no la hay. Este mercado es muy estable, lleva muchos años y seguirá siéndolo muchos años más, independientemente de los operadores que entren y salgan en los próximos años", apuntilla Rosiña.

"Para comprar basta con poner el dinero, pero si luego quieres sacar realmente jugo hay que integrar, empezar a construir". José Antonio Vargas

COMPRAR E INTEGRAR

En este sentido, el CEO del Grupo Summa considera que, a la larga, van a quedar en el mercado en torno a 20 o 30 grupos de corredurías importantes y luego otros 5.000 corredores de menor tamaño, aunque aprecia que los más grandes cada vez se harán más grandes, y los pequeños se quedarán pequeños, tal y como está ocurriendo en muchos otros países.

Luis Carlos Tortajada, director del Canal Corredores de Mapfre España, recuerda que los fondos están yendo a las medianas y grandes, es decir, no están concentrando pequeñas. Por lo tanto, no va a haber una afectación significativa en el número de corredurías: "Están concentrando volumen de negocio", confirma. Además, se está dando ese otro factor regenerador del sector, que entre una nueva generación de profesionales, con otras inquietudes y que se produzca un relevo, lo que también va a ser importante.

"Para comprar basta con poner el dinero y es más fácil, pero si luego quieres sacar realmente jugo a todo esto hay que integrar, empezar a construir. No porque alguien compre 20 corredurías, tiene una correduría grande; lo que tiene son 20 corredurías. Cuando integra todas ellas con una única organización, tecnología, dirección, etc. es cuando ya tiene un grupo grande", explica José Antonio Vargas, CEO del Grupo Summa.

Todo depende, en cualquier caso, de la propia composición de negocio, de cuál es la visión que tiene el profesional que lleva la correduría, hacia donde está expandiendo su negocio, aclara Luis Carlos Tortajada. "Es una situación que siempre se ha producido a cierto volumen, que ahora se está produciendo más. Ahora mismo estos grupos están en la línea de comprar e integrar", confirma.

Al final, como señala Francisco Rosiña, director comercial del Grupo Galilea, para las aseguradoras es bueno que haya grandes grupos de corredurías, porque se pactan unas condiciones de negocio, unos apetitos de riesgos y unas reglas del juego de las que se beneficia todo el mercado. "Los cambios al final nos van a hacer cambiar un poco a todos, también en el modelo de relación y la propuesta de valor", añade.

Aitana Prieto / Carmen Peña

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

beazley

Insurance. Just different.

Perspectiva

Es maravillosa.
Da igual por
donde lo mires

El seguro **APUESTA** por la sostenibilidad

A medida que los hábitos de consumo y los estilos de vida van cambiando y evolucionando, también lo hacen las demandas aseguradoras, que en los últimos tiempos están incorporando un factor esencial, especialmente para las generaciones más jóvenes: la sostenibilidad. Bajo esta premisa Iris Global organizó la jornada 'Sostenibilidad en el sector asegurador y asistencial', en la que se abordó cómo los criterios de responsabilidad están influyendo en las propuestas aseguradoras de las compañías.

Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa, abrió la sesión recordando que los tres componentes de la sostenibilidad (cuestiones medioambientales, sociales y de gobernanza), impactan directamente sobre el sector asegurador. Un aspecto que se aprecia especialmente en materia de prevención, en la que el seguro es líder, ya que su negocio se enfoca en ayudar a los clientes a que adopten medidas de anticipación ante los riesgos a los que están sometidos: "La prevención es esencial en los costes de transformación hacia una economía más verde", precisó.

Además, recordó que el compromiso de las aseguradoras con sus clientes les permite no realizar inversiones especulativas, de modo que están capacitadas para asumir multitud de riesgos por fenómenos medioambientales: "El sector es un gran inversor institucional en sostenibilidad, ya que el proceso de transición ecológico requiere unos volúmenes de inversión inmensos y proyectos transformadores de larga duración, a muy largo plazo", comentó.

No obstante, el principal reto de las empresas en este momento es la sostenibilidad que está avanzando muy deprisa y hoy en día es una realidad. Por eso, todas las compañías del sector se están adaptando a las normas en materia de sostenibilidad de manera constante. Con todo, en la industria aseguradora todavía quedan algunos desafíos. González de Frutos mencionó la dificultad de obtener datos sobre sostenibilidad de los clientes y proveedores, y, muy especialmente, el conseguir implicar a las pymes en este proceso, divulgando y gestionando su integración en el mismo.

La sostenibilidad se establecerá como un criterio de decisión de compra en el futuro, provocando un cambio estructural en todos los sectores

Y aunque reconoció que la "la sostenibilidad ha pasado de ser algo voluntarista, vinculado a la responsabilidad social corporativa, para estar plenamente integrada en la actividad aseguradora" (en las ofertas, las inversiones, la transparencia corporativa...), desde la pandemia se ha intensificado el debate sobre la carencia aseguradora de las sociedades, por lo que insta a promover la colaboración público-privada para poder rellenar esas "lagunas" de aseguramiento. "La sostenibilidad es una apuesta por la rentabilidad; quien no la coja, puede quedarse fuera del mercado", concluyó.

REACTIVACIÓN DEL TURISMO

Tras la intervención de la presidenta de Unespa, Javier Contín, director de Innovación y Marketing de Iris Global, presentó a Natalia Bayona, directora del departamento de Innovación, Educación e Inversiones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), cuya sede se encuentra en Madrid. "La OMT ayuda a los países a promover un turismo cada vez más sostenible", defendió, activando y estimulando el crecimiento económico y la creación de empleo; incentivando la protección del medio ambiente y del patrimonio

Pilar González de Frutos.

de los destinos; y promoviendo la paz y el entendimiento entre todas las naciones del mundo a través del turismo.

En esta línea, coincidió con González de Frutos en que "la base del crecimiento son las alianzas público-privadas", de modo que desde su organismo se está ayudando mucho a las *startups* que apuestan por la sostenibilidad, a que se invierta en ellas y a conectarlas con las instituciones públicas.

También arguyó que durante la pandemia se recibieron muchas quejas de los turistas "porque no había reglas de juego claras", en cuanto a cancelaciones de vuelo, coberturas de los seguros, etc. De ahí que se decidiera en la OMT crear un código de protección del turista para saber cómo operar, en cualquier caso. No obstante, como señaló, "el turismo es sinónimo de confianza".

Asimismo, advirtió de que existe un problema de educación y concienciación aseguradora, no solo porque la población no sepa cómo le cubren sus pólizas, sino porque realizan viajes importantes y no se aseguran. Aun así, se congratuló que desde la pandemia esta tendencia se ha ido revirtiendo y que gracias a la tecnología se están implementando nuevas soluciones y llegando más fácilmente a los clientes para cubrir sus riesgos.

Relacionado con la innovación del seguro y de la asistencia sanitaria en el futuro próximo del turismo, resaltó como el sector asegurador tiene un gran poder si hace un buen uso de la tecnología, ya que le permite anticiparse a algunas contingencias antes de que sucedan.

Dana Levy, Carlos Nadal y Asunción Carrasco.

La colaboración público-privada es esencial para cubrir las carencias aseguradoras de la sociedad

VIAJES MÁS VERDES

Precisamente, para hablar sobre esa relevancia que está adquiriendo la tecnología y el papel de la asistencia en viaje en el turismo sostenible, hablaron Dana Levy, Operation Director de Air Doctor, y Asunción Carrasco, directora general de Coverontrip.

Levy explicó cómo Air Doctor permite conectar en cualquier parte del mundo a doctores con los clientes en su mismo idioma, dándoles asistencia médica bien mediante telemedicina, bien recomendándoles un hospital en el que se les atenderá en su lengua o bien acudiendo un doctor a su hotel. "Se reduce el coste para los clientes, lo que beneficia a nuestras aseguradoras *partners*", consideró, aminorando, asimismo, la huella de carbono y mejorando el servicio que se presta a los clientes.

Además, se trata de un proyecto que promueve la sostenibilidad, toda vez que fomenta el uso de la telemedicina, en lugar de los desplazamientos a las clínicas, y establece alianzas con los médicos locales. "La sostenibilidad es una realidad y los consumidores, cada vez más, apuestan por compañías sostenibles, especialmente los más jóvenes", consideró.

Sandra LLamas, Ramón Pradera y Guillermo Barth.

Carrasco destacó a Coverontrip como un distribuidor digital de seguros de Viajes. Entre sus objetivos está la búsqueda constante de la innovación, priorizando la digitalización y la agilidad. A su entender, las complicaciones con las que nos tuvimos que enfrentar durante la pandemia provocaron un cambio significativo en el seguro de Viajes, aumentando la preocupación a la hora de desplazarse, "por lo que ha tomado peso este producto" y ha crecido el conocimiento sobre las coberturas de asistencia en viaje y su uso.

Aparte del compromiso de su entidad con el medioambiente, plasmado en distintas campañas, Coverontrip puja fuerte por la sostenibilidad en su búsqueda de seguros colaborativos, sabedora de que es una apuesta de futuro: "Dentro de unos años vamos a ver que la sostenibilidad es un criterio de decisión de compra; creará un cambio estructural en todos los sectores", apuntó.

El consumidor se convertirá a la vez en productor de energía, apoyado por el desarrollo tecnológico que permitirá un uso inteligente de la misma

HOGARES SOSTENIBLES

Ramón Pradera, fundador y director de 'Vente a vivir a un pueblo', y Guillermo Barth, Chief Ejecutive Officer de Solar 360 de Repsol y Movistar, pusieron el punto final a la jornada exponiendo propuestas para conseguir hogares más sostenibles.

Según resaltó Pradera, el 40% de las personas que viven en las ciudades se han planteado, en algún momento, trasladarse a un pueblo, una tendencia que, en los próximos cinco años, va a ir a más. Situación que se ha beneficiado de la aplicación masiva del teletrabajo que trajo la pandemia y que resulta toda una apuesta de valor por la sostenibilidad, generando riqueza en los entornos rurales y mejorando la calidad de vida de los trabajadores.

Una oportunidad que también aprecia Barth a nivel energético, pues en la actualidad se ha producido un auténtico boom del autoconsumo: "El mercado está cambiando; venimos de grandes plantas de generación eléctrica y vamos a un entorno muy fragmentado en el que el particular va a poder participar", sostuvo. De esta forma, el consumidor se convertirá a la vez en productor, apoyado por el desarrollo tecnológico que permitirá un uso inteligente de la energía.

Y recuerda que todavía queda mucho mercado por desarrollar, toda vez que en España solo hay 600.000 hogares con paneles solares, por los dos millones de Alemania, a pesar de tener muchas menos horas de sol. Además, aunque en nuestro país se está trabajando contrarreloj para estar al día en cuanto al intercambio de energía, la normativa aún es muy restrictiva; prueba de ello es que en Alemania ya existen más de 1.500 comunidades energéticas y aquí no llega a un centenar. La tendencia, eso sí, es que cada vez se

haga un uso más inteligente de las placas solares, combinando otros elementos del hogar con esa energía para obtener una mayor eficiencia: "Cuanto más se pueda controlar, más se va a participar en el mercado", concluyó.

IMPULSO DE LAS EMPRESAS

En ese fomento de la sostenibilidad también tienen mucho que ver las organizaciones: "La empresa privada tiene que involucrarse en esta materia", sostuvo Pradera. Así comentó que sería interesante que desde las compañías se incentivase que los trabajadores pudieran desplazarse a vivir a los entornos rurales y trabajar a distancia, algo que beneficiaría a todas las partes, ya que para las organizaciones supondría un ahorro en alquiler de espacios de oficina y los trabajadores incurrirían en menos gastos de desplazamientos, ganarían en calidad de vida, por lo que su desempeño laboral mejoraría, y, a la vez, reducirían su huella de carbono, lo que supondría una mejora para la sociedad.

Barth consideró, además, que con el tiempo la toma de decisión de dónde vive cada persona vendrá motivada por si el sitio genera más energía. En este sentido, exigió a los consumidores un aprendizaje y conocimiento de sus hábitos, ya que "para elegir bien el tipo de almacenamiento más adecuado a sus necesidades, hay que analizar mucho y aprender de los patrones de consumo e ir ajustándolos".

Pradera corroboró que en un futuro será tan importante la capacidad de generar energía que en la actualidad ya se están desarrollando mapas para conocer cuánta capacidad tienen las fachadas de las viviendas, puesto que se está erigiendo en un criterio más para elegir dónde residir.

Natalia Bayona y Javier Contin.

La sostenibilidad es una apuesta por la rentabilidad; quien no la coja, puede quedarse fuera del mercado

En cualquier caso, a su entender, "estamos al principio de la gran cascada de migraciones a los pueblos", como a principios del siglo XX ocurrió a la inversa, ya que se consideraba que en los pueblos no había oportunidades de futuro. Además, estamos en la actualidad en "la época de los miedos", a nivel sanitario (por la pandemia), energético (por la guerra) y de desabastecimiento del metal. "En todos los casos, el pueblo es un valor refugio", afirmó.

Aitana Prieto

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

XIII Encuentro Financiero

Las aseguradoras **CRITICAN** el pago de 250 euros por las reclamaciones de los asegurados

En la segunda jornada del XIII Encuentro Financiero, organizado por Expansión y KPMG, se habló sobre 'Gestión de activos y negocio asegurador'. Entre otras cosas, se planteó el poco "acomodo" que tiene la agencia de protección del cliente financiero en el sector asegurador. Existen voces críticas que se quejan de que las aseguradoras tengan que pagar por las reclamaciones. La DGSFP solo estima el 43% de las reclamaciones que tramita. Es decir, en el 57% de ellas se estaría pagando 250 euros por algo por lo que el asegurado no tienen derecho. Asimismo, los representantes de las entidades criticaron la postura de la DGSFP sobre que no hay que subir las primas, porque en su opinión debería "estar más pendiente de la solvencia de las compañías, que de la subida de precios. Si tenemos incremento de costes, deberíamos repercutirlo en las primas".

La jornada comenzó con la intervención de Luis de Guidos, vicepresidente del Banco Central Europeo (BCE), que aseguró que "la inflación iba a continuar en torno al 10% hasta finales de año y para 2023 bajará, pero seguirá por encima de lo acostumbrado". Además, advirtió que "como los tipos de interés están más altos a corto plazo que a medio y largo plazo, no nos podemos llevar por los efectos a corto plazo porque a largo puede cambiar el contexto".

Asimismo, apeló a la política monetaria para que contribuya a la reducción de la inflación. Por su parte, el BCE se compromete a la estabilidad de precios, para contribuir a bajar la inflación.

Tras la intervención del presidente de la CNMV, Rodrigo Buenaventura, tomó la palabra Sergio Álvarez, director general de la DGSFP (Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones), para hablar del 'Ahorro y el Seguro en incertidumbre económica'. Álvarez dijo que "la inflación influye, sobre todo, en los seguros generales, porque al optarse por la prestación de servicio, en lugar de la indemnización económica, se tiene que hacer frente al aumento de costes. Las primas no han subido tanto como el servicio porque no ha pasado el tiempo suficiente para que ese incremento de los costes se traslade a las primas". Pero, advirtió que "el incremento de estas puede reducir su contratación".

Por el contrario, el aumento del tipo de interés potencia la comercialización de los productos de ahorro. También conlleva "una mejora del resultado financiero, que tendrá un efecto positivo en el resultado de las empresas y permitirá compensar en parte este desfase con las primas". No obstante, pidió a las aseguradoras que mantengan la "prudencia" y eviten "la búsqueda de rendimientos adicionales en inversiones especulativas o que tengan un riesgo mayor al que está acostumbrado el sector asegurador español" porque, a pesar del incremento de tipos, la inflación está por encima y, por tanto, "los tipos de interés reales a los que se enfrenta el sector siguen siendo negativos y hay que tener cuidado con ello".

En este momento, en el sector hay unas 200 aseguradoras. Muchas de ellas pertenecen al mismo grupo asegurador y otras son pequeñas compañías especializadas. Solo el 15% de ellas, asume el 85% del negocio asegurador. Aunque "hay un nivel avanzado de consolidación, existen niveles de competencia muy elevados, especialmente en algunos ramos".

El BCE se compromete a la estabilidad de precios, para contribuir a bajar la inflación

También hizo referencia al proceso de consolidación que existe en la distribución. "Existen unas 3.000 correduría de seguros y se está produciendo, últimamente, un proceso intenso de integración".

Por otro lado, Sergio Álvarez comentó la reciente advertencia de Eiopa sobre el funcionamiento del mercado de seguros unidos a los créditos, comercializados en la Unión Europea. "Entre sus principales hallazgos, señala, están los altos niveles de comisionamiento y los posibles conflictos de interés de los distribuidores vinculados a las entidades bancarias, donde pueden prevalecer el interés del banco".

El supervisor de seguros anunció que Eiopa y el resto de supervisores nacionales trabajan en un documento de normas europeas que hagan el funcionamiento de los Unit Linked más simple a los usuarios.

A FAVOR DE LOS TRES SUPERVISORES

Tras la mesa redonda 'Fusiones para ganar en eficiencia y rentabilidad', se realizó una entrevista a Ignacio Garralda, presidente de Mutua Madrileña, en la que, entre otras cosas, habló sobre la creación de la agencia

de protección del cliente financiero y asegurador. En su opinión, plantea ciertos interrogantes, como la entrada en el terreno de lo contencioso-administrativo o el hecho de que "la aseguradora tenga que pagar 250 euros a priori, aunque la cuantía que se reclame sea menor".

Asimismo, trasmitió su conformidad con que "haya tres supervisores ((Banco de España, CNMV y DGSFP) porque el sector asegurador tiene muchas peculiaridades".

Sobre la solicitud de la DGSFP de que no se repercutiera la inflación a la primas, Garralda explicó que en "Mutua Madrileña vamos a ser los últimos en la subida, pero hay que ser conscientes de que el crecimiento de los costes es casi volcánico: la subida del salario mínimo de los talleres, médicos, hospitales, el crecimiento de las indemnización en el baremo que será del 8%...".

También abordó el tema de la diversificación del negocio que realiza la Mutua Madrileña, que la ha llevado a reducir su negocio en Autos, pasando a ser el 15%. "La diversificación es esencia, es visión de crecimiento, pero no hay que caer en la distracción", apunta. Dentro de su diversificación, la entidad está gestionando activos de los ciudadanos para mantener un patrimonio para el futuro. "Estamos en el puesto 10 de gestión de activos y seguimos creciendo". En su opinión, "los aseguradores tenemos más independencia que los bancos".

La diversificación es visión de crecimiento en una empresa, pero no hay que caer en la distracción

REFORMA DE PENSIONES POR CAPÍTULOS

Tras la mesa redonda sobre 'Los nuevos modelos de negocio de la gestión de activos y la banca privada. Una industria en transformación'. Se entrevistó a Antonio Huertas, presidente de Mapfre. Sobre la propuesta de alargar de 25 a 30 años los años de referencia para establecer la cotización de las pensiones, piensa que "no es bueno hacer la reforma por capítulos. Deberíamos tener todas las reformas a la vez y que todos pudiéramos participar en su creación". En su opinión, el sistema público de pensiones es sostenible porque tiene el respaldo de Estado, pero "no sabemos si su cuantía sea suficiente para vivir bien". Criticó la forma en la que se ha realizado la nueva normativa de planes de pensiones de empleo, "ya se ha hecho la deducibilidad fiscal y eso ha producido 4.000 millones de euros menos en las aportaciones en 2 años y no tenemos la alternativa de los PPE todavía".

También se mostró crítico con la postura de la Dirección General de Seguros de que no hay que subir las primas porque "no es una posición responsable. Se debe de estar más pendiente de la solvencia de las compañías más que en la subida de precios. Si tenemos incremento de costes, deberíamos repercutirlo en las primas".

Asimismo, criticó el hecho de tener que pagar por las reclamaciones. Le parece que no tiene "fácil acomodo" en el sector asegurador. Las aseguradoras tienen en torno a 11.000 reclamaciones, de las cuales la DGSFP tramita unas 5.200. Por cada una de ellas, habría que pagar 250 euros y la Dirección General de Seguros solo estima el 43%. Si en el 57% restante el asegurado no tiene razón, estaríamos pagando por algo por lo que el asegurado no tienen derecho".

HAY QUE SER SOSTENIBLE PERO TAMBIÉN RENTABLE

Posteriormente, se dio paso a la mesa redonda sobre 'La sostenibilidad en seguros: Cómo construir un futuro de confianza', moderada por Amalio Berbel, socio responsable de Seguros de KPMG en España, y en la que participaron: Patricia Ayuela, CEO de LDA; Antonio Trueba, CEO de MedVida; y Tomás Alfaro, CEO de Aegon.

En ella se abordó el coste que está asumiendo el seguro en el tema de inundaciones: "Mas de 2.000 millones de euros ha pagado el Consorcio de Compensación de Seguros este año y a eso hay que añadir un 70-75% más, que han abonado las aseguradoras por las inundaciones graves. Se trata de un impacto en nuestra cuenta de resultados que está producido por el cambio climático", indica Patricia Ayuela. Por eso, anima a que las aseguradoras sean las impulsoras del cambio y ayuden a sus clientes para que tengan unas acciones menos contaminantes. "Hay que invertir en lo que es responsable, pero también rentable", apuntó.

Antonio Trueba señaló que "hay que ser sostenible pero también rentable, porque si no se tiene los dos criterios, saldrás del mercado". En este sentido, Tomás Alfaro apunta que los costes de sostenibilidad ambiental son difíciles de gestionar porque es difícil de cuantificar qué estamos haciendo como empresa".

En la última mesa redonda del día participó Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa; y Ángel Martínez, presidente de Inverco.

El aumento del tipo de interés conlleva una mejora del resultado financiero de las aseguradoras, que permitirá compensar, en parte, este desfase con las primas

González de Frutos señaló que en un momento tan retador como el que tenemos, el Seguro ayuda "con la inversión institucional de medio y largo plazo, apostando por invertir en la propia Economía, con la financiación de proyectos nacionales; somos gestores de ahorro con visión de medio y largo plazo; además somos la primera industria en prevención y en materia de sostenibilidad…". En su opinión, "un sector no puede ser fuerte, si su supervisor no lo es".

Asimismo, apeló a la solvencia del sector asegurador porque "tiene un excedente de capital disponible de 2,43 veces el requerido y no ha bajado en los momentos difíciles que hemos pasado".

Criticó el hecho de que el supervisor decida sobre si el precio del seguro es alto o bajo. "Me empieza a preocupar cierta tendencia por parte de los supervisores a exceder su ámbito natural de competencia, para entrar en ámbitos de pura regulación de mercado. La competencia tiene que fluir y si no es así, que intervengan las instituciones de competencia y no de supervisión". Volvió a reclamar un supervisor independiente para Seguros. También indicó que le preocupa "el equilibrio entre la competencia de jurisdicciones". Dijo que espera que la legislación "no sea más dura" en nuestro país que en los de nuestro entorno porque si es así, produciría "diferencias en las condiciones de competitividad" entre entidades locales y aquellas que tienen su sede fuera de España.

Mar Romero, directora de Distribución de AXA España

La importancia del crecimiento **INCLUSIVO** (y II)

En AXA estamos convencidos de que el futuro pasa por el desarrollo de un modelo de seguro inclusivo que genere una mayor resiliencia societaria. Pero para que el seguro inclusivo sea una realidad en el mundo de las economías emergentes, es necesario un diseño y una distribución apropiada del servicio. Así como pólizas sencillas que puedan explicarse fácilmente y con mínima complejidad por SMS, WhatsApp y otras formas prácticas de comunicación. No se trata de reducir los productos, sino de crear una cultura de seguros que sea relevante.

Terminaba hace unas semanas mis últimas palabras desde esta tribuna (clika aquí para ver la primera parte del artículo), haciendo referencia al cierto abandono que había experimentado el sector asegurador de los dos principios que le habían guiado desde sus orígenes: la mutualización y la idea central de la inclusión. Como consecuencia, apuntaba, esa falta de inclusión tiene efectos sobre la resiliencia por los vacíos de protección que deja, la mayor exposición al riesgo y, en definitiva, la situación de vulnerabilidad en que nos deja.

En AXA estamos convencidos de que el futuro pasa por el desarrollo de un modelo de seguro inclusivo que genere una mayor resiliencia societaria.

En los mercados emergentes, por ejemplo, debemos dejar de mirar exclusivamente a las personas de elevados ingresos porque estamos perdiendo una oportunidad valiosa de negocio y, además, dejamos desasistidos a esa gran parte de población que es demasiado rica para ser pobre; y demasiado pobre para ser rica. Hablo de ese motor económico de sus mercados como son comerciantes minoristas o pequeños granjeros que se ven todavía sujetos a una vulnerabilidad financiera, a unos niveles de ingresos irregulares e inseguros, y a una falta de acceso al crédito. Por ejemplo, en muchos países emergentes, los pequeños granjeros guardan parte de la cosecha como garantía como consecuencia de la falta de acceso a seguros asequibles. Esto les condena a disponer de un capital

improductivo y costoso que reduce su tolerancia al riesgo. Aquí, un seguro inclusivo que permitiera vender ese excedente redundaría en un mayor crecimiento de su negocio y una mayor movilidad de los mercados.

POTENCIAR EL SEGURO INCLUSIVO

Pero, para que el seguro inclusivo sea una realidad en el mundo de las economías emergentes, es necesario un diseño y una distribución apropiada del servicio. Así como pólizas sencillas, que puedan explicarse fácilmente y con mínima complejidad por SMS, WhatsApp y otras formas prácticas de comunicación. No se trata de reducir los productos, sino de crear una cultura de seguros que sea relevante.

Por su parte, en los mercados desarrollados, el seguro inclusivo tiene un objetivo distinto: en lugar de facilitar trayectorias ascendentes, evita caídas como consecuencia de un cambio vital no lineal. El sector asegurador tiene que asumir los cambios en la vida laboral de las personas, la contratación flexible, el pluriempleo o el trabajo por cuenta ajena. Los seguros bien adaptados a esta situación pueden preservar o incluso aumentar la resiliencia societaria de estas economías maduras.

En este sentido, en AXA creemos que los conocidos como Diarios Financieros (metodología de investigación social basada en el análisis en detalle de los ingresos y gastos de familias individuales en diferentes comunidades) pueden llenar vacíos de información y conocer la forma en que la gente gestiona su vida financiera. La finalidad es crear productos relevantes y asequibles que respondan a las necesidades, tanto de la población de medianos ingresos que ya valora los seguros, como las del nuevo mundo laboral que está surgiendo.

En los mercados desarrollados, el seguro inclusivo, en lugar de facilitar trayectorias ascendentes, evita caídas como consecuencia de un cambio vital no lineal

Si las empresas de seguros no logran adaptarse, solo cubrirán un sector cada vez menor de la población.

La **RESPONSABILIDAD CIVIL** gana terreno en las estrategias de las pymes españolas

Las pymes cada vez son más conscientes de que el seguro de Responsabilidad Civil Profesional permite a las empresas protegerse frente a reclamaciones sin poner en peligro la viabilidad del negocio. Pero no todas precisan el mismo tipo de protección, ya que cada profesión es un mundo único. Por eso, es importante que el producto se adapte a cada necesidad.

Gestionar una empresa, sin importar su tamaño, nunca ha sido tarea fácil. No solo es importante un amplio conocimiento económico para conseguir la rentabilidad adecuada, sino que también es necesario saber gestionar equipos humanos, conocer el sector en el que se actúa, lidiar con los trámites administrativos y, no menos importante, ser perfectamente conscientes de todos los riesgos que puede entrañar un negocio para evitarlos. Ni la más tranquila de las profesiones está exenta de peligros, ya que en el día a día pueden ocurrir incidentes que, sin pretenderlo, acaben por causar daños no solo a los propios miembros de la empresa sino también a aquellos que, de manera directa o indirecta, se relacionan con ella.

Si llegase a ocurrir algún problema, el Código Civil español obliga a empresas y particulares a subsanar el daño provocado a terceros, lo que en ocasiones puede suponer un gran desembolso económico. Hay que tener en cuenta que, en 2022, la liquidez se ha convertido en uno de los principales problemas a los que se enfrentan las pymes, ya que, según el Barómetro elaborado por el Consejo General de los Colegios de Gestores Administrativos, más de 700.000 pequeñas y medianas empresas han tenido problemas de liquidez en la primera parte de 2022.

En un momento como este, en el que asuntos como la inflación o la huella de la pandemia aún afectan a las empresas en general y a las pymes en particular, es importante no dejar asuntos sueltos que puedan perjudicar el negocio. Por eso, para prevenir esta problemática existe el seguro de Responsabilidad Civil Profesional, que permite a las empresas protegerse frente a reclamaciones sin poner en peligro la viabilidad del negocio. Estas póli-

zas ofrecen protección para empresas y profesionales independientes ante errores o negligencias cometidos durante el desarrollo de una actividad que generan un perjuicio económico, personal o material a un tercero.

EL 40% DE LAS PYMES TIENE UN SEGURO DE RC PROFESIONAL

Tal es su importancia que casi un 40% de las pymes españolas cuenta con un seguro de Responsabilidad Civil Profesional, según datos de nuestro 'I Informe Hiscox de Pymes y Autónomos'. A pesar de ser seguros con amplia presencia en este tipo de empresas, aún queda un largo camino por recorrer, sobre todo, desde un punto de vista sectorial. Es decir, determinadas profesiones son, históricamente, perfectamente conscientes de la importancia de esta protección, pero otros profesionales no son tan conscientes del riesgo, a pesar de que este no conoce de sectores.

Sin embargo, no todo vale. Es decir, si bien todos necesitan protección, esta no es igual para todas las empresas, ya que cada profesión es un mundo único y no es lo mismo el perjuicio que pueda ocasionarse transmitiendo un virus en la instalación de un software empresarial que una pérdida involuntaria de documentos con información sensible. Por este motivo, Hiscox asegura más de 150 actividades diferentes y se diseña la póliza teniendo en cuenta las particularidades de cada profesión, el tamaño de su empresa, con qué tipo de agentes establece relación a los que pudiera afectar, las principales áreas más propensas a riesgos, etc.

Más de 700.000 pequeñas y medianas empresas han tenido problemas de liquidez en la primera parte de 2022

Con todos los retos que se espera que lleguen para las pequeñas y medianas empresas en 2023, operar con la seguridad que ofrece este tipo de respaldo se convierte en un asunto imprescindible para estas compañías, siempre en la cuerda floja, pero cuya supervivencia es imprescindible para el conjunto de la economía española.

HISCOX XPRESS

COTIZA EN NUESTRA WEB SIN CLAVES NI CONTRASEÑAS

Más información sobre cómo cotizar en: www.hiscox.es/como-cotizar-con-hiscox

¿Qué puedes hacer dentro de Hiscox Xpress?

— Calcular una prima orientativa para tu cliente sobre la marcha
— Productos adaptados a la actividad de tu cliente
— Solicitar una cotización

¿Cuáles son las ventajas de utilizar Hiscox Xpress?

— Proceso rápido y ágil
— Sin la necesidad de tener clave de mediación con Hiscox
— Condiciones más competitivas

WWW.HISCOX.ES

La gestión del **DATO** en la era de la inteligencia artificial

Belén López, directora técnica de Pelayo Mutua de Seguros

En la actualidad, no hacen nada más que crecer los datos que una empresa genera día a día en las relaciones con sus clientes y su entorno. El uso de la analítica avanzada y de la inteligencia artificial, siempre soportadas en una adecuada gestión del dato, nos ayudan a tomar decisiones, resolver problemas, optimizar los procesos de negocio y, lo que es fundamental, a conocer a nuestros clientes.

La inteligencia artificial no es algo nuevo en la industria y ya son muchos los sectores, entre ellos el sector seguros, en los que se vienen aplicando distintas tecnologías de inteligencia artificial para obtener ventajas competitivas en cada vez un mayor número de procesos de negocio, y esto no ha hecho más que comenzar, pues tenemos por delante un amplio potencial en todas las áreas de las compañías. El uso de la analítica avanzada y de la inteligencia artificial, siempre soportadas en una adecuada gestión del dato, nos ayudan a tomar decisiones, resolver problemas, optimizar los procesos de negocio y, lo que es fundamental, a conocer a nuestros clientes.

Nos encontramos en un momento en el que la cantidad de datos de todo tipo, estructurados y no estructurados, que una empresa genera día a día en las relaciones con sus clientes y su entorno no hace más que crecer. El reto que tenemos por delante es cómo convertir estos datos en información que la empresa pueda utilizar para obtener ventajas competitivas. En esta situación, disponer de una adecuada estrategia del dato resulta esencial y, por ello, Pelayo, como muchas otras empresas del sector, incluye la estrategia del dato dentro de su plan estratégico.

Sin embargo, la disponibilidad del dato, ya sean propios o enriquecidos con fuentes de datos externas, no es suficiente, también resulta necesario potenciar el conocimiento del dato entre un número cada vez mayor de usuarios y de perfiles muy diferentes, para lo cual trabajamos con soluciones que nos facilitan la visión completa de los datos de la compañía y su entendimiento, tanto desde el punto de vista técnico como de negocio, así como otra información relevante como puede ser su ubicación, trazabilidad y linaje, que facilite la autonomía de los usuarios en el desarrollo de los distintos proyectos de analítica avanzada que estamos desarrollando en la compañía.

POLÍTICA DE CALIDAD DEL DATO

Por otro lado, en Pelayo consideramos que para optimizar los resultados de la analítica avanzada y obtener auténtico valor resulta fundamental tener definida e implementada una adecuada política de calidad del dato. Los datos son la base de cualquier modelo, por lo que una clara apuesta por la calidad del dato, implementando proyectos de Data Quality que aseguren su completitud, exactitud e integridad, se trasladará a los resultados del mismo.

Otro principio fundamental en la estrategia del dato es el relativo a la accesibilidad, los datos deben estar disponibles y ser accesibles de forma ágil para los distintos perfiles de usuarios que lo necesiten, nuestro objetivo es democratizar el dato. Compartir los datos entre las distintas áreas de la empresa resulta fundamental para el éxito de cualquier proyecto que emprendamos. Los silos de datos y la falta de integración de datos provenientes de distintos sistemas de la compañía constituyen uno de los principales problemas a los que los usuarios se enfrentan en el día a día.

La disponibilidad y accesibilidad del dato, el conocimiento, la calidad junto con una arquitectura tecnológica que soporte todo ello adecuadamente, serán claves para el buen fin de los proyectos que cada compañía quiera llevar a cabo, pero no debemos olvidar a las personas. En el entorno actual disponer de equipos con los perfiles adecuados (científicos de datos, analistas de datos, perfiles de los ámbitos de arquitectura, seguridad, calidad, etc.) para desarrollar los casos de uso constituye también un factor crítico para el éxito, siendo un reto para las compañías tanto atraer como retener este talento, ya que estos perfiles son de los más demandados hoy en día en prácticamente todos los sectores.

Los datos deben ser accesibles para los distintos perfiles de usuarios que lo necesiten, para democratizar el dato

Con carácter general, el sector Seguros ha evolucionado mucho en estos últimos años en todo lo relativo a la gestión del dato y la analítica avanzada. Las compañías estamos invirtiendo cada vez más tiempo y recursos en este tipo de proyectos y los avances son ya significativos en muchas áreas de negocio. Sin embargo, no es un proceso ni rápido ni fácil y todavía queda mucho que hacer hasta que esta cultura del dato esté integrada en toda la compañía, por lo que no hay tiempo que perder. En Pelayo consideramos imprescindible trabajar en esta línea si queremos mantener en el futuro nuestra competitividad en el mercado.

A DIARIO

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

Todo lo que te interesa saber a un clik

PymeSeguros.com

Accede a las noticias de seguros y economía que te interesan

Seguro de Hogar que se adapta a cada situación

Santalucía ha lanzado el seguro 'Hogar Eficaz 2022' que se adapta a cada persona en función del uso de la vivienda: si es propietario con residencia habitual o secundaria, propietario arrendador o inquilino, entre otros aspectos.

Gracias a su precio, está especialmente dirigido a perfiles que buscan un producto económico de calidad con una oferta competitiva y adaptada a sus necesidades.

Además de incluir todas las coberturas y garantías esenciales, como protección frente a incendios, robo, fenómenos atmosféricos o daños causados por el agua, este seguro cubre un abanico mayor de garantías opcionales y nuevas coberturas como, por ejemplo, la reposición estética del continente y, dentro del bloque de garantías para arrendador, la pérdida de alquileres.

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

La moratoria contable se prorroga en 2023 y 2024

Los desajustes de los balances contables no serán motivo para declarar concurso de acreedores durante 2023 y 2024. El Gobierno prorroga la moratoria contable en los dos ejercicios siguientes en los que las empresas podrán reequilibrar sus cuentas "para dar a todas las empresas viables, solventes, más tiempo para poder reequilibrar sus balances", según ha anunciado la vicepresidenta de Asuntos Económicos, Nadia Calviño.

Todas las empresas podrán acogerse a la moratoria, aunque Calviño remarcó las del sector turístico, del transporte y la hostelería, que a su juicio son las más perjudicadas por la pandemia.

La moratoria será un alivio para las empresas más afectadas por la pandemia. Sin prórroga, una empresa debe entrar en proceso de disolución cuando acumule pérdidas por un volumen que provoque que su patrimonio neto sea inferior a la mitad del capital social.

Bonificaciones de hasta 150.000 euros para las pymes con jornada laboral de cuatro días

El Ministerio de Industria y Comercio dará hasta 150.000 euros a las pymes que implanten la jornada laboral de cuatro días sin reducir los sueldos. Para acceder a las ayudas, las empresas tendrán que aplicar una reducción mínima del 10% de la jornada laboral y mantener este plan durante, al menos, dos años.

El proyecto piloto, que cuenta con un presupuesto de 10 millones de euros, pretende mejorar la productividad, la conciliación laboral, la igualdad de oportunidades y la salud física y mental de los trabajadores. Además, las empresas deberán incorporar medidas organizativas, de procesos productivos y de formación para generar una mejora de la productividad que compense los mayores costes salariales. También se fijarán indicadores para medir la evolución de la productividad.

Para respaldar este esfuerzo inicial, el Gobierno prevé ayudas directas temporales por los costes asumidos por la empresa como consecuencia de la reducción de la jornada y de implementación de nuevas fórmulas organizativas y la formación.

Las empresas reciben solo el 36% de las convocatorias de los fondos europeos de recuperación

España ha puesto en marcha 1.486 subvenciones asociadas al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia que canaliza los fondos europeos. Estas convocatorias, hasta el pasado 15 de noviembre, movilizaron un total de 28.500 millones de euros, de los que casi la mitad irán a parar a pymes, grandes compañías y personas físicas que desarrollan algún tipo de actividad económica. De estos 28.500 millones convocados, solo 9.300 millones (el 32%) se han canalizado ya a sus primeros destinos. Y solo 3.400 millones (el 36%) han calado en el tejido productivo.

Todos estos datos se extraen de la Radiografía de las subvenciones provenientes de los fondos europeos del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia en España,

elaborada por el Observatorio Fondos *Next Generation EU EsadeEcPol-EY Insights*. El informe, que monitoriza los datos disponibles a tiempo real, permite ver qué administraciones mueven las convocatorias, quiénes son los destinatarios, cuál es la finalidad de la subvención y qué ritmo de canalización real es el alcanzado.

A modo de resumen, la Administración General del Estado concentra, aproximadamente, el 80% de todo el dinero. El resto de convocatorias se reparten entre las comunidades autónomas y entidades locales (18,2%) y las universidades (1,5%). Estos organismos han destinado el 35,2% de los fondos a pymes y personas físicas que desarrollan actividad económica y el 11,8% a grandes empresas. El resto se reparte entre universidades y centros de investigación (4,8%), personas físicas y jurídicas sin actividad económica (16%) y, sobre todo, otras administraciones públicas (32%). Pero no todo el dinero está ya en su destino.

Tal y como explica Manuel Hidalgo, investigador sénior en EsadeEcPol y la Universidad Pablo de Olavide, la mayoría de los fondos no han llegado todavía al tejido productivo, "dado que buena parte de las convocatorias se constituyen como vehículos de transferencias de fondos entre las propias administraciones". Por eso, del total convocado, "a fecha 15 de noviembre había concedidos unos 9.300 millones". No obstante, añade Hidalgo, autor del documento, "el ritmo de ejecución que estamos viendo es el normal".

El análisis de los datos permite ver quiénes han sido los concesionarios de esos 9.300 millones que conforman las subvenciones ya resueltas o que están en proceso. La mayor parte de ellas han ido a parar a las comunidades autónomas y entidades locales (5.000 millones de euros), seguidas ya de lejos de las sociedades de responsabilidad limitada (1.100 millones), las universidades (800 millones), las asociaciones (663 millones) y las sociedades anónimas (622 millones). El resto de partidas están ya por debajo de los 500 millones.

En cuanto a la finalidad de la cuantía total dispuesta en las diversas convocatorias, la mayor parte recae en políticas de industria y energía, de I+D+i, y de comercio, turismo y pymes. La Administración General del Estado, por ejemplo, destina 6.800 millones a industria y energía y 4.700 millones a investigación y desarrollo. Las autonomías las destinan, principalmente, a fomento de empleo y a industria y energía.

La nueva Ley de Familias amplía los permisos a los progenitores

El Gobierno ha dado luz vez a la Ley de Familias, un texto que se articula en torno a cuatro pilares principales: la ampliación de la protección social a las familias y el apoyo a la crianza; avanzar en la garantía del derecho a la conciliación; el pleno reconocimiento de los distintos tipos de familias que existen en España, y el reconocimiento y protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

La ampliación de la protección social a las familias se extenderá y se hará permanente la renta crianza de 100 euros al mes para un mayor número de familias con hijos de cero a tres años. Dicha ampliación incluye a todas las madres que estén percibiendo una prestación por desempleo, contributiva o no, y también a las que, sin reunir los requisitos previamente, coticen 30 días a partir del parto. También recibirán el 100% de la prestación las mujeres que tengan un empleo a tiempo parcial o temporal.

Respecto a la garantía del derecho a la conciliación, la ley crea tres permisos de cuidados: por cuidado de cinco días al año (en vez de los dos actuales) retribuidos, para atender a un familiar hasta segundo grado o conviviente sin parentesco, que los trabajadores podrán utilizar en caso de accidente o enfermedad graves, hospitalización o intervención quirúrgica sin hospitalización que necesite reposo. Un permiso parental de seis semanas en 2023 que se ampliará a ocho semanas en 2024, que se podrán disfrutar de forma continua o discontinua, hasta que el menor cumpla ocho años. Y un permiso por ausencia, por fuerza mayor familiar que requiera atención inmediata (por ejemplo, un niño enfermo o cita médica) que será de cuatro días retribuidos al año y que se podrá disfrutar por horas.

Asimismo, se extenderá el subsidio por nacimiento y cuidado no contributivo a adoptantes y familias de acogida; se ampliará la pensión de orfandad un año, hasta los 26, y el permiso por cuidado de menor con cáncer o enfermedad grave hasta los 26 años en caso de discapacidad.

FACTURA-e

La UE confía en que la e-factura reduzca el fraude fiscal

La Unión Europea espera que con la e-factura se proporcione una herramienta a las autoridades para controlar su actividad en tiempo real.

La ley Crea y Crece, en España, obliga a las empresas a adoptar la factura electrónica en las operaciones comerciales entre empresarios, profesionales y proveedores, independientemente del sector de actividad de la empresa.

La norma se pondrá en marcha en dos fases. En primer lugar, serán las empresas y autónomos con una facturación anual superior a 8 millones de euros los que deberán aplicar esta medida en un plazo máximo de un año desde la aprobación del desarrollo el reglamento. El resto de las empresas tendrán que aplicar la medida en un plazo de dos años. Por lo tanto, en 2025, será obligatorio para cualquier tipo de empresa.

Soluciones creativas para tus **necesidades** de **comunicación**

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

Mayte Muñoz

DISEÑO GRÁFICO

maytemunoz563@gmail.com • 626388002

Está fuera de la legalidad que los colaboradores externos tengan colaboradores externos

La Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones ha concluido en una contestación emitida en noviembre a Inade que los colaboradores externos de los mediadores de seguros no pueden celebrar contratos con personas físicas o jurídicas que les ayuden a realizar la actividad de distribución de seguros.

En caso de incumplimiento de este precepto, el responsable sería el mediador de seguros del que dependa el colaborador externo, en concreto, la persona o personas que ejerzan las funciones de responsable de la actividad de distribución de seguros.

Esta respuesta hace alusión a una consulta realizada por el departamento de *Compliance* de Inade sobre la posibilidad de que los colaboradores externos de los mediadores de seguros puedan a su vez celebrar contratos con otros colaboradores para desarrollar su actividad de distribución de seguros.

Aunque la DGSFP a través de la Documentación Estadístico-Contable que presentan los corredores de seguros y los agentes de seguros vinculados es conocedora del volumen de negocio que distribuyen los colaboradores externos, no ha reflejado este dato en su última memoria anual. Por eso, la consultora Inade ha decidido extrapolar los datos de las 300 correduría que trabajan con ellos y estima que el 35% del negocio que gestionan los corredores de seguros y los agentes vinculados en España ha sido captado por sus respectivos colaboradores externos.

Es por ello que Inade ha mantenido reuniones de trabajo con diferentes correduría que mantienen en vigor un elevado número de contratos con colaboradores externos, para informarles de las consecuencias de este escrito. Además, ha celebrado un webinar con empleados, responsables de la actividad de distribución y colaboradores externos de correduría de seguros, en las que se ha abordado el régimen normativo al que está sujeta la actividad de los colaboradores externos, así como el régimen de responsabilidad de las correduría de seguros.

En otro orden de cosas, Fundación Inade ha celebrado la segunda reunión ordinaria del año 2022 de su Consejo Asesor y Comité Técnico para repasar el cumplimiento del Plan de actuación para este ejercicio, así como debatir las líneas de acción para el 2023.

En esta ocasión, se contó con la participación de José Antonio Sánchez, director general de Icea, que afirmó que "despedimos el año con un crecimiento positivo a nivel sectorial. El negocio de No vida aumentó en torno a un 6% y el de Vida-riesgo sobre un 3%, situándose por encima de los resultados del año 2021. No obstante, debemos tener en cuenta que se trata de cifras nominales, que no tienen en cuenta la inflación, si descontamos la inflación el crecimiento sería plano respecto al año anterior".

Sobre las perspectivas para el año 2023, desde Icea se cree que el ramo de No Vida se mantendrá en cifras similares a las de este año, sin embargo, esperan "cierta alegría" en el ramo de Vida, como consecuencia de la proliferación de productos con tipos de interés garantizado, que "resultan más atractivos". Además, se mostró optimista porque "el apetito por estar asegurado es creciente. Existe un alto potencial de la demanda, la pregunta es si la oferta será capaz de estar a la altura", reflexionó.

Por otro lado, la Fundación Inade ha aprobado el Plan de Actuación 2023, que recoge los objetivos y líneas de actuación de la fundación. Entre sus objetivos, está acercar la cultura del riesgo y el seguro a la Administración Pública, las asociaciones empresariales y de polígonos industriales, los *clústeres*, la Comunidad Universitaria y los colegios profesionales.

Para lograrlo, ha establecido seis líneas de acción: la investigación, la formación, la transferencia del conocimiento, la transmisión del conocimiento, el apoyo a la Cátedra Fundación Inade – UDC y la acción social. Uno de los retos para el año 2023, es sacar adelante el Observatorio de Riesgos Empresariales de Galicia (OREG). Otro de los proyectos es desarrollar foros dedicados a los riesgos ESG (medioambiente, social y gobernanza), a los que suma una cuarta variante dedicada a la movilidad.

En otro orden de cosas, Fundación Inade y la **Universidad de La Coruña** han presentado el séptimo volumen de la colección Cuadernos de la Cátedra, una obra elaborada por el abogado y doctor en Derecho, Javier López y García de la Serrana, bajo el título: 'El seguro en la empresa. Estudio sobre las obligaciones de las partes contratantes del seguro, los seguros de daños y el seguro de Responsabilidad Civil'.

DKV se compromete a hacer vitalicias las pólizas a partir del tercer año

DKV ha puesto en valor su política de usar el seguro tanto como haga falta sin ninguna penalización en cuanto a su prima, de modo que no incrementa el precio de los seguros de Salud en función de su uso. Además, esta responsabilidad se extiende hasta su política de póliza vitalicia, con la que se comprometen a extender el contrato con sus clientes para siempre a partir de los tres años, salvo en casos de incumplimientos o dolo o culpa grave.

También se ofrecen coberturas complementarias sin coste adicional. Sea cual sea el producto contratado, los clientes tendrán acceso a coberturas y servicios con un alto valor diferencial en el mercado y sin un coste adicional, como cobertura dental, asistencia mundial en viaje con uno de los límites más altos del mercado o asistencia en accidentes laborales y de tráfico, entre otras. Asimismo, la aseguradora ha comunicado su acuerdo con **Zurich** para que la red comercial de esta compañía distribuya los seguros de salud de DKV desde el 1 de enero de 2023. El acuerdo es para 5 años prorrogables y los productos mantendrán la imagen y marca DKV en este primer desarrollo y, poco a poco, se completará el porfolio con nuevas opciones.

Por último, comentar que DKV y **Codeoscopic** han ratificado un acuerdo para que el producto de 'DKV Decesos' y 'DKV Salud' permanezcan actualizados y con mejoras continuas dentro de las soluciones de Codeoscopic, Avant2 Sales Manager y Tesis Broker Manager.

El DAC será decisivo en el nuevo escenario de reclamaciones ante la Autoridad Administrativa Única

Desde el portal especializado www.dacseguros.com califican el texto normativo del Proyecto de Ley de Creación de la Autoridad Administrativa Independiente de Defensa del Cliente Financiero "claramente favorable al reclamante y discriminatorio y perjudicial para quién reciba una reclamación".

Tal y como se recordará, el pasado 22 de noviembre el Consejo de Ministros aprobó el Proyecto de Ley de Creación de la Autoridad Administrativa Independiente de Defensa del Cliente Financiero que, una vez finalice su trámite parlamentario – lo que no se espera para antes de mitad de 2023- , supondrá la puesta en marcha de un nuevo mecanismo de resolución de controversias entre las entidades financieras -en las que se incluyen a los corredores y correduría- y sus clientes a través de una única autoridad administrativa que unificará los servicios de reclamaciones del Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP).

Independientemente de que la vía judicial siempre estará disponible para quienes quieran acudir a dicho procedimiento, para quienes utilicen el procedimiento de la autoridad administrativa única seguirá siendo imprescindible acreditar haber formulado la queja o reclamación previamente ante el departamento o servicio de Atención al Cliente (DAC). El nuevo escenario recorta de 2 meses a 1 mes el plazo de su actuación para atender y responder a las reclamaciones que se pudieran recibir.

Por ello, desde el portal especializado www.dacseguros.com, su promotor Jorge Campos señala que "una vez que entre en vigor el nuevo escenario del procedimiento de quejas y reclamaciones, el DAC de los corredores y correduría va a jugar un importante papel, ya que su actuación va a ser decisiva porque en caso de que el expediente pase finalmente a la autoridad y ésta la acepte a trámite, si esto no cambia, el corredor o correduría que reciba la reclamación deberá abonar una tasa de 250 euros independientemente de si finalmente la nueva autoridad falla a su favor o en su contra; y, en segundo lugar, porque las resoluciones de la nueva autoridad serán vinculantes para reclamaciones de importes de menos de 20.000 euros, entre las que se estima que estarán la casi totalidad de las que se presenten contra corredores y correduría".

Campos indica que el texto del Proyecto de Ley de Creación de la Autoridad Administrativa Independiente de Defensa del Cliente Financiero, de no cambiar finalmente, presenta algunos aspectos que, a su juicio, son "claramente favorables al reclamante a la vez que discriminatorios y perjudiciales para los reclamados" entre los que, además de la ya conocida posible tasa de 250 euros por reclamación admitida a trámite, apunta otros cuatro aspectos como:

1. La no posible devolución de la tasa de 250 euros en caso de que el fallo sea finalmente favorable al corredor/correduría mien-

tras que, sin embargo, el procedimiento será de carácter gratuito para el cliente, que podrá presentar su reclamación sin necesidad de contar con la defensa de un abogado ni la representación de un procurador.

2. Que la carga de la prueba se traslade del reclamante al reclamado. El texto ha invertido la carga de la prueba en beneficio del cliente, de manera que la carga de la prueba del cumplimiento de las obligaciones establecidas en las normas de conducta y en las buenas prácticas recaerá sobre el reclamado.
3. Que se considere también cliente a efectos de posibles reclamaciones al "cliente potencial", entendiendo como tal a aquella persona que haya tenido un contacto precontractual directo con la entidad para la prestación de un servicio financiero a iniciativa de cualquiera de las partes, aunque finalmente no haya contratado el seguro.
4. Una potestad sancionadora de la nueva autoridad exageradamente desproporcionada al establecer un escenario de sanciones por infracciones graves de un máximo de 2 millones de euros y por infracciones leves de un máximo de 500.000 euros.

Caser forma a sus mediadores sobre los planes de pensiones de empleo

Caser ha desarrollado un ciclo formativo para agentes y corredores, bajo el título 'Una nueva oportunidad de negocio, los planes de empleo Caser', con el objetivo de dar a conocer los Planes de Pensiones de Empleo (PPE) y profundizar sobre las últimas mejoras legislativas y las oportunidades de negocio que ofrecen.

Las diferentes formaciones ofrecidas estuvieron centradas en explicar y desarrollar las principales modificaciones de la ley 12/2022, de 30 de junio, de regulación para el impulso de los Planes de Pensiones de Empleo (PPE), que entró en vigor el 2 de julio de 2022, que incluyen la posibilidad de implementar PPE a través de los convenios, la creación de fondos de pensiones de empleo de promoción pública abiertos, así como de planes simplificados y nuevos límites de aportaciones y ventajas fiscales para las empresas y autónomos.

Pese a este impulso, solo un 14% de las empresas conoce los últimos cambios normativos en los Planes de Pensiones de Empleo (PPE), siendo los segmentos de autónomos (10%) y microempresas (12%) los menos informados, de acuerdo con el segundo estudio realizado por el Observatorio Caser.

Eva Valero, directora del Observatorio Caser, destaca que "existe un déficit de información sobre los Planes de Empleo entre los usuarios finales, por lo que es fundamental hacer un esfuerzo para continuar la labor explicativa de los cambios con claridad y haciéndolos de forma comprensible".

Por otro lado, la aseguradora ha informado de la apertura en Málaga del Espacio Caser, su primera *flagship*, concebida en base a un modelo de oficina abierta, donde la compañía ofrecerá a los distintos tipos de clientes una experiencia única, que le permitirá sentar las bases para la interacción futura con mediadores, clientes y el resto de *stakeholders* de la compañía.

AIG celebra el décimo aniversario de su seguro Cíber

AIG destacó la importancia de innovar y de evolucionar para afrontar los ciberriesgos durante el evento en el que celebró el décimo aniversario de 'Cyberedge'.

Benedetta Cossarini, directora general de AIG Iberia, puso el foco en la importancia de la innovación, especialmente en este ramo "tan nuevo todavía y que ha ido creciendo con las necesidades de los clientes"-. Llamó la atención sobre el hecho de que la economía en la que vivimos, "en la que todo se soluciona con un clic", nos hace tremendamente vulnerables y recordó que cada 39 segundos se produce un ciberataque en el mundo, "y el 95% de los que triunfan lo hacen por un error humano". Algo que justifica "nuestros exhaustivos cuestionarios".

Entre la multitud de datos que ofreció Miguel de Castro, Information Security Specialist de la plataforma Crowstrike, destaca el hecho de que el tiempo medio que un ataque tardaba en comprometer a una organización era de 9 horas y 42 minutos en 2018 y ahora se ha reducido a 1 hora y 38 minutos o que el incremento de los ataques de *malware* aumentó del 51% al 62% de 2020 a 2021. Un panorama en el que los actores principales son grupos organizados y muy estructurados -cada uno con funciones muy delimitadas- procedentes en su mayoría de Rusia, Irán, China y Corea del Norte, que en muchas ocasiones colaboran con los diferentes servicios estatales de estos países con el doble objetivo de buscar dinero y desestabilizar a Occidente.

Una vez expuesta la situación actual de las amenazas cibernéticas, Vanessa Álvarez, Cyber risk advisor en AIG, abordó el tema 'Cuantificación de Ciber Riesgos y Escenarios Estratégicos. Servicios y Herramientas incluidos para la mejora del ciberriesgo'. Para enmarcar su ponencia, ofreció algunos datos sobre el impacto de un ataque de *ransomware*. Por ejemplo, que, de media, dura 23 días y tiene un coste de 5 millones de dólares, que el 80% de las compañías sufren pérdidas de datos o que el mismo porcentaje vuelven a ser atacadas.

Señaló que la estrategia de AIG para ayudar a sus clientes se basa en identificar vulnerabilidades –"el 75% de los ataques explotaron vulnerabilidades con más de dos años de antigüedad"-, proteger a través, por ejemplo, de la concienciación de los empleados con simulaciones de ataques de *phishing* y del envío de alertas, y, una vez que se produce el ataque, recuperar. Para esta última fase, Cyberedge pone a disposición de sus clientes equipos forenses para ayudar a contener y recuperar, así como expertos legales y de comunicación de crisis. Además, cuenta con una herramienta capaz de calcular la probabilidad de impacto y de cuantificar los ciberriesgos de una compañía, "algo muy importante después del Wannacry, cuando los equipos de seguridad se ganaron el estar sentados con la Junta Directiva".

Rafael Ortiz, Senior Cyber Underwriter de la aseguradora, detalló la respuesta de la póliza en las distintas fases de todo el proceso de ciberataque. Presentó un caso de *ransomware* en el que se tardó 15 días en recuperar el 50% de la actividad y mes y medio el 100%.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha comunicado la incorporación de Jorge Conde, como Head o Accident & Health (A&H) para Iberia; Rafael Espeja, como Middle Market Business Development Manager en el departamento de Business Develo-

pment; y Rosana Rodrigo, como Head of Claims para Iberia.

En su nuevo cargo, Conde será responsable de reforzar el liderazgo de AIG y maximizar el potencial del mercado de Iberia colaborando con los equipos regionales y locales de A&H para desarrollar y ejecutar la estrategia de crecimiento de este ramo en España y Portugal, así como para supervisar la cuenta de resultados y gestionar al equipo.

Licenciado en Historia por la Universidad Autónoma de Lisboa y con un Máster Ejecutivo en Dirección de Marketing por la ISCTE / EMCQ European Marketing Confederation, Jorge Conde se reincorporó a AIG en noviembre de 2020 como Accident & Health (A&H) Partnership Lead para Iberia y Europa Continental.

Espeja, entre otras funciones, será responsable de gestionar y maximizar el crecimiento de la cartera de clientes en el segmento de mercado medio y pymes identificando oportunidades de negocio, acuerdos y canales de distribución alternativos, incluyendo asociaciones de corredores. Rafael Espeja es graduado técnico universitario en Ciencias Empresariales y del Seguro por la Universidad Pontificia de Salamanca/Fundación Mapfre y posee el título de Mediador de Seguros y Reaseguros Privados (Grupo A). Cuenta con más de 15 años de experiencia en el sector asegurador y financiero. Desde 2016 hasta su incorporación a AIG trabajó en DAS como director comercial de Business Development Brokers, Bancassurance, Affinites & Reinsurance.

Rodrigo, desde su puesto, será responsable de la entrega y ejecución de la estrategia de Siniestros y desarrollará la gestión del talento. Es licenciada en Derecho por la Universidad de Buenos Aires y tiene un Master de Derecho Europeo por la Universidad Carlos III de Madrid. En sus dos décadas de carrera profesional en el sector de los seguros ha desarrollado una gran experiencia en gestión y transformación de siniestros.

Juan Echevarría deja la presidencia de Mutua Universal en manos de Jaime Aguirre de Cárcer y Moreno

Mutua Universal ha aprobado en su Junta Directiva designar a Jaime Aguirre de Cárcer y Moreno como nuevo presidente de la entidad, en sustitución del Juan Echevarría, presidente desde 2004.

Aguirre de Cárcer y Moreno, hasta la fecha vicepresidente primero de la Junta Directiva de Mutua Universal, es licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y postgraduado en Icade. Ha desarrollado su carrera profesional en el Banco Central, SmithKline Beecham (grupo GSK), Schweppes y Ferrovial. También fue consejero de Amey, filial de Ferrovial.

En otro orden de cosas, la apuesta de Mutua Universal por la innovación ha sumado un nuevo reconocimiento en la ceremonia de entrega de los CIO Awards Spain 2022, organizados por IDC y Foundry. El proyecto de modelos de predicción basados en inteligencia artificial (IA) y *machine learning* de la entidad (Lince) ha sido finalista en la categoría de Inteligencia Digital, destinada a aquellos avances que han generado cambios positivos impactantes en la inteligencia de sus organizaciones.

El proyecto Lince, iniciado en 2009, forma parte de la apuesta de la entidad por incorporar la mejor tecnología en la gestión, con una orientación al dato a partir del estudio de grandes cantidades de información y de la detección de patrones y tendencias.

Ebroker inaugura el aula tecnológica para la comunidad educativa

La plataforma Ebroker ha inaugurado el 'Aula tecnológica Ebroker' en el Colegio Reina Adosinda de Pravia, una sala informática en la que se han instalado equipos que la tecnológica ha cedido para uso exclusivo de la institución educativa.

Ebroker llevará a cabo una serie de acciones que ayuden a fomentar la adquisición de conocimiento y formación en el ámbito educacional. Una iniciativa de la plataforma como fórmula para el progreso y desarrollo de la comunidad en el contexto de la nueva sociedad digital, facilitando un entorno de colaboración entre institución educativa y empresa.

La tecnológica también ha puesto a disposición del colegio personal técnico para impartir anualmente dos charlas-conferencia con el propósito de divulgar, en el seno de la comunidad educativa, el relevante papel de la tecnología y su industria en la sociedad.

AXA nombra a Francisco Javier Parra nuevo director territorial Oeste

Francisco Javier Parra, director de Desarrollo de Negocio & Marketing Operacional de AXA España, ha pasado a tomar las riendas de la dirección territorial de Oeste desde el 1 de enero de 2023 en sustitución de Ainara Ruíz de Gauna que regresa a la sede de la compañía a dirigir la planificación y performance dentro del área de Operaciones Cliente.

Desde su incorporación a AXA en 1999, Parra ha desempeñado distintas responsabilidades, tanto en el área de Distribución como en el área Técnica. Ha sido director de sucursal en Madrid, responsable de Unidad de Negocio de Oferta Particulares, así como responsable del Negocio de Productos Financieros y Planes de Pensiones Individuales; además de ser el actual Branch Manager de AXA Life Europe en España, cargo que ostenta desde 2015.

La dirección Territorial Oeste supone el 8% del negocio de la aseguradora en España y cuenta con 320.000 clientes particulares y empresas atendidos a través de una amplia red de profesionales en Galicia, Asturias y León.

Mapfre refuerza su Consejo Asesor de Tecnología incorporando a Marta Martínez

Mapfre incorpora a su Consejo Asesor de Tecnología, Innovación y Transformación a Marta Martínez, reforzando así su apuesta por impulsar la transformación de la compañía, apoyada en la innovación y la tecnología como palancas de crecimiento y excelencia en la calidad de servicio.

Marta Martínez, con experiencia en el ámbito tecnológico y en diferentes mercados, asesorará a los órganos de gobierno de Mapfre sobre decisiones relacionadas con tecnología, innovación y transformación, formular propuestas y sugerencias sobre las actividades de Mapfre relacionadas con los ámbitos mencionados, además de analizar los planes estratégicos y operativos vinculados a estas materias.

Licenciada en Matemáticas por la Universidad Complutense de Madrid y MBA por Iese, inició su trayectoria laboral en este sector en Hewlett-Packard (1989-2002). En 2003 se incorporó a IBM, donde desarrolló su carrera durante casi dos décadas, llegando a ser presidenta de la compañía en España durante 8 años y directora general para Europa, Oriente Medio y África.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha firmado un acuerdo con la plataforma JubílaME para ofrecer sus soluciones de ahorro, riesgo y dependencia a los usuarios de esta web, dedicada a la planificación financiera, con vistas a completar las pensiones públicas. Mapfre también facilitará a los usuarios de JubílaME otro tipo de soluciones, como los seguros de riesgo con cobertura en caso de fallecimiento o invalidez, o el de dependencia, para cubrir la atención de las personas dependientes con hasta 1.500 euros al mes de forma vitalicia para casos de dependencia severa o grave.

Para saber el ahorro de los mayores de 55 años, **Fundación Mapfre**, en colaboración con **Google España**, ha elaborado el III Barómetro del Consumidor Sénior. Entre sus principales conclusiones está que cuentan con más de un ingreso en su hogar (uno de cada dos), consiguen ahorrar a final de mes (4 de cada 10), ayudan a sus familiares (4 de cada 10) y son propietarios de su vivienda (8 de cada 10). También cuidan de su salud a través de la alimentación (7 de cada 10), viajan por ocio (7 de cada 10) y están bien informados, lo que les hace estar más preocupados con la situación económica que años anteriores

El informe refleja un aumento del pesimismo y la incertidumbre de los seniors respecto a su situación económica, quizás relacionado con la bajada de su capacidad de ahorro, y pone de manifiesto otras realidades, como que reducir el gasto en sanidad o vivienda limitaría su calidad de vida; que ven la vivienda como una herramienta económica para mejorar su bienestar; que quieren seguir viajando; y que no desean alargar su vida laboral.

Por otro lado, la aseguradora ha informado de la firma de un acuerdo de colaboración con la Real Hermandad de Veteranos de las Fuerzas Armadas y la Guardia Civil para dar asesoramiento financiero y asegurador a sus asociados. Asimismo, ofrecerá información a los veteranos acerca de toda su gama de soluciones dirigida al colectivo senior.

Por último, señalar que Mapfre y la **Federación de Asociaciones de Concesionarios de la Automoción (Faconauto)** han renovado el acuerdo de colaboración que mantienen desde 2019, por tres años más.

Codeoscopic abre el plazo de inscripción para su curso de gestión operativa de una correduría

Hasta el 23 de enero está abierto el plazo de inscripción para la II edición del Curso de Especialista en Codeoscopic Workspace, enfocado a impulsar la eficiencia en la gestión operativa de una correduría de seguros, a través de la tecnología.

El curso mostrará una metodología de trabajo para la estandarización de los procesos y tareas críticos en el día a día de los mediadores. Se les explica de qué forma puede aplicar la tecnología de Codeoscopic para la gestión de clientes, que les permite minimizar el tiempo de sus operativas diarias y maximizar el rendimiento. Las clases comenzarán el 30 de enero y se prolongarán, con dos sesiones semanales, a lo largo de 12 semanas.

En otro orden de cosas, Duck Creek Technologies y Codeoscopic han llegado a un acuerdo de colaboración en el que Duck Creek integrará Avant2 Sales Manager. De esta forma, podrá ofrecer soluciones que comprenden desde la multitarificación de productos hasta herramientas que permiten optimizar la productividad y gestión de clientes. Actuará como una herramienta orientada a la gestión integral de cartera y la venta, esencial en el día a día de los mediadores.

Por último, señalar que Avant2 Sales Manager confirma la hipótesis de la estacionalidad de Autos que provoca una acumulación de seguros en los últimos días del mes, especialmente a finales de año. El pasado 30 de noviembre se alcanzó el mayor número de emisiones en un solo día durante este año y de la historia de Codeoscopic, solo superado por el 30 de junio. Así, el último día de noviembre se emitieron a través del multitarificador 2.737 pólizas de todos los ramos que contiene, acumulando Autos (1ª categoría) un 75% de las emisiones.

Sanitas crea un campaña navideña dirigida por Isabel Coixet

Sanitas ha presentado su campaña de Navidad, dirigida por Isabel Coixet y protagonizada por Laia Costa, Hugo Silva, Irene Escolar, Susi Sánchez y Roberto Álvarez. Los actores protagonizan una miniserie de cuatro capítulos, ambientados en Navidad, que cuentan la misma historia desde sus respectivos puntos de vista.

La campaña apela a cuidarnos y protegernos como individuos y como sociedad. 'Cuidarnos entre nosotros nos hace humanos' es el título de la miniserie. En ella se cuenta, a lo largo de cuatro capítulos (de 3 minutos de duración cada uno), una misma historia que va ampliándose y contextualizándose gracias a la perspectiva que aporta la narración de cada personaje en cada capítulo.

El 60% de los españoles que se ha planteado tener un seguro de Vida lo hacen tras la muerte de un familiar

Según el informe de Getlife 'Análisis de la percepción y la adopción del seguro de Vida en España', seis de cada 10 españoles que se han planteado tener un seguro de Vida, lo han hecho tras la muerte de un familiar.

Más del 35% de los titulares de este tipo de pólizas lo adquirieron porque así se lo exigió su entidad bancaria para contratar una hipoteca. Un 30% tomó la decisión para asegurar el futuro de su pareja y/o hijos en caso de que le sucediese algo y un 12% contrató un seguro de Vida a raíz de la enfermedad o fallecimiento de un familiar cercano. Un 9% declara que ha suscrito una póliza de este tipo por su profesión y algo menos del 3% por su afición a deportes de riesgo.

A la hora de contratar su póliza, un 58% valoró distintas opciones antes de decantarse por una aseguradora concreta. En la toma de decisión lo más valorado, por el 43% de los encuestados, son las coberturas del seguro, incluso por encima del precio de la prima, que es el factor principal para el 36%.

Respecto al precio, el 66% de los encuestados consideran que los seguros de Vida son caros, aunque un 31% de ellos apunta que son necesarios. El 72% de los titulares invierte menos de 500 euros anuales en su seguro de Vida, el 19% entre 500 y 700 euros y menos de un 9% dedica más de 700 euros anuales.

De los encuestados que no son titulares de un seguro de Vida, el 41% se ha planteado hacerlo, siendo la enfermedad o fallecimiento de personas cercanas el motivo principal para más del 60%. Por encima del 63% de los que se plantearon contratarlo no lo hicieron al considerar que eran aún demasiado jóvenes para pagar una prima que consideran alta, durante el resto de su vida. De hecho, cerca del 60% reconoce que si pudiera hacerlo por menos de 10 euros al mes sí lo contrataría.

En otro orden de cosas, la insurtech Getlife ha firmado un acuerdo de colaboración con Payflow, la plataforma digital de acceso al salario bajo demanda y retribución flexible, para la comercialización de sus seguros de Vida. La alianza entre ambas startups supone un paso más en el compromiso de Getlife de democratizar el acceso a los seguros de Vida en Europa. La compañía ha desarrollado un sistema de suscripción dinámica del riesgo, basado en análisis de datos avanzados, que ofrece cobertura a más de 700 enfermedades hasta ahora descartadas por el modelo tradicional. Cuenta con un sistema de contratación 100% online, que no requiere de informes o pruebas médicas, y se puede realizar en cuestión de minutos.

Lisa Seguros crea una web exclusiva para poder contratar seguros ciber cien por cien online

Lisa Seguros ha lanzado su plataforma web especializada en ciberseguros, que permite completar la compra de un seguro de protección contra riesgos cibernéticos en un proceso cien por cien online, de manera sencilla y totalmente personalizable.

El sitio **www.segurociberriesgo.com** muestra a profesionales y empresas, así como a la red de colaboradores de Lisa, los productos de protección contra amenazas digitales que ha desarrollado de la mano de **Hiscox**, y da la opción, en dos minutos, de obtener precio para un seguro totalmente adaptado, completar la compra y emitir la póliza online.

El primer seguro integrado en la plataforma de contratación online es el producto 'Ciberclear 360º' de Hiscox.

"Cualquier profesional, empresa o *freelance*, así como nuestros *partners* y colaboradores se pueden registrar en la aplicación de manera totalmente gratuita. Además, nuestra API facilita una integración sencilla y muy funcional con colaboradores, plataformas y empresas de tecnología. Es además una herramienta que asesora al profesional de manera activa, proponiéndole el seguro que mejor se adapta a sus necesidades y todas las opciones de personalización", explica Pilar Andrade, CEO y cofundadora de Lisa Seguros.

Tom Painter se incorpora al equipo de Daños Materiales de QBE

QBE ha anunciado la incorporación de Tom Painter como suscriptor para su equipo de Daños Materiales. Painter se suma al equipo de QBE tras seis años trabajando en Zurich.

Licenciado en Derecho por la Universidad de Liverpool, Painter ha desarrollado gran parte de su carrera profesional en Zurich, donde ha permanecido los últimos seis años desempeñando diferentes puestos, desde Global Services Consultant hasta Property Underwriter.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha analizado en un webinar el estado que atraviesan los seguros de D&O. Un producto que ha experimentado un cambio de tendencia importante y actualmente se enfrenta a varios desafíos. En él se analizó la evolución del seguro de D&O en los últimos años, la influencia de la crisis sanitaria y económica en este tipo de seguros y la nueva información que se requiere a los clientes para evaluar sus riesgos.

Punto Seguro elabora una radiografía del comprador digital de seguros de Vida

La correduría digital Punto Seguro ha publicado la infografía 'Perfil del comprador digital de seguros de Vida', que muestra las principales características de estos usuarios clasificándolos en función de su edad, sexo, lugar de residencia y de los capitales y primas que aseguran.

Para la elaboración de este estudio, la compañía ha analizado la evolución del perfil de los clientes a lo largo de los últimos 15 años, en base a una muestra de 12.000 asegurados de Punto Seguro, con algunas conclusiones sorprendentes:

▪ Los hombres que en 2009 representaban poco más del 50% de las pólizas suscritas, alcanzan actualmente cerca del 70%. Este dato pone de manifiesto que la Directiva Europea que garantiza la no discriminación por razón de sexo en las primas de seguros, ha repercutido en la contratación de las mujeres.

▪ La edad media de quienes contratan seguros de Vida por internet se sitúa entre los 41 y los 50 años, sumando casi la mitad de las pólizas (49,55%). Le siguen los mayores de 56 años, con el 20,35% y las personas que se encuentran entre los 51 y 55 con un índice del 14,94%. Se ha detectado una evolución en el compromiso y preocupación de los españoles en la franja de los 50 años en adelante, ya que, al llegar a esta edad, se preocupan más por dejar resueltas todas las necesidades de sus familias. El estudio revela que los mayores de 50 años -que no llegaban al 10% en 2009 de los asegurados- suponen actualmente más del 30%.

▪ Los asegurados de Vida residen en su mayoría en la Comunidad de Madrid y Cataluña, seguidos de los que viven en Andalucía, y la Comunidad Valenciana. Los comparadores digitales prefieren realizar el pago de sus seguros de manera anual (82,3%), en muchas ocasiones, por las recompensas que reciben los clientes al realizar los pagos de manera no fraccionada.

▪ La póliza de fallecimiento e invalidez continúa siendo la opción más demandada, un 53,2% del total. Pero desde 2012, ha soportado una gran caída de la demanda, porque era más de un 75%. Le sigue muy de cerca la póliza que incluye únicamente la garantía de fallecimiento, con un 42,8%. El estudio muestra que la contratación de dobles y triples capitales van ganando terreno, si bien todavía no muestran un valor representativo (4,1% sobre el total).

▪ Los comparadores de seguros online van perdiendo paulatinamente el miedo a asegurar capitales altos por internet. La mayoría de los seguros de Vida contratados vía online aseguran entre 100.000 y 150.000 euros (35,4%), le siguen los seguros de entre 60.000 y 100.000 euros (20,3%) y cabe destacar que los de mayor capital, con valor de más de 200.000 euros, ya son contratados por el 17,6% de los usuarios.

▪ La prima media pagada por los asegurados online se mantiene en niveles de entre 100 y 400 euros anuales. Destacan los valores de pólizas con prima de entre 100 y 150 euros con un porcentaje de 20,8% y las de entre 200 y 300 euros con una presencia del 20%.

MGS Seguros mejora las coberturas para vehículos eléctricos e híbridos

MGS Seguros ha ampliado el producto MultiAuto Selección, adaptándolo a las nuevas necesidades de los clientes con vehículos eléctricos o híbridos enchufables.

Entre las nuevas garantías se encuentran: Ampliación de la cobertura de falta de combustible en asistencia en viaje, se ofrece recarga in situ o servicio de remolque al punto de recarga o taller más cercano en el supuesto de agotamiento de la batería de tracción; Ampliación de la cobertura de vehículo de sustitución en asistencia en viaje Class, sujeto a disponibilidad y por petición del asegurado; Se incluye el cable eléctrico dentro de la definición de accesorio; Nueva garantía de daños al cargador, contratándose automáticamente al elegir Auto Pack cuando el vehículo asegurado es eléctrico o híbrido enchufable, dando cobertura frente a incendio, explosión y caída de rayo, actos vandálicos, inundación, choque o impacto de vehículos terrestres, robo y daños por robo.

En otro orden de cosas, la Fundación MGS organizó el último acto del año de su ciclo de jornadas formativas dirigidas a empleados, mediadores y clientes sobre 'Ciber-vitaminízate: ponte en forma frente a las amenazas digitales', con la presencia de Laia G. Padró, con más de 8 años de experiencia en el sector de la ciberseguridad y responsable de Awareness de Ackcent.

Padró empezó su exposición afirmando que "el acceso a cualquier dispositivo ya es un primer éxito para un ataque más elaborado" y ofreció varios métodos para mantener las contraseñas de dispositivos digitales seguras. Además, explicó tres premisas básicas para protegerse ante los ciberriesgos: mantener los dispositivos seguros y actualizados; contar con una solución de seguridad y, por último, no realizar conductas de riesgo. Para concluir, Padró comentó el papel que juegan las emociones en el cerebro a la hora de caer en la trampa de los ciberdelincuentes.

Musaat reúne a sus corredores en su jornada especial de Navidad

Musaat ha celebrado su Jornada de Navidad para Corredores 2022, para continuar estrechando la colaboración con esta red profesional e impulsar la comercialización de sus productos.

En el encuentro virtual, distintos profesionales de la mutua analizaron la buena evolución del canal corredor a lo largo de este año, destacando un incremento del 20% en el número de correduría que han emitido pólizas en Musaat en 2022.

Javier Vergés, director general de Musaat, repasó los principales resultados económicos de la entidad, su nuevo posicionamiento en el mercado y reiteró el compromiso de la mutua por continuar estrechando la colaboración con estos profesionales.

Grupo Catalana Occidente incorpora a Clara Gómez, Joaquín Guallar y Francisco Sánchez a su cúpula directiva

El 1 de enero, **Grupo Catalana Occidente** ha incorporado tres nuevos miembros a su Comité de Dirección. Los nombramientos se enmarcan en un proceso de relevo ordenado en la cúpula directiva del grupo, tras el anuncio de la jubilación de Francisco José Arregui, director general de la entidad desde 2001.

Clara Gómez, actualmente la subdirectora general de Función Actuarial y Control de Riesgos, asume la Dirección General Financiera – Riesgos. Es Licenciada en Ciencias Actuariales y Financieras por la Universidad Complutense de Madrid y en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid, Inspectora de Seguros del Estado y Auditora de Cuentas (ROAC). Asimismo, cursó el Programa de Dirección General (PDG) de Iese. En 2015 se unió a Grupo Catalana Occidente como directora de Solvencia. Previamente, ejerció de coordinadora de grupos de inspección y responsable de solvencia en la Dirección General de Seguros (DGSFP).

Joaquín Guallar, actual subdirector general del Servicio Jurídico y Secretaría de Grupo Catalana Occidente, ostenta la Dirección General Legal-Corporativa. Además, tras la jubilación de Arregui, actual consejero secretario del Consejo de Administración del grupo, se converte en secretario no consejero de la sociedad. Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad de Barcelona y en Derecho por la Universidad Abat Oliba CEU, Guallar cuenta también con un máster en Derecho Internacional de los Negocios en Esade y un Programa de Dirección General (PDG) en Iese Business School. Antes de incorporarse a Grupo Catalana Occidente, desarrolló su trayectoria profesional como abogado en Barcelona y Nueva York, en Cuatrecasas Gonçalves Pereira SLP y en el despacho Cravath Swaine & Moore LLP.

Asimismo, se ha creado la Dirección General de Estrategia y Desarrollo de Negocio, área que hasta la fecha dependía del consejero delegado y que asume Francisco Sánchez, con el objetivo de impulsar las adquisiciones y alianzas estratégicas, así como complementar el posicionamiento del Grupo en mercados o actividades concretas. Es licenciado en Dirección y Administración de Empresas y en Ciencias Actuariales y Financieras por la Universidad Pontificia Comillas. Ha cursado un Executive MBA (EMBA) en Iese Business School y el General Management Program de Harvard Business School. En 1999 se incorporó a BNP Paribas, donde desde 2018 era responsable de la relación con bancos, aseguradoras y clientes institucionales en la Península Ibérica.

En otro orden de cosas, **Seguros Catalana Occidente, Seguros Bilbao y Plus Ultra Seguros** han instalado un total de 7.173 dispositivos de emergencia e-car (incluido en el seguro de Autos), que proporcionan mayor seguridad en la carretera.

Paula de Castro y Marta Hernández se unen al Comité de Dirección de AXA Partners

AXA Partners España ha renovado su cúpula directiva anunciando el nombramiento de Paula de Castro, como directora comercial de Asistencia Hogar, Auto, Salud y Viaje; y de Marta Hernández, como directora de Marketing Estratégico y Commercial Excellence.

Paula de Castro, queda al cargo de la estrategia comercial y se focalizará en mantener la senda del crecimiento afianzando las relaciones con los clientes actuales y planteando nuevas fórmulas de colaboración y *partnerships*. Aporta más de 20 de años de experiencia liderando proyectos comerciales estratégicos. Está especializada en programas de *Affinity* y trabajó durante más de 11 años en distintos cargos en Aon.

Marta Hernández diseñará e implementará el Plan de Marketing de la organización, definiendo las estrategias para la oferta de productos o servicios, incluidas la comunicación externa y las ventas digitales de la compañía. Además, mantiene sus funciones de seguimiento de aquellos proyectos transversales necesarios para la estrategia de la compañía. Cuenta con más de 25 años de experiencia en la compañía y, desde su incorporación, ha desempeñado distintos cargos siempre vinculados a las áreas de marketing y ventas. Anteriormente, fue directora comercial de servicios de asistencia y responsable comercial de Grandes Cuentas del sector *Utilities*.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha comunicado que las asistencias en carretera que realizó durante el puente de diciembre se han mantenido estables comparado con la cifra del año pasado en las mismas fechas. Respecto a las causas de los siniestros, destaca el descenso en el porcentaje de accidentes de hasta 2 puntos porcentuales si se compara con 2021 (del 9,4% al 7,2%), con un ligero incremento en las averías mecánicas (el 55%) y de los problemas relacionados con los neumáticos (15,5%).

Mútua Terrassa digitaliza su negocio de la mano de MPM Software

Mútua Terrassa ha formalizado un acuerdo con **MPM Software** para implementar una nueva solución tecnológica para la distribución y gestión de seguros.

El proyecto, que se está desarrollando en distintas fases, integrará la plataforma segNeurona y los módulos complementarios Portal de seguros B2B y e-Client:

Micappital ofrece un nuevo servicio de asesoramiento personalizado para la optimización de pólizas

La Fintech Micappital ha presentado 'Micappital Seguros', su nuevo servicio de asesoramiento personalizado para la optimización y gestión centralizada de pólizas. De esta forma pretenden asesorar a sus clientes de forma personalizada para que paguen en sus seguros solo por las coberturas que necesitan, evitando duplicidades, garantizándoles la mejor protección sin incentivos por cobro de comisiones y ofreciéndoles un espacio único donde pueden gestionar todas sus pólizas de forma digital.

El cliente debe aportar, desde la web, la información correspondiente a sus pólizas vigentes y especificar una serie de datos, objetivos y necesidades personales, y en 24 horas recibe una propuesta comparando cinco opciones de pólizas alternativas optimizadas. Una vez las revisa y decide cuál desea contratar (puede contar con el asesoramiento telefónico, por mail o presencial de un experto), 'Micappital Seguros' emite la póliza, el cliente la firma desde el móvil y, en el momento en que se confirma el pago, se publica en su espacio personal dentro de la web.

Todo esto es posible gracias a los acuerdos de distribución alcanzados con las principales aseguradoras del país (más de 20 y de todo tipo de perfiles), para tener acceso a sus tarificadores de cotización; y a la plataforma tecnológica que hay detrás, con un sistema de agregación de sus diferentes seguros disponibles y con algoritmos inteligentes que notifican al cliente posibles cambios o mejoras, así como los plazos de vencimiento y renovación.

Miguel Camiña, CEO de Micappital, explica que "no estamos cambiando el qué, lo que queremos es transformar el cómo. Estamos combinando tratamiento personalizado y acompañamiento con agilidad y automatización a través de tecnología, y creemos que el resultado es una propuesta de valor que los clientes van a apreciar. Sobre todo, porque les va a facilitar la vida y, además, porque puede hacerles ahorrar en su presupuesto".

La compañía estima que puede conseguir una reducción media del 30%, con excepción de Auto y Hogar, donde el ahorro estimado estaría entre el 10% y el 15%.

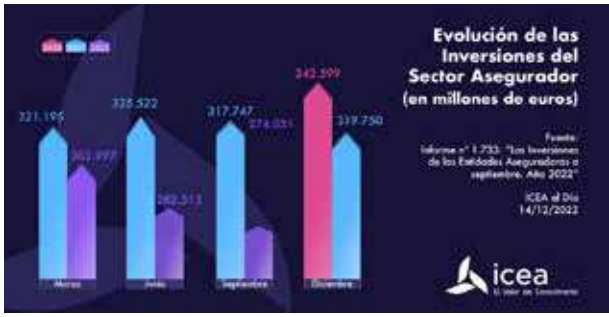
El coste del servicio será gratuito para todos los clientes durante los seis primeros meses desde el lanzamiento. Posteriormente, seguirá siendo totalmente gratis para los clientes del servicio de asesoramiento financiero de Micappital, y tendrá un coste de 5 euros por póliza optimizada y contratada para el resto (no se paga por renovaciones posteriores).

El seguro de Salud de PassportCard aterriza en España

El proveedor de seguros alemán PassportCard, que ya presta servicio a clientes en más de 150 países, inicia ahora su expansión en España ofreciendo sus seguros de Salud con alcance internacional. Se trata de la primera compañía que ofrece una solución de cobertura sanitaria con pagos en tiempo real, sin necesidad de estar dado de alta en un seguro de Salud concreto y sin papeleos.

PassportCard, que es socio colaborador del grupo Allianz, ofrece cobertura para cualquier servicio médico prescrito, ya que permite al usuario abonar directamente la prestación mediante una tarjeta de débito que funciona a través de la red Mastercard. Asimismo, presta cobertura a nivel global para atender todo tipo de necesidades: consultas médicas, análisis clínicos, adquisición de medicamentos, atención de emergencias… disponiendo de un servicio de asistencia telefónica y vía online personalizada las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

Este sistema resulta una opción especialmente útil para expatriados, nómadas digitales y trabajadores en remoto; al disponer de un servicio sin complicaciones en cualquier parte del mundo y con una gestión totalmente digitalizada. PassportCard también ofrece beneficios claros e inmediatos para los clientes empresariales, sean del tamaño que sean. Y es que, supone un valor añadido para la atracción y retención de talento en un mercado cada vez más global, al integrarse fácilmente en los planes de incentivos, ayudar a minimizar riesgos y procurar atención sanitaria para sus empleados en cualquier parte del mundo, de una forma sencilla, ágil y sin papeleos. De esta forma, los empleados de cualquier compañía podrán pagar tratamientos médicos de emergencia y medicamentos en cualquier parte del mundo, sin utilizar dinero de su propio bolsillo ni teniendo que presentar ningún tipo de formulario. Además, los afiliados tienen libre elección de médicos bajo la modalidad de pago sin efectivo. Y todo, a través de un seguro que, en realidad, es una tarjeta de débito.



Las inversiones del sector asegurador alcanzaron los 274.051 millones

ICEA ha informado que el volumen estimado del total de las inversiones del sector asegurador español en el tercer trimestre de 2022 se sitúa en 274.051 millones de euros.

La cartera de Vida representa el 51,48% de dicho volumen, el 14,51% corresponde a la inversión de No Vida, un 4,03% a los fondos propios y el 29,99% restante, lo acapara la cartera general.

Asisa crea un programa de telemedicina para el control de pacientes crónicos

Asisa ha puesto en marcha el 'Programa Actúa' para el control de pacientes con enfermedades crónicas. Su objetivo es prevenir y detectar de forma precoz las reagudizaciones de los pacientes que sufren dolencias crónicas, como EPOC (enfermedad pulmonar obstructiva crónica) o ICC (insuficiencia cardíaca crónica), mejorar su manejo y evitar urgencias, ingresos y complicaciones.

El programa, impulsado por la Dirección General Médica (DGM) de Asisa junto a Care4Chronics, empresa del Grupo Air Liquide, se apoya en una aplicación digital online que, tras la recogida de datos clínicos como la tensión arterial (TA), la saturación de oxígeno (pulsioxímetro) o el peso (algunos a través de dispositivos bluetooth) son remitidos de forma automática a una plataforma de seguimiento y control. Además, el paciente aporta datos de su sintomatología en un cuestionario a través de la propia aplicación, permitiendo una valoración muy precisa del estado de su proceso. Con todos estos datos, los profesionales sanitarios responsables del programa son capaces de detectar las reagudizaciones y activar los recursos asistenciales necesarios en cada caso.

Por otro lado, la aseguradora ha incorporado un servicio de videoconsultas y un chat veterinario en su seguro para Mascotas. Este servicio permite acceder online a un profesional veterinario dos veces al año por cada mascota asegurada.

En otro orden de cosas, Asisa ha trasladado su delegación en Gerona a unas nuevas oficinas, situadas en la calle del Migdia número 30.

David Pino, nuevo presidente del Consejo de Administración del Grupo IMA

David Pino ha sido nombrado presidente del Consejo de Administración del Grupo IMA por el Consejo de Vigilancia del Grupo. Desde el 1 de enero de 2023 toma el relevo a Claude Sarcia, que se ha jubilado tras haber estado en el puesto desde 2017.

Licenciado por la escuela de negocios Essec, comenzó su trayectoria profesional en 1995 en Allianz Global Partners France (antes Mondial Assistance), donde desempeñó responsabilidades operativas, comerciales y de gestión. Se incorporó a BNP Paribas Cardif en 2007 como responsable de Automoción y Alianzas Internacionales, antes de unirse al Grupo IMA en 2010 para convertirse en director general de IMA Ibérica, cargo que ostentó durante 4 años.

Solunion lanza un servicio de calificación digital

Solunion ha lanzado 'eGrade', un servicio digital de calificación de empresas, que supone un respaldo para las empresas a la hora de establecer relaciones comerciales. Ayuda a elegir a los proveedores, socios o clientes más fiables en términos de solvencia para generar estrategias comerciales más seguras, gracias al acceso a la calificación de más de 80 millones de compañías de todo el mundo.

'eGrade' valora la probabilidad de impago de un deudor en los próximos doce meses. Igualmente, se tienen en cuenta datos complementarios como los relacionados con criterios ASG, dado el impacto que los problemas ambientales, sociales y de gobernanza que pueden tener, entre otros, sobre el crecimiento, la cuota de mercado o la rentabilidad de empresas e inversores.

Además, esta información se enriquece con la procedente de diversas fuentes externas, lo que facilita a Solunion ofrecer calificaciones de riesgo de más de 80 millones de compañías de manera inmediata.

Agers debate sobre la protección de los trabajadores desplazados

Agers ha publicado el vídeo de su sexto training chapter 'La asistencia al personal desplazado; seguro o servicio'. En él, se analiza la necesidad de cubrir a los empleados desplazados desde el punto de vista de la empresa, la aseguradora y la proveedora de servicios.

Estefanía Nicolás, Head of Insurance at Applus, expuso la necesidad que tienen las empresas con personal desplazado (ya sean días, meses o años) de que siempre estén informados, formados, atendidos y cubiertos. En este sentido, Joan Torradeflot, A&H Corporate Underwriting Manager, Spain & Portugal en Chubb; y Santiago Álvarez de Toledo, Country Manager, Spain and Portugal en International SOS, explicaron cómo sus compañías cubren los problemas que pueden tener las plantillas desplazadas tanto antes, durante, como después del viaje. El Deber de Protección pasa no solo por dar la asistencia al personal desplazado, sino también por la identificación, a priori, de los riesgos y la gestión proactiva de los mismos.

En otro orden de cosas, Agers ha presentado su nueva web bajo el eslogan 'Crecer, mejorar y evolucionar'. En ella reúne diferentes recursos que se ajustan a cada una de las necesidades: actualidad, informes, manuales, guías, grupos de trabajo, formación continua especializada o *networking*.

Agroseguro renueva su web

Agroseguro ha lanzado una nueva web, con una imagen renovada y adaptada a todos los dispositivos, así como una importante optimización de sus contenidos.

Entre las principales novedades de la página, destaca la apuesta por reforzar la información sobre las 45 líneas de seguro que componen el sistema español de Seguros Agrarios Combinados, que cuentan con páginas independientes que ofrecen a los asegurados toda la documentación necesaria sobre módulos y coberturas, fechas de suscripción y subvenciones. Además, se ha potenciado el apartado dedicado a las diferentes gestiones que se realizan en el proceso de contratación de los seguros o una vez que ya se cuenta con póliza, con un acceso más sencillo.

El esfuerzo divulgativo se traslada también a aquellos apartados de la web destinados a explicar la labor de Agroseguro, especialmente la información institucional o las acciones dirigidas a los medios de comunicación, muy enfocadas a la tarea de difundir la eficacia y utilidad del seguro agrario.

Por otro lado, la entidad sigue presentando las novedades del seguro de frutales en diferentes provincias (las últimas fueron Mérida, Murcia y Valencia). Entre otras cosas, se ha informado del incremento medio (6,63%) de los precios de aseguramiento aprobados por Enesa para producciones de ciruela, manzana, melocotón, nectarina, paraguayo, pera y platerina, con el objetivo de ajustarlos a las condiciones de mercado, así como del incremento en 10 puntos porcentuales de la subvención base para todos los asegurados. El periodo de aseguramiento para la campaña 2023 de frutales se inició el 1 de diciembre.

Tras la alta siniestralidad de la última campaña, la línea de seguro de frutales presenta mejoras para mantener su equilibrio técnico y diferenciar a los asegurados de elevada y constante siniestralidad. Así, se pretende evitar que más del 90% de los productores de frutales se vean perjudicados por la alta siniestralidad del resto. Se han introducido mejoras en la calidad de los datos de contratación, lo que supone una asignación de rendimientos más adecuada para cada agricultor.

Assistència Sanitària renueva su flota del servicio de urgencias con vehículos híbridos

Toda la flota del servicio de urgencias domiciliarias de **Assistència Sanitària** se ha renovado con vehículos que permiten reducir las emisiones gracias a la tecnología híbrida.

Desde el punto de vista de uso, se han dotado con un sistema de GPS extra para facilitar los trayectos y optimizar la conducción. Además, la imagen exterior se ha modernizado con un nuevo diseño de serigrafía.

Allianz Seguros remodela su Comité de Dirección

Allianz Seguros ha aplicado varios cambios organizativos, efectivos desde el 1 de enero de 2023. La nueva organización del Comité de Dirección pasa de 10 a 7 miembros. Se trata de una apuesta por la simplificación y la transformación de la compañía.

A petición propia y por motivos personales, Francisco García Vegas dejará su posición en el Comité de Dirección y su responsabilidad en el área Comercial y se mantendrá como Asesor del CEO, Veit Stutz. Con este cambio, Miguel Pérez asumirá la dirección general comercial de Allianz Seguros y compatibilizará esta posición con su actual puesto de consejero-director general en BBVA Allianz Seguros.

Asimismo, la Dirección General Financiera, dirigida por Matthias Rubin-Schwarz, integra la función de Inversiones. Con este cambio se simplifica en una sola unidad todas las competencias económico-financieras.

Además, se crea la Secretaría General de la compañía, que será liderada por Gisela Subirà. Bajo su responsabilidad estará Legal, *Compliance*, *Data Privacy* y Sostenibilidad.

Finalmente, otras dos funciones pasarán a depender directamente del consejero delegado. Por un lado, la dirección de Recursos Humanos, que será liderada por Catalina Guevara. Por el otro, la dirección de Clientes & Marketing, encabezada por Mónica González.

Con estos cambios, el Comité de Dirección de Allianz Seguros en 2023 está compuesto por: Veit Stutz, CEO; Matthias Rubin-Schwarz, director general Finanzas (CFO); Eva Orell, directora general Operaciones (COO); Miguel Pérez, director general Comercial (CSO); José María Maté, director general Automóviles, Particulares & Dirección Técnica P&C (CUO Retail); Agustín de la Cuerda, subdirector general Empresas & Reaseguro (CUO Commercial); y Susana Mendia, subdirectora general Vida, Salud & Gestión de Activos (CUO Life & Health).

Mutua Levante abre nuevas oficinas en Valencia

Mutua Levante pone a disposición de sus clientes unas nuevas oficinas en la calle Mestre Racional número 3, de Valencia.

Elena Turrión, consejera ejecutiva de la entidad, comentó que la Fundación Mutua Levante tendrá un pequeño espacio en las nuevas oficinas, "que esperamos en un futuro poder ampliar para dedicarlo a exposiciones, charlas y actividades sociales y culturales".

El IES congrega a más de 1.200 personas en el II Maratón de Formación Continua

El Instituto e-Learning del Seguro (IES) y diez aseguradoras han celebrado el II Maratón de Formación Continua que ha sido seguido en directo por algo más de 1.200 personas entre directivos, empleados y colaboradores externos de corredores y correduría de seguros.

Desde el Instituto e-Learning del Seguro califican de "rotundo éxito" este II Maratón de Formación Continua, una acción que se ha llevado a cabo dentro del 'Aula de Invierno' del IES y con la que esperan certificar más de 2.000 horas de formación continua al acumular, a la participación en directo, la que reciban en diferido estos veinte webinar.

Una decena de entidades e instituciones han participado con sus jornadas formativas con temas de total actualidad. Además, la acción ha contado con ponencias de expertos como la subdirectora general de Mutualidad de la Abogacía, Laura Pilar Duque; el asesor financiero, José Manuel Marín; el director del IES, Jorge Campos; y la asesora jurídica de Aemes, Lucía Relanzón.

Los clientes de Hiscox podrán notificar siniestros online a través de su web

Hiscox ha creado un nuevo servicio para notificar siniestros online que estará al alcance tanto de mediadores como de clientes y que permitirá una gestión más ágil y sencilla.

Este nuevo servicio de gestión digital no solo realiza la apertura automática del expediente de siniestro en los sistemas propios de Hiscox, enviando al usuario una respuesta con número de referencia inmediata, sino que también es capaz de analizar la información facilitada por el afectado o su mediador y realizar las preguntas necesarias para agilizar el proceso de obtención de información y documentación. De esta forma, se reducen los tiempos de gestión, ya que los tramitadores no necesitarán contactar con los clientes para solicitarles la información básica salvo que falte documentación o algo no quede muy claro.

Los asegurados y mediadores de Hiscox pueden notificar los siniestros a través de la web. Esta vía se suma a la funcionalidad en la plataforma 'MyHiscox' presentada hace unas semanas. El proceso de la web es igual de sencillo que a través de la plataforma de corredores. Para ello basta con identificarse, seleccionar el tipo de siniestro y responder a las preguntas que se realizarán en función del siniestro. Al final del proceso, se indicará al usuario la documentación que debe aportar y se le permitirá adjuntarla. Una vez notificado, tanto los mediadores como los clientes recibirán un correo electrónico con el resumen de la documentación, los datos de los hechos notificados y el número de referencia del expediente creado.

El área de Auditoría Interna de Santalucía consigue la certificación de calidad

Santalucía ha obtenido la certificación de calidad de su actividad de Auditoría Interna, otorgada por el Instituto de **Auditores Internos de España (IAI)**. Se convierte así en la tercera aseguradora española que obtiene este reconocimiento.

Según esta asociación profesional externa e independiente, Santalucía cumple con las Normas Internacionales para la práctica profesional de Auditoría Interna y el Código de Ética emitidos por The Global Institute of Internal Auditors (IIA).

Esta calificación se otorga cuando la actividad de auditoría interna dispone de un estatuto, objetivos, políticas y procedimientos que siguen los requerimientos obligatorios y mejores prácticas de las normas establecidas por el IIA, y los aplica de acuerdo con las mencionadas normas.

En otro orden de cosas, el III Mapa Insurtech de Santalucía Impulsa ha recogido el crecimiento de las iniciativas innovadoras en el sector. El Mapa revela que, tanto en proyectos como en inversión, el reto de la transformación digital es prioridad en muchas de estas iniciativas. En cuanto a inversión, observamos que España ocupa el 14º puesto en relación a la inversión en el mundo de las insurtechs, con un total cercano a los 13,8 millones de dólares en 2022, muy lejos de países colindantes como Francia (716 millones de dólares), Reino Unido (589 millones de dólares), Alemania (549 millones de dólares) o incluso Italia (94,2 millones de dólares).

La insurtech italiana Prima llega a España

Prima, insurtech que actúa como agencia de seguros especializados en el sector de la automoción, ha desembarcado en España con una inversión superior a 50 millones de euros para el desarrollo de la actividad en el país.

La insurtech, que ha aprobado el plan de inversión hasta 2027, pretende revolucionar el paradigma del sector asegurador español, mediante un modelo de negocio centrando en la sencillez y la eficiencia, con precios altamente competitivos.

Aprovechando la analítica, la inteligencia artificial y los algoritmos de última generación desarrollados internamente, Prima sitúa al cliente en el centro y ha transformado el modo en que los usuarios acceden a las pólizas de seguros.

La insurtech ha nombrado a Ignacio Castilla como Country Manager de Prima en España, figura encargada de liderar el equipo y desarrollar la estrategia en el mercado nacional, aportando sus doce años de experiencia en el mundo de la empresa, la consultoría y el sector asegurador.

Santévet elige a Isidro Amat como nuevo Country Manager en España

Santévet ha incorporado a Isidro Amat como nuevo Country Manager en España. En su cargo, se encargará de definir e implementar la estrategia de expansión en España, donde la compañía opera desde el año 2017.

Amat cuenta con más de 10 años de experiencia en puestos similares, tanto en el mercado español como en entornos internacionales. Ha ejercido como director de Proyectos en Apple, director de Ventas en TripAdvisor España y Australia, y en la compañía Autodesk. Es licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Pompeu Fabra y cuenta con un Master of Science in Marketing Management en Esade.

La mitad de quienes contratan un seguro de Hogar llevan más de 3 años en la misma vivienda

La neoaseguradora **Tuio** ha hecho público un estudio donde analiza el comportamiento de los inquilinos que cuentan con un seguro de Hogar. La mitad de los inquilinos que cuentan con este tipo de seguro llevan más de 3 años en la vivienda, el 27% entre 1 y 3 años y el resto menos de 1 año. En su mayoría tienen más de 40 años y el 70% prefieren un seguro 100% online.

El informe se ha hecho tomando como referencia las 5.519 pólizas, todas ellas clientes de la compañía, de los que un 35% son inquilinos que cuentan con un seguro complementario, muchas veces, al que pueda tener el propietario de la vivienda. El perfil del neoasegurado es eminentemente urbano, el 60% de estas pólizas están ubicadas en grandes ciudades como Madrid y Barcelona, principalmente.

Según el estudio, en el último año, un 15% de los asegurados han declarado, al menos, un siniestro. Asistencia (envío de cerrajero, electricista, carpintero, etc.) es la cobertura más usada (el 40% de los siniestros de este tipo de pólizas). A estos le siguen los de agua (15,7%), los de todo riesgo accidental (14,8%), la rotura de cristales (8,7%), robo (3,5%), responsabilidad civil (3,5%), cerrajería (2,6%), vitrocerámica (2,6%), fuego (1,7%) y otros menos comunes como hurto, loza, etc.

Agroseguros y Baremo de Automóviles, nuevos cursos de Cecas

Cecas inició, el 12 de diciembre, dos nuevos cursos para cerrar su programa de formación continua bonificada para agentes y corredores del año 2022.

El curso Agroseguros, con una duración de 5 horas, se enmarca en la competencia de Riesgos. Por su parte, Baremo de Automóviles se imparte dentro de la competencia de Gestión, con 10 horas lectivas. Los alumnos recibieron el correspondiente certificado oficial acreditativo de su participación.

Los mediadores gallegos profundizan en el impacto de la Ley Concursal en el seguro D&O

El Consejo Gallego de Mediadores de Seguros y Markel han celebrado una jornada formativa sobre la Ley Concursal y sus implicaciones en el seguro de D&O, en la que analizaron las repercusiones que causará ésta en el ámbito de las coberturas del seguro de D&O.

La Ley 16/2022 de 5 de septiembre, de reforma del texto refundido de la Ley Concursal, que entró en vigor el 26 de septiembre, introduce una reforma estructural de calado del sistema de insolvencia en España, con el fin de aumentar su eficiencia, agilizar el procedimiento y garantizar que las empresas viables con dificultades financieras puedan continuar su actividad.

Los representantes del Consejo Gallego recomendaron la revisión de las pólizas de D&O de sus asegurados, ya que, tras la reforma de la Ley, los acreedores con un 5% del pasivo o créditos de más de un millón de euros pueden presentar un informe de calificación en el proceso concursal, lo que se va a traducir en un aumento del número de reclamaciones.

Desde Markel se hizo hincapié en que, si una sociedad tiene problemas financieros, los administradores deben tomar medidas para minimizar las pérdidas y evitar la insolvencia, y en la importancia de garantizar que no se disuade a los administradores de tomar decisiones o asumir riesgos razonables, sobre todo cuando ello mejoraría las posibilidades de una reestructuración de empresas potencialmente viables.

Las reservas matemáticas de Vida alcanzaron los 191.428 millones en el tercer trimestre

Icea informa de que, a 30 de septiembre de 2022, la reserva matemática de los seguros de ahorro se ha situado en los 191.428 millones de euros, lo que supone una reducción de 4.579 millones de euros respecto al año anterior

La caída se ha debido, en su totalidad, a los seguros con garantías de interés, que disminuyeron en 4.786 millones de euros, mientras que los seguros vinculados a activos aumentaron 208 millones de euros.

Julia Casanova dirigirá la nueva área de No Vida Particulares de Helvetia

El Comité de Dirección de Helvetia Seguros se reestructura, tras la jubilación de Javier García, con la incorporación de Julia Casanova como directora del área de No Vida Particulares. Desde el 1 de enero, la Dirección de No Vida de la compañía se divide en dos áreas independientes: la Dirección de No Vida Particulares y la Dirección de No Vida Empresas y Reaseguro.

Tras la jubilación de Javier García, Helvetia Seguros reestructurará su máximo órgano ejecutivo con el objetivo de alinear su estructura empresarial con la estrategia Helvetia 20.25. Así, desde el 1 de enero de 2023, Julia Casanova asume la dirección de la nueva área de No Vida Particulares, pasando a formar parte del Comité de Dirección de la empresa, mientras que Manuel Catalina, que hasta ahora se ocupaba del negocio de No Vida, se centrará en los clientes corporativos como director de la nueva área de No Vida Empresas y Reaseguro.

Julia Casanova es licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Sevilla y cuenta con un máster en Auditoría por la Universidad de Alcalá de Henares. En 2010 se incorporó a Helvetia Seguros como responsable del departamento de Auditoría Interna. En 2019 se hizo cargo del departamento de Riesgos Particulares y Siniestros Lesiones. Actualmente, es la responsable del departamento Técnico-Pricing de No Vida y Reaseguro de la compañía, labor que sigue desempeñando, a excepción de Reaseguro, dentro de la dirección del área de No Vida Particulares.

La aseguradora quiere centrarse en las necesidades de sus clientes particulares y reforzar el negocio de clientes empresariales.

El Comité de Dirección de Helvetia Seguros ha quedado así: CEO, Íñigo Soto; Dirección Administración y Finanzas, Susana Blanco; Dirección Comercial, José García; Dirección Estrategia y Transformación Digital, Víctor T. Lizarraga; Dirección No Vida Empresas y Reaseguro, Manuel Catalina; Dirección No Vida Particulares, Julia Casanova; Dirección Servicio al Cliente y Organización, Joaquim Algueró; y Dirección Vida y Pensiones, Carlos Piñero.

Unespa destaca el papel del sector en la previsión social complementaria

Tras ocho meses, el seminario sobre el papel de las aseguradoras en la previsión social Complementaria, organizado por el Observatorio de los Sistemas Europeos de Previsión Social Complementaria y por Unespa ha llegado a su fin. Su objetivo ha sido poner en valor el papel de las aseguradoras en la previsión social complementaria, destacar la capacidad del seguro para cubrir aquellas contingencias que suponen un riesgo para la ciudadanía, exponer la importancia de ahorrar para la jubilación a través de instrumentos de previsión social complementaria y otros productos de ahorro, dando a conocer las sinergias producidas entre estos instrumentos y productos; y promover la relación entre el sector asegurador y la sociedad, acercando la labor del mismo a la ciudadanía.

El acto de clausura tuvo lugar en el Ilustre Colegio de Abogados de Madrid el martes 30 de noviembre. En él estuvieron presentes representantes de instituciones, entidades y administraciones que han colaborado y apoyado la realización del seminario. El acto fue presentado por Xavier Varea, director del Observatorio, y clausurado por González de Frutos, que recibió, de manos del Observatorio, el Premio 'Gracias' en reconocimiento a la labor de Unespa por el desarrollo de la previsión social complementaria.

En opinión de Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa, "programas como este permiten poner de manifiesto la importancia que tiene la previsión social complementaria en el bienestar de todos. Es muy importante desarrollar en España un sistema de previsión en el que, además de la pensión pública, exista un pilar de ahorro colectivo en el ámbito empresarial y otro constituido por el ahorro de carácter individual".

DAS Seguros optimiza la gestión de cobros con Paymefy

DAS Seguros ha firmado un acuerdo con la startup Fintech Paymefy con el fin de optimizar el ciclo de cobros, mejorando así la experiencia del cliente a lo largo del proceso de renovación de pólizas.

Paymefy, gracias al uso de la última tecnología, facilita el cobro de facturas pendientes de abono o los procesos de devolución, y reducen hasta dos meses los procesos de gestión, permitiendo ahorrar en costes de operación. Todo ello, con una configuración fácil y comunicaciones personalizables.

Pedro Costoya, CMO de DAS Seguros, explica que el proceso de gestión de cobros, a partir de ahora, se podrá hacer de forma rápida, poco invasiva y garantizando la protección de datos de los clientes.

Crece un 31% la contratación de seguros de Viaje en el puente de la Constitución

Los españoles son cada vez más conscientes de la importancia de viajar con seguro. Y así lo constatan las cifras de Arag que indican un crecimiento del 31% en la contratación de seguros para el puente de la Constitución, con respecto al mismo periodo del año pasado. Respecto a los asegurados, que pueden ser más de uno en la misma póliza, han aumentado casi un 66%.

Esto se explica no solamente por el aumento de viajes en sí, sino también porque "desde la pandemia el seguro de Viaje se ha convertido en un imprescindible a la hora de organizar un desplazamiento, sobre todo al extranjero. Si antes de la pandemia se aseguraban el 25% de los viajes, ahora esta cifra está alrededor del 60%", explica Raúl Pérez, director de Negocio de Asistencia en Viaje de Arag.

El crecimiento en la contratación de pólizas va acompañado de un aumento en el importe recaudado, que ha crecido casi un 75%. La coordinadora de Administración General de la aseguradora, Cinta Elías, indica que "un 67% de asegurados de Arag han escogido países fuera del continente como destino turístico". En cambio, Andorra ha sufrido una bajada del 81% como destino en la contratación de pólizas debido, sobre todo, al retraso de las nevadas y la apertura de pistas.

Respecto a las coberturas más utilizadas en este tipo de seguros, el director de Negocio de Asistencia en Viaje de la entidad, Raúl Pérez, señala que "el viajero es cada vez más experto y también valora el nivel de calidad del servicio. Aquí es donde más destaca Arag, pues es la compañía mejor valorada por la mediación por la calidad del servicio, como se muestra en indicadores de referencia como el Barómetro Adecose".

Carlota Martínez, nueva International Financial Lines Product Leader en Iberia de AXA XL

AXA XL ha anunciado la promoción de Carlota Martínez como International Financial Lines Product Leader en Iberia.

Martínez cuenta con más de 20 años de experiencia en el mercado asegurador, incluyendo su trayectoria como abogada concursal y, antes de incorporarse a AXA XL, desarrolló su carrera como corredora de seguros en WTW y AON. Es licenciada en Derecho por la Universidad C.E.U. San Pablo y tiene un máster en Asesoría Jurídica por el IE.

Coseba pone en marcha un plan para triplicar su volumen de negocio en 2030

La correduría Coseba 1986 ha anunciado que en 2022 ha logrado cumplir los objetivos de crecimiento establecidos en su estrategia. La evolución a lo largo del año "nos ha hecho replantearnos el futuro y marcarnos objetivos tan ambiciosos como incrementar un 40% el volumen de negocio actual de aquí a cuatro años y, en los tres años siguientes, duplicar ese mismo volumen", según ha explicado su CEO, Silvia Dancausa.

Dancausa ha señalado que 2022 ha sido un año clave para Coseba, ya que, en este ejercicio, y tras analizar la situación del mercado, el Comité de Dirección ha aprobado las líneas maestras del nuevo plan de negocio que se desarrollará en dos fases: "La primera de ella, durará hasta el 31 de diciembre de 2026 y nos permitirá lograr un volumen de negocio de 100 millones de euros; mientras que la segunda fase concluirá el 31 de diciembre de 2029, permitiéndonos llegar hasta los 200 millones de euros".

Uno de los aspectos que Coseba ha desarrollado de forma más destacada en 2022 ha sido su plan estratégico digital, con la actualización constante de sus herramientas tecnológicas de diseño propio y ya implantadas, como el multitarificador Cover+86 o las app para clientes y colaboradores, así como el lanzamiento de nuevos recursos como la plataforma de formación Campus Coseba o la asistente virtual Deva.

Precisamente, la correduría ha anunciado el lanzamiento de la nueva versión de su plataforma multitarificadora Cover+86 actualizada a V6.0. En la que se puede observar un rediseño completo del producto de Auto, adaptándolo a una interfaz más atractiva, fácil e intuitiva con el fin de mejorar la experiencia del colaborador a la hora de cotizar, emitir y grabar en el sistema E-corredor de Coseba. A este cambio se le suman la modificación de la imagen de acceso a Cover+86 con el objetivo de armonizar y unificar el estilo de los nuevos desarrollos tecnológicos de la compañía, y la ordenación del menú de inicio con el fin de que sea más claro e intuitivo para los usuarios.

NB21 estrena web

NB21 renueva su web con un diseño más actual y en formato *responsive*.

La nueva web amplía su contenido e incorpora nuevos productos de seguro, dirigidos tanto a particulares como a empresas. Destacan el seguro de Impago de Alquiler, el seguro para coches eléctricos y el seguro ciber riesgos, entre otros.

WTW prevé un encarecimiento del 7,5% de los seguros médicos en 2023

El análisis Global Medical Trends 2023 que ha hecho público **WTW** revela que, en 2023, el precio de los seguros médicos en nuestro país será del 7,5%.

En España, el informe señala que los factores clave que impulsan el incremento del precio de los seguros médicos son fundamentalmente dos: el aumento de su utilización y la subida de los costes sanitarios debido al retraso de los tratamientos como consecuencia de la pandemia. Pero hay otros factores que también contribuyen, como la inflación, el aumento de los gastos médicos debido al IPC -se espera que cierre 2022 en el rango del 9-10%- y la consolidación de los grupos hospitalarios. Todo ello hace esperar una subida media en nuestro país cercana al 7,5%.

Según las aseguradoras entrevistadas, el principal motor de los precios de los seguros médicos sigue siendo el uso excesivo de la asistencia sanitaria (74%) debido a que los profesionales médicos recomiendan demasiados servicios o prescriben en exceso. Más de la mitad de las aseguradoras (52%) también indican que los malos hábitos de salud de los asegurados se encuentran entre los principales factores para que cada vez se recurra más a la asistencia médica asegurada. La infrautilización de los servicios preventivos (50%) es también un importante factor del aumento del coste año tras año debido, en parte, a que se evitó la atención médica durante la pandemia.

En otro orden de cosas, WTW ha anunciado el refuerzo en la zona Norte de su unidad de negocio Marine & Cargo, especializada en el asesoramiento global en materia de riesgos y seguros tanto del sector marítimo y pesquero, como en el de transportes de mercancías. Para ello, la compañía ha fichado a Xabier Salgado como director de la unidad, a quien acompañarán Eneritz García, como ejecutiva de cuentas, y Lander Garay, como ejecutivo de siniestros.

Salgado tiene el objetivo de reforzar y potenciar la unidad. Procedente de las filas de March RS, también trabajó en Luis Baroja Correduría de Seguros. Es licenciado en derecho, con máster en Negocio y Derecho Marítimo por la Universidad Pontificia Comillas (ICAI – ICADE) y el Instituto Marítimo Español (IME), así como Máster en Asesoría Jurídica de Empresas en la Universidad Carlos III de Madrid.

Eneritz García cuenta con experiencia en la gestión de clientes de los sectores Marítimo y de Aviación. Es graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Mondragón y Máster en Empresa Internacional y Comercio Exterior en la Universidad de Barcelona; y un Máster en Dirección Financiera impartido por ESIC en la Cámara de Comercio de Bilbao.

Garay tiene amplia experiencia en la gestión y dirección de siniestros Marítimos y Aviación. Es graduado en Náutica y Transporte Marítimo por la Universidad del País Vasco y Máster en Gestión de Empresas Marítimo Portuarias y Derecho Marítimo, impartido por la Universidad de Deusto.

Por último, señalar que WTW ha estrenado su nueva sede en Murcia, dirigida por Ricardo Tejera.

El valor de la mediación en los seguros de Vida-Ahorro centra el último vídeo del Colegio de Barcelona

El sector asegurador ofrece una gran cantidad de productos del ramo de Vida que son vehículos solventes y populares para los ahorros e inversiones. Sin embargo, elegir entre tanta diversidad cuál es el que mejor se ajusta a cada caso, requiere de la intervención de asesores expertos, los agentes y corredores de seguros. Esta es la temática del nuevo vídeo de la campaña '¿Para qué sirve un mediador de seguros?' que lidera el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona.

El vídeo es una pieza divulgativa sobre el valor que aportan los agentes y corredores en los seguros de Vida-Ahorro y que los mediadores que lo deseen pueden compartir con sus clientes. Además, se ha difundido contenidos en los que se profundiza sobre el papel de los mediadores en la contratación y gestión de este producto.
Francesc Santasusana, presidente colegial, explica que "los mediadores estamos ganando cada vez un mayor protagonismo en la gestión de los ahorros de las familias a través de los productos aseguradores". Destaca que "en este proceso está siendo determinante la formación específica, que permiten a agentes y corredores estar cada vez más y mejor preparados", afirma el presidente. El papel de los mediadores en materia de previsión tiene también un gran protagonismo "en el asesoramiento a las empresas en la previsión social complementaria", aclaró Santasusana.
Por otra parte, el Colegio de Barcelona ha creado un vídeo en el que pone en valor el protagonismo de los agentes y corredores en el asesoramiento a los clientes sobre las coberturas de los seguros de los vehículos híbridos y eléctricos. 'Ya estamos enchufados' es el título de este vídeo en el que se explica las vivencias de una familia que acaba de estrenar su primer vehículo eléctrico.

Confluence Group crea una publicación interna para mejorar la comunicación con sus franquiciados

Confluence Group ha elaborado una publicación interna en la que se reúnen las principales novedades semanales, así como noticias relevantes, consejos, herramientas y recursos, como parte de su política de comunicación interna.

La Gaceta Confluence surge para cumplir uno de los principales objetivos del plan de marketing y comunicación de establecer canales variados y accesibles. "Lograr una red altamente colaborativa fue una meta que se pusieron desde el inicio del proyecto, pero para conseguir esto hay que lograr generar sentimiento de pertenencia y de equipo, y un equipo que trabaja unido y en continua comunicación", han manifestado desde la correduría.

Cojebro critica la disminución de la calidad de servicios de algunas aseguradoras

La Junta Directiva de Cojebro y su Consejo Asesor se reunió con los medios del sector asegurador para celebrar su tradicional almuerzo navideño. En él se debatieron algunos temas sectoriales: los intensos movimientos de los últimos meses de compra-venta y fusiones de corredurías, la viabilidad de nuevas alianzas entre asociaciones y la disminución de la calidad de los servicios que algunas aseguradoras vienen prestando, entre otros.

En este espacio, Antonio Muñoz-Olaya, presidente de Cojebro, manifestó su preocupación por las importantes dificultades que el canal de corredores, y el sector asegurador en general, está teniendo para dar una adecuada respuesta aseguradora a clientes de determinadas actividades (alimentación, reciclaje etc.), enfatizando en la contradicción de los mensajes que se emiten desde las más altas instancias del sector asegurador en la lucha contra el cambio climático y, paradójicamente, no dar respuesta a una gran parte de empresas que forman parte de la solución medioambiental y de la economía circular.

Muñoz-Olaya, en este sentido, precisó que "Cojebro ha iniciado conversaciones con varias aseguradoras, así como con el reaseguro, para definir una prueba piloto con soluciones compartidas, habiendo sido acogidas con interés por parte de éstas". A su vez, manifestó que "nuestro sector debe poner su granito de arena para hacer ver a la administración la importancia de que se incentive el reciclado de los residuos en lugar de su recogida".

Asimismo, a las preguntas de los periodistas respecto de los objetivos y estrategia de Cojebro para 2023, los miembros de junta y del Consejo Asesor asistentes incidieron en la consecución de una mayor dimensión de Cojebro mediante nuevas incorporaciones y un mayor compromiso de los socios, con la finalidad de ampliar y mejorar la oferta de valor para que las corredurías asociadas sean eficientes (más y mejores servicios centralizados, tecnología, formación, etc.), así como un mayor retorno para las aseguradoras *partners*.

A su vez, "en 2023, Cojebro seguirá estando muy activo en los ámbitos solidario, cultural y medioambiental de su RSC, mediante el Camino Cojebro Solidario, la Gala Cultura y Seguro y el Bosque Cojebro, respectivamente", concluyó Antonio Muñoz-Olaya.

La asociación sigue creciendo con la incorporación de tres nuevas corredurías: **Bróker Ortiz** (Almería) especializada en empresas y en agro, concretamente en seguros de invernaderos; **Gesa Mediación** (Murcia) especializado en transporte, sector agroalimentario y deportes, entre otros; y **López Torrijos** (Almansa) con oficinas en Castilla la Mancha y Levante.

Por último, señalar que los socios de Cojebro han rendido homenaje a la carrera de Pep Ferré, antiguo consejero delegado de **Allianz**. Figura clave para el desarrollo y fortalecimiento de la relación de la aseguradora con el canal de corredores.

Adecose incorpora 17 corredurías en 2022

La Junta Directiva de **Adecose** ha aprobado la incorporación de dos nuevas corredurías: Sammy Free y Bolea Sáez Seguros y Reaseguros, con las que suma 17 nuevas entradas en 2022.

A pesar del contexto actual marcado por una notable concentración de corredurías, Adecose finaliza el año con un significativo aumento del movimiento asociativo, alcanzando 162 corredurías asociadas.
Por otro lado, en la Junta Directiva se adoptaron cambios organizativos designando como nuevo vocal -en representación de UBL Brokers- a Javier López-Linares, presidente ejecutivo y socio fundador de Concentra Inversiones. Es licenciado en Business Administration por la St. Joseph´s University (EE.UU.) y cuenta con una experiencia profesional en el área de seguros de más de 30 años.
En otro orden de cosas, se ha informado que, una vez finalizado el periodo de recogida de información de la XIV edición del Barómetro Adecose 2022, ha existido una participación del 89% de los socios, con 1.298 respuestas a la encuesta. La asociación presentará los resultados en febrero de 2023.
Por último, señalar que **Fundación Adecose** ha abierto la convocatoria de la sexta edición del Programa de Desarrollo Directivo (PDD), impulsado en colaboración con la **Universidad Europa de Madrid (UEM)**. Como novedad, el programa académico incluye en esta edición materias dirigidas a mejorar las técnicas de negociación, así como herramientas para impulsar la digitalización en las corredurías.

MelmacIA ofrece servicios de defensa de cartera mediante IA a los socios de Espabrok

Espabrok y **MelmacIA** han firmado un acuerdo de colaboración para que los miembros de la asociación de corredores puedan acceder en condiciones preferentes a los servicios de defensa de cartera a través de inteligencia artificial.

El acuerdo permitirá a los asociados de Espabrok utilizar un innovador algoritmo de aprendizaje automático (*machine learning*) desarrollado por MelmacIA que predice, antes del vencimiento, qué pólizas de la cartera no van a renovar. El acuerdo permite además que el algoritmo se entrene de forma específica con los datos de cada asociado, consiguiendo así una máxima personalización y adaptación para que el corredor pueda actuar con mayor eficiencia y precisión. De esta forma, se optimiza la gestión de las renovaciones, mejoran las ratios de retención de cartera y disminuyen los costes administrativos.

La ciberseguridad centra el VI Encuentro de Corredores del Colegio de Valencia

La sexta edición del Encuentro de Corredores organizado por el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia, bajo el lema 'El futuro en nuestras manos', se centró en la ciberseguridad como eje de las intervenciones.

Jose Ivars, CEO de Ivarstec, y Víctor Martínez, de Asi Solution, fueron los encargados de desarrollar sendas ponencias sobre ciberseguridad y protección de datos. Ivars insistió en la necesidad de implementar medidas técnicas para evitar intrusiones que pueden suponer un robo de datos. También detalló todos los parámetros a cumplir por parte de los corredores, tanto los aspectos legales como el de control sobre las personas o empresas que tengan acceso a los datos, "con todas las garantías de cumplimiento y protección de la privacidad".

El CEO de Ivarstec recomendó firmar "contratos de confidencialidad con los empleados de la correduría, ya que el activo más importante de nuestras empresas es la información".

Por su parte, Víctor Martínez, con una experiencia de 25 años en implantación de protocolos de seguridad en grandes compañías, dio claves a los asistentes para evitar robos de información y otro tipo de incidencias, además de alertar sobre el repunte en este tipo de casos, y explicó el concepto de ciberseguridad, definiendo los tipos de ataques y las diferentes medidas de seguridad que las empresas deben tomar para evitar intrusiones, como implantación de antivirus y cortafuegos y evitar las copias en la nube.

El corredor de seguros Pablo Gaitán narró su experiencia al frente de SCV Correduría de Seguros, y advirtió que una gran parte de las empresas "no se recuperan tras un ataque y tienen que cerrar".

En otro orden de cosas, el Colegio de Valencia ha celebrado una masterclass sobre inversión, asesoramiento y finanzas conductuales impartida por Álex Solla, psicólogo y coordinador de Formación DC Este de **Allianz Seguros**, y el asesor comercial y especialista en productos financieros Juanjo de Diego. En esta acción formativa se repasaron los productos de inversión, su historia y hacia dónde vamos en el sector asegurador, para que el mediador de seguros se convierta también en asesor integral financiero. La segunda parte de la conferencia estuvo dedicada a entender cómo la conducta domina las finanzas y viceversa, profundizando en la figura del inversor y la forma en que las emociones influyen en su comportamiento. Álex Solla hizo una presentación de los conceptos fundamentales de la psicología que estudia las 'Finanzas conductuales" que cambiaron la forma en que nos tenemos que enfrentar a nuestros clientes a la hora de comercializar los productos.

Por último, señalar que **Avanza Previsión** ha celebrado una jornada en el Colegio de Valencia sobre productos garantizados y de máxima liquidez en contextos económicos de elevada volatilidad.

Reinaldo de Ávila, nuevo consejero y director de desarrollo de Unit Seguros

Unit Seguros ha incorporado a Reinaldo de Ávila como consejero y director de Desarrollo. De esta forma, la correduría quiere dar un empuje al plan de expansión e intensificar su crecimiento a nivel nacional.

De Ávila cuenta con más de 30 años en Aon, llegando a ser CFO y director general de Aon Net, entre otros puestos destacados, y recientemente consejero delegado en NewNet.

Los seguros vinculados de la banca acumulan más de un centenar de demandas en los juzgados

La práctica ilegal de la banca de vincular la concesión de créditos a la contratación de seguros acumula ya más de un centenar de demandas judiciales en toda España. De ellas, al menos una veintena está apoyada por los colegios de mediadores.

Sabadell, La Caixa y Santander acumulan la mayoría de demandas admitidas a trámite por los jueces competentes, desde que hace dos años, aproximadamente, el **Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza**, a través de su abogado José Luis Carrera y el despacho Constitución Abogados, apoyara con asesoría legal a un usuario afectado por la mala praxis bancaria.

Desde entonces, se han sucedido múltiples reclamaciones en once provincias diferentes que muestran, según los colegios de mediadores, "que ni es un hecho aislado, ni es casual. Obedece a un *modus operandi* que, aunque va a la baja por la presión de los mediadores, todavía se mantiene de una forma mucho más sutil".

Hasta el momento, ya hay varias sentencias firmes contra los bancos mientras el resto de demandas interpuestas siguen su ritmo procesal. A esta cifra, según el **Consejo General de Mediadores**, hay que añadir las cuarenta reclamaciones de clientes que, gracias a la intervención de abogados, han provocado que los bancos reconozcan los hechos y, antes de llegar a un litigio legal, devuelvan la prima cobrada a los clientes.

Entre los datos sorprendentes estaba que al pedir una hipoteca en una sucursal bancaria más de un 20% de los solicitantes acababan contratando un seguro de Autos. Además, el 74% de los clientes suscribió una póliza comercializada por el banco en el momento de concretar el préstamo en la sucursal, "una ratio imposible en cualquier circunstancia", señalan los mediadores.

El Colegio de Córdoba, Huelva y Sevilla presenta su programa de acciones para el año 2023

El Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla (Colmedse) ha presentado a sus colegiados el programa de acciones para 2023. Además, se hizo una detallada presentación del estado actual de la institución colegial, con un amplio repaso a todo lo que se ha realizado en 2022.

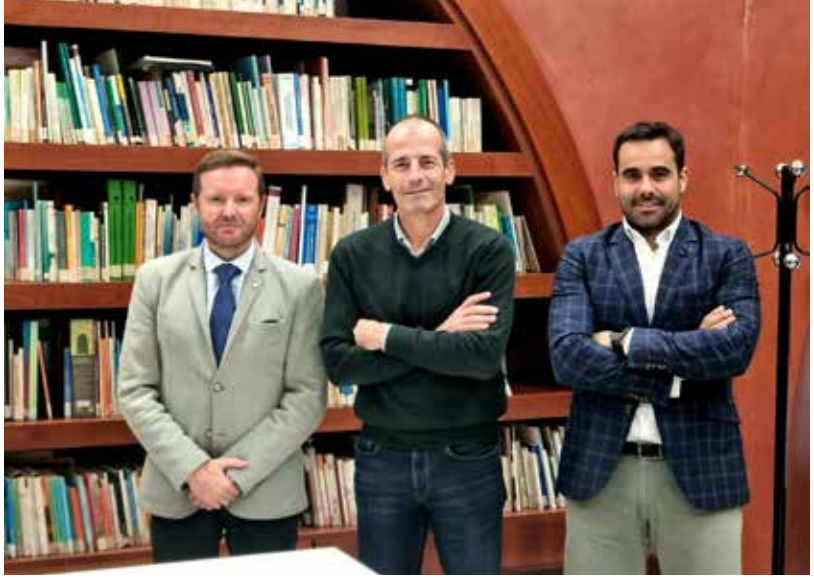
El Plan de Acción 2023 incluye jornadas, cursos de formación continua, online, técnica y especializada, así como en marketing y redes sociales. José María Moreno, presidente del Colegio de Córdoba, Huelva y Sevilla, comenta que "la formación es un pilar fundamental para la tarea diaria de los mediadores, por eso apostamos por aportar valor añadido, ofreciendo un programa de jornadas y formación continua, gratuita y calidad para los colegiados y sus equipos, que mejorarán su conocimiento en el sector".

Otro de los pilares clave de este Plan de Acción 2023 es la celebración de eventos a lo largo de todo el año. Para ello, el Colegio ha diseñado una amplia oferta de eventos que darán comienzo con el concurso 'Seguro que eres un diez (SQEUD)'. Una iniciativa que se desarrollará del 1 de enero al 12 de abril, y que pondrá en valor, a través de diferentes pruebas y fases, las cualidades de todos los participantes. Los Encuentros de Colegiados, programados para los próximos 3 y 4 de mayo en Córdoba, Huelva y Cádiz; las Jornadas Ciber, con multiconferencias en diferentes colegios a la vez para concienciación y prevención con empresas de ciberseguridad, el próximo 7 de junio, o el IV Foro Salud, que se desarrollará en formato híbrido con las principales aseguradoras de salud, y al que sumarán jornadas online independientes, son algunas de las principales propuestas de la institución colegial para el año 2023.

Las inscripciones para el concurso 'Seguro que eres un diez (SQEUD)' podrán realizarse a partir del 1 de enero a través de la página web www.colmedse.org. La primera fase comenzará el 20 de enero con un test online de conocimientos de seguros. En una segunda fase, que se desarrollará a partir del 10 de febrero, se pondrá a prueba a los participantes con acciones relacionadas con las redes sociales. A partir del 20 de febrero, tendrá lugar la tercera fase del certamen con la elaboración de un trabajo que deberán desarrollar en equipo. La realización de un blog y de una nota de prensa completarán las fases 4 y 5, que se iniciarán el 10 y 20 de marzo respectivamente. Así se llegará el 12 de abril a la gran final que consistirá en la presentación en directo de un proyecto asegurador: correduría, agencia, asociación, insurtech… y se dará a conocer al mejor asesor/a profesional.

En la iniciativa podrá participar cualquier persona, hombre o mujer mayor de 18 años, que se sienta capacitado para representarse a sí mismo y que cumpla con los requisitos: alumnos y exalumnos del Nivel 1, colegiados, empleados y colaboradores, trabajadores de aseguradoras o desempleados. Asimismo, es recomendable que conozca "el mundo del seguro", que posea manejo de redes sociales y que tenga cierta destreza con Office.

El Consejo Andaluz se reúne con la Junta para colaborar en materia de mediación



La Consejería de Economía, Hacienda y Fondos Europeos de la Junta de Andalucía se ha reunido con parte del Consejo Andaluz para tratar 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.

En la reunión 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.

En otro orden de cosas, el Consejo Andaluz de Colegios de Mediadores de Seguros ha realizado un acto institucional en el que se reconoció la labor de la Dirección Comercial Sur de **Allianz Seguros**, por su compromiso y colaboración con el colectivo de la mediación profesional colegiada andaluza e instituciones corporativas que lo representan.

La correduría Ruiz Re celebra un evento de *team building*

El grupo de corredurías **Ruiz Re** ha transformado su habitual comida de empresa en un evento distendido de *team building* donde han tenido lugar, además de la típica comida, varios juegos, deportes y hasta una competición de cocina al estilo Masterchef.

Se realizaron 5 equipos que mezclaban a todos los empleados y directivos de todos los puntos de la geografía con el objetivo de "competir" entre ellos a través de algunos juegos diseñados para pensar y trabajar en equipo. "Es en este tipo de acciones donde demostramos que realmente, a pesar de nuestro tamaño, seguimos siendo una gran familia", ha destacado Juan David Ruiz, CEO de Ruiz Re.

Aunna ofrecerá a sus socios la solución de analítica 'Insight View'

Aunna Asociación ha alcanzado un acuerdo con **Iberinform** para ofrecer a sus socios la herramienta 'Insight View', una solución tecnológica de analítica avanzada que tiene como fin la identificación de oportunidades de negocio y la minimización de riesgos comerciales.

Ricardo Quintana, director gerente de Aunna Asociación, señala que "la implementación de esta herramienta permitirá mejorar la toma de decisiones y minimizar los posibles riesgos a través de la interpretación de los datos y del análisis de la salud financiera de las empresas".
El director general de Iberinform, Ignacio Jiménez, afirma que 'Insight View' ayudará a los socios de Aunna a gestionar mejor sus riesgos comerciales a través del uso más avanzado de los datos y de la información financiera.

El Colegio de Madrid da recomendaciones sobre la gestión de siniestros por temporales

El **Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid** ha elaborado un decálogo de recomendaciones para gestionar los trámites con las aseguradoras ante los numerosos daños ocasionados por el temporal y las inundaciones generadas por la tormenta Efraim.

Gran parte de los daños sufridos en garajes, sótanos y viviendas bajas de los asegurados no están directamente cubiertos por los seguros de Hogar, ya que se consideran daños consorciables y se gestionan a través del Consorcio de Compensación de Seguro. Bajo la forma de pregunta - respuesta, el Colegio de Madrid explica las dudas de los ciudadanos.
Sobre todo, recomienda que la persona tomadora del seguro del inmueble se dirija a su mediador de confianza, que gestionará los daños que deben notificarse a la aseguradora y los que deben tramitarse ante el Consorcio de Compensación de Seguros.
Asimismo, informa que para solicitar una indemnización por siniestro extraordinario es necesario aportar el número de póliza que cubre el riesgo, la documentación de la persona que presenta la solicitud, los datos de la persona a la que, en su caso, se representa, los datos de la cuenta bancaria en la que hay que ingresar el importe de la indemnización, la dirección exacta donde ha acaecido el siniestro y la fecha y hora exacta en la que se ha producido. Además, se recomienda tomar fotografías, vídeos y todo tipo de material gráfico de los daños ocasionados por la inundación que servirán para justificar los daños, tanto ante los peritos del Consorcio, como ante los peritos de la compañía.

La mediación de Castilla-La Mancha exige el seguro obligatorio en los patinetes eléctricos

El área de Derecho Mercantil de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de Toledo de la UCLM en colaboración con el Consejo Regional de Mediadores de Seguros de Castilla-La Mancha y Toledo ha organizado una jornada sobre "El seguro: la institución, la profesión y nuevos retos" donde se ha abordado el aseguramiento de los patinetes eléctricos, así como las salidas profesionales que el sector asegurador ofrece a los estudiantes universitarios.

César García, doctor en Derecho de Seguros, abogado, corredor y profesor asociado de Derecho Penal de la UCLM y director de la Escuela de Mediadores de Seguros de Toledo, señaló que "desde el Consejo Regional entendemos que se deben incluir a los patinetes eléctricos, dentro del seguro obligatorio de vehículos a motor, porque es la única manera de proteger a la víctima". García explicó que desde el año 1962 "La Ley del Seguro Obligatorio refleja la indemnidad de la víctima a ultranza, que socialmente son las grandes perjudicadas de los accidentes de tráfico".

También se abordó la directiva de alertadores "que establece la obligatoriedad en determinados sectores, empresas y administraciones a que tengan un canal de denuncia. En el mundo de la distribución de seguros ya tenemos contemplado desde el año 2020 esta situación, es decir, el sector asegurador se ha adelantado al resto de la economía en esta protección o reforzamiento de la transparencia al consumidor".

Desde el Consejo Regional de Seguros de Castilla-La Mancha, su presidente, José Ayerza, destacaba esta colaboración con la Facultad de Derecho y el Área de Derecho Mercantil para poder ofrecer a los alumnos de los grados de la Universidad conocer qué es el seguro, de la mano de expertos de primer orden a nivel internacional y despertar vocaciones en un sector que demanda profesionales especializados en el área".

Los colegiados de Valladolid aprenden a trabajar de modo eficiente con la metodología Lego Serius Play

El Colegio de Mediadores de Seguros de Valladolid y Asisa han celebrado un desayuno de trabajo con sesión formativa con la metodología Lego Serius Play.

Primero, desde una perspectiva más personal y, después, desde un plano más profesional, pero siempre a través del juego manipulativo y figurado de la metodología Lego Serius Play, se reflexionó sobre los aspectos actuales del sector y sobre las claves del futuro del seguro, a fin de enfrentarnos y trabajar en ellos de manera más eficiente.

La Fundación Morera & Vallejo celebra la II edición de sus Premios Amanecer de Periodismo

El periodista José Ignacio Martínez, el fotógrafo y también periodista Adrián Álvarez Cueto y el proyecto Cometa Colín, de María Prieto y Almudena de Cid, han sido los ganadores de la II edición de los Premios Amanecer de Periodismo en sus categorías de Mejor Artículo Periodístico, Mejor Fotografía y Compromiso Cultural, respectivamente. Estos galardones, que celebran su segunda edición, están organizados y patrocinados por la Fundación Morera & Vallejo.

Los premios tienen como objetivo reconocer la labor profesional del comunicador, aportando valor a su trabajo, ya sean periodistas o fotógrafos, además de destacar el compromiso o apuesta por la cultura del medio. Los galardonados recibirán un premio en metálico de 10.000 euros cada uno y una escultura original en bronce, obra del artista sevillano Francisco Manuel Parra.

Sebastián Cordero, nuevo presidente de la Federación Mediterránea de Corredores de Seguros

En la pasada Asamblea General de la Federación Mediterránea de Corredores de Seguros (FMBA), celebrada en la ciudad de Sevilla, fue elegido Sebastián Cordero como presidente de la federación.

El Comité Director quedó constituido por: Sebastián Cordero (España) como presidente; Jean François Glesial (Francia), como vicepresidente 1º; Elie Hanna (Líbano), como vicepresidente 2º; Adel Shaker (Egipto), como secretario general; y Jacques Cessac (Francia), como tesorero. Asimismo, se designó a Eduardo Fernández-Agüera como coordinador general, adjunto a presidencia.

Cordero trasladó en la Asamblea General su plan de trabajo para los próximos dos años, potenciando el programa de intercambios profesionales, que aunque se inició con anterioridad a la pandemia había tenido que suspenderse por ese motivo. También tuvo una intervención en la asamblea por videoconferencia el presidente de la cámara de comercio de Isla Reunión (Francia), que trasladó su interés en convertirse en socio colaborador de la federación y realizó una invitación para realizar la próxima Asamblea General de la FMBA en la isla.

Marsh promueve a Borja Esteban y Javier Goizueta como directores generales

Marsh ha anunciado el nombramiento de Borja Esteban y Javier Goizueta como directores generales.

Borja Esteban se incorporó a Marsh en julio de 1999 como Ejecutivo de Cuentas Junior en el equipo Internacional, actualmente Multinational. En 2010 se integró como Senior Manager en la estructura de ventas de los negocios de Corporate y Risk Management. En 2013, pasó a formar parte del Proyecto Top 500 de Marsh para reforzar su presencia en grandes empresas. En 2018, se unió al segmento de Risk Management para la gestión de algunas de las grandes cuentas de Marsh, y como Client Manager de clientes estratégicos de la compañía y, en 2021, comenzó a liderar el equipo de Risk Management de Madrid.

Por su parte, Javier Goizueta se incorporó como becario al equipo de Marsh en 2003 en el área de Corporate Madrid. Comenzó su carrera incrementando responsabilidades como Ejecutivo Junior y Ejecutivo Senior hasta su nombramiento como Manager, donde gestionaba numerosos clientes internacionales y del sector de energías renovables, entre otros. En 2013, asumió el liderazgo del área de PEMA. Desde el pasado mes de julio, lidera el segmento Corporate y el negocio de Administraciones Públicas para toda España.

Los colegiados castellonenses asisten a una jornada sobre digitalización y sostenibilidad

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón ha llevado a cabo una jornada formativa sobre digitalización y sostenibilidad ofrecida por Zurich.

Iván Carballal, del departamento de Desarrollo de Conectividad y Herramientas para canales, presentó a los invitados cómo Zurich apuesta por la conectividad y la digitalización como objetivos de futuro del sector y, en concreto, de los mediadores profesionales.

Por su parte, Laura Pellicer, directora de Desarrollo de Negocio de la zona de Levante de la entidad, expuso las iniciativas de Sostenibilidad y 'Mujeres Valientes' que la aseguradora está llevando a cabo, concretamente el programa de 'Mujeres Valientes Go al Mercado', que tiene como objetivo el apoyo sin fisuras del talento, en este caso el femenino, ya que la pluralidad de perfiles y capacidades son una palanca de innovación y transformación en el sector, así como la promoción de la mujer en el mercado asegurador.

Instituto de Desarrollo Asegurador lanza una plataforma para agrupar todos los seguros de movilidad

Instituto de Desarrollo Asegurador ha presentado la plataforma 'ProtegeTuMovilidad', una nueva herramienta que aglutina en un mismo lugar todas las opciones disponibles para asegurar las distintas modalidades de movilidad que existen en la actualidad, como auto, moto, vehículos de movilidad personal, bicicletas o patinetes eléctricos, entre otros.

La compañía presentó en el Congreso Nacional de Medio Ambiente (Conama) esta nueva plataforma, en calidad de adherida a este grupo de compañías que trabajan para mejorar no solo su propia movilidad interna, sino la de todo el ecosistema empresarial español. "Para nosotros tiene sentido ser una de las empresas por la movilidad sostenible, ya que en nuestro ADN como compañía está la búsqueda constante de nuevas formas de hacer las cosas", destaca Cristina Llorens, directora de Negocios Estratégicos del Instituto de Desarrollo Asegurador.

Fecor y Aemes sellan un acuerdo marco para estrechar lazos

Aemes y **Fecor** han firmado un acuerdo marco con el objeto de avanzar hacia una unidad de acción empresarial. Ambas organizaciones se han comprometido a trabajar de forma conjunta y a desarrollar un acuerdo estratégico que revisarán anualmente con objeto de favorecer la colaboración entre ellas.

Además, este acuerdo fomentará que las correduría con empleados que forman parte de ambas organizaciones obtengan información de primera mano sobre los aspectos que se debaten en Aemes, y puedan participar de todas las ventajas y derechos que tal condición les confiere.
Aemes reconoce, a través de este acuerdo, la importancia de contar con Fecor como institución de relevancia en el sector asegurador y representante de las organizaciones y asociaciones que forman parte de la misma.
Ambas organizaciones han acordado reunirse semestralmente para trabajar en común asuntos concretos que consideren de interés para el sector y, especialmente, para sus asociados.

ACS-CV reúne a sus socios en el encuentro de Navidad

Medio centenar de corredores y corredoras de la **Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV)** se reunieron en el encuentro de Navidad, que anualmente celebra la asociación como colofón al ejercicio.

Durante el acto se entregó una placa conmemorativa a las corredurías asociadas que este año han cumplido su 25 aniversario como parte de ACS-CV, que en este caso han sido Casasús y Zarzo SL y Ofimed SL. Tras estos reconocimientos, la comida finalizó con el tradicional sorteo de regalos a los miembros de la asociación.

Asimismo, ACS-CV ha realizado su encuentro de Navidad con las compañías colaboradoras en el que asistieron alrededor de 20 representantes de las entidades con las que la asociación tiene protocolos.

El Consejo General, satisfecho por la prohibición de vincular las condiciones hipotecarias a los seguros

Los colegios de mediadores han acogido "con satisfacción" la prohibición expresa de vincular la contratación de seguros al cambio de condiciones en hipotecas recogida en el Plan de Rescate Hipotecario, aprobado por el Consejo de Ministros.

Para el **Consejo General**, "es un paso más para acabar con una práctica ilegal que llevamos años denunciando. La constancia y firmeza de los mediadores en señalar esa situación se ha traducido, en los últimos 18 meses, en acciones claras por parte del Banco de España, el supervisor de seguros europeo -Eiopa-, tribunales de Justicia, Defensor del Pueblo y, ahora, el Ministerio de Economía. Desde los Colegios se espera que todas las entidades bancarias se adhieran al Plan".

Según se recoge en el texto del Ministerio de Economía, los bancos deberán informar a los clientes de las consecuencias jurídicas y económicas de las distintas alternativas de novación que les ofrecen, así como de las condiciones de la prórroga del seguro de protección de pagos si lo hubiera.

En ningún caso, la modificación de condiciones conllevará el cobro de gastos o comisiones, excepto la prima del contrato de seguro, ni podrá comercializarse junto a un producto vinculado o combinado, como los seguros, según recoge la norma aprobada por el Consejo de Ministros.

Aprocose ha celebrado una comida de Navidad con sus asociados y con las entidades colaboradoras.

Aprocose reúne a sus asociados y entidades colaboradoras

En su discurso, el presidente Martín Julián Rojo anunció que Aprocose "regresará en 2023 con todas sus actividades, tras volver a celebrar este año nuestro aniversario en el marco de Forinvest", como los 'Quieres saber', que afrontarán su XX edición el próximo año.
Al encuentro celebrado en la ciudad de Valencia también asistió Guillermo Arenas, quien fuera director gerente de Espanor y de Senda, que recibió el reconocimiento de todos los miembros de Aprocose ante su próxima jubilación, en enero de 2023.

Zurich presenta su plan estratégico a los mediadores de Lérida

El Colegio de Mediadores de Seguros de Lérida ha realizado un almuerzo tertulia con Zurich donde la entidad dio a conocer su plan estratégico y las mejoras que la entidad tiene previstas.

Rosa de Oña, directora de Distribución y Conectividad; Joaquim Martinez, director de Empresas de Cataluña y Aragón; y Hug Giné, director de Zona de Cataluña y Andorra fueron los tres representantes de la compañía que asistieron abiertos a escuchar a los mediadores, así como a hablar del plan estratégico previsto para los próximos años con mejoras sustanciales en cuanto a productos y servicios.

Como consecuencia de la internacionalización de Apromes en Iberoamérica, ha decidido distinguir a Nardi Suxo, embajadora de Bolivia en España, como asociada de honor por sus méritos diplomáticos y sociales.

Apromes nombra a la embajadora de Bolivia asociada de honor

Apromes mantiene diversos convenios de colaboración con asociaciones de corredores de seguros de varios países en Iberoamérica, en concreto, en: República Dominicana, Panamá, Brasil, Argentina y, recientemente, con Bolivia.

Senda Vivir se adhiere a RedEWI para visibilizar la labor de las mujeres

Senda Vivir Seguros se ha unido a **RedEWI** de **Inese** para formar parte de sus iniciativas de forma activa y contribuir a dar más importancia y visibilidad al trabajo de las mujeres en su organización y en el sector asegurador en general.

Inese se compromete a proveer a Senda Vivir Seguros de: El certificado EWI de Senda que trabaja para conseguir la igualdad; un estudio completo sobre Igualdad en el Sector Asegurador; diez inscripciones 'Miembro #RedEWI Plus' que les permiten el acceso a EWI Talks y el acceso a EWI Workshop. La persona que representará a Senda Vivir en #redewi será Mª Ángeles Mejías, administradora única, directora técnica y gerente de Metasa2 (del Grupo Senda Vivir Seguros).

Santalucía firma un acuerdo con E2K para distribuir productos personales y No vida

Santalucía anuncia su acuerdo de colaboración con **E2K** para la comercialización de productos personales y No Vida de la compañía aseguradora en la red de distribución #E2KBROKERNET.

Este acuerdo dará soporte a las necesidades de los clientes de las correduría integrantes a la red de distribución, con una oferta de valor preparada y adaptada a la mediación y con un equipo humano especializado dedicado a impulsar y favorecer el crecimiento empresarial de las correduría asociadas. Para E2K, la alianza que ha firmado con Santalucía es especialmente importante, puesto que no había firmado ningún acuerdo desde hace 10 años.

Centerbrok incorpora a cuatro nuevas correduría

Centerbrok ha ampliado su organización de correduría con las últimas incorporaciones de Andrés 1980 (Zaragoza), **Nexo** (La Coruña), **Bueso Matas** (Manresa) y Massbroker (Jerez de la Frontera).

Con estas nuevas incorporaciones, Centerbrok cuenta con 78 miembros y 115 oficinas, distribuidos territorialmente en 17 comunidades autónomas y 38 provincias.

Cojebro presenta el documental 'La selva de cristal' que alerta sobre el cambio climático

Cojebro, en colaboración con la ONG **Oxizonia**, ha presentado en exclusiva a sus socios y aseguradoras colaboradoras el documental 'La Selva de Cristal'. Un corto, dirigido por Gerardo Olivares y protagonizado por Arturo Valls, que tiene como objetivo contribuir a frenar el cambio climático.

La Selva de Cristal muestra el deterioro de la Amazonía Peruana y su objetivo es concienciar y enseñar la importancia de construir una sociedad respetuosa con el medio ambiente.

Con una duración de unos 25 minutos y un tono ameno, con el interés de ganar la atención del espectador más joven, el documental expone la biodiversidad del principal pulmón del planeta en un momento en que el bioma amazónico y la población indígena de la región se encuentran gravemente amenazados por el cambio climático y la presión de las industrias mineras y madereras ilegales. Además, la cinta muestra cómo el equipo que participó en la expedición abrió, durante el rodaje, nuevas líneas de reforestación de especies autóctonas que serán objeto de un particular seguimiento y monitorización por parte de los técnicos de la reserva, dirigidos por la bióloga Marianne Van Vlaardingen.

Gesa Correduría llena Murcia de Papás Noel verdes para recaudar alimentos para Cáritas

Los empleados de **Gesa Correduría de Seguros** se han prestado voluntarios para recorrer las calles de Murcia repartiendo ilusión, gorros y *flyers* para recaudar alimentos para la campaña navideña de Cáritas.

'Vuelve al verde' es el eslogan bajo el que se organizó la iniciativa. El verde refleja la verdadera esencia de la empresa, ya que es uno de los colores corporativos de la correduría desde sus orígenes. De la misma manera, guarda relación con la vuelta a los orígenes de la Navidad, el Papá Noel verde y a la verdadera esencia de esta festividad: la solidaridad, el amor y la empatía.

El Colegio de Asturias dedica su Brindis Solidario 2022 a la distrofia muscular de cinturas

El viernes 16 de diciembre de 2022 a las 13:00 el **Colegio de Mediadores de Seguros de Asturias** celebró la décima edición de su tradicional Brindis Solidario. En esta ocasión, se distinguió al **Proyecto Alpha**, una asociación sin ánimo de lucro formada por afectados de distrofia muscular de cinturas por déficit de sarcoglicanos.

El Colegio de Asturias apoya la labor que se está desarrollando desde la delegación del Proyecto Alpha en Asturias, para dar visibilidad a esta enfermedad, ayudar a los afectados y fomentar la investigación para encontrar un tratamiento. La distrofia muscular de cinturas por déficit de sarcoglicanos afecta a 30 personas en España (dos de ellas residen en Asturias).

"La financiación para las enfermedades raras es casi inexistente, por lo que las iniciativas como esta para recaudar fondos destinados a la investigación, a estudiar cuáles son las causas y los posibles tratamientos, son fundamentales", apunta el presidente de los mediadores de Asturias, Reinerio Sarasúa.

El Brindis Solidario es una acción de responsabilidad social corporativa con la que el Colegio de Asturias reconoce y apoya la labor realizada por entidades no lucrativas que aportan un beneficio para la sociedad. Todos los asistentes al Brindis Solidario 2022 colaboran con un donativo mínimo de 20 euros. Además, existe la contribución sin asistir, a través de la Copa Cero.

El evento cuenta un año más con el patrocinio económico de la aseguradora Asefa, y la colaboración de Malena Catering y Sidra Trabanco.

Cohebu hace entrega de una donación a Cocina Solidaria de Cáritas

Cocina Solidaria de Cáritas, de Sanlúcar de Barrameda, ha sido la entidad propuesta por José Antonio Buzón, gerente en **Cohebu**, para participar en el reto Medialia Social 2022, abanderado por **DKV**, que ha recibido una donación de 2.000 euros.

Junto a este proyecto, Cohebu ha realizado a esta entidad sanluqueña, una aportación extraordinaria de 1.218,60 euros, correspondiente a la recaudación del 2% de todas las renovaciones y nuevas contrataciones que se han realizado en la correduría, comprendidas entre el 2 y el 16 de diciembre, con la campaña 'Estas Navidades nuestro mejor regalo es ayudar'.

Allianz invita a los mediadores a colaborar en una campaña solidaria por Navidad

Allianz quiere contribuir a mejorar la Navidad de aquellos niños cuyos hogares no pueden llenarse de regalos en estas fiestas. De la mano de Cooperación Internacional, se ha unido a la campaña 'Una Sonrisa por Navidad' invitando a todos sus empleados y mediadores a colaborar con un regalo o donación para mejorar las fiestas de las familias en situación de vulnerabilidad.

La campaña estuvo activa hasta el 14 de diciembre, fecha límite para entregar juguetes y participar en multitud de actividades como el reparto de desayunos a personas sin hogar, acompañamiento y actos lúdicos con mayores o personas con discapacidad, reparto de alimentos a familias con escasos recursos, entrega de regalos en comedores sociales y parroquias, entre otros.

Allianz ha movilizado a más de 10.000 colaboradores en todo el territorio, instalando árboles de Navidad en diversas sedes y facilitando la participación online para hacer posible que en todos los hogares se mantenga la ilusión de la Navidad.

ACS-CV apoya a los niños con cáncer de la Comunidad Valenciana

La **Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV)** ha mantenido una reunión con la **Asociación de Madres y Padres de Niñas y Niños con Cáncer de la Comunidad Valenciana (Aspanion)** para abordar las posibles formas de colaboración entre ambas partes.

De esta manera, ACS-CV se compromete a prestar su apoyo a la asociación, que anualmente atiende una media de 130-140 casos nuevos de niños y niñas diagnosticados de cáncer.

Aspanion, creada en 1985, tiene como objetivo garantizar la mejor calidad de vida a los niños y adolescentes con cáncer y a sus familias a través de apoyo psicológico, social y económico, convivencia y respiro familiar, cooperación social y voluntariado, prevención e inserción social e investigación y apoyo psicosocial en enfermedad avanzada.

El líder en un mundo nuevo

Hacker, mentor, humilde, inclusivo, femenino, humano

Andrés Raya Donet

Editorial: Manuales de gestión
Precio: 20,90 € libro impreso

La pandemia y una nueva guerra en Europa están cambiando nuestra sociedad y la toma de decisiones de los nuevos líderes. El mundo cambia definitivamente de siglo y de fase a través de la aceleración impuesta por estas disrupciones. En este cambio de época, las protagonistas no serán las tecnologías sino las personas, que tendrán que encontrar una nueva forma de reconstruir y fortalecer las relaciones en las que se basan todas las sociedades y organizaciones. Un nuevo mundo que, para ser también mejor, tendrá que ser humanista, innovador, inclusivo, altruista y humilde, y abrazar definitivamente un nuevo modelo de liderazgo, del cual las mujeres serán el verdadero motor, para un liderazgo, ante todo, humano.

Pricing revolution

Cómo la fijación del precio afecta la forma en que compramos on y off line

Danilo Zatta

Editorial: Empresa Activa
Precio: 15,20 € libro impreso
5,22 € ebook

Cada vez más, la fijación del precio correcto de los productos o servicios puede significar el éxito o fracaso de un negocio. En este libro se abordan los revolucionarios nuevos modelos de negocios y fijación de precios que se utilizan tanto para ventas a través de Internet como de ventas en tiendas.

fundación tengo hogar
Reimpulsando vidas

AYUDAMOS A FAMILIAS en riesgo de exclusión social a recuperar su autonomía

síguenos en redes sociales para enterarte de nuestras novedades

www.fundaciontengohogar.org

@tengohogar

¡Tú también puedes colaborar!

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**