Premio San Francisco Javier
de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

Número 126 Junio 2023

www.pymeseguros.com

Punto de encuentro
Protección de pagos debe flexibilizarse para atraer a los corredores

Más a fondo
La importancia de transferir el riesgo cíber

In situ
El valor de venta de las corredurías ha crecido un 40% en cinco años

Florence Cesmat, directora general de Asefa Seguros

La **REHABILITACIÓN**, en los planes de negocio

Allianz

Cómo vas a tener un seguro pequeño **para proteger algo tan grande**

En Allianz sabemos que cuando algo realmente te importa, la dimensión cambia. Por eso, nuestros seguros tienen todas las coberturas para proteger lo más grande

Descubre nuestros seguros en allianz.es

Las corredurías pasan por un buen momento

No hay duda de que las corredurías pasan por un buen momento. Así lo refleja el informe 'Estado Económico-Financiero de las Corredurías Españolas. Edición 2023' que indica que el conjunto de las 1.717 analizadas tuvieron un crecimiento del 5,12% en comisiones y del 5,34% en beneficios antes de impuestos, en 2021. Estos datos explican, en parte, el furor de compra-venta que hay en la actualidad. En los últimos 5 años, el valor de la venta del conjunto de las corredurías analizadas ha crecido un 40% (ver **In situ**).

Un crecimiento que se puede incrementar incorporando nuevos seguros a la cartera de los corredores, como es el caso de la Protección de Pagos, Rehabilitación de edificios y del Cíber. El seguro de Protección de Pagos ha evolucionado considerablemente en los últimos años, hasta el punto de que, en la actualidad, garantiza a los clientes su forma de vida. Sin embargo, aún adolece de suficiente atractivo para los corredores, siendo las entidades financieras las que acaparan su comercialización. Los profesionales del seguro se enfrentan al reto de identificar las oportunidades que ofrece un producto en pleno desarrollo (ver **Punto de encuentro**).

La rehabilitación se está posicionando como una oportunidad dentro del sector de la construcción. De hecho, se está viendo cómo grandes constructoras y promotoras están teniendo cada vez más en cuenta la rehabilitación en sus planes de negocio. Por otra parte, BIM (metodología de trabajo que permite la gestión integral de los proyectos de construcción), ayudará a mejorar la siniestralidad, sobre todo la debida a errores de proyectos, y a identificar mejor las causas de los siniestros (ver **Hablando claro**).

La mayoría de empresas ha sufrido un ciberataque. Y las que no, tendrán que enfrentarse a alguno en poco tiempo. Por eso, Agers ha elaborado la 'Guía cyber de buenas prácticas en protección de ciberriesgos para no expertos', con la que pretende explicar la necesidad de transferir estos riesgos para minimizar el alcance del siniestro (ver **Más a fondo**).

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
Freepik

06 Hablando claro
Florence Cesmat, directora general de Asefa Seguros. La rehabilitación, en los planes de negocio

12 Punto de encuentro
Protección de pagos debe flexibilizarse para atraer a los corredores

18 Más a fondo
La importancia de transferir el riesgo cíber

24 In situ Inese
El valor de venta de las corredurías ha crecido un 40% en cinco años

30 In situ Adecose
La IA ayudará a la empresa, pero no sustituirá a los humanos

PymeSeguros
Revista online para corredores y corredurías
Número 126 { Junio 2022 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

CC BY NC ND

03 **Editorial**
Las correduría pasan por un buen momento

48 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

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

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

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

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

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

36 **Evolución aseguradora**
Distribución Digital de Seguros de Empresas

38 **Riesgos asegurados**
Marco legal, ¿una piedra en el camino o un aliado en la gestión?

40 **Empresa segura**
Luchando juntos en la cruzada por la digitalización

42 **Negocio que surge**
Un verano sin sobresaltos

44 **Cubriendo necesidades**
Formación, una pieza clave en el plan estratégico para la mediación

46 **Clave de empresa**
Renta Baremado de DKV estará disponible con descuentos hasta finales de año

Florence Cesmat, directora general de Asefa Seguros

La **REHABILITACIÓN**, en los planes de negocio

La rehabilitación se está posicionando como una oportunidad dentro del sector de la construcción. De hecho, se está viendo cómo grandes constructoras y promotoras están teniendo cada vez más en cuenta la rehabilitación en sus planes de negocio. Forence Cesmat, directora general de Asefa Seguros, espera que "esta profesionalización a mayor escala de lo que era tradicional, fructifique en la deseable colaboración público-privada". Sobre BIM (metodología de trabajo que permite la gestión integral de los proyectos de construcción), Cesmat cree que ayudará a mejorar la siniestralidad, "sobre todo la debida a errores de proyectos, y a identificar mejor las causas de los siniestros".

¿Las ayudas de la Unión Europea han sido un revulsivo para la Construcción y, por ende, para los seguros ligados a la construcción?

Es muy positivo que la UE haya identificado al sector de la Construcción entre los que justifican un importante esfuerzo de inversión. No obstante, en general, en el sector lamentamos que estas importantes ayudas de la UE no se hayan podido aprovechar del todo, por varias razones: por no compensar los problemas de encarecimiento de los materiales y la falta de mano de obra debidamente formada que afectan a las constructoras, así como la complejidad del proceso de acceso a dichas ayudas.

Los objetivos que nos vienen marcados por Europa en materia de cambio climático, eficiencia energética, la propia situación de nuestro parque de edificios y la compleja situación económica ¿pueden hacer que la rehabilitación sea una excelente oportunidad para el sector de la construcción?

Creemos firmemente en las oportunidades que ofrece la rehabilitación para el sector y ya estamos viendo como grandes constructoras y promotoras están teniendo cada vez más en cuenta la rehabilitación en sus planes de negocio. Esta profesionalización a mayor escala de lo que era tradicional espero fructifique en la deseable colaboración público-privada.

¿Cómo cree que evolucionarán los seguros ligados a la construcción en 2023?

A lo largo de este año no esperamos grandes novedades, tanto en tasas como en garantías, si bien la evolución deseable en un futuro próximo es incrementar la oferta dirigida a las nuevas tecnologías que se están implementando en el sector como la industrialización y las relacionadas con la eficiencia energética.

¿Qué necesidades del mercado existen en estos momentos en el seguro de Construcción?

De las múltiples necesidades del mercado, yo resaltaría aquellas vinculadas a la Caución, principalmente al Afianzamiento de Cantidades a Cuenta, que sigue siendo una necesidad perentoria para los promotores. Empujados por la proximidad al cliente y a nuestra visión a largo plazo, nosotros seguimos liderando la oferta al mercado a pesar del impacto de su siniestralidad en el pasado decenio.

Un importante reto para el seguro es la necesaria adaptación de la industria aseguradora a la evolución de la construcción en nuevos materiales y sistemas constructivos, la construcción basada en la impresión 3D... ¿En qué situación se encuentra?

Efectivamente, la industria de la Construcción debido a las dificultades que antes señalaba, principalmente la de la ausencia de mano de obra, y con el fin de optimizar los procesos y mejorar las calidades del producto final, está en un importante proceso de evolución. De allí han surgido, de la mano de federaciones y asociaciones de promotores y constructores, varios *clúster* a los que nos hemos incorporado con el fin de proporcionar nuestra visión aseguradora

Asefa OCT (organismo de control técnico) presta apoyo en aquellos riesgos más excepcionales y menos atendidos por el mercado

y, por otro lado, poder adelantarnos a la evolución de nuestros productos para seguir acompañando a nuestros clientes.

¿A qué otros retos se enfrentan los diferentes seguros ligados a la construcción en estos momentos?

En cuanto a Asefa Seguros, yo diría que nuestro histórico reto es conseguir una oferta económica competitiva, plenamente adaptada a las necesidades aseguradoras del sector, con todo el acompañamiento de nuestra plantilla de profesionales y disponible en un tiempo record.

¿Es cierto que existe una preocupación general en la industria de que BIM aumentará el perfil de riesgo y que las pólizas de seguro actuales no responden a las posibles reclamaciones de un proyecto BIM?

Nosotros no vemos esta metodología de trabajo colaborativa con preocupación; es más, esperamos que ayude en una mejora de la siniestralidad, sobre todo la debida a errores de proyectos, y a identificar mejor las causas de los siniestros. Es cierto que tenemos que trabajar en lo referente a la determinación de responsabilidades de los distintos intervinientes en el caso de siniestro.

El mercado Decenal tiene sus vaivenes y se ve a las aseguradoras entrar y salir de este mercado. ¿Cómo se está comportando ahora?

Lo que ha ocurrido es la lógica evolución de tarifas y condiciones, de un punto de partida de falta de experiencia en el mercado español hasta la madurez actual, si bien esta normal evolución se vio sacudida por la crisis financiera e inmobiliaria.

Durante este proceso, y desde sus mismos inicios, han aparecido y desaparecido del mercado español varías aseguradoras que acudían a lo que creían unos rápidos e importantes beneficios. Esto, además de demostrarse falso, es peligroso para los promotores y asegurados, pues no podemos olvidar que se trata de un seguro a diez años. Por eso, y una vez más, nuestra visión a largo plazo en el apoyo de nuestros clientes.

Actualmente, podemos decir que estamos en un periodo de estabilidad, si bien siguen surgiendo compañías como las que antes mencionaba, pero con menos asiduidad.

¿Qué tal está evolucionando el seguro de Rehabilitación Trienal? ¿Sigue costando generar esa cultura de seguro en este producto?

Como todo seguro no obligatorio es siempre difícil su introducción. Ya lo vivimos con el seguro Decenal de daños antes de la promulgación de la LOE y, por ello, vamos a seguir difundiendo y explicado sus ventajas, que son muchas. Fuimos los creadores de este producto hace casi diez años y seguimos teniendo gran interés en él, por lo que también hemos implicado al máximo a Asefa OCT, nuestro organismo de control técnico, cuya misión principal es prestar apoyo en aquellos riesgos más excepcionales y menos atendidos por el mercado.

¿En qué medida el riesgo medioambiental está influyendo en los seguros ligados a la construcción?

Desde hace años es un riesgo que ha tenido cabida en el sector pero que últimamente se está acentuando en otros aspectos distintos a los tradicionales -como son los de los vertidos y emisiones-, ya que hoy día nos preocupa, por ejemplo, la calidad de la envolvente de nuestros edificios que permite, además de mejorar el confort de sus usuarios, una importante reducción de las emisiones.

¿Cuáles son las ventajas e inconvenientes de ser una aseguradora especializada en estos momentos?

La ventaja es que se centran todos los esfuerzos, técnicos y comerciales, en un determinado sector. El principal inconveniente es poder responder a los vaivenes del sector de la construcción. Por fortuna, para Asefa Seguros, el pertenecer al Grupo SMABTP y tener su respaldo, nos permite diluir y paliar las dificultades que puedan surgir.

No necesitamos fusionarnos con ninguna otra compañía pues consideramos que poseemos la suficiente experiencia y solvencia para continuar nuestro camino solos

¿Cuál va ser la estrategia futura de Asefa Seguros en el ramo de Construcción? ¿Se plantean la fusión con alguna aseguradora?

La estrategia futura es la misma que la que venimos siguiendo desde hace más de 50 años en España y 160 en Europa: ayudar al crecimiento y mejora de la calidad y seguridad de la industria de la Construcción. Para ello, no necesitamos fusionarnos con ninguna otra compañía pues consideramos que poseemos la suficiente experiencia y solvencia para continuar nuestro camino solos.

Hace unos años, Asefa Seguros sacó la garantía de habitabilidad, dentro del seguro Decenal de Daños para viviendas de nueva construcción ¿Qué valoración hace de ella?

Consideramos que esta garantía redunda en la seguridad de los asegurados finales, que no son otros que los usuarios de viviendas. Además, ésta está dirigida a unas prestaciones que son objeto de numerosas reclamaciones muy relacionadas con la calidad de vida y que ya fueron motivo de regulación en la LOE, si bien no de forma obligatoria. Por lo anterior, para Asefa Seguros fue más un deber ofrecer al merca-

VISIÓN DIFERENTE DE LOS CICLOS INMOBILIARIOS

En Asefa Seguros tienen una visión diferente de los ciclos inmobiliarios, ya que "desde hace más de 50 años nos hemos dedicado a asegurar la industria de la Construcción con una visión a largo plazo, tanto en la relación con el mercado como en el diseño de nuestra cartera de productos", explica su directora general, Florence Cesmat. Eso les permite ofrecer "productos con un amplio bagaje basados en la experiencia de más de 160 años en Europa, formación, disponibilidad, apoyo permanente e igualdad de condiciones, sea cual sea su tamaño". Además, Asefa Seguros ha puesto a disposición de sus corredores productos Click para que puedan gestionar, con la mayor agilidad, las operaciones más sencillas que se les presentan. "Actualmente, y salvo escasas excepciones en toda nuestra historia, hemos comercializado nuestros productos a través de corredores. La principal misión de nuestro equipo comercial es dar servicio y apoyo a éstos y no otra. Los elegimos por motivos de profesionalidad, formación, servicio y búsqueda de las mejores soluciones en interés de sus/nuestros clientes", afirma Cesmat.

Seguimos liderando la oferta al mercado a pesar del impacto de su siniestralidad en el pasado decenio

do esta garantía que una oportunidad comercial, pues requiere de un profundo conocimiento técnico y, una vez más, priorizar nuestro apoyo a la industria de la Construcción, pues no existe experiencia en este tipo de riesgos.

Actualmente, estamos trabajando estrechamente con los Organismos de Control Técnico para poder extenderla en todo el territorio y con un coste competitivo; el paso inmediatamente posterior es incluir otros edificios distintos a los destinados a viviendas.

¿Qué novedades tiene previsto sacar al mercado próximamente en seguros de Construcción?

Hemos sacado muchas novedades en estas últimas cinco décadas de existencia. Actualmente, estamos trabajando en nuevas propuestas para Avería de Maquinaria y Responsabilidad Civil.

Asefa Seguros imparte jornadas de formación continua con corredores, incluso tiene la escuela online de seguros de Construcción (Esecon). ¿Cree que ha crecido el interés de los corredores por este tipo de productos?

La actual formación de los corredores en los seguros para la

industria de la Construcción es muy superior a la de los finales de los años 90 y principio de este siglo, donde organizábamos multitud de cursos en todo el territorio nacional con gran afluencia de participantes. Nos seguimos sintiendo muy orgullosos de ese esfuerzo pues no solo mejoró la formación de estos profesionales, sino que nos permitió dar a conocer a Asefa a la mediación y marcó el inicio de la estrecha relación entre ambos, que hoy en día disfrutamos.

¿Se puede decir que los seguros ligados a la construcción son un buen paso para un corredor que quiere crecer en tamaño?

Los seguros ligados a la Construcción no solo son una oportunidad para crecer en tamaño -que lo son- sino también para crecer en otros aspectos muy apreciados por los corredores, como son el de trabajar con clientes profesionales y leales.

Son una oportunidad de negocio, no solo por sus índices de actividad o volúmenes de primas, sino también por el número tan importante de pequeñas empresas ligadas al sector, que actualmente no tienen suficientemente protegidos sus riesgos.

Los seguros ligados a la Construcción son una oportunidad para que los corredores crezcan en tamaño y puedan trabajar con clientes profesionales y leales

¿A qué retos se enfrentan los corredores en la comercialización de los seguros de este ramo?

Creemos que los corredores del sector saben diferenciar y seleccionar las compañías fiables a largo plazo, conocedoras del sector y que sabrán asistir al cliente a la hora de la verdad, en la ocurrencia del siniestro, pero que su reto es poder vender esta oferta que lógicamente necesita un tiempo de estudio del riesgo y de adaptación del producto a la obra y a un precio que permita esta calidad de servicio. Estamos en un mercado de inmediatez y de competición económica, que no favorece la excelencia.

Carmen Peña
Fotos: Irene Media

Protección de pagos debe flexibilizarse para **ATRAER** a los corredores

El seguro de Protección de pagos ha evolucionado considerablemente en los últimos años, hasta el punto de que en la actualidad garantiza a los clientes su forma de vida. Sin embargo, aún adolece de suficiente atractivo para los corredores, siendo las entidades financieras las que acaparan su comercialización. Los profesionales del seguro se enfrentan al reto de identificar las oportunidades que ofrece un producto en pleno desarrollo.

Históricamente este seguro siempre se ha comercializado vinculado a las deudas contraídas con una entidad financiera, como recuerda Ricardo Sánchez, subdirector general y director de Corporate Sales y Bancaseguros de **Metlife**. Sin embargo, considera que el nuevo concepto de protección de pagos es "un poco diferente", y ha evolucionado hacia la protección del estilo de vida, de forma que cubre ante situaciones como el desempleo o la incapacidad no solo para los préstamos que tienes comprometidos, sino otros gastos como el colegio de los niños, la factura de la luz y del agua, la cuota del gimnasio…

Efectivamente, José Luis García, Head of Bancassurances & Affinity de **CNP Assurances**, confirma que, actualmente, el seguro de Protección de Pagos ha evolucionado para dar cobertura a "situaciones desafortunadas que pueden derivar en una merma económica para que cualquier persona pueda seguir manteniendo su nivel de vida, cumpliendo con sus obligaciones de pago (como la hipoteca, el alquiler o las facturas), pero también para que pueda seguir disfrutando de su ocio y sus compras". "Las compañías a las que se nos considera especialistas en este riesgo estamos permanentemente buscando nuevas soluciones", subraya.

Además, no hay que olvidar que "España dentro de los países de la Unión Europea tiene altas tasas de paro, por lo que la necesidad a nivel social existe", como advierte Ricardo Sánchez, a lo que hay que unir que el entramado empresarial español también requiere cierta protección, con gran cantidad de micropymes y autónomos que en una situación de baja laboral no pueden generar ingresos. "El mercado español encaja perfectamente. Yo creo que este tipo de soluciones tiene cabida y no solo por parte de la banca", sostiene.

Aunque reconoce que ha ido progresando desde su origen financiero, José Antonio Buzón, gerente de **Cohebu Correduría de Seguros**, aprecia que "todavía queda por evolucionar algo más en el campo de la protección de pagos", ya que requiere una serie de cambios y mejoras. Para empezar en el concepto, ya que por falta de información o el desconocimiento de clientes y mediadores, básicamente se relaciona como un producto vinculado a la banca. Aunque considera que hay que valorar que las entidades financieras hayan inculcado la importancia de tener este producto, también aprecia que es muy desconocido: "No se ha arraigado, no se ha extendido, no se ha explotado y deberíamos buscar formas para darlo a conocer más".

"La banca ha hecho muy bien el trabajo y otros agentes que están en el seguro tienen que identificar mejor las oportunidades", recalca Sánchez, para quien donde hay una contribución significativa por parte de la mediación es "en manifestar que hay riesgos en la propia actividad personal y empresarial". Además, considera que, en función de las oportunidades, las compañías invertirán más en el desarrollo de estos productos para ir evolucionando la solución.

Este seguro está "muy vinculado a los ciclos económicos", señala José Luis García. "De modo que en épocas de incertidumbre despierta mucho interés y acapara mucha atención, tanto por parte de los distribuidores, como por parte de los consumidores, pero no es así en épocas de bonanza económica".

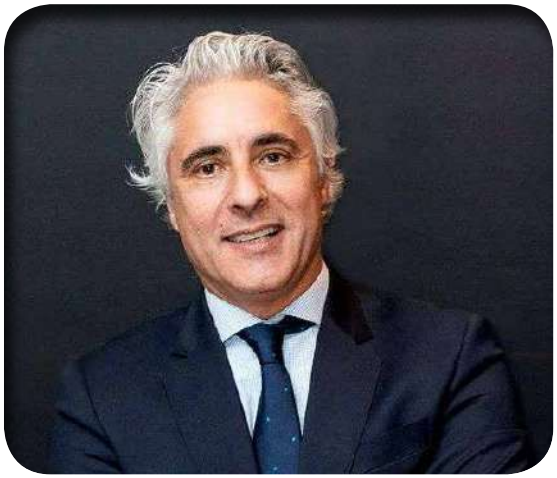
FLEXIBILIZACIÓN DEL PRODUCTO

Para José Antonio Buzón el problema es que la sociedad tiene un concepto de que "papá Estado está ahí" y actuará siempre ante situaciones graves. "Hay una falta de desinformación, de interés por parte del público en general, tanto particulares como empresas, que no ven esa necesidad y es un ramo tan importante como el patrimonial, es tan vital cubrir tu coche o tu vivienda como tu situación económica". Por eso, desde su punto de vista, la protección de pagos debería estar complementado en muchos otros productos, como en los seguros de daños para las pymes, en los que

se incluye la garantía de pérdida de beneficio: "Se puede en un Hogar, Comercio, Vida Riesgo o Salud dar esa protección porque quizás sea más fácil que sea un complemento de garantía que una póliza paquetizada que quiera cubrir una baja por enfermedad o un desempleo", afirma.

El subdirector general y director de Corporate Sales y Bancaseguros de Metlife achaca la paquetización del producto a que, en un principio, Protección de Pagos solo se limitaba a consumo e hipoteca, no como ahora que protege el estilo de vida. En el caso de su compañía, tiende a paquetizarlo porque cuanto más abierto dejas un producto, se requieren más personas que pueden explicarlo en detalle, por lo que se opta por la simplificación y la estandarización. En este sentido, aboga por que cuando se cuente con otro tipo de distribución, más alejada de la banca, se podrá ser más flexible.

"¿Por qué no solemos encontrar aseguradoras tradicionales en este tipo de negocio? Porque es un producto complejo y hay que conocer bien sus reglas del juego", reafirma García. "Ahora bien, hay que intentar flexibilizar el producto, encontrar caminos para colaborar en nuevos canales y más allá de los nichos donde solemos estar presentes las compañías especialistas", sugiere. Por eso, considera que, igual que el producto cambió en su momento y dejó de ser un seguro propiamente financiero, también ha dejado de estar tan encorsetado como antes "y estamos en un momento donde se están dando oportunidades, donde las compañías estamos dando rienda suelta a la creatividad y a la innovación, para encontrar nuevos caminos de desarrollo".



"El hecho de que haya siniestralidad es buena señal, porque cuando hay siniestros hay necesidad asegurable".
Ricardo Sánchez

Buzón insiste, en cualquier caso, que debería empezarse incluyendo como garantía en otro producto o empezar a incluirle garantías complementarias que sean suficientemente atractivas: "Parece que es un producto que no tiene contenido, por lo que no atrae". En este sentido apuesta por garantías como servicios online legales o médicos, consultas jurídicas… que estén muy vinculados. Por eso, aboga por dar un producto no tan estandarizado ni vinculado a la comisión, sino "que dé estabilidad y seguridad y que sea un atractivo y diferenciador de otros distribuidores".

PUENTE CON LOS CORREDORES

"Dentro de ese puente que las compañías tratamos de tender a los corredores para que el seguro de Protección de Pagos amplíe sus opciones de distribución, hay caminos en los que trabajar", confirma el Head of Bancassurances & Affinity de CNP Assurances. En este sentido, asegura que "hay soluciones para cubrir el pago de las pólizas de seguros de los clientes de los corredores, de forma que no tengan que cancelar pólizas, buscar alternativas o reducir coberturas ante una merma de ingresos, con lo que protegemos la cartera del corredor y añadimos valor a su oferta".

"Precisamente por ese motivo propongo que para dar más estabilidad al sector exista la posibilidad de que en los propios seguros de daños, incluso en patrimoniales y personales, se incorpore la garantía de protección de pagos,

porque daría un respaldo y evitaría la caída en épocas de crisis por quedarse en desempleo o por una baja", redunda el gerente de Cohebu.

En este sentido, Ricardo Sánchez afirma que desde su compañía llegaron a proponer que si un cliente que cuenta con un depósito en un momento determinado, por desempleado o una incapacidad, necesita recuperar ese dinero para otra cosa, que toda la penalización que cobra el banco por tener que deshacer la inversión, la cubriera el seguro de Protección de Pagos. "Es una garantía perfectamente asegurable, se entiende el riesgo y hay que ir desarrollándola", asegura, a la vez que aprecia que uno de los grandes valores que puede aportar la mediación es esa detección de necesidades.

"El público no ve la necesidad y es un ramo tan importante como el patrimonial; es tan vital cubrir tu coche como tu situación económica".
José Antonio Buzón

DIRIGIDO A PARTICULARES

En el caso de las empresas, José Antonio Buzón, gerente de Cohebu, destaca que lo más parecido a la Protección de Pagos es la cobertura de Pérdidas de Beneficios, "pero tiene que estar muy vinculado a un siniestro cubierto en póliza". A su entender estos productos deberían coger más fuerza y los profesionales tendrían que enfocarlos más para que las pólizas, sean personales o patrimoniales, "tengan ese arraigo y no se vean que en caso de un problema económico haya que acudir al banco para solucionar su problema de liquidez pidiendo un préstamo".

Sánchez quiere dejar claro, en cualquier caso, que este producto es distinto al de Caución, con el que el banco está tranquilo porque la aseguradora le va a pagar, pero luego la compañía se lo reclama al asegurado, que tiene que devolver el dinero: "El seguro de Protección de Pagos es una cosa diferente, porque cubre el pago ante una mala situación, aunque el cliente tuviera posibilidad de pagarlo, y no le reclama nada", reseña.

"Con el seguro de Protección de Pagos intentamos ayudar a los clientes ante situaciones de merma económica, pero con independencia de que el cliente pueda o no hacerles frente de forma personal", confirma José Luis García, Head of Bancassurances & Affinity de CNP Assurances, recordando que este producto, que está enfocado a particulares, cubre al cliente por un hecho determinado y por una prestación determinada, al margen de que tenga posibilidad de afrontar económicamente este imprevisto de forma personal.

SINIESTRALIDAD CRECIENTE

Respecto a la siniestralidad, José Luis García explica que, a la hora de distribuir la carga siniestral en un programa de protección de pagos, se contemplan que el desempleo sea más del doble que la incapacidad temporal. Ahora bien, esta siniestralidad puede sufrir repuntes, como ocurrió en 2012 con la reforma laboral, que abarató el despido. Con todo, García sí aprecia que desde la pandemia ha crecido la siniestralidad por la incapacidad temporal por enfermedad o por hospitalización, especialmente por cuestiones de salud derivadas de la pandemia.

"El hecho de que haya siniestralidad es buena señal, porque cuando hay siniestros hay necesidad asegurable", atestigua Ricardo Sánchez, subdirector general y director

de Corporate Sales y Bancaseguros de Metlife, para quien con la evolución siniestral hay que poner en valor a las compañías especialistas.

Por eso, García considera que las entidades especializadas tienen que intentar dotar al producto de mayor valor-cliente, con coberturas o servicios que enriquezcan la póliza y den más usabilidad al asegurado. Ahora bien, piensa que "lo que se destine al valor-cliente debe ser muy coherente con lo que se destine al resto de intervinientes en el seguro", estableciendo un equilibrio adecuado en la participación en comisiones del mediador y en los beneficios para la compañía, que es la que asume el riesgo.

Ricardo Sánchez puntualiza que las altas comisiones en este producto se producen porque no hay entornos de competencia, al comercializarse principalmente por la banca, lo que "vuelve a poner en valor a la mediación", ya que con más opciones donde elegir los clientes podrían obtener productos más completos y a mejores precios. Aunque los corredores no estén apostando mucho por esta solución, cree que es muy atractiva, ya que no solo es una necesidad asegurable, sino que cuenta con comisiones mayores que otros productos masa.

Sin embargo, para José Antonio Buzón no se trata de una cuestión de comisión o de siniestralidad, sino de visión de negocio. "Si un cliente o una familia tiene un consumo al año de entre 1.400 a 3.000 euros en primas, ¿qué pasaría si llega un momento dado en que no puede pagar esos seguros?", se cuestiona, ya que lo importante es que el cliente tenga su patrimonio asegurado y protegido.

Para Sánchez, no obstante, la comisión tiene que ir acorde al esfuerzo de venta: "No es un seguro que te lo van a venir a demandar, tú tienes que levantar la necesidad", sostiene, por lo que hay posibilidades de remunerarlo mejor para que esa tarea se haga más allá de las entidades financieras.

"Donde hay un pago recurrente, cabe un seguro de Protección de Pagos por definición", precisa el Head of Bancassurances & Affinity de CNP Assurances, quien recalca que desde su compañía se trabaja para mejorar el valor-cliente y también, para aportar valor a distribuidores, como la mediación, con soluciones de protección de pagos que les permitan asegurar sus carteras y que, además, den el confort a sus clientes de que, en situaciones adversas, los seguros que tengan contratados se van a renovar de forma automática.

PLAN DE RESCATE HIPOTECARIO

En esta línea de protección al cliente, a principios de este año el Gobierno puso en marcha el plan de rescate hipotecario, con el que se pretendía ayudar a familias vulnerables que podrían caer en impago debido al aumento de los tipos de interés y la escalada de los precios de los inmuebles. Sin embargo, como señala el subdirector general y director de Corporate Sales y Bancaseguros de Metlife, no ha tenido el impacto que se preveía. Con todo, "va en la misma línea" que el seguro de Protección de pagos: ayudar a pagar la hipoteca en un momento en que no se pueda, para evitar que el banco tenga que actuar. "Tampoco ha habido una gran revolución en el mundo del crédito derivada de esta norma", destaca.

"Es cierto que el impacto de esta medida ha sido menor de lo esperado", corrobora José Luis García, Head of Bancassurances & Affinity de CNP Assurances. En cualquier caso, aboga por que el cliente siempre esté bien informado. Y en este sentido, considera que es fundamental la labor de formación por parte de las compañías a sus distribuidores, para que estos transmitan esa información de forma adecuada a los clientes. Pero "también es muy importante que el cliente se informe correctamente cuando acuda a contratar este tipo de productos, tanto en el ámbito financiero, como en el asegurador y conozca cuáles son sus derechos", destaca.

Lo cual, no obstante, es complicado, porque, como reseña Buzón, algunas entidades bancarias han cambiado su estrategia de imponer sus seguros a "bonificar": "Elevan los tipos de interés sobre el tipo de interés diferencial a cambio de la vinculación de seguros muy caros y donde la entidad bancaria es beneficiaria, pero siempre pagando el cliente los recibos. Y otras entidades siguen con la imposición y obligación de tener que contratar los seguros", se queja.

"Hay que trabajar para mejorar el valor-cliente y, también, evolucionar el negocio de Protección de Pagos aportando soluciones a canales como la mediación". José Luis García

PRIMA ÚNICA VERSUS TEMPORAL

Otra cuestión puesta sobre la mesa en la reunión de expertos organizada por PymeSeguros es la conveniencia de la prima única o la temporal renovable en este tipo de pólizas. Esta última opción es la que el gerente de Cohebu considera que se debe ofrecer desde la distribución, toda vez que permite adaptar las sumas aseguradas en función de los gastos previstos que tengan cubiertos por un posible siniestro.

Según Ricardo Sánchez, subdirector general y director de Corporate Sales y Bancaseguros de Metlife, depende más del diseño del producto, "porque cuando es una prima única, normalmente se vincula a algo que tiene una duración determinada", como puede ser un préstamo a cinco años. En cualquier caso, si es una prima muy pequeña, considera que no merece mucho la pena estar haciendo cobros manuales, enviar documentación, hacer renovaciones…, aunque hay modalidades de todo tipo.

Efectivamente, José Luis García cree que si se trata de una póliza de Protección de Pagos vinculada a una deuda a largo plazo puede tener más sentido, a priori, una prima única, y en el caso de seguros que cubran gastos más recurrentes, como la cuota de un gimnasio o el abono a una plataforma televisiva, tenga más sentido una prima temporal. En cualquier caso, aboga por explicar muy bien al cliente los beneficios de una u otra opción. "Y esto, nuevamente, pasa por la formación de la red de ventas", asegura, al tratarse de productos muy sensibles que pueden dar lugar a quejas y reclamaciones por parte de los clientes mal informados y, por tanto, "contribuir a generar una mala imagen de estos productos".

Aitana Prieto / Carmen Peña

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

La importancia de transferir el RIESGO CÍBER

'Guía cyber de buenas prácticas en protección de ciberriesgos para no expertos'

La mayoría de empresas ha sufrido un ciberataque. Y las que no, tendrán que enfrentarse a alguno en poco tiempo. Mientras antes, estos incidentes afectaban principalmente a grandes corporaciones, en los últimos años las pequeñas compañías también son objetivo de estos delincuentes. Bajo esta premisa, Agers ha elaborado la 'Guía cyber de buenas prácticas en protección de ciberriesgos para no expertos', con la que pretende explicar la necesidad de transferir estos riesgos para minimizar el alcance del siniestro.

En la presentación de la guía, Alicia Soler, Executive Manager de Agers, fue la encargada de abrir el acto recordando que este es el quinto manual que presenta la Comisión de Ciberriesgos, "con el objetivo de concienciar sobre el riesgo". En este sentido, Juan Gayá, director de Gerencia de Riesgos en El Corte Inglés Seguros y responsable de dicha Comisión, recalcó el valor de este documento porque pretende ser comprensible para todo el personal, aunque no sea experto en la materia.

Para ponerlo en valor, Rafael Ortiz, Senior Cyber Underwriter en AIG, y Carlos Rodríguez, Regional Cyber Product Leader APAC & Europe en AXA XL, escenificaron un supuesto en el que una aseguradora se reúne con una empresa para conocer su grado de desarrollo cíber y poder ofrecerles una póliza adecuada, en el que se apreció cómo la terminología es excesivamente compleja, si no se tienen unos conocimientos técnicos adecuados.

A ello hay que añadir un nuevo reto, como destacó Belén Medina, Insurance Manager en Globalvia, y es que el riesgo cíber evoluciona "mucho más rápido que otros": "Cada año, hay muchas más líneas rojas que no se pueden traspasar para transferir riesgos", comentó.

MAYORES IMPACTOS

Carlos Rodríguez destacó que el principal impacto que sufren las compañías es la pérdida de beneficios, causada principalmente por el *ransomware*, que provoca una triple extorsión por parte de los ciberdelincuentes por la captura de los datos, la pedida de un rescate y la posterior venta de esos datos. También se está viendo más *malware* ("se está incrementando la frecuencia"), así como negligencias por parte de los empleados. Además, se pone mucho foco en las nuevas amenazas, como las surgidas por la computación cuántica o el *malware* creado por inteligencia artificial.

En el ámbito regulador hizo hincapié en las nuevas normativas que se están preparando, que incluyen mayores requisitos y sanciones a las que se exponen las compañías que no las cumplan. De hecho, quiso recordar que en la actualidad ya se le exige al propio Consejo de Administración estar pendiente de las medidas de ciberseguridad.

Es importante hacer una buena transferencia del riesgo, aunque no se disponga de conocimientos técnicos

A ello hay que añadir que las aseguradoras cada vez tienen más empeño en realizar una buena selección de riesgos, según Rafael Ortiz, lo que a su entender "redunda en beneficio de todos". De ahí que también se vaya revisando la información de la que se dispone de las empresas, porque los ciberriesgos evolucionan y las compañías deben implantar controles para evitarlos. "Las aseguradoras somos palanca de cambio para conseguir que las empresas sean más seguras", confirmó. No obstante, como aseguró, en seguridad el riesgo cero no existe, por lo que las compañías se basan en el concepto de seguridad en profundidad para prevenir o minimizar el ataque, con varias protecciones, como la verificación de autentificación, un antivirus avanzado, *backup* online en otra red y, fundamentalmente, la formación y concienciación, pues "el factor humano siempre es el punto más débil" y por donde más fácilmente pueden filtrarse los ciberdelincuentes.

Efectivamente, Rodríguez confirmó que el tema de concienciar al personal es fundamental, por lo que abogó, entre otras medidas, por llevar a cabo campañas *antiphising* dentro de la empresa. Y apuntó también la necesidad de desarrollar la gestión de parches para entornos críticos.

Además, como constató Ortiz, el de las ciberamenazas es un problema que afecta tanto a grandes empresas como a pymes. Y aunque las mayores cuentan con más recursos para hacerlas frente, las de menor tamaño tienen una mejor "ciberhigiene", al ser más sencilla su estructura. Esta creciente percepción del riesgo, provocada por el aumento

de incidentes, ha llevado a que las pólizas Cíber, que antes solo contrataban las grandes empresas, empiezan a solicitarlas también las pymes, ya que en su caso los ataques "pueden llevarse sus negocios por delante".

Donde el Regional Cyber Product Leader APAC & Europe en AXA XL aprecia un agujero es en la mediana empresa ("no han dado ese paso de transferencia"), mientras que la exposición de las grandes compañías es mayor (entre otros factores porque tienen más empleados), pero también son las que mejor tienen cuantificados los riesgos que contratan.

CÓMO TRANSFERIR RIESGOS

Tras el análisis de la situación actual de los riesgos cíber, se procedió a la presentación de la guía, que "se ha hecho para saber cómo transferir los riesgos", evidenció Belén Medina, Insurance Manager en Globalvia, de modo que las empresas sepan qué medidas preventivas necesitan, cómo monitorizar y detectar los riesgos, cómo recuperar los datos…

Juan Ramón Claver, Insurance Manager en Abertis, precisó que la guía cuenta con una fase 0, que consiste en meditar, antes de llevar a cabo ningún procedimiento de ciberseguridad, qué tipo de empresa se tiene, de qué medidas se dispone, en qué entorno opera, cómo quiere protegerse… ya que "cada vez más compañías tienen este tipo de incidentes".

Identificación, protección, detección, respuesta y recuperación son las cinco fases de actuación ante los riesgos cibernéticos

El documento se ha dividido en cinco grandes bloques por fases de actuación:

- **Identificación.** Lo primero que se ha de hacer es un inventario de archivos críticos para poder transferir los riesgos, priorizando recursos y determinando qué personas son las que tienen que actuar. Además, se añade una parte importante de gobernanza, de modo que toda esta información esté bien comunicada y los empleados perfectamente formados.
- **Protección.** "Debemos protegernos bien para mitigar los riesgos", recordó Claver al explicar el que se considera la fase más importante y extensa de la guía. Hay que establecer diferentes protocolos, como el control multifactor, la minimización de cuentas de servicios con privilegios de administrador, las copias de seguridad de todos los sistemas, junto a las encriptaciones, y el parcheado frecuente en las aplicaciones, priorizando su actualización.
- **Detección.** Para identificar la ocurrencia de un evento de seguridad cibernética y detectarlo a tiempo hay que monitorizar continuamente el flujo en la red, ya no solo de las actuaciones que lleven a cabo los empleados, sino también la de otros agentes con los que se trabaja, como los proveedores, ya que a través de sus sistemas se puede colar algún ataque.

beazley

Insurance. Just different.

Perspectiva

Es maravillosa.
Da igual por
donde lo mires

- **Respuesta.** Para responder correctamente cuando ocurre un incidente hay que utilizar dos herramientas de gran importancia: EDR, que es un software *antimalware* que se basa en reglas de comportamiento para detectar la ejecución de programas maliciosos en el sistema, actualizando entradas y salidas en la red y avisando para poder actuar al momento; y segmentación de redes, rompiendo enlaces entre las OT (tecnología operativa) y las IT (tecnología de la información) para contener el ataque.
- **Recuperación.** Lo importante para la empresa es volver a operar cuanto antes, para lo que se necesita un plan de continuidad, con copias online y offline. Ese plan debe estar probado y que cada persona sepa qué es lo que tiene que hacer. Para eso es esencial una comunicación individual previa.

Las nuevas normativas que se están preparando incluyen mayores requisitos y sanciones para las compañías que no las cumplan

EL VALOR DEL SEGURO

Como se explicó en la presentación, esta guía no solo pretende trasladar las distintas medidas recomendadas para gestionar y prevenir los incidentes cibernéticos, tanto a los gerentes de riesgos y seguros de las empresas como a todo el personal no técnico implicado en la mitigación de los riesgos cíber, sino que pretende hacer hincapié en que una buena transferencia de los riesgos ciber resulta esencial ya que, como manifestó Gayá, "el seguro puede salvar a la empresa". No obstante, como recalca la guía, las pólizas de seguro permiten disponer de servicios que ayudan a gestionar el siniestro, además de reducir o cancelar el impacto económico de este.

Pero sus connotaciones van más allá, ya que el cibernético es un riesgo sistémico, pues la caída de una red de una compañía importante puede afectar a muchas otras y a la población, especificó Carlos Rodríguez: "Las aseguradoras analizamos cuál sería el impacto para grandes eventos; hemos hecho los cálculos y resultaría devastador, sería un riesgo catastrófico", advirtió. Para esos casos, en los que el propio sector del seguro se vería sobrepasado, abogó por que se llevase a cabo una colaboración público-privada, al igual que existe con el Consorcio de Compensación de Seguros para otro tipo de siniestros de gran magnitud.

De ahí que Rafael Ortiz instase a las empresas a tener bien definidos cuáles son sus proveedores críticos, por su exposición al riesgo, ya que podría afectarles enormemente. No obstante, en un mercado asegurador cada vez más complejo y especializado, y en un ramo como Cíber, en el que la siniestralidad es elevada y la incertidumbre todavía muy alta, es muy importante realizar una apropiada gestión del riesgo en todos los ámbitos.

Aitana Prieto

MIC INSURANCE

Ayudamos

a sus clientes a CRECER en sus objetivos profesionales

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

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

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

www.micinsurance.net | T. 902 300 331

MIC INSURANCE COMPANY, S.A., inscrita en Francia en el "Registre des organismes d'assurance" con la clave ID Refassu 2260022. Autorizada para operar en España en régimen de derecho de establecimiento desde su sucursal, MIC Insurance Company, Sucursal en España (Clave E0248). Domicilio en C/ Aviación nº10 bajo derecha 41007 Sevilla. Seguros de Caución y Seguros de Construcción.

Jornada 'Corredores y Corredurías: ganar en eficiencia y rentabilidad'

El **VALOR DE VENTA** de las corredurías ha crecido un 40% en cinco años

En la jornada 'Corredores y Corredurías: ganar en eficiencia y rentabilidad' organizada por Inese, quedó patente el buen momento por el que atraviesan las corredurías. El conjunto de las 1.717 analizadas tuvieron un crecimiento del 5,12% en comisiones y del 5,34% en beneficios antes de impuestos. Estos datos explican, en parte, el furor de compra-venta que hay en la actualidad. En los últimos 5 años, el valor de la venta del conjunto de las corredurías analizadas ha crecido un 40%.

La inauguración de la jornada recayó en Susana Pérez, directora general de Inese, que señaló que se había organizado para hablar de la necesidad de que los corredores y corredurías "definan su plan estratégico pensando siempre en la eficiencia y rentabilidad del negocio".

A continuación, Francisco Betés, presidente de Imaf, presentó las principales conclusiones del informe 'Estado Económico-Financiero de las Corredurías Españolas. Edición 2023', elaborado por su institución, en colaboración con Inese, sobre los datos que aportan 1.717 corredurías en el Registro Mercantil y que suponen más del 90% de los ingresos por comisiones.

Los datos aportados hacen referencia a la información económica financiera del año 20-21, porque los de 2022 se entregan en julio. En el estudio no se tiene en cuenta las corredurías que pertenecen a bancos, solo las internacionales, las de grupos empresariales (como El Corte Inglés, Carrefour…) y las independientes. Dentro de las independientes, se hace una triple división: las que facturan más de un millón de euros de comisión; las que facturan entre 250.000 y un millón de euros de comisiones; y las que facturan entre 25.000 y 250.000 euros de comisiones.

Juan Manuel Blanco, Jorge Benítez, Francisco Vidal, Javier Gausí y Óscar Bustos.

Francisco Betés.

El crecimiento de las comisiones percibidas en conjunto de las 1.717 correduría analizadas creció un 5,12% y los beneficios antes de impuestos se incrementaron un 5,34%. Betés destacó el hecho de que "dentro de las independientes, las correduría más pequeñas decrecieron un 2,45%".

En los últimos 5 años, el total de las correduría analizadas han incrementado un 37,59% sus ingresos y un 49% sus beneficios. De esta evolución, Francisco Betés resalta el hecho de que "las correduría por internet han crecido un 168%, aunque es verdad que partían de cifras muy pequeñas".

En cuanto a los beneficios, en el último lustro, prácticamente todas están en el 50%, "menos las de internet, que incrementaron sus beneficios un 265% pero partían con prácticamente pérdidas los dos primeros años".

En los últimos 5 años, la productividad por empleado en las correduría ha pasado de 107.000 euros a 121.000 euros

CRECE LA PRODUCTIVIDAD POR EMPLEADO

El informe señala que, en los últimos 5 años, la productividad por empleado en las correduría ha pasado de 107.000 euros a 121.000 euros por empleado. Si se analizan solo las correduría independientes, se ve que hace cinco años la productividad estaba en 94.000 euros y ahora es de 108.000 euros de ingresos por empleado. Cantidad que sube hasta los 133.000 euros por empleado en las correduría de más de un millón de euros de facturación frente a los 115.000 euros por empleados de hace 5 años; para las que facturan entre 250.000 y un millón, la productividad por empleado se colocó en 92.000 euros frente a los 83.000 euros de hace 5 años; y en las de menos de 250.000 euros de facturación, se establece en 68.800 euros de productividad por empleado, frente a los 66.000 euros de 2016.

Los gastos de personal sobre el total de ingresos del conjunto de correduría suponen el 38%. Un porcentaje que varía entre las independientes de más de un millón que es el 31,65%; las mediana, con el 40%; y las pequeñas, con el 43%.

Sobre los ingresos por comisiones, el estudio señala que suponen el 16% de los beneficios antes de impuestos en las media de las correduría, con una mejora de un punto en el último año. Para las correduría independientes, la rentabilidad supone el 12,26%. Las que mejor ratio tienen son las intermedias (14%).

El presidente de Imaf no quiso terminar su intervención sin hacer referencia al precio de las correduría dado el furor de compra-venta que hay en este momento. Entre otras cosas, "se valora los ramos en los que trabajan (si son más estables o menos) y si en este momento

están creciendo o decreciendo". En los últimos 5 años, el valor de la venta del conjunto de las corredurías (1.717) "ha crecido un 40%. Pero las más pequeñas han perdido casi un 5% de valor en este lustro".

LOS RIESGOS DE LAS PYMES

'Riesgos en las pymes y los efectos en las corredurías', fue el título de la primera mesa redonda moderada por Juan Manuel Blanco, director Editorial de Inese, en la que participaron: Jorge Benítez, presidente de Aemes; Francisco Vidal, director de Economía y Políticas Sectoriales de Cepyme; Javier Gausí, CEO de Willis Network; y Óscar Bustos, gerente del Pool Español de Riesgos Medioambientales.

Durante la mesa redonda, se detallaron algunos de los riesgos que amenazan a las pymes. Entre ellos se encuentra, según Vidal, "el riesgo regulatorio que ahoga a la empresa (el año pasado se produjeron 1.189 normas en España). Se trata de un problema a nivel europeo, sobre todo, en el ámbito medioambiental o en el de la protección de datos. También es importante el riesgo de crédito, porque la deuda comercial no se está pagando a tiempo. Además, hay mayor riesgo por los ciberataques. A eso hay que unir que cada vez cuesta más encontrar trabajadores adecuados, lo que crea un riesgo operativo".

Gausí ahondó en la importancia que supone el riesgo financiero, que se divide en dos: "la inflación, porque reduce el margen y la productividad; y la subida de tipos de interés, porque afecta a toda la actividad en su conjunto y existe menos dinero para el consumo de la empresa". También destacó el ciberriesgo "porque el coste medio de un ataque para un pyme, es de 75.000 euros".

Lo que más preocupa entre las corredurías es: la rentabilidad, el envejecimiento excesivo y la atracción de talento

Benítez comentó que, en este momento, "lo que más preocupa en nuestro sector es la rentabilidad de las corredurías, el envejecimiento excesivo y atraer talento al sector". En su opinión, "hay que intentar convertir estos riesgos en oportunidades".

Por su parte, Bustos insistió en la falta de preocupación por los riesgos medioambientales. "Existen tres millones de pymes, de ellas, un millón pertenecen al sector industrial de las que solo 450 empresas tienen obligación de aseguramiento". El gerente del Pool Español de Riesgos Medioambientales cree que "desde el sector asegurador no hemos sabido transmitir esa necesidad de aseguramiento medioambiental".

FALTA DE ASEGURAMIENTO

Sobre el problema de aseguramiento, el director de Economía y Políticas Sectoriales de Cepyme indicó que, "la rentabilidad tan ajustada que existe en este momento, hace que los empresarios consideren al seguro como algo prescindible, aunque haya conciencia de aseguramiento. Si la rentabilidad fuera más holgada, se aseguraría más". Además, hay que tener en cuenta que "la normativa medioambiental también es compleja de entender".

El CEO de Willis Network explica que "la falta de aseguramiento (por el endurecimiento del mercado y la alta siniestralidad) en sectores como alimentación, sector químico y en el de reciclaje (en todas sus variantes), está llevando a que muchas empresas se estén auto asegurando. No todos los riesgos son malos. Hay que analizar-

José Luis Cendrero, José Antonio Otero, Álvaro Satrústegui y Miguel de las Morenas,

los para saber si hay que asegurarlos o no". Él cree que la solución es compleja y apunta como una posible solución la creación de un pool y que las empresas cumplan con todas las medidas de protección. A lo que el gerente del Pool Español de Riesgos Medioambientales responde que "los pooles surgen cuando hay un problema de aseguramiento, pero no cuando existe una gran siniestralidad. Desde todos los sectores implicados (seguros, empresas y Administración) somos reactivos, en lugar de proactivos".

El presidente de Aemes piensa que "hay que profesionalizar esos sectores y hacer entender a los clientes que tienen que tomar las medidas de protección necesarias". Sugiere la posibilidad de utilizar las ayudas ICO "para implementar las protecciones para conseguir seguros".

Desde Cepyme se pide al sector asegurador que acompañen a las empresas y que analicen los aspectos que se hayan podido olvidar y que sirvan para mejorar el riesgo. Algo que Gausí recuerda que "es lo que hacen los corredores".

Benítez aprovecha para solicitar que "desde las instituciones empresariales se transmita lo que es la mediación. No nos ven como sus asesores". Mientras que a las aseguradoras las reclama "más cintura con las empresas. No se puede pasar de asegurar todo a no asegurar nada".

El coste medio de un ataque de ciber para una pyme, es de 75.000 euros

EL FUTURO DE LA ESPECIALIZACIÓN

La segunda mesa redonda, bajo el título '¿Tengo futuro si me especializo en un tipo de negocio? Pros y contras', fue moderada por José Luis Cendrero, responsable de Comunicación Corporativa e Innovación de Inese, y contó con un corredor: Miguel de las Morenas, director general de Kalibo; y dos representantes de agencias de suscripción: Álvaro Satrústegui, CEO de Exsel Underwriting Agency y José Antonio Otero, director de Renovables Sur de Europa de RiskPoint. Los tres explicaron el tipo de negocio en el que se han especializado y las oportunidades que supone.

Miguel de las Morenas comentó que "el 25% de su facturación está en los seguros para mascotas". Sobre todo, destacó el negocio de la Asistencia en Viaje para perros, porque se está desarrollando mucho. Además, dijo que "pronto se verán seguros de Asistencia Sanitaria para perros y tendremos que elegir con qué empresas trabajaremos ese negocio porque, en este momento, la mayoría de las compañías no saben cómo hacerlo".

Álvaro Satrústegui resaltó "el incremento de solicitud de Ciber, que se ha multiplicado por tres, aunque todavía el nivel de penetración de Ciber en las pymes es muy bajo.". En su opinión, "para el corredor es una obligación tener este producto en su cartera". Pero como es un producto complejo, llamó la atención sobre "la necesidad de formarse en él" y que pierdan el miedo a la hora de venderlo.

José Antonio Otero indicó que "hay un gran potencial de crecimiento en el negocio de la energía renovable porque es un garante para tener precios bajos de energía y España es una potencia mundial". Pero para adentrarte

Federico Vidal.

Javier Goizueta.

Juan Betés.

Francesc Simón.

PLANES DE NEGOCIO PREMIADOS

A lo largo de la jornada hubo espacio para que 4 Premios Gema de este año contaran el plan de negocio de las corredurías en las que trabajan: Federico Vidal, explicó que, en estos momentos, están en "proceso de integración de otra correduría, que nos llevará a facturar más de 6 millones de euros, contar con más de 70 personas en plantilla y más de 200.000 euros de beneficio en 2022".

Una seña de identidad de MutuaRisk es que no vende ramos con poco beneficio y mucha carga administrativa. Aunque son generalistas, cuentan con líneas de especialización. Vidal está convencido de que "al cliente hay que darle un trato individualizado, con estrategia de retención y un equipo comercial experimentado".

Javier Goizueta, líder de Corporate España y de Private Equity and M&A en Marsh, comentó que la empresa está muy enfocada al negocio industrial y, aunque tiene presencia global, cuenta con un fuerte arraigo local porque conjuga las dos cosas.

En estos momentos, tiene una productividad de 260.000 euros de ingresos por empleado. "Algo que se consigue con la retención de buenos empleados", afirma Goizueta. Además, realizan alianzas con brókeres para ayudarles "a colocar los negocios más complejos".

Juan Betés, CEO de PuntoSeguro, reconoció que "nos adelantáramos a nuestro tiempo en lo de distribuir seguros de Vida por internet" porque desde 2001 (año en el que surge la empresa) hasta 2007 no hubo apenas ventas. Ahora están en 1,5 millones de euros de comisiones, con una rentabilidad de 200.000 euros por empleado. Entre su política de empresa está la de "cobrar la misma comisión de todas las aseguradoras, para preservar nuestra independencia. Nos interesa cuidar a nuestros clientes de cartera y los fidelizamos. Pero les ponemos muy fácil el que se vayan si quieren hacerlo porque eso, a largo plazo, es rentable por la imagen que das".

PuntoSeguro cuenta con su propia aplicación en la que se pone retos a los clientes y se les da descuentos o se ingresa dinero a la ONG que decidan, si cumplen los retos personales o colectivos. Así hemos pasado de un seguro que no se utiliza, a otro que se utiliza todos los días y eso mejora los momentos de contacto. Para mejorar sus ventas, ahora están optando más por acuerdos con *partners* que por la publicidad en Google que ha pasado de 1/3 del presupuesto a 1/6.

Francesc Simón, director técnico en Simon&Simon, dijo que, en 2022, "administramos 3 millones de euros en primas". Reconoce "no tener especial músculo comercial porque tienen un perfil más técnico" y por ahí viene su crecimiento.

En su opinión, "las corredurías pymes tenemos futuro siempre que aportemos valor". Para Simón, "es importante la colaboración entre nosotros para subsistir".

en ella, hay que saber navegar con los cambios legislativos que se producen. Aunque Otero reconoce que las leyes "ahora están a favor del desarrollo de este tipo de energía". Se va a desarrollar mucho el almacenamiento y por eso, para el corredor, "es interesante la especialización y formación en este sector, que está creciendo tanto".

Francisco Betés, Javier López-Linares, José Antonio Vargas, Fernando Claro y Gabriel Cereto.

LAS COMPRAS COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIO

La última mesa redonda de la jornada trató sobre 'Las compras como estrategia de desarrollo en el mercado'. Moderada por Francisco Betés, contó con la participación de Javier López-Linares, CEO de Grupo Concentra; José Antonio Vargas, consejero delegado de Summa Insurance; Fernando Claro, CEO de BMS Iberia; y Gabriel Cereto, Managing Director de Confide.

En opinión de Gabriel Cereto, en este momento, "el mercado está espectacular porque históricamente el mercado de la mediación ha sido resiliente. Ahora, alrededor de 200 o 300 entidades se integran o fusionan para ser más eficientes". Fernando Claro señala que "donde más operaciones se están produciendo es en España, Australia y Latinoamérica".

El mercado se ha consolidado y, cuando está maduro, "las grandes cada vez son más grandes y las pequeñas, más pequeñas", dice José Antonio Vargas. A lo que Betés ratifica "se ha pasado del 20-80 al 10-90. Es decir, el 10% de las correduría tienen el 90% del negocio".

La compra de una correduría mediana está ente 6,5 y 8 veces el Ebitda

Desde BMS Iberia, se quiere "empresas completamente especializadas o, al menos, en una parte. Para nosotros es más importante la especialización que el volumen".

Por su parte, en Confide se busca "buena gente, porque los directivos de las correduría adquiridas se incorporan como socios. No nos importa tanto el volumen, como la complementariedad de nichos y procesos".

En Summa Insurance piden que "los corredores quieran escalar su negocio. Que tengan visión de negocio, pero no cuenten con recursos. Se queda desarrollando su visión de negocio como un directivo de la correduría, con acciones de compañía en Estados Unidos".

Sobre el precio de venta que se está barajando en este momento, Fernando Claro dijo que "los precios son relativos. Si encuentras el socio ideal, estás dispuesto a pagar más".

Gabriel Cereto comenta que "el elemento dinero no es lo más importante. Se lleva la operación quien respeta más la cartera y los empleados".

Javier López-Linares afirma que "la compra de una correduría mediana estaría ente 6,5 y 8 veces el Ebitda (el valor que resulta del beneficio antes de intereses, depreciaciones, impuestos y amortizaciones)".

Todas las empresas presentes en la mesa redonda apuestan por la integración, aunque en algunos casos se mantenga el nombre de la correduría.

Carmen Peña
Fotos: Inese | Pablo Blázquez

XXVI Foro de Gestión de Corredurías

La IA ayudará a la empresa, pero no sustituirá a los humanos

Martín Navaz.

Adecose celebró, a primeros de junio, su XXVI Foro de Gestión de Corredurías, en el que se trató el tema de la ciberseguridad, la inteligencia artificial y la digitalización. Entre otras cosas, se dio a conocer la revolución que supondrá la IA en las empresas, pero nunca podrá sustituir a los humanos en su capacidad para solucionar problemas complejos a futuro y empatizar con los demás.

En esta ocasión, el Foro estuvo amenizado por un 'asistente virtual', a través de una tecnología holográfica, con el que Adecose quiso mostrar uno de los avances que existen en las telecomunicaciones.

Tras la presentación del acto por parte de Martín Navaz, presidente de Adecose, comenzó la primera mesa redonda, que estuvo moderada por Julio de Santos, vicepresidente de Adecose y contó con Juan Delfín, responsable del Sector Estratégico Financiero y TIC de Incibe (Instituto Nacional de Ciberseguridad); Samuel de Tomás, responsable del Área de Detect & Respond de Deloitte Cyber; y Rosa Ortuño, Ciber Security Expert & Compliance IT y CEO de OptimumTIC.

Delfín explicó que, en 2022, en Incibe se han canalizado118.820 incidentes de seguridad relacionados, en su mayoría, con fraudes bancarios online (28,26%), el

Rosa Ortuño.

Juan Delfín.

Ana Jimenez.

43,52% fue causado por un sistema vulnerable y el 12,5% fue malware.

Se roban los números de tarjetas bancarias atacando a la web de alguna tienda con venta online y luego se venden esos números de tarjeta en la 'Dark web' y otros los utilizan para hacer pequeñas transacciones fraudulentas. En muchos casos los ataques vienen por email. Por eso," es importante trabajar en la concienciación a los empleados", dijo Juan Delfín.

Entre las amenazas más habituales están: *ransomware* ; *Phishing*, *smishing*, *vishing spear* (se basan en el engaño a través de correos electrónicos o mensajes falsos que parecen legítimos, para robar información confidencial, como contraseñas o datos financieros); Ataques de denegación de servicio (DDoS), que intenta sobrecargar un servidor, servicio en línea o red con un gran volumen de tráfico malicioso; y Brechas de datos (datos que se ven comprometidos, ya sea debido a ataques cibernéticos, errores de seguridad, vulnerabilidades en sistemas o falta de protección de datos). Delfín recordó que Incibe presta un servicio gratuito para las empresa que tengan ataques.

Samuel de Tomás ejemplificó uno de los más comunes, conocido como el *ransomware* de doble extorsión, "mediante estos ataques los ciberdelicuentes cifran la información para bloquearla y solicitar rescates a cambio, amenazando con vender la información a otras empresas o simplemente divulgarla".

De Tomás explicó que existe un *ransomware as a service* que consiste en que un equipo de ciberdelincuentes se dedica a ir colocando virus y los datos que roban se los vende a una banda de afiliados para que sean ellos los que extorsionen.

La IA puede ser efectiva en las empresas en la interacción con clientes, en la evaluación del riesgo y la detección de fraude

Una vez que tienes el problema, el representante de Deloitte comenta que "hay empresas que se dedican a ayudarte a pagar el rescate. Para ello, es necesario saber quién es el afiliado real. Si está buscado por el FBI, no puedes hacer negocio con ellos porque si pagas, el FBI irá a por ti".

Samuel de Tomás llamó la atención sobre el hecho de que se están haciendo ataques en el móvil suplantando la voz del dueño.

LOS 6 CIBERATAQUES MÁS COMUNES

Por su parte, Rosa Ortuño destacó que España ocupa el tercer puesto dentro del ranking de países más atacados del mundo porque tiene un volumen muy alto de dispositivos.

Señaló que los 6 ciberataques más comunes de 2023 fueron: *malware*, *ransomware*, *phishing*, técnicas que se sirven de redes domésticas, inteligencia artificial (IA) y '*deepfakes*'.

El *phishing* se basa en la ingeniería social y el correo electrónico no es el único medio por el que los ciberdelincuentes intentan acceder a las organizaciones. Las denuncias de *phishing* mediante mensajes SMS o de texto (*smishing*), *phishing* de voz (*vishing*) o ataques lanzados desde redes sociales se incrementaron en más de un 20% y la denuncias de ataques mediante dispositivos USB aumentaron más de un 15%.

Ortuño explicó las medidas técnicas, organizativas y legales que deben implementar las corredurías ante

casos de ciberataques, para mitigar sus efectos negativos. Entre las consecuencias que se producen tras un ataque, destacó: pérdida de prestigio de la marca; pérdida de confianza de su entorno; se tiene en cuenta a la hora de escoger proveedor; indisponibilidad de ofrecer el servicio en condiciones normales; pérdida de datos e información acerca de las operaciones en curso; fuga de clientes; sanciones derivadas del incumplimiento de normativas de protección de datos; incumplimiento de contratos con clientes/proveedores; posibles pleitos por daños a terceros; depreciación de los activos de la empresa; pérdida de confianza de proveedores/financiadores; y dificultad para entrar en mercados.

Ortuño llamó la atención sobre la utilización del wifi libre y el robot de casa, que puede ser un atacante.

Pedro Castaño y David Salinas.

Pedro Castaño y David Salinas.

España ocupa el tercer puesto en el ranking de países más ciberatacados del mundo porque tiene un volumen muy alto de dispositivos

LA REVOLUCIÓN DE LAS EMPRESAS TRAS LA IA

Posteriormente, tuvo lugar una ponencia sobre Inteligencia Artificial Generativa que contó con la intervención de Ana Jiménez, líder del Área de Servicios Web de Amazon Iberia, que dio a conocer la revolución que supondrá la IA en las empresas, pero nunca podrá sustituir a los humanos en su capacidad para solucionar problemas complejos a futuro y empatizar con los demás. "La IA parece magia, pero no lo es. Es matemáticas. Sus pilares son tecnología, data y algoritmos".

Jiménez explicó que existen dos tipos de datos: el estructurado, compuesto básicamente por números y representan el 20% de la información que manejan las empresas; y el no estructurado, integrado por todo lo que no son números (textos, imagen, documentos…) y suponen el 80% restante.

La inteligencia artificial está compuesta por: *machine learnig*, que se nutre de datos estructurados; *Deep learnig*, que también se nutre de datos estructurados, pero de forma más compleja (es capaz de encontrar anomalía en datos complejos); *Computer vision* para analizar videos e imagen; y *Natural Language Processing* que procesa el lenguaje natural, todo lo que tiene que ver con la voz.

La IA puede ser muy efectiva en las empresas: en la interacción con clientes empleando chat (aunque los humanos tienen que controlar lo que hace la IA); en la evaluación del riesgo y detección de fraude…

Entre los retos a los que se enfrenta la IA está la falta de ingenieros de datos que sean capaces de analizarlos; hay falta de datos; existen sesgos en los algoritmos…

Jiménez comentó que la IA está creando mucha alarma social. "Es una tecnología que lo va a cambiar todo". Sin embargo, resaltó que "es capaz de analizar el pasado, pero no mira el futuro". Aún está pendiente su regulación: en la Unión Europea y en Canadá son los más duros en legislación, pero aún no existe; en Estados Unidos y Reino Unido se regulará los impactos; y en China se espera una regulación más light.

PROYECTO DE DIGITALIZACIÓN DE CORREDURÍAS

Por su parte, Pedro Castaño, managing director de Advisory Experts, ilustró los avances del proyecto de digitalización de corredurías que se lleva a cabo desde esta empresa, en el que han participado más de 100

socios de Adecose para crear un ecosistema digital de herramientas de Inteligencia Artificial, sistemas de gestión, marketing digital, entre otros.

La situación de partida de los socios de Adecose, según las respuestas de 265 socios (el 70%) era: un 67% de ellos trabajaban con ERP; el 65% estaban en Eiac; el 56% en Cima; el 18% tenían omnicanalidad; el 16% hacía uso de Data; el 12% ciberseguridad, aunque es algo que todos lo tienen en mente; el 11% usan bots; y el 9%, inteligencia artificial, que en opinión de Castaño "es una buena cifra".

Indicó que para los socios de Adecose, es muy importante la captación de clientes y mantenerlos. Para ello, la digitalización puede ayudar a hacer campañas más certeras y más selectivas, porque se conoce mejor al cliente. Además, la IA puede ayudar a predecir los abandonos y ayuda a realizar venta cruzada.

La correduría digital en los próximos años contará, según el managing director de Advisory Experts, con ERP (sistema de gestión) que es lo más importante y está en el centro, que conecta la omnicanalidad/ CRM/ marketing digital (que es importante) con EIAC y Cima (importante también). Y a la vez, conectado con el ERP, estará el Data (venta cruzada), la IA (proactividad, personalización…) y los bots (robotización) y otras soluciones (blockchain, ciberseguridad…).

La digitalización ayudará a hacer campañas más certeras y selectivas, porque se conoce mejor al cliente

CIMA ES LA ENVIDIA EN EUROPA

Adecose destacó el proceso de transformación digital en el que se encuentra inmerso el sector asegurador mediante iniciativas sectoriales, como la Plataforma Cima, o impulsadas por la asociación. En este sentido, Rosa de Oña, presidenta de Cima, ha anunciado los avances de esta plataforma, en la que están 1.246 corredores. Según David Salinas, tesorero de Adecose, "el 84% de los corredores de Adecose se encuentran ya en Cima".

De Oña hizo referencia a los cuatro proyectos actuales: firma digital, bidireccionalidad, calidad y cantidad del dato en los ERP y desconexión de los ficheros propios de las aseguradoras a favor de los ficheros a través de Eiac (estos ya disponen de más información que los propios de las compañías).

Sobre la firma digital dijo que "los mediadores podrán incluir los datos del cliente, si no quieren compartirlos con las aseguradoras. Se está integrando todo en la ERP y será un proceso automatizado, para no tener que revisarlo, los corredores solo controlarán los casos importantes". El proceso de firma digital ahora está en procesos piloto en Zurich, Allianz y Fiatc y para finales de año se espera que estará integrado en todas las compañías o, al menos, en las 10 aseguradoras que están en la Comisión Cima, que tienen más del 70% de negocio.

Mirenchu del Valle y Martín Navaz.

La bidireccionalidad se irá logrando poco a poco. Se comenzará con los recibos y se espera que, para finales de 2024, estén también los siniestros y las pólizas. La bidireccionalidad de los recibos está en piloto en 6 compañías y previsiblemente en septiembre se comenzará y para finales de año, esté completamente implementada.

Ya se está trabajando en la versión 7 de

6.000 EUROS PARA LA FUNDACIÓN AMIGOS DE LOS MAYORES

Tras el Foro, como es tradicional, tuvo lugar la Cena Anual Adecose 2023, a la que acudieron más de 400 asistentes por parte de aseguradoras, corredurías de seguros e instituciones del sector. Durante la gala, se hizo entrega del Premio Solidario Fundación Adecose 2023 a la Fundación Amigos de los Mayores.
Con este galardón, que va acompañado de 6.000 euros, Fundación Adecose ha reconocido la labor solidaria de esta organización que lucha, desde 1987, contra la soledad no deseada y el aislamiento social al que están expuestas millones de personas mayores mediante programas de voluntariado que fomentan la sensibilización de la ciudadanía para poner remedio a la exclusión social.

Eiac para lo que se están analizando, de la mano de las tecnológicas, las funcionalidades de la versión 06 para aprovecharlas al máximo y mejorar la calidad del dato. Se espera su implementación entre 2024 y 2025.

Martín Navaz, no quiso dejar pasar el momento para comentar que "Cima es la envidia en Europa".

Los cuatro proyectos actuales de Cima son: firma digital, bidireccionalidad, calidad y cantidad del dato en los ERP y desconexión de los ficheros propios de las aseguradoras

UNESPA PIDE NORMATIVA Y SUPERVISIÓN DE CALIDAD

La última intervención fue la de Mirenchu del Valle, presidenta de Unespa, que aseguró que desde las patronal están dispuestos a "mantener la línea de colaboración que se ha tenido durante años".

Del Valle detalló los retos a los que nos enfrentamos: "la normativa, pues somos un sector profusamente regulado". Pidió una normativa y una supervisión de calidad. "Crece el número de proyectos normativos y baja la calidad de estos porque no se incorporan la especialidad de los seguros dentro de los financieros". Sobre el supervisor comentó que "nos merecemos que sea independiente y especializado. No puede depender del ministerio de Economía. Debe tener los medios económicos y humanos, como tiene la banca o el mercado de Valores o la mayoría de países de Europa". En Unespa están convencidos de que el supervisor "nos resta competitividad en un sector asegurador de primer nivel como el nuestro".

Otro reto importante es "transmitir el papel crucial que juega el Seguro en la creación de valor, en el desarrollo del emprendimiento y en la protección del patrimonio y de la familia. Una economía más asegurada, deriva en una sociedad más justa".

En este sentido, llamó la atención por el déficit que existe "en el seguro de Vida, en donde no estamos al nivel del resto de países europeos, siendo el quinto mercado de la UE". En Hogar, por ejemplo, aunque es un ramo muy extendido en España "existe un gap de casi un millón de euros que no está asegurado y hay que trabajar para reducir esa cifra".

El derecho al olvido oncológico es otro de los retos que "tendremos que atender en el futuro". Para hacerlo adecuadamente, "se requiere de un diálogo abierto con las asociaciones de cáncer".

También se quiere implementar el número de mujeres en los puestos directivos hasta llegar a conseguir que el 40% de los altos cargos esté ocupado por las mujeres.

Este verano
te mereces
un buen viaje
Lo nuestro es
despreocuparte
ARAG
Seguro de viajes
Para más información:
Consulta a tu mediador
93 485 89 05 - 91 599 82 87 | www.ARAG.es

DISTRIBUCIÓN Digital de Seguros de Empresas

Ángel Macho, responsable de Estrategia e Innovación de Berkley Europe

La distribución digital de seguros, hasta hace poco concentrada en los seguros personales y masa, está cada vez más presente en los seguros profesionales y de empresa, impulsada por los nuevos riesgos y los cambios en las demandas y necesidades empresariales. A medida que las empresas se enfrentan a desafíos cada vez más complejos y cambiantes, han surgido nuevas expectativas en cuanto a la adquisición de seguros, buscando soluciones personalizadas, ágiles y adaptadas a sus necesidades específicas.

Las nuevas tecnologías e innovaciones tecnológicas están permitiendo a las empresas el acceso a un ecosistema digital dinámico y transparente en el que la oferta aseguradora se convierte en una pieza más de la propuesta de valor de plataformas, comparadores y otras fórmulas de relación digital con los clientes.

La recopilación y análisis de datos que estos ecosistemas proporcionan, y que van más allá de los datos que se han utilizado tradicionalmente para la tarificación de los seguros, permiten a estos ecosistemas y a las aseguradoras que colaboren con ellos, comprender mejor los riesgos a los que se enfrentan las empresas, ofreciendo una personalización diferencial, antes impensable, que brinda a las empresas la tranquilidad de saber que están protegidas frente a los riesgos de su actividad.

Y no solo estamos hablando de experiencias digitales en la contratación del seguro, la demanda de una experiencia de cliente digital cada vez es mayor y es uno de los puntos de mayor valor percibido por parte de los clientes, empresas y profesionales incluidos.

En este escenario de cambio acelerado, y la creación de nuevos ecosistemas de negocio, la colaboración de las aseguradoras con otras entidades que permitan mejorar

su propuesta de valor a los clientes se convierte en un tema estratégico. Además, esta colaboración no es solo beneficiosa para la aseguradora, sino que la otra entidad (insurtechs, start up o entidades de otro tipo) se benefician de la experiencia y conocimiento del mercado asegurador, recursos, procesos y cumplimiento normativo que tienen las entidades aseguradoras.

COLABORACIÓN Y MENTE ABIERTA

En Berkley España, como empresa que apuesta por la innovación, tenemos muy claro que tenemos que tener nuestra mente abierta y un sistema claro de colaboración y las alianzas con brokers e insurtech para la distribución digital de seguros de empresas, siempre alineada con nuestro enfoque estratégico y los siguientes pilares:

- La propuesta está enfocada a empresas y profesionales.
- Con el foco fundamentalmente en los riesgos profesionales y de la actividad.
- Que proporcione una solución o una ventaja "real" a los clientes (no todo es tecnología).
- Que sea sostenible en el tiempo (no una solución táctica a un problema a corto plazo).
- Que sea escalable.

Berkley España apuesta por alianzas y colaboraciones con brokers e Insurtech como fórmula de éxito

Si una insurtech, bróker o startup tiene un proyecto que se ajuste a estos parámetros, Berkley España ofrece un ecosistema de colaboración a través de su equipo de innovación, aportando un análisis del caso de uso con recomendaciones para hacer el proyecto viable, una metodología de desarrollo de la oportunidad que permite un *time to market* reducido y una estabilidad en la colaboración, basando en un *partnership* mutuo y no solo en una colaboración oportunista.

Si estás pensando en disrumpir el negocio de los seguros de empresas o quieres ser parte de un ecosistema que trabaja en la transformación de este sector, en Berkley España tienes un equipo a tu disposición para hacerlo posible, ponte en contacto con nosotros en innovacion@wrberkley.com y hablamos.

Carlos Montesinos,
director general de España
de CGPA Europe

MARCO LEGAL, ¿una piedra en el camino o un aliado en la gestión?

La LCS tiene una clara inspiración garantista en favor del consumidor de seguros y esa sigue siendo la cuestión que inspira el resto de normas que surgen posteriormente. Como es habitual, el legislador, para garantizar el cumplimiento de lo legislado, prevé un marco duro de sanciones que debe de ser tenido muy en cuenta ya que, en casos extremos, su aplicación puede llevar al traste la actividad del mediador profesional.

Seguramente esta cuestión ha ocupado muchas horas de reflexión en nuestro sector y ello es lógico pues ni mucho menos es una cuestión menor.

La tendencia generalizada de los legisladores en proteger al consumidor es el origen de buena parte de las últimas novedades legislativas, tal vez sería más adecuado remontarnos a décadas anteriores —y, por lo tanto, no podríamos calificarlo como novedad— pues nuestra bien valorada y respetada Ley de Contrato del Seguro (LCS) ya tiene su origen precisamente en esa lógica tendencia que los poderes públicos tienen para proteger a la parte que entienden más débil en esta transacción mercantil entre un especialista (la aseguradora), y un consumidor (el tomador/asegurado), al que se le supone desconocimiento total de las características y dinámicas de las coberturas de los riesgos y que le convierte, por tanto, en la parte débil del contrato, al que debe de protegerse.

Cada cual tendrá su particular opinión al respecto de lo afirmado anteriormente, pero tengo para mí que gastar tiempo en discutir lo acertado o no del criterio del legislador, es un ejercicio baldío que conduce indefectiblemente a un camino sin salida.

Toca, por lo tanto, partir de la situación real, tanto en su naturaleza como en las disposiciones legales que configuran la misma. Y, en base a ello, tratar de dar respuesta a la cuestión planteada que da título a este artículo.

Sin duda el devenir de este marco en nuestro sector, siempre en líneas generales, viene marcado cronológicamente por los siguientes hitos: o la Ley de Contrato de Seguro; o la Ley de Me-

diación de Seguros de 2006; o el Real Decreto Ley 3/2020, por el que se transpone la Directiva Europea de Distribución de Seguros; o el Defensor del cliente financiero, de nuevo paralizado por la disolución de las Cortes.

Dejo intencionadamente al margen, para no extenderme más, otras normas importantes tal como la protección de datos o el blanqueo de capitales.

LEYES DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO

Ante un marco legal uno puede posicionarse a favor o en contra del mismo. Eso es un ejercicio de libertad individual incuestionable y, por lo tanto, nada se puede objetar al respecto y es perfectamente aceptable. Lo que no es en modo alguno aceptable es el incumplimiento de las leyes llevados simplemente por no compartir lo que en ellas se regula pues, como tales, leyes son de obligado cumplimiento.

Como ya apuntaba anteriormente, a estas alturas del siglo XXI creo que nadie duda de la enorme aportación que supuso la entrada en vigor de la LCS y prueba de ello es su longevidad y buena salud.

Tenía y tiene la LCS una clara inspiración garantista en favor del consumidor de seguros y esa sigue siendo, nos guste más o menos, la cuestión que ha seguido inspirando el resto de normas anteriormente señaladas.

Las siguientes disposiciones, al estar centradas en normas de procedimiento profesional, tienen consecuencias directas en caso de incumplimiento y, por lo tanto, es incuestionable su acatamiento y respeto.

Las disposiciones centradas en normas de procedimiento profesional tienen consecuencias directas en caso de incumplimiento

Como es habitual, el legislador, para garantizar el cumplimiento de lo legislado, prevé un marco duro de sanciones que debe de ser tenido muy en cuenta ya que, en casos extremos, su aplicación puede llevar al traste la actividad del mediador profesional.

Mientras esa piedra en el camino se elimina o minimiza, eso siempre es complejo y lento, no cabe otra opción que no sea el más estricto cumplimiento del marco legal.

Aplicar con rigor y protocolizar el cumplimiento de cuanto se establece en las normas mencionadas nos pondrá en situación, tanto de cumplir estrictamente con lo dispuesto legalmente, como a convertir su aplicación en un eficaz aliado en la gestión del mediador profesional.

Luchando juntos en la cruzada por la **DIGITALIZACIÓN**

La digitalización es un proceso fundamental para la empresa. Tiene impacto directo en la productividad y en la mejora de las condiciones de trabajo y, como consecuencia, clientes más satisfechos porque se cubren sus necesidades más rápido y se sienten mejor atendidos. Se trata, por tanto, no sólo de incorporar nuevas herramientas de trabajo, sino de hacerlo de forma que se fortalezcan los lazos entre los clientes y los corredores.

Pese a que se lleva ya varios años hablando de digitalización, lo cierto es que todavía se trata de una de las cuentas pendientes que tiene el sector asegurador español. Ciertamente, hemos visto grandes revoluciones en determinados aspectos, como en la forma en la que se tratan los datos o cómo se están transformando los canales de mediación, pero también tenemos que ser conscientes de que no todos los integrantes del sector han evolucionado al mismo ritmo, algo que es necesario solventar. En este punto, parece que existe una ruptura entre el progreso de la digitalización de las aseguradoras y el del canal mediador que, por diversos motivos, tiene más dificultades para acometer estos cambios.

Sin embargo, es necesario comprender que la digitalización es un proceso que no solo es importante, sino fundamental. Por un lado, ofrece una serie de ventajas que tienen un impacto directo en la productividad y en la mejora de las condiciones de trabajo, pero que también tienen como consecuencia clientes más satisfechos, ya que se atienden sus necesidades más rápido y se sienten mejor atendidos. Se trata, por tanto, no sólo de incorporar nuevas herramientas de trabajo, sino de hacerlo de forma que se fortalezcan los lazos entre los clientes y los corredores.

AFRONTAR LAS NUEVAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES

En Hiscox tenemos muy presente esta necesidad de digitalización y somos conscientes de que las barre-

Sólo mediante la digitalización podremos afrontar un futuro cada vez más cambiante, que nos exige ser competitivos y más eficientes

ras existentes para adoptar los cambios necesarios convierten la digitalización, más que en un proceso, en una conquista: en una cruzada.

Es necesario poner los medios para que suceda, y creemos que las aseguradoras debemos contribuir con el papel de guías. Así, 'Hiscox On Tour' nace con el espíritu de ayudar al sector mediador, facilitando las herramientas necesarias y ofreciendo la asesoría de nuestros expertos, a fin de crear una respuesta transversal y conjunta que nos permita afrontar, como un sector unido, las nuevas necesidades de los clientes. Un recorrido por las principales ciudades de España, ya que entendemos que la digitalización no entiende de regiones ni de fronteras y que es necesario llevarla a todas partes.

Así, sólo mediante la digitalización, podremos afrontar un futuro cada vez más cambiante que nos exige a todos ser competitivos y más eficientes. Desde nuestra posición como aseguradora internacional tenemos la suerte de contar no solo con recursos, sino con un equipo de innovación y de desarrollo tecnológico. Nuestro deseo es poder compartir todos estos activos con nuestros corredores. De esta manera, podremos estrechar lazos y afrontar los futuros desafíos todos juntos, con la certeza de que nuestros colaboradores obtienen el máximo rendimiento de sus negocios y son plenamente competitivos en el mercado. Al final del día, si a ellos les va bien, a nosotros también.

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

Un verano **SIN SOBRESALTOS**

En los últimos tiempos, hemos sido testigos de un notable aumento en el número de personas que planifican sus merecidas vacaciones. De acuerdo con los datos más recientes, se ha registrado un incremento del 82% en los planes de viaje en España. Los ciudadanos han demostrado una mayor disposición a disfrutar de momentos de descanso y aventura. Eso es una excelente noticia para el sector asegurador porque el 55% de ellos han mostrado su intención a comprar un seguro. Algo que no debe pasar inadvertido para los corredores.

Raquel Sánchez Prieto, Head Mkt & Product Development Travel de Europ Assistance

El aumento en los planes de vacaciones no es la única estadística interesante, también ha habido un notable incremento en el presupuesto destinado a estas escapadas. Según las estimaciones, el gasto promedio por persona se ha incrementado a 1.683 euros. Esto demuestra un deseo claro de aprovechar al máximo las vacaciones y disfrutar de experiencias únicas y memorables.

Además, los españoles han decidido prolongar la duración de sus vacaciones. En promedio, ahora optan por una estadía de 1.9 semanas, lo cual les permite sumergirse más profundamente en la cultura y la belleza de los destinos elegidos.

Esta tendencia refleja un cambio en la mentalidad de las personas, quienes cada vez más valoran el tiempo de calidad y buscan desconectar por completo de sus rutinas diarias.

No solo la duración de las vacaciones ha experimentado un cambio, sino que también ha habido un aumento significativo en las reservas (un 30% más), que evidencia la confianza renovada de los viajeros en la industria turística. Este incremento demuestra que la pasión por viajar sigue ardiendo en los corazones de los españoles, y están ansiosos por explorar nuevos horizontes.

Dentro de los destinos preferidos, los lugares costeros continúan ocupando un lugar destacado. Las playas y el encanto del mar siguen siendo irresistibles para muchos. Sin embargo, ha habido un crecimiento notable en los destinos de ciudad. Cada vez más personas optan por explorar la arquitectura, la historia y la cultura que ofrecen las ciudades, creando así una mayor diversidad en las opciones de viaje.

MAYOR PROTECCIÓN EN EL EXTRANJERO

Es interesante notar que, en consonancia con el deseo de viajar al extranjero, ha habido un incremento en la intención de adquirir seguros de Viaje. La conciencia sobre los posibles contratiempos en el extranjero ha llevado a los viajeros a tomar precauciones adicionales.

Esto refleja una mayor responsabilidad y preocupación por la seguridad personal y el bienestar durante los viajes. Además, los seguros más contratados a la hora de planear un viaje al extranjero son, sin lugar a dudas, la cobertura de gastos médicos y hospitalización de urgencia, ya que cabe destacar que mundialmente siguen recuperándose múltiples países de las secuelas que trajo consigo el Covid. Por este motivo, se ha incrementado considerablemente la intención de compra por parte de los españoles para estar protegidos ante cualquier imprevisto que les pueda suceder en el extranjero o incluso en el propio país de origen.

Sin embargo, a pesar del aumento en la demanda de viajar al extranjero, también es importante reconocer las maravillas que ofrece nuestro propio país. España cuenta con una riqueza de destinos impresionantes que no deben pasarse por alto. Es por eso por lo que se mantiene elevado el porcentaje de españoles que deciden vacacionar dentro del propio país, aunque por otro lado crecen los destinos al extranjero.

En consonancia con el deseo de viajar al extranjero, ha habido un incremento en la intención de adquirir seguros de Viaje

Los transportes, como los aviones han disparado su uso por parte de los españoles por el gran incremento de los viajes al extranjero, y ha disminuido en menor medida el uso del coche privado. Los destinos más demandados o favoritos de los españoles son, sobre todo, Italia, Francia o Portugal, es decir, países vecinos.

En conclusión, estamos presenciando un cambio alentador en las tendencias de vacaciones en España. El aumento del 82% en los planes de viaje, el incremento en el presupuesto promedio, la prolongación de las vacaciones y el aumento en las reservas demuestran una reactivación por las ganas de viajar.

Con estos datos en la mano podríamos afirmar que los españoles estamos locos por viajar, llamando especialmente la atención que junto a los italianos seamos los que mostremos mayor entusiasmo por las vacaciones este año, siendo capaces de normalizar todos los imprevistos que hemos sufrido en los últimos años.

ESTE VERANO
Te recomendamos
VACACIONESTERAPIA
SIN
IMPREVISTOS

Contrata tu seguro de viaje

europ assistance
you live we care

FORMACIÓN, una pieza clave en el plan estratégico para la mediación

Amaya Caballero, responsable de estrategia, desarrollo y planificación de canales propios de Aegon

El pasado año, Aegon reforzó su apuesta por los corredores a través de la elaboración de un nuevo plan estratégico exclusivo en el que la formación adquiere una dimensión más que significativa. Al igual que el mediador está cerca del cliente, la aseguradora quiere acompañar a su red de venta mediada.

En un mundo globalizado que avanza en términos de digitalización a un ritmo vertiginoso, donde cada día se realizan nuevos descubrimientos y progresos en todo tipo de materias, se convierte en esencial formarse durante toda nuestra trayectoria profesional. Si queremos disponer de los conocimientos más actualizados y completos, no solo aquellos propiciados por sectores como el tecnológico, y no quedarnos rezagados respecto al mercado, debemos concebir nuestro aprendizaje como un proceso continuo a lo largo de nuestra vida.

Si trasladamos este no tan reciente paradigma de constante transformación al sector asegurador, la función de aprendizaje adquiere un rol principal para nuestros *stakeholders*, especialmente para aquellos que tienen una relación más directa y estrecha con los asegurados, es decir, los mediadores.

La razón radica en que las emergentes necesidades de los clientes nos empujan a seguir modificando nuestra gama de productos y servicios con el objetivo de adaptarnos al máximo posible a sus nuevos requerimientos. En consecuencia, la complejidad de estas actualizaciones implica que los mediadores estén al día con estas informaciones y conozcan, de primera mano, nuestra gama y propuesta de valor diferencial, para así transmitir las características y coberturas a los clientes y asesorarles.

ACOMPAÑANDO A LOS MEDIADORES

Por este motivo, el pasado año, desde Aegon quisimos reforzar nuestra apuesta por este canal a través de la elaboración de un nuevo plan estratégico exclusivo en el que la formación adquiere una dimensión más que significativa. Desde Aegon, queremos poner a disposición de los mediadores los mejores recursos con las herramientas más innovadoras. Sin lugar a dudas, tenemos la firme certeza de que, al igual que el mediador está cerca del cliente, nosotros queremos acompañar a nuestra red de venta mediada.

En este sentido, hemos desarrollado una oferta formativa continua y adaptada a las necesidades del corredor, con un modelo formativo en materia de productos, aplicativos, operaciones, habilidades y competencias comerciales y técnicas. Para ello, hemos trabajado en la definición de las necesidades formativas de corredores por segmento y, en consecuencia, les ofrecemos 4 itinerarios formativos en el denominado 'Campus Aegon'. A su vez, cada uno de estos itinerarios contiene una serie de módulos formativos. Asimismo, los mediadores podrán realizarla en remoto de manera online, a través de la plataforma que hemos desarrollado y habilitado para tal fin. Todo ello, gracias a la colaboración con el Instituto e-Learning del Seguro.

Con esta oferta pretendemos, en primer lugar, cubrir las necesidades formativas que tiene el mediador con respecto a nuestros productos, procesos y habilidades comerciales y técnicas en general y, en segundo lugar, dotarles de recursos y conocimiento útil sobre su actividad mediadora, como habilidades de venta o liderazgo. Con todo ello, tenemos como objetivo facilitar al mediador su labor y que a través de nuestra formación pueda completar parte de las horas de formación exigidas por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP).De manera adicional, me gustaría destacar cómo uno de los puntos clave para nosotros de esta formación es generar, a través de este 'punto formativo', un vínculo con el mediador. La cercanía y la calidad del servicio es un rasgo distintivo de Aegon y de nuestra forma de entender los seguros. Somos una compañía de personas que cuidan de personas y queremos estar cerca, no solo de nuestros asegurados, sino también de los mediadores y acompañarlos durante su camino.

Aegon ha desarrollado una oferta formativa adaptada a las necesidades del corredor, en materia de productos, aplicativos, operaciones, habilidades y competencias comerciales y técnicas

RENTA BAREMADO de DKV estará disponible con descuentos hasta finales de año

DKV actualiza las tarifas de las tres modalidades de Renta – Baja Laboral, con la modalidad baremada con complementos, mejorando todavía más su oferta con una nueva campaña de descuento que durará hasta el 31 de diciembre.

Esta renovación en las tres modalidades significa una mejora de su contenido, ampliación de su baremo y actualización de las tarifas.

La modalidad baremada con complementos inicia esta nueva etapa con una campaña que estará disponible a la vez que la nueva tarifa, y que permitirá que los clientes se beneficien de descuentos durante las tres modalidades. Así, se rebajarían de la siguiente manera:

- Primera anualidad: ***7,5% de descuento***.
- Segunda anualidad: ***5% de descuento***.
- Tercera anualidad: ***2,5% de descuento***.

Con esta promoción se podrá incrementar la producción del ramo Renta – Baja Laboral, y no solo se podrá ofrecer a los clientes una nueva tarifa en todas las modalidades y la campaña de descuento exclusiva de la Modalidad Baremada con complementos, sino también todas las **novedades del ramo:**

- Un **nuevo baremo** que protege todavía más a los asegurados. Con **patologías actualizadas y ampliadas**, en las que se incrementa el número de días de protección en algunas de las patologías más recurrentes.
- Inclusión de la **cobertura para la práctica del ciclismo de montaña** en vías no asfaltadas o privadas.
- **Nuevas tarifas en todas las modalidades**, para ofrecer a los clientes la oferta más competitiva y que mejor se adapte a sus necesidades.

Las **actividades de mayor riesgo se diferenciarán en dos grupos**, con tarifas propias, que permitirán ajustar aún más sus primas a cada profesión.

BUENA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Estos productos mejorados, las nuevas primas, y el posicionamiento de DKV como referencia del mercado para el ramo de subsidio son la razón por la que **la aseguradora tiene una satisfacción media del 8,44 de los clientes**, **y del 8,9 en el trato personal** recibido durante el trámite de la prestación.

DKV se ha posicionado en la **XIV Edición del Barómetro Adecose** (Asociación Española de Corredurías de Seguros y Reaseguros), logrando por segundo año consecutivo la **primera posición en el ramo de Salud individual.**

La Asociación Española de Corredurías de Seguros y Reaseguros es la **asociación líder de las corredurías profesionales** del mercado español. Su ranking, que valora a las aseguradoras en cuanto a satisfacción global, con la calidad del servicio y los ramos en que ejercen su actividad, se ha convertido en un referente del mercado. Esta XIV edición ha contado con 1.298 respuestas y un 89% de participación entre los socios de Adecose.

DKV tiene una satisfacción media del 8,44 de los clientes, y del 8,9 en el trato personal recibido durante el trámite de la prestación

Así, además de obtener el primer puesto en Salud individual, DKV se ha colocado como tercero en el ramo de **Salud Colectivos**, y cuarto en **Decesos**. La compañía también se ha situado quinta en Adaptación de la cartera de productos a nuevas necesidades.

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

Gama de seguros Green

Zurich Seguros ha presentado una nueva gama de productos diseñada para el cuidado del medioambiente, con el objetivo de dar respuesta a las necesidades de los clientes que optan por seguros más respetuosos con el planeta.
Los primeros serán Comunidades y Motor, nuevas soluciones que también dan respuesta a la mediación, ofreciendo una mayor autonomía, con la simplificación de procesos y una mayor personalización. Se incluyen nuevas coberturas opcionales que ayudan a ofrecer a los clientes una propuesta más completa y adaptada a sus necesidades.

'Seguro Motor Green' ofrece asistencia en carretera, con el apoyo de grúas que disponen de servicio de recarga en el lugar o el transporte a la estación de carga eléctrica más cercana, así como la geolocalización de las estaciones de carga, y la opción de vehículo de sustitución eco. Además, la cobertura de robo o incendio se extiende a cables y baterías y se incorpora la opción de contratar algunos servicios específicos como la revisión de seguridad del vehículo en el domicilio realizada por un especialista, el alquiler de vehículos para largas distancia o la instalación de puntos de recarga, incluyendo la asistencia legal.
'Seguro Comunidades Green' con protección de las placas solares, en caso de rotura accidental o avería de la maquinaria. Así cómo los daños a la estación de carga comunitaria de vehículos eléctricos, cubriendo en caso de incendio, robo, inundación o impacto. Además, incluye el control de las plagas más frecuentes con uso de productos sostenibles, respetuosos con las personas y el medioambiente.

Un 3% de interés anual garantizado

Zurich ha lanzado una nueva emisión de 'Zurich Inversión', un producto de ahorro de prima única que ofrece una rentabilidad garantizada del 3% anual a 3 años, superior a la mayoría de las cuentas de ahorro y depósitos bancarios.

El cliente puede realizar una aportación única a partir de 3.000 euros, la inversión está 100% garantizada a vencimiento del contrato y la póliza se puede rescatar íntegra a valor de mercado a partir del primer año. Además, Zurich Inversión también incluye una cobertura adicional en caso de fallecimiento del titular del seguro de ahorro. Por eso, se trata de un instrumento especialmente adecuado para los ahorradores más conservadores, que quieren obtener la máxima rentabilidad y confianza.

Unit linked ajustado al perfil del periodo vital de cada persona

AXA comercializa el unit linked colectivo 'Ciclo de Vida', una modalidad de ahorro cuya cartera de inversión se ajusta al perfil del periodo vital de cada persona y al tiempo que resta hasta su jubilación.

'Ciclo de Vida' categoriza a cada ahorrador dependiendo de su edad a la fecha del contrato en una de las siguientes etapas: Acumulación, Consolidación, Protección y Preservación.
La primera de ellas, que va hasta los 49 años, trata de aprovechar el tiempo que el inversor tiene por delante para potenciar la rentabilidad de los ahorros invirtiendo mayoritariamente en renta variable sin olvidar la diversificación. Entre los 50 y los 57 se encuentra la etapa de Consolidación, donde se busca una diversificación adecuada entre activos para potenciar la rentabilidad manteniendo un perfil de riesgo moderado. En el periodo de Protección, que llega hasta los 63, hay una reducción de la exposición a activos de riesgo para proteger el capital, pero manteniendo una parte en activos de renta variable para potenciar la rentabilidad en los últimos años y beneficiarse de la diversificación.
La etapa de Preservación se extiende más allá de los 63 años, y su estrategia de inversión busca preservar el capital ahorrado, buscando obtener algo de rentabilidad manteniendo la exposición a activos seguros de corto plazo.
Al cumplirse cada anualidad desde la fecha de inicio de la póliza, en los tres meses siguientes, se procederá a cambiar la opción de inversión a aquellos asegurados que por su edad en dicha fecha les corresponda evolucionar su opción de inversión.

LAGUN ARO
Mediadores

Atención a las viviendas de uso turístico

Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros, Seguros Bilbao y NorteHispana Seguros, que se unirán bajo la nueva marca Occident, han lanzado 'Hogar uso turístico', una nueva modalidad diseñada específicamente para viviendas turísticas.

'Hogar uso turístico' se dirige exclusivamente a viviendas turísticas en las que no se ofrecen servicios adicionales más allá del propio alquiler y cuyo propietario es una persona física. Protege tanto a arrendador como a arrendatario. Por una parte, el propietario está protegido frente a actos vandálicos o malintencionados causados por el arrendatario y con una cobertura de reembolso de reservas en caso de siniestro grave que inhabilite el uso de la vivienda. Asimismo, la póliza también incluye cobertura de responsabilidad civil para el propietario del piso o casa frente a los usuarios de la misma. Por otra parte, se cubre desde la sustracción y otros daños materiales de bienes del usuario de la vivienda hasta el robo de dinero en metálico.
Adicionalmente, las compañías de negocio tradicional de Grupo Catalana Occidente han complementado Hogar arrendador, su seguro para viviendas en régimen de alquiler (no turístico), con un nuevo pack opcional de defensa jurídica del arrendador. Este complemento incluye, entre otros, una prestación en caso de suministros impagados, el coste de las cerraduras por reclamación de rentas impagadas y servicio de limpieza de la vivienda tras desahucio.

Cobertura específica para furgonetas

Helvetia Seguros ha lanzado al mercado un nuevo producto de furgonetas dirigido a aquellas personas físicas o jurídicas propietarias de estos tipos de vehículos de uso particular o profesional que desean contar con un seguro diseñado específicamente para ellos.

Con 'Helvetia Furgonetas', además de disfrutar de las coberturas básicas, los clientes tienen la opción de contratar otras garantías, como la Responsabilidad Civil de la carga, fenómenos atmosféricos o cristales plus. Además, tienen a su disposición una amplia red de talleres concertados distribuidos por toda España a los que pueden llevar sus vehículos cuando sea necesario.
Para agilizar la contratación de la póliza con daños propios, la aseguradora dispone de un servicio de fotoperitación que permite al cliente incorporar las fotografías del vehículo para que los técnicos de la compañía puedan realizar la correspondiente valoración.

Estudiantes seguros en sus cursos de verano

Mapfre ofrece un seguro con cobertura específica para viajes de estudios de idiomas o de formación, tanto en España como en el extranjero.

Este seguro tiene como objetivo cubrir las necesidades que puedan surgir durante la estancia de los estudiantes, incluyendo gastos médicos y de hospitalización, indemnización por pérdida definitiva, robo o deterioro de equipaje, repatriación, responsabilidad civil o cancelación del viaje, entre otras.
Se adapta a las necesidades de cada viaje y destino y, además, ofrece una línea de atención telefónica disponible las 24 horas del día los 7 días de la semana, para brindar asistencia en caso de emergencia.

Reale Seguros ha diseñado un nuevo producto de Vida Ahorro: 'Reale PPA Compromiso', que cuenta con las principales características de un producto PPA (Plan de Previsión Asegurado) y un tipo de interés técnico anual desde la fecha de contratación de un 2%, que supone para el cliente una rentabilidad neta aproximada de un 1,8% anual para su lanzamiento.

Producto de Vida Ahorro con criterios ESG

'Reale PPA Compromiso' está dirigido a clientes con perfil conservador que buscan beneficiarse tanto de una rentabilidad garantizada como de las ventajas fiscales propias de los Planes de Previsión Asegurados. Accesible en el momento de la contratación para tomadores y asegurados cuya edad se encuentre entre los 18 y los 65 años.
Entre sus principales características destacan que permite al cliente complementar las prestaciones de la Seguridad Social con un capital asegurado en el momento de la jubilación, asegurando el beneficio de la inversión gracias al tipo de interés técnico garantizado que se prepacta semestralmente. El tipo garantizado hasta el 31 de diciembre de 2023 será un tipo de interés técnico anual desde fecha de contratación de un 2%, que supone para el cliente una rentabilidad neta aproximada de un 1,8% anual.
Además, el producto contempla la realización de aportaciones únicas, periódicas y extraordinarias, permite realizar traspasos de entrada desde otros planes de pensiones o planes de previsión asegurados (sin comisiones o penalizaciones) y permite la disposición anticipada de los fondos acumulados en caso de desempleo de larga duración, enfermedad grave o incapacidad permanente en cualquiera de sus grados.
Este producto promueve características medioambientales/sociales en sus inversiones según la Política de Sostenibilidad de Reale Seguros que invierte siguiendo estrategias de exclusión de actividades que entren en conflicto con criterios ASG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza) y favorece las actividades mejor calificadas en estos criterios.

Ocio y aventura asegurados

Mapfre presenta su nuevo seguro 'Accidentes Free time' para aquellos que quieren estar cubiertos en su tiempo de ocio activo.

Se trata de un seguro de Accidentes con una duración de entre 1 y 14 días. Se puede contratar todas las veces que sea necesario. 'Accidentes Free time' ofrece una amplia cobertura para todo tipo de actividades recreativas, desde la práctica de deportes al aire libre hasta viajes de aventura y ocio en familia. Este seguro incluye, garantía de fallecimiento por accidente, cobertura por las lesiones que el asegurado pueda sufrir en su tiempo de ocio y una completa asistencia en viaje dentro del periodo de vigencia de la póliza.

Los interesados de entre 18 y 75 años amantes de la naturaleza y la aventura pueden disfrutar de sus actividades preferidas sin preocupaciones. El seguro cubre además la práctica deportiva en categoría amateur de actividades como: esquí, atletismo, golf, hípica, natación, piragüismo, running, senderismo o surf entre otras, siempre que se realicen en cualquier punto de España, Andorra o el Pirineo francés.

Mutua Madrileña ha lanzado al mercado 'Plan Ahorro Plus Fidelidad III', un seguro de Vida ahorro con una rentabilidad bruta garantizada del 3% durante el primer año (la rentabilidad neta de gastos será del 2,50%). Posteriormente, la entidad fijará el tipo de interés de forma trimestral. El producto puede contratarse con una aportación mínima inicial de 750 euros y permite hacer aportaciones adicionales por el mismo importe.

Ahorro con poco riesgo

Mutuactivos AV, agente exclusivo de Mutua Madrileña, comercializa esta nueva propuesta para clientes de perfil de riesgo bajo como alternativa a la inversión en Letras del Tesoro o en depósitos bancarios. 'Plan Ahorro Plus Fidelidad III' presenta un nivel de riesgo 1, en una escala que va de 1 a 6.

Este seguro garantiza el capital invertido y una rentabilidad atractiva e incluye una prestación por fallecimiento del asegurado, en cuyo caso los beneficiarios recibirán el ahorro existente en ese momento, más un capital adicional del 10% del ahorro acumulado al inicio de cada anualidad (con un máximo de 1.200 euros).

Se tributa exclusivamente cuando se realiza un reembolso parcial o total por los rendimientos generados, que tienen la consideración de rendimiento de capital mobiliario. La prestación por fallecimiento tributa por el Impuesto de Sucesiones y Donaciones.

'Plan Ahorro Plus Fidelidad III' aplica una comisión sobre la provisión matemática del 0,50%, que ya está descontada en la rentabilidad neta del 2,5% garantizada para el primer año y, adicionalmente, una prima por cobertura de fallecimiento, cuyo importe se calcula según la edad del asegurado.

Salud para extranjeros

Aegon dispone de un nuevo producto para personas extranjeras que residen en España, basado en su producto estrella: 'Aegon Salud Completo'. El seguro, que está dirigido a extranjeros que quieren residir en el territorio nacional y necesitan una cobertura médica amplia, incluye hospitalización, acceso a los mejores centros de salud y hospitalización, y las coberturas innovadoras.

Los asegurados tendrán acceso a más de 50.000 médicos y 1.000 centros en todo el territorio nacional y tendrán garantizadas coberturas como: urgencias ambulatorias y hospitalarias en todas las provincias; medicina primaria y asistencia de especialistas en consulta y a domicilio; más de 30 especialidades médicas y quirúrgicas como dermatología, oftalmología y reumatología, entre otros; y los medios de diagnóstico más avanzados, como análisis clínicos en laboratorio, ecografías, mamografías, entre otros.

Asimismo, el seguro incluye la garantía de asistencia en viaje y la garantía de segunda opinión médica. También se ofrecen coberturas adicionales como psicología, podología, asistencia sanitaria derivada de accidentes de tráfico o laborales, sesiones de fisioterapia y estomatología, entre otros.

Ahorro individual de rentabilidad garantizada en 5 años

Mapfre ha lanzado al mercado 'Pentaplan', un seguro de ahorro individual con una duración de 5 años, para las personas que quieran constituir un ahorro recurrente a medio plazo y contar con garantía mínima de rentabilidad.

'Pentaplan' ofrece una rentabilidad garantizada del 2,73% (interés técnico) durante el primer año y del 1,73% el resto. Además, los clientes cuentan con la posibilidad de obtener una rentabilidad adicional mediante la participación de beneficios. Además, este producto permite realizar un rescate total a partir del tercer mes y cuenta con una garantía de capital en caso de fallecimiento del 105% del valor del fondo asegurado.

En cuanto a las aportaciones, 'Pentaplan' se basa en primas periódicas mensuales y constantes, con un mínimo de 40 euros mensuales y un máximo de 20.000 euros anuales, característica que convierte al producto en un instrumento de ahorro perfecto todas aquellas personas que quieran constituir un ahorro que crezca con una rentabilidad independiente de la evolución de los mercados.

Producto de renta vitalicia a prima única

Avanza Previsión ha presentado su producto 'Renta Vitalicia Remunerada (RVR)', que garantiza una rentabilidad neta del 3,25% durante el primer año. Se trata de un producto a prima única, con una aportación mínima de 6.000 euros y un tipo de interés anual que se comunica previamente y que se garantiza por años naturales.

El producto se puede rescatar total o parcialmente a partir del primer año de contratación, y ofrece una cobertura adicional de fallecimiento en la que los beneficiarios obtienen el 100% de la inversión realizada con una prestación del 1% adicional.
Como principal ventaja frente a otros productos de ahorro, la modalidad RVR presenta un mejor tratamiento fiscal. Así, para una prima única de 100.000 euros, un cliente de 67 años recibiría un importe anual de 3.250 euros netos, sujeto a una tributación efectiva del 3,8% frente a un tipo impositivo del 19% o superior aplicable a otros productos de ahorro tradicional. Además, y a diferencia de otras opciones del mercado, la aportación inicial realizada está garantizada en todo momento.

Fondo con inversiones en compañías líderes mundiales

Santalucía Asset Management dispone de un fondo que invierte en acciones de compañías globales. Está principalmente constituido por empresas que dominan industrias concentradas y que gozan de crecimiento elevado apoyado por claras tendencias económicas y sociales de largo plazo.

El fondo invierte en una cartera de alrededor de 35 compañías con gran reconocimiento a nivel internacional. Actualmente, forman parte de la misma L'Oréal, Amazon, Apple, Visa, Microsoft... entre otras. Adicionalmente, el fondo tiene en consideración en sus decisiones de inversión no solo los aspectos económicos y financieros de las compañías sino también la dimensión ASG (Criterios Ambientales, Sociales y de Gobernanza).

Preventiva Seguros | **Ahorro TOTAL**

Aprovecha esta ocasión y sácale la mayor rentabilidad a tus ahorros.

4,92%

A dos años
TIR ANUAL: 2,46% **GARANTIZADO**

Infórmate en tu sucursal más cercana.

Red de sucursales Preventiva

o en el email:

Ahorrototal@preventiva.com

Preventiva **Ahorro TOTAL**, es un Seguro de Vida-Ahorro **GARANTIZADO**. Con una aportación mínima de 2000€
*Cuantía igual al 5% de la prima abonada, con un límite máximo de 3.000€, más la devolución de la prima única satisfecha en el momento de la formalización del contrato, así como el importe de los intereses generados en el tiempo transcurrido desde la fecha de efecto.

Las empresas que no registren los horarios deberán reconocer como completas las jornadas parciales

Un reciente fallo del Tribunal Superior de Justicia de Galicia establece que, si una empresa no registra la jornada de sus empleados, se presumirá que todos los trabajadores tienen jornada completa.

El Tribunal Superior de Justicia de Galicia rechaza, así, el cálculo realizado por una empresa en el finiquito practicado a una de sus trabajadoras. La compañía, al no contar con registro horario, no pudo acreditar el tiempo efectivo de las labores prestadas.

La sentencia recuerda que desde 2013 la jornada de los empleados a tiempo parcial "debe registrarse día a día", imposición legal que en este caso fue incumplida y que impide calcular las horas realmente trabajadas.

A través de esta normativa, las empresas deben garantizar el registro horario de la jornada que deberá incluir el horario concreto de inicio y finalización de la jornada de trabajo de cada persona trabajadora, sin perjuicio de la flexibilidad horaria que establece el propio precepto estatutario.

Un total de 41 pymes han presentado su solicitud para las ayudas dirigidas al impulso de la mejora de la productividad en pequeñas y medianas empresas industriales a través de proyectos piloto de reducción de la jornada laboral.

41 empresas han solicitado las ayudas para la reducción de la jornada laboral sin recortar salarios

El valor total de los gastos subvencionables solicitados por los 41 proyectos presentados asciende a 2.831.017,60 euros y el total de trabajadores adscritos a los proyectos piloto afecta a 503 personas. La diversidad y la calidad de las propuestas presentadas evidencian el talento y la creatividad de las pymes industriales interesadas, abarcando una amplia gama de sectores, como ingeniería, arquitectura, material y equipo eléctrico, caucho, farmacéuticos, textil y distribución y alimentación.

Tras la finalización del plazo de presentación de solicitudes comienza la evaluación de los proyectos presentados que serán resueltos en un plazo máximo de 5 meses. La financiación total para conceder, en forma de subvención, será como máximo del 90% sobre el presupuesto financiable, con las condiciones y límites establecidos en el artículo 7 de la Orden de bases.

El proyecto piloto de reducción de jornada laboral sin reducción de salario tendrá una duración temporal mínima de dos años, computable desde la concesión de la ayuda.

Los viajes de negocios crecen un 38% en el primer trimestre

UniversalPay ha analizado las transacciones realizadas con tarjetas corporativas procesadas por medios de pago desde 2019 hasta el primer trimestre de 2023 y ha determinado que la pandemia redujo el turismo corporativo hasta casi llegar a su desaparición por las restricciones sanitarias, pero parece que los eventos y reuniones presenciales han vuelto con un crecimiento del 38%.

Solo en 2022, las operaciones realizadas estaban ya un 6% por encima de los datos registrados en 2019 y, el crecimiento en el primer trimestre de este año, es un 38% más alto que en el mismo trimestre del año anterior.

Según los datos de UniversalPay, desde la cuarentena, en 2020, los viajes corporativos aumentaron un 107,08% en el último año. El crecimiento registrado entre los resultados del primer trimestre del año de 2021 y 2023, ha sido del 171%, y todo apunta a que seguirá incrementándose en los próximos meses.

Las mujeres ya pueden solicitar la baja por menstruación dolorosa

Las mujeres podrán solicitar la baja laboral temporal por menstruación incapacitante desde el 1 de junio. Para pedirla será necesaria la constatación de la situación por un médico de cabecera, como en cualquier enfermedad común.

Será considerada situación especial de incapacidad temporal por contingencias comunes la baja laboral donde la mujer tenga una menstruación incapacitante secundaria o dismenorrea secundaria asociada a enfermedades como endometriosis, adenomiosis, pólipos endometriales, miomas, enfermedad inflamatoria pélvica u ovarios poliquísticos, entre otros. El objetivo es eliminar cualquier sesgo negativo en el ámbito laboral.

La norma no especifica la cuantía de prestación económica, aunque a día de hoy las bajas por contingencias comunes implican el 60% de las bases reguladoras desde el cuarto día al 20 incluido, y el 75% desde el día 21 en adelante. En el caso de las menstruaciones incapacitantes e interrupción del embarazo la norma no establece el número de días concretos.

Además, se reconocerá desde el 1 de junio el derecho a la baja por interrupción voluntaria del embarazado. Por un lado, se elimina el plazo de reflexión de tres días y la obligación de recibir información acerca de los recursos y ayudas disponibles en caso de continuar con el embarazo. También entra en vigor la baja a partir del primer día de la semana 39 de gestación. En esta, el subsidio se abonará desde que se comience la baja laboral hasta la fecha de parto.

Las primas de Mapfre se incrementaron un 30% en el primer trimestre

Las primas de Mapfre han avanzado un 19% en el primer trimestre, sin impacto relevante de los tipos de cambio (a tipos constantes, las primas suben el 18%). Este crecimiento refleja una mejora generalizada del negocio, con incrementos del 10,3% en No Vida y del 59,5% en Vida, principalmente debidos a España y Brasil. Las primas en Iberia se sitúan en 3.328 millones (+31%), destacando España con 3.253 millones (+30%).

Respecto a No Vida, las primas se incrementan más de 550 millones de euros en el primer trimestre, con un crecimiento del 12,6% en Salud y Accidentes, 10,6% en Seguros Generales y 7,1% en Autos. El ratio combinado se sitúa en el 98,5% (+0,4 p.p.) y se mantienen la volatilidad y dispersión de trimestres anteriores marcados por el escenario económico. Seguros Generales con un ratio combinado del 87,3% (-5,3 p.p.) ha compensado la alta siniestralidad que todavía experimenta el negocio de Automóviles, con un ratio combinado del 106,3% (+2,5 p.p.). Las subidas de tarifas y mejoras de gestión realizadas en este último ramo con el objetivo de compensar la inflación se irán traduciendo gradualmente en mejoras del ratio combinado. Por su parte, Salud y Accidentes presenta una ligera mejora en el ratio combinado respecto al primer trimestre del año anterior, situándose en 101,8% (-0,4 p.p.). El resultado financiero de No Vida alcanza los 150 millones, con un aumento del 20%.

En cuanto al negocio de Vida, las primas suben casi 700 millones impulsadas por el negocio de Vida Ahorro en España. El ratio combinado de Vida Riesgo se sitúa en el 81,6% (-1,3 p.p.). Todo ello produce una mejoría del resultado neto de Vida del 95% respecto al año anterior.

En Mapfre Iberia el negocio de Vida multiplica su volumen por 2,4 veces frente al año anterior, alcanzando los 1.082 millones, de los que 965 millones corresponden a Vida Ahorro (326 millones en 2022).

Las primas del negocio de No Vida crecen un 7,3% y reflejan la buena evolución del negocio de Salud y Accidentes (+9%), Seguros Generales (+7,1%) y Automóviles (+4,9%).

En Automóvil, continúa la progresiva adaptación de tarifas al contexto inflacionario y basada en perfiles individuales de riesgo. La flota asciende a 6.189.213 vehículos asegurados, con una ligera reducción de la flota durante el primer trimestre relaciona-

da con medidas de selección de riesgos, que lleva a un incremento de la prima media por encima del 5%.

El resultado y el ratio combinado de No Vida se ven afectados por el negocio de Automóviles, cuyo ratio combinado se sitúa en el 106,5% (+6,8 p.p.).

Los ramos de Seguros Generales y el negocio de Vida Riesgo continúan contribuyendo positivamente a los resultados, con ratios combinados del 92,4% y 73,2%, respectivamente.

El resultado financiero sigue mejorando en un entorno más favorable, con una aportación bruta al resultado de No Vida de 37,2 millones (30 millones en 2022).

El resultado neto alcanza los 67,3 millones, de los cuales el negocio de España aporta 64 millones y Portugal 3,3 millones. De ellos, 11 millones corresponden a plusvalías realizadas (14 millones en 2022).

Mapfre ha comunicado a la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) el recálculo trimestral de su posición de solvencia siguiendo la recomendación del Supervisor de Seguros en base a las buenas prácticas para los Grupos Aseguradores Internacionalmente Activos. El ratio de Solvencia II del Grupo Mapfre se situó en el 198,1% a marzo 2023, incluyendo medidas transitorias. Este ratio sería el 189,5%, excluyendo los efectos de dichas medidas, frente a 191,4% al cierre de 2022.

Por otro lado, la aseguradora ha sido reconocida como la décima empresa española con mayor valor de marca en la clasificación anual elaborada por **Brand Finance**, que analiza las 100 mayores compañías del país y tiene en cuenta variables tanto financieras y de negocio como de percepción entre consumidores y otros grupos de interés.

En otro orden de cosas, Carlos Nagore ha sido nombrado director corporativo de Cumplimiento de Mapfre, en sustitución de Juan Pablo Olmo, que se jubila. Nagore es licenciado en Derecho por la Universidad Complutense y se incorporó a Mapfre en 1992. Entre otras responsabilidades, ha sido director de Asesoría Jurídica de Automóviles, subdirector de Asesoría Jurídica Consultiva de Mapfre Familiar y adjunto a la Dirección de Cumplimiento de Mapfre.

Por otro lado, la entidad ha lanzado una campaña por la que bonifica los traslados de planes de pensiones a 'Programa Tu Futuro', la solución de la aseguradora compuesta por 8 cestas de planes que se adaptan a todos los perfiles y al ciclo de vida del ahorrador en todo momento, (o a Ciclo de Vida EPSV de Mapfre en País Vasco y Navarra). Esta oferta estará disponible hasta el 30 de junio.

Los clientes pueden obtener su bonificación de dos formas: o en efectivo, obteniendo un 2% (con un máximo de 3.000 euros); o a través de tréboles (que sirven para obtener descuentos directos en otros seguros de Mapfre), logrando en ese caso una bonificación del 3% (con un máximo de 4.500 euros); en ambos casos, el importe mínimo del traslado debe ser de 6.000 euros.

Asimismo, la aseguradora ha reforzado su oferta de seguros para motocicletas ante el inicio de la temporada motera en España, que arrancó con el Gran Premio de Jerez. Durante los próximos meses de primavera y verano esta oferta se ve reforzada con la Póliza Cheste. Igualmente, Mapfre cuenta con la Gama Cambio para vehículos eléctricos, que también protege a las motos eléctricas e híbridas.

Por último, señalar que Guillermo Llorente, director corporativo de Seguridad de Mapfre, ha sido distinguido con el premio Talento e Innovación, que otorga **MF Talent**, por su trayectoria profesional y contribución en el ámbito de la ciberseguridad en la aseguradora.

Mirenchu del Valle sustituye a Pilar González de Frutos al frente de Unespa

Unespa celebró su Asamblea General Ordinaria en la que se renovaron sus máximos órganos de gobierno. Mirenchu del Valle ha sido nombrada nueva presidenta en sustitución de Pilar González de Frutos quien, tras 20 años consecutivos (cinco mandatos) al frente de la organización, ha decidido jubilarse. Solo concurría una candidatura, que ha sido ampliamente avalada por los socios.

Los asociados han optado por la continuidad en la gestión con la elección de la nueva presidenta. Del Valle es licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y máster en Derecho Comunitario por el Instituto de Estudios Europeos de la Universidad Libre de Bruselas (Bélgica). En su trayectoria profesional destaca su dilatada experiencia internacional. Comenzó en la Dirección General de Política Territorial de la Comisión Europa y en 1988 se incorporó a Unespa como responsable de Relaciones Internacionales. Desde 1996 y hasta su designación como presidenta, ha ejercido de secretaria general de Unespa.

Además de nombrar una nueva presidencia, las entidades han designado a tres vicepresidentes (José Manuel Inchausti, vicepresidente de Mapfre y CEO del área territorial Iberia; Javier Mira, director general del Mutua Madrileña; y Javier Valle, consejero director general de Vidacaixa), 18 vocales del Comité Ejecutivo y 33 integrantes del Consejo Directivo.

En los órganos de gobierno de Unespa están presentes 33 entidades de las cerca de 200 que forman parte de la asociación. El Comité Ejecutivo agrupa a firmas que representan el 77% del negocio y en el Consejo Directivo está presente el 85% de la facturación. En ambos órganos hay una representación equilibrada de entidades que operan bajo distintas fórmulas jurídicas (sociedades anónimas, mutuas y sucursales), canales de distribución (venta tradicional, bancoaseguradoras, venta directa y venta multicanal), así como en todos los ramos y ámbitos geográficos.

La presentación de la Memoria Social del Seguro 2022 fue el primer acto oficial de Del Valle como presidenta. El documento se estructura en torno a los tres ejes de la sostenibilidad: Ambiental, Social y Gobernanza (ASG).

La primera parte del libro aborda la relación entre la sostenibilidad medioambiental y el seguro. En primer lugar, se describe cómo es la cobertura de los daños ocasionados por el clima. Las aseguradoras se hacen cargo de indemnizar o reparar el 70% de los desperfectos generados por fenómenos atmosféricos, mientras el Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) se ocupa del 30% restante. Entre tanto, el campo español está asegurado por Agroseguro. Esta entidad se ocupa de proteger del clima, los accidentes y las enfermedades tanto a las cosechas como a las cabañas ganaderas en España.

El segundo bloque de la memoria deja constancia de la relevancia del sector en la gestión de los ahorros. En especial, del ahorro previsional. Al acabar 2022, las entidades velaban por 242.462 millones de euros de sus clientes. El cuidado de la salud es otra área donde el seguro juega un papel

determinante. Hasta 12 millones de personas tienen un seguro de prestación de servicios sanitarios en España. O lo que es lo mismo, el 25,5% de la población. El seguro de Vida pagó 1.411 millones de euros para indemnizar fallecimientos en 2022. El seguro de Decesos se hace cargo, a su vez, del 69% de los sepelios de España.

La industria aseguradora es consciente de los nuevos riesgos a los que se enfrenta la sociedad. Entre estos figuran las amenazas cibernéticas. El informe identifica cuáles son los percances más habituales en este ámbito, así como los sectores que, con más frecuencia, padecen incidentes resueltos por el seguro.

El tercer y último bloque de la Memoria abarca los temas de gobernanza y transparencia en la gestión. Su presencia es palpable en todas las provincias del país. Muy especialmente en aquellas ubicadas en la llamada 'España vaciada'.

En el conjunto del año 2022, el seguro realizó 237 millones de servicios en favor de sus clientes. Esta labor se efectuó con elevadísimas tasas de eficiencia y satisfacción.

Las aseguradoras españolas disponen de recursos que les permiten cubrir 2,41 veces las exigencias de capital que marca la normativa. En concreto, cuentan con 240.774 millones de euros en provisiones. Esta holgada solvencia es la garantía de que cumplirán con los compromisos adquiridos con sus clientes. Ya se trate de la reparación de un vehículo, de una atención sanitaria o del pago de una prestación por jubilación.

Por último, señalar que **Pelayo** mantiene su compromiso con la iniciativa sectorial promovida por Unespa 'Estamos Seguros' y se suma ,por quinto año consecutivo, al programa educativo 'El riesgo y yo', puesto en marcha de manera conjunta entre la patronal aseguradora y la Fundación Junior Achievement, donde las entidades, a través del voluntariado, acercan el seguro a los centros educativos para fomentar la cultura aseguradora y financiera entre los más jóvenes.

IMA Ibérica mejora las coberturas de sus seguros de Viaje

IMA Ibérica ha impulsado sus seguros de viaje en el mercado B2C mediante la implementación de mejoras en todos sus productos. Los nuevos seguros de viaje 'Imaway' amplían sus límites y el número de coberturas, al tiempo que ajustan sus tarifas.

La mejora más significativa es el aumento del límite de gastos médicos, que se amplía hasta el millón de euros para la total tranquilidad del usuario. En la actualidad, más del 50% de los españoles viaja con un seguro de Viajes, una cifra casi tres veces superior a 2020.

Las coberturas relacionadas con la salud y la asistencia médica han sido las más determinantes en este incremento del interés por parte de los usuarios, razón por la cual las últimas mejoras introducidas en los productos 'Imaway' se centran principalmente en este ámbito. "Así, la ampliación del límite de gastos médicos hasta el millón de euros pretende proporcionar a los viajeros toda la tranquilidad que necesitan para disfrutar de sus vacaciones o desplazamientos de trabajo sin preocupaciones", señalan desde la entidad.

Hiscox ayuda a los corredores en su proceso de digitalización

Hiscox ha presentado su cruzada para ayudar a los corredores de todo el país a conquistar la digitalización con la iniciativa 'Hiscox On Tour'. Durante seis semanas, en los meses de mayo y junio, la compañía celebrará diferentes eventos en los que contará con la participación especial de personalidades de renombre en el sector de la innovación y tecnología, quienes ayudarán a los corredores a descubrir las ventajas y los beneficios que les aporta la digitalización.

El objetivo de la aseguradora es facilitar a la mediación el cambio a los entornos digitales, a través de charlas, demostraciones de soluciones, auditorías y un centro de ayuda personalizada como acompañamiento durante este proceso que puede ayudarles en sus negocios. Madrid, Valencia, Sevilla, Barcelona, Bilbao y Vigo son, en este orden, las ciudades que acogen este gran evento de la mediación aseguradora. Los encuentros contarán con la presencia de dos invitados especiales: el Mago More, que liderará un espacio de conversaciones sobre digitalización en Madrid, Sevilla, Bilbao y Vigo; y Javier Sirvent, consultor de innovación y '*technology evangelist*', que presentará este espacio en Valencia y Barcelona. Además, a estas charlas se unirán el director general de la compañía, David Heras, y Miguel Ángel Aguilar, director del canal de Distribución y Ventas de Hiscox España.

Por otro lado, todos aquellos mediadores que se acerquen a la oficina móvil de Hiscox, tendrán la oportunidad de encontrarse con muchos de los suscriptores de la compañía y conocer al equipo que está detrás de la plataforma para corredores 'MyHiscox'. Los mediadores podrán además recibir asesoramiento sobre cómo utilizar e implementar todas las herramientas digitales de la entidad.

Como colofón final, durante las paradas de 'Hiscox On Tour', una docena de corredurías podrán acceder a una consultoría sobre su posicionamiento digital de la mano de una empresa especialista en la materia.

Las plazas para participar en Hiscox On Tour son limitadas, por lo que aquellos corredores interesados en asistir deberán rellenar el formulario de inscripción al evento que Hiscox facilita a través de su página web, seleccionando el lugar escogido. La ruta comenzó el 18 de mayo en Madrid, siguió en Valencia el 25 de mayo, a Sevilla el 8 de junio, Barcelona el 15 de junio, Bilbao el 22 de junio y la última parada será en Vigo el 29 de junio.

"Hiscox On Tour nos va a permitir acercarnos aún más a los corredores, fortalecer nuestra comunicación y relación con ellos y conseguir que 'rompan las barreras' que les impiden dar el paso a lo digital, invitándoles a que se suban al movimiento del cambio de una forma humana y cercana, transmitiéndoles que estamos a su lado, acompañándolos en el proceso en todo momento", concluye David Heras.

En otro orden de cosas, el 10º Informe de Arte Online 2023 de Hiscox señala que la inflación también ha impactado en el

mundo del arte online. De hecho, el 30% de los compradores de arte online reducirán sus compras en 2023 a causa de la subida generalizada del coste de la vida, porcentaje que aumenta entre el segmento joven (32%) y entre los nuevos compradores de arte (35%).

Así, se puede apreciar una deceleración en el crecimiento del mercado de arte online, que durante el pasado año fue del 6%, pasando de 10.200 millones de dólares en 2021 a 10.800 millones de dólares en 2022, en comparación con la subida del 29% en 2022 o del 64% en 2021, debido al gran impulso experimentado a raíz de la pandemia.

Por su parte, las redes sociales vuelven a consolidarse como nuevos canales de venta y promoción de arte online. Instagram aumenta su dominancia en el mercado y el porcentaje de compradores de arte que la usan con fines artísticos es del 74% en 2023, frente al 71% de 2022. Este porcentaje, además, aumenta al 84% entre los compradores jóvenes. De hecho, el 29% de los compradores ya han adquirido una obra de arte directamente a través de Instagram en 2023, un 8% más que en 2021. Además, entre los compradores menores de 35 años, el porcentaje asciende al 42%, casi la mitad del total, en comparación con el 24% de 2022.

En 2023 parece que se consolida como tendencia la propiedad fraccionada como alternativa a la adquisición de arte online, especialmente entre los compradores jóvenes. Pese a que en 2022 únicamente el 9% de los compradores adquirió arte por esta vía, el 78% de los menores de 35 años la está valorando para este año. Los motivos para decantarse por la propiedad fraccionada son muy variados y, así, el 88% busca tener una cartera diversificada, el 75% porque les permite acceder a obras inaccesibles de otra forma y el 64% porque les da flexibilidad e independencia a la hora de decidir dónde invertir.

Si bien los NFT fue la gran novedad en el mercado del arte online en 2021, lo cierto es que su popularidad ha bajado con el tiempo. De hecho, la mayor plataforma de ventas de NFT, OpenSea, pasó de vender 3.000 millones en septiembre de 2021 a 350 millones en septiembre de 2022.

El Consorcio empleará la herramienta de mensajería instantánea segura de Threema

El Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) ha decidido confiar en Threema –su versión empresarial Threema Work– un sistema de comunicación por mensajería instantánea.

Diseñada específicamente para el uso empresarial, Threema Work evita que los datos corporativos circulen por canales desprotegidos o privados y ayuda a las empresas a cumplir con las regulaciones RGDP y NIS2. La solución está respaldada por una tecnología de vanguardia que encripta de punto a punto todos los mensajes (texto, datos, PDF, fotos, etc.), archivos, llamadas y vídeos. A su vez, permite crear listas de distribución, encuestas y conversaciones privadas confidenciales protegidas por un PIN, programar horas de interrupción automáticas, así como editar el formato de los textos.

Posible ilegalidad del acuerdo entre Generali y Sanitas por competencia desleal

El dictamen jurídico encargado por la Alianza de la Sanidad Privada Española, desarrollado por el despacho Lener, considera que el acuerdo firmado en octubre de 2022 entre Sanitas y Generali vulnera la Ley de Competencia Desleal (LCD), y la Ley de Defensa de la Competencia, siendo, asimismo, contrario a la buena fe. Por su parte, Aspe advierte que ambas entidades dan una "oferta integrada" y no "diferenciada", como alegan las compañías.

Ambas aseguradoras pactaron que la gestión de los servicios asistenciales y el pago de estos, acordados previamente entre Generali y cada uno de los centros sanitarios privados para la atención de sus 150.000 asegurados en España, pasarían a ser gestionados por Sanitas, resolviendo de forma unilateral los contratos suscritos.

Según este acuerdo, en vigor desde el 1 de enero de 2023, los centros sanitarios se ven obligados a asistir a los pacientes de Generali aplicando las condiciones, tanto de gestión como económicas, suscritas para atender a los asegurados de Sanitas. Entre otras consecuencias, el principal de los efectos de esta estrategia de imposición unilateral es que permite recortar a Generali un 20% las tarifas previamente pactadas con los centros al ser absorbidos en los acuerdos de Sanitas, que hace así abuso de una posición de dominio en la negociación, de la que carecería Generali.

"Tras haber intentado sin éxito establecer un diálogo con las otras partes interesadas, cabría plantear la oportuna demanda y/o denuncia ante la Comisión Nacional del Mercado y la Competencia, por infracción de las normas de competencia", señala el dictamen jurídico encargado por Aspe.

Como agravante, esta acción se ha llevado a cabo de forma unilateral e impositiva, sin tener en cuenta un necesario consenso con los centros sanitarios afectados, simplemente comunicándoles, tanto por Generali como por Sanitas, que el contrato anterior quedaba fuera de vigor, siendo sustituido por un nuevo contrato que establece nuevas condiciones no pactadas. Algo que podría vulnerar lo dispuesto en la LCD.

Aspe ha solicitado en reiteradas ocasiones, tanto a Sanitas como a Generali, información sobre el acuerdo firmado por ambas para poder conocer y valorar las consecuencias que el mismo tendrá sobre los centros médicos afectados y poder abordar una posible negociación. Asimismo, ha dado traslado a la organización Unespa de unas prácticas inapropiadas y contrarias a la normativa vigente.

Para Luis Mendicuti, secretario general de ASPE, "la falta de respuesta de ambas aseguradoras a todos nuestros requerimientos y a los de los hospitales para conocer los detalles del acuerdo, nos reafirma que este acuerdo vulnera potencialmente los derechos de los operadores sanitarios en la aplicación de preceptos normativos vigentes".

Las compañías han alegado, para esquivar esta acusación de vulneración de la Ley de Defensa de la Competencia, que "mantienen una oferta diferenciada", aludiendo a su red de mediadores para la contratación de asegurados y a su oferta de salud propia. Sin embargo, cuando en oc-

tubre de 2022 anunciaron su acuerdo por diez años, las dos aseguradoras pusieron en valor los beneficios de la integración de su oferta asistencial. De esta forma, esgrimen diversos argumentos para alcanzar lo que consideran un acuerdo estratégico siempre aludiendo a la fortaleza de la red y de la gestión de Sanitas.

Aspe considera que existe una oferta integrada, no diferenciada, aunque la red comercial sea distinta y las pólizas tengan variaciones: existe una oferta por Generali amparándose en la red de Sanitas (99% contratados), la gestión integrada de los servicios asistenciales a los asegurados de ambas compañías se realiza por Sanitas y la gestión del pago también se efectúa por esta misma compañía para la remuneración a los proveedores sanitarios por la atención de los asegurados de ambas compañías.

Esta situación, como considera el dictamen jurídico encargado por Aspe, podría contravenir el artículo 1.1 de la Ley de Defensa de la Competencia, que prohíbe "todo acuerdo o práctica concertada (…) que tenga por objeto impedir o restringir la competencia en el mercado nacional y en especial a la fijación, de forma directa o indirecta, de precios o de otras condiciones comerciales o de servicio".

Para Aspe esta práctica puede marcar un precedente anticompetitivo en el sector.

AGCS se alía con Cooper MGA para distribuir seguros cinematográficos

Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS) ha firmado un acuerdo con Cooper MGA para la distribución de seguros de cinematografía y cancelación de eventos en España.

Este nuevo acuerdo, que entró en vigor el pasado 1 de marzo, cubre una de las áreas de negocio de la compañía con el objetivo de seguir creciendo en él. En 2022 el área de entretenimiento de la firma supuso un 4% del volumen de primas totales, sector en el que AGCS se diferencia por tener una elevada especialización en grandes eventos de diversa tipología.

De esta manera, Cooper MGA dará servicio a toda la red de mediadores para la suscripción de riesgos de todo tipo y tamaño de la mano de una de las principales aseguradoras que operan en el territorio nacional.

Gianluca Piscopo, Regional Manager Ibero/LatAm de AGCS, comenta que "en 2022, año en el que se levantaron todas las restricciones postpandemia, se celebraron en nuestro país en torno a 900 festivales y las películas españolas recaudaron 80 millones de euros. Se trata de una de las industrias más relevantes que está pasando por una verdadera transformación de su modelo de negocio de la mano de la tecnología. Si nos centramos en los eventos masivos como los conciertos, en 2022 el Wizink Center de Madrid se situó en el puesto 19 a nivel mundial en el ranking de espacios con aforo de más de 15.000 personas donde se celebraron más de 94 conciertos en directo".

El sector se reúne en el Día Mundial del Seguro

Fundación Inade ha celebrado en Santiago de Compostela el Día Mundial del Seguro. En esta ocasión ha decidido adelantar su celebración porque este año caía en domingo la fecha oficial de esta efeméride (14 de mayo), que conmemora el 115º aniversario de la promulgación de la primera Ley del Seguro en España.

Uno de los actos conmemorativos fue la 'Jornada de Diálogos: valores profesionales y humanos', que dio voz tanto a los galardonados con los Premios Galicia Segura 2023, como a los representantes de las instituciones más relevantes del sector asegurador.

La jornada comenzó con la conversación entre Luis Ferrer, presidente y consejero delegado de Ferrer&Ojeda (Premio Galicia Segura 2023 al Distribuidor), y Rafael Urrutia, director general de Surne (Premio Galicia Segura 2023 al Asegurador).

Ferrer destacó la importancia de la relación entre corredores de seguros y aseguradoras, resaltando la necesidad de trabajar con organizaciones que escuchen, se preocupen y confíen en su distribuidor. Ferrer no da demasiada importancia a la concentración en el sector de corredurías y "cree que todos los tamaños de mediador tienen cabida en el mercado".

Por su parte, Rafael Urrutia, destacó la importancia que han tenido los corredores de seguros en la expansión de la compañía. Asimismo, señaló que el mercado actual es complicado y que Surne está comprometida en acompañar al corredor en estos momentos difíciles.

En segundo lugar, conversaron Rafael Moreno, presidente del Instituto de Actuarios Españoles (Premio Galicia Segura 2023 al Progreso y Desarrollo del Seguro), y María José Morillas, catedrática de Derecho Mercantil en la Universidad Carlos III de Madrid (Premio Galicia Segura 2023 a la Investigación). Ambos debatieron sobre la falta de conciencia social acerca de la importancia del seguro. "La mayoría de las personas solo leen los detalles de la póliza en momentos de siniestro", afirmaron. Además, destacaron la relevancia de la figura del actuario, una profesión infravalorada pero vital en el desarrollo de la industria aseguradora y, en consecuencia, en la economía: "El actuario es un profesional clave en la garantía de la solvencia de las aseguradoras y ha contribuido esencialmente a la sostenibilidad del sector", señaló Moreno.

La segunda parte de la jornada estuvo protagonizada por las organizaciones representativas del sector asegurador. En primer lugar, intervino Pilar González de Frutos, que como presidenta de Unespa hasta el pasado 4 de mayo, manifestó la importancia del diálogo como "gran activo" del sector asegurador. Destacó también la necesidad de aumentar la penetración del seguro porque las sociedades son más prósperas cuanto más aseguradas están.

En segundo lugar, participó el director general de ICEA, José Antonio Sánchez, que recalcó la importancia de que el sector asegurador evolucione al mismo ritmo que la sociedad: "Si queremos aprovechar las oportunidades, que van a ser enormes, hay que dar un paso adelante en nuestras organizaciones y estar predispuestos al cambio".

Continuó el presidente de Adecose, Martín Navaz, que destacó el papel del seguro a nivel global: "El sector asegurador es el sector más globalizado históricamente, incluso antes de que se empezase a hablar de globalización".

También estuvo presente Javier Barberá, presidente del Consejo General de Mediadores de Seguros, que señaló un descenso en las malas prácticas bancarias en la comercialización de seguros, aunque todavía "lejos de donde creemos que debemos estar".

Coincidieron en sus palabras, la directora general del Consorcio de Compensación de Seguros, Flavia Rodríguez-Ponga, y el director xeral de Política Financeira e Tesouro e Fondos Europeos de la Xunta de Galicia, David Cabañó, que destacaron, una vez más, el papel del seguro en la economía y en la sociedad. "La incertidumbre y la inestabilidad son características intrínsecas a la vida humana. Asumiendo esto, existen mecanismos que aportan seguridad y estabilidad, y el instrumento más relevante es el seguro", afirmó la directora general del Consorcio.

Puso el broche a este acto conmemorativo del Día Mundial del Seguro, el director general de Seguros y Fondos de Pensiones, Sergio Álvarez, que resaltó la estabilidad, solvencia y solidez del sector asegurador, y cómo este ha demostrado capacidad de reacción y adaptación a situaciones extremas. "La visión tradicional de este sector como un sector conformista con lo que hacía bien y renuente al cambio en las cosas que necesitaban modificarse, ya no existe", afirmó.

Además, apuntó que el gran reto del sector en estos momentos es seguir trasladando a la sociedad la importancia del seguro y su capacidad para resolver problemas individuales, de empresas y de la sociedad en general. También mostró su optimismo por la mejora de la economía, prueba de ello es el volumen de primas cosechado y la llegada de productos "con ciertos toques innovadores" que más allá de No Vida, empiezan a aparecer en el negocio de Vida.

Las primas de seguros aumentan un 25,5% en el primer trimestre

El volumen de primas estimado para el conjunto del sector asegurador español en el primer trimestre de 2023 alcanzó los 21.880 millones, lo que supone un crecimiento del 25,5% frente al volumen de primas a marzo 2022, según datos de Icea.

El negocio de Vida experimenta un aumento del 57,4%, en cuanto a No Vida, su crecimiento se sitúa en el 6,4%. Por su parte, el ahorro gestionado en productos de seguro, medido a través de las provisiones técnicas, alcanzó los 197.917 millones de euros en el primer trimestre de 2023. Este importe supone un aumento interanual del 1,7%.

Diego Rodríguez y Maria Silvia Dematte se unen al equipo de suscripción Cíber de AXA XL

AXA XL Seguros ha anunciado la ampliación de su capacidad de suscripción para Cíber en APAC & Europe. La compañía ha incorporado a 10 expertos en suscripción Cíber en el equipo de toda la región, con Diego Rodríguez y Maria Silvia Dematte en Iberia. Estos suscriptores colaborarán con los corredores de sus respectivos mercados para ayudar a los clientes de AXA XL a gestionar sus riesgos cibernéticos.

Diego Rodríguez cuenta con una amplia experiencia en seguridad informática, habiendo trabajado como IT Risk and Cyber Security Consultant para PwC España y S21sec entre 2014 y 2019, antes de incorporarse a Chubb como Cyber Underwriter.

María Silvia Demattei comenzó su carrera en seguros en 2007 como corredora de líneas financieras para JLT Re Colombia, antes de incorporarse a Aon en Londres en 2013 como Associate Director, Financial & Professional Services para Latinoamérica, el Caribe e Iberia. Posteriormente se trasladó a Madrid, donde ocupó varios puestos de liderazgo en líneas financieras y cyber en Aon.

Asimismo, Carlos Rodríguez ha sido promocionado a Regional Product Leader, Cyber – APAC & Europe. Tiene más de 10 años de experiencia en ciberseguros. Se incorporó a AXA XL en 2020 procedente de AIG como Cyber Product Leader para Iberia, antes de ser promocionado a Cyber Product Manager, APAC & Europe en 2021.

Por otro lado, la aseguradora ha anunciado también el nombramiento de Juan Cuerdo como Underwriting Manager, Casualty para España y Portugal. Comenzó su carrera en seguros como corredor antes de ocupar diversos puestos de suscripción en Swiss Re, Munich Re y Allianz, donde más recientemente fue Head of P&C Commercial Lines. Es licenciado en Administración y Dirección de Empresas, así como en Ciencias Actuariales por la Universidad Complutense de Madrid.

Caución, la modalidad de No Vida que más crece

Icea informa que, a marzo de 2023, la modalidad de seguros de No Vida que más creció fue Caución, con una subida del 23,31%.

Por detrás de ella se situaron Transportes, con un 22,04%, y Otros Daños a los Bienes, con un 10,45%.

Grupo Catalana Occidente crece un 9,2%

Grupo Catalana Occidente ha alcanzado un resultado consolidado de 159,3 millones de euros en el primer trimestre de 2023, un 9,2% más que en el mismo periodo del año anterior. Por su parte, el volumen de negocio total aumenta un 12,4% hasta los 1.842,4 millones de euros.

En concreto, en el negocio tradicional asegurador, formado por Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros, Seguros Bilbao y NorteHispana Seguros (que próximamente serán Occident), el volumen de negocio crece un 8,2%, hasta los 993 millones de euros. No obstante, el resultado ordinario obtenido es de 53,6 millones de euros, un 10,8% menos que en el primer trimestre de 2022, debido al incremento de 3 puntos porcentuales (p.p.) del ratio combinado del negocio tradicional (No Vida), que se sitúa en un 91,7%. El empeoramiento del ratio viene determinado, principalmente, por el incremento del coste de los siniestros debido a la inflación y, en el caso del ramo de Multirriesgos, por el impacto de algunos eventos climatológicos adversos. Sin embargo, desde el punto de vista de la facturación, destaca el crecimiento del 6,6% en Multirriesgos y del 10,2% en diversos.

En cuanto al negocio del seguro de Crédito (Atradius Crédito y Caución, y Atradius Re), el resultado ordinario aumenta un 26,9% en comparación con el año pasado y alcanza los 101 millones de euros. El volumen de negocio también crece un 12,3%, hasta los 801,2 millones de euros. Por su parte, el ratio combinado bruto se sitúa en 74,3% (8,1 p.p. más que en el primer trimestre de 2022).

Tras la adquisición del 100% de Grupo Mémora el 9 de febrero de 2023, los ingresos del negocio funerario de GCO incluyen, además de Asistea, el negocio de febrero y marzo del Grupo Mémora. Así, los ingresos del negocio funerario en este primer trimestre ascienden a 48,2 millones y el resultado ordinario alcanza 5 millones de euros.

Siguiendo con su estrategia de simplificación corporativa, que llevará a unificar el negocio tradicional del Grupo en una única entidad llamada Occident, se abrevia también la marca corporativa Grupo Catalana Occidente a su acrónimo GCO.

En otro orden de cosas, el Consejo de Administración de Grupo Catalana Occidente ha aprobado el nombramiento de

Raquel Cortizo como nueva consejera independiente en sustitución de Juan Ignacio Guerrero, que dimitió de su posición tras más de una década en el cargo.

Licenciada en Dirección y Administración de empresas por la Universidad de Santiago de Compostela, cursó un MBA Executive en la Universidad Intercontinental-Escuela de Negocios Caixa Nova y los programas de la IE Business School de Dirección y Gestión EF y el Advanced Management Program. Actualmente es directora general de Grupo Cortizo.

Por último, señalar que las compañías de negocio tradicional de GCO, que próximamente se unirán bajo la nueva marca Occident, lanzan una campaña de revisión gratuita del vehículo para sus asegurados del ramo de Automóviles, con el objetivo de mejorar su seguridad al volante. Así, podrán disfrutar de este servicio hasta el 31 de julio.

Agustín de la Cuerda, nuevo director general de Allianz Commercial para Iberia

Allianz ha anunciado el nombramiento de Agustín de la Cuerda como director general para Iberia. Representará a Allianz Commercial en España y Portugal frente a los clientes empresariales de grandes corporaciones, compañías MidCorp y clientes Specialty.

De la Cuerda ha ocupado diferentes puestos técnicos y de dirección en Iberia y Latinoamérica, incluyendo las posiciones de COO en Allianz Seguros (España) y Allianz Portugal. Desde 2021 es subdirector general del Área de Empresas y Reaseguro en Allianz Seguros (España).

Por su parte, Vicente Tardío ha sido nombrado presidente de honor de Allianz Seguros. Recibe este reconocimiento tras 34 años en la compañía.

En otro orden de cosas, el **Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza** ha celebrado la jornada 'Gerencia de riesgos de empresas', impartida por la responsable de Prevención de Allianz, Beatriz Martínez del Campo, y el ingeniero de Prevención de Allianz, Asensio Martínez. En ella se habló de la importancia de prevenir y mitigar incendios que puedan causar daños y perjuicios a las personas y las empresas. Además, se expusieron los distintos lugares dentro de la empresa donde hay que incidir para evitar incendios o mitigar posibles riesgos.

Por otro lado, la aseguradora ha lanzado su nueva campaña multiproducto para demostrar su compromiso con los clientes en todo tipo de circunstancias, gracias a su oferta 360º que abarca productos de Vida, Auto, Hogar y Pymes. Bajo el claim '¿Cómo vas a tener un seguro pequeño para proteger algo tan grande?', el atleta Álex Roca, la escritora e instructora de yoga Xuan Lan y las influencers Camino Villa y Adriana Boho dan visibilidad al respaldo que Allianz proporciona para cuidar "las cosas importantes de la vida": salud, vivienda, seguridad...

Lagun Aro obtiene el sello ético Ethsi

Seguros Lagun Aro ha logrado el certificado de sello ético Ethsi en los ramos de Autos, Hogar, Vida y Accidentes.

El sello de ámbito europeo EthSI (Ethical and Solidarity Based Insurance) es un distintivo que valora la calidad en la gestión de las compañías de seguros, las correduría y los mediadores, al mismo tiempo que certifica seguros de entidades registradas.

Ethsi pone en valor la gestión ética de la organización en las inversiones, la transparencia y la responsabilidad social a través del fomento de la sostenibilidad social y ambiental, con el doble objetivo de fomentar la práctica ética y solidaria dentro del sector asegurador y, a su vez, ser una herramienta que ayude a la ciudadanía a escoger la mutualidad, compañía de seguros o correduría que trabaje de acuerdo con sus valores.

El 55% de los españoles apuesta por el seguro cuando viaja, pero solo el 11% lo contrata a través de un mediador

Europ Assistance ha publicado los resultados internacionales de la 22ª edición de su Barómetro Vacacional. En él se señala que el 55% de los encuestados tiene la intención de comprar un seguro de Viaje, lo que representa un incremento del 6% en comparación con el año anterior. Sin embargo, los mediadores no son su opción preferida para adquirirlo. Solo un 11%, un punto porcentual menos que el año pasado, elige el asesoramiento de un agente o un corredor.

La razón de este poco arraigo entre los corredores, según Pablo Moreno, Managing Director Travel en Europ Assistance España, puede estar en que los viajes se buscan por Internet o a través de agencias de viajes en donde te lo ofrecen o te lo anexa. Para intentar mejorar este ratio del 11%, Moreno afirma que en Europ Assistance, están intentado "difundir la necesidad de tener seguros anuales de viaje, una modalidad que los corredores pueden comercializar adecuadamente".

A pesar del interés mostrado por la contratación de un seguro (el 55%), existen razones por las que algunos españoles deciden no contratarlo. Según el estudio, el 32% considera que el precio es demasiado caro, el 24% no viaja con frecuencia, el 22% no realiza desplazamientos de larga distancia y el 20% simplemente no lo había considerado.

En el caso de los asegurados que viajan en coche, la asistencia en carretera se posiciona como la garantía mejor valorada con un 68% entre los españoles y un 61% entre el resto de los europeos.

La cobertura más valorada en un seguro de Viajes es la de gastos médicos y de hospitalización (78%), por delante del equipaje y los efectos personales (76%). Enfermar en tránsito o destino es la tercera preocupación entre los españoles, por detrás de quedarse sin dinero o ser robado/perder algo importante.

El principal criterio para elegir la aseguradora es que los precios sean asequibles (31% en España), más del doble que una oferta completa de productos y servicios (15%).

En otro orden de cosas, la aseguradora ha comunicado dos nombramientos: Enrique Martínez como Head of Retail Distribution; y Carlos García Molina como director de Sistemas y Operaciones.

Martínez lidera un equipo dedicado al canal corredor y a los mediadores de seguros complementarios e intentará hacer crecer el negocio y la red de distribución del catálogo de productos de asistencia de todas las líneas de negocio de la compañía (Travel, Auto y Daily Life). Tiene cerca de 25 años de experiencia en la industria turística y 15 en seguros de Asistencia. Antes de ser nombrado Head of Retail Distribution, llevaba 4 años en la compañía.

Molina cuenta con una amplia experiencia en el sector asegurador y de la asistencia, habiendo desempeñado puestos de alta responsabilidad en empresas líderes como IMA Ibérica, Aegon y Cigna. Con una formación de Ingeniero Superior en Informática de Gestión, ha destacado por su perfil técnico y su capacidad para liderar equipos de trabajo en diferentes sectores, como la consultoría, la alimentación y la industria farmacéutica.

Wefox crea una línea de negocio para conectar aseguradoras con partners para distribuir seguros

La insurtech **Wefox** ha lanzado su nueva línea de negocio bajo la denominación 'Global Affinity Business', en la que se conecta a las aseguradoras con diferentes *players* del mercado para distribuir los seguros.

De este modo, Wefox identificará diferentes *Affinity Partners,* empresas que no tienen el seguro como actividad principal, pero que tienen interés o potencial en su mercado para asociarse con una entidad especializada para distribuir soluciones de seguros. Así, Wefox les ofrece la oportunidad de generar ingresos complementarios, aumentar la fidelidad de los clientes y diferenciar su oferta. La solución proporcionada al Affinity Partner puede incluir servicios de consultoría, tecnología, intermediación y administración.

Tomaso Mansutti, Group Head of International Partnerships de Wefox, señala que: "Por supuesto, seguiremos desarrollando productos de seguros a medida para nuestros clientes, pero para nosotros, el éxito mutuo de este nuevo negocio tiene que ver con fidelizar nuestros clientes mejorando la experiencia y con amplificar nuestros servicios".

IMeureka cierra una ronda de financiación de 1.350.000 euros

IMeureka, marketplace digital que conecta a todos los players del sector asegurador para una mejor gerencia de riesgos y que ha captado la atención de más de 60 corredurías, varias asociaciones y colegios profesionales, ha cerrado una ronda de financiación de 1.350.000 euros, donde han participado altos ejecutivos del sector asegurador, CEO de aseguradoras y directores generales de los principales brókeres a nivel mundial.

Esta participación, aporta un *expertise* muy significativo y ayuda en la consolidación de este primer marketplace digital a nivel nacional, garantizando así, el éxito de esta nueva forma de intermediar las pólizas del mercado.

Según su COO y Cofundador, Rafael Zurera, "la apuesta de grandes profesionales del sector por la creación de IMeureka, que trabaja en pro de un futuro cada vez más tecnológico y eficiente donde se combinan inteligencia artificial y tecnologías, es todo un honor para nosotros".

Las mujeres copan tres de cada diez cargos directivos en las aseguradoras

Empower Women in Insurance (#RedEWI) ha presentado las principales magnitudes del IV Estudio de Igualdad de Género en las aseguradoras 2022, impulsado por Inese, con la colaboración de Accenture y de Unespa/Icea. Entre otras cosas, señala que el 30% de los cargos directivos de las aseguradoras están en manos de mujeres.

La distribución de empleados en las aseguradoras por sexos no ha variado de un año para otro; en las aseguradoras siguen siendo mayoría las mujeres. En cuanto a las nuevas incorporaciones, las mujeres superan a los varones (55,2%), aunque menos que el año precedente (57,8%).

Uno de los datos más positivos de este informe es que la presencia de mujeres en los puestos que reportan directamente al CEO se mantiene estable y sigue siendo una cifra casi paritaria (un 47%). Además, el porcentaje de 'resto de mujeres directivas' vuelve a recuperar la senda de crecimiento subiendo al 32%, una cifra dos puntos por encima del 30% de 2021.

La presencia de la mujer en los Consejos de Administración se mantiene estable en 2022, en torno al 22%. Los puestos de nueva creación en estos Consejos se cubrieron con mujeres (44%), pero 9 de cada 10 vacantes (bajas de miembros ya existentes) fueron ocupadas por hombres, algo comprensible dado que estas posiciones se conforman con cuadros sénior, en donde la proporción de mujeres es menor.

La presencia femenina en los Comités de Dirección sube casi un punto respecto al año anterior: 30,3% frente al 29,4% de 2021. La mayor parte de las vacantes se ha cubierto con hombres en 2022, si bien los puestos de nueva creación han sido ocupados por mujeres en mayor medida (53%).

Por departamentos, la mujer es mayoría en los de Atención al Asegurado, Jurídico, Recursos Humanos, Administración, Marketing y Comunicación, así como Técnico y Financiero; mientras que su presencia es menor en Informática, Dirección General, Servicios Generales y en Comercial.

En lo referente a las promociones, el IV Estudio de Igualdad de Género en las Aseguradoras revela que en 10 de los 17 departamentos en los que ha habido promociones,

las mujeres han predominado o igualado el número de varones, e incluso en 4 se ha promocionado solo a mujeres. Las áreas de Sistemas, Comercial y Administración siguen siendo territorio masculino.

Este año, por primera vez, se ofrecen algunos datos de las mujeres directivas en la mediación. Destaca así que existe casi paridad en el sexo de los agentes exclusivos, ya que el 48% de ellos son mujeres. Un vistazo a los puestos directivos de las agencias exclusivas muestra que sólo el 26% está dirigido por mujeres.

Por otro lado, en cuanto a la presencia de la mujer directiva en la vida colegial y en las asociaciones profesionales del colectivo, representan el 22% de los equipos de las Juntas de Gobierno de los colegios de mediadores (entendiendo por junta de gobierno los cargos de presidente, vicepresidente, secretario y tesorero). Dentro de las Juntas Directivas de las asociaciones, las mujeres solo alcanzan el 16%.

El informe reúne 104 entidades que representan el 94% de la plantilla del sector.

Codeoscopic usa la IA para obtener modelos predictivos que ayuden a los mediadores en su estrategia de negocio

En la actualidad, la cantidad de datos que maneja una empresa va en constante aumento. El reto consiste en convertir estos datos en información útil para la compañía y que le permita obtener ventajas competitivas. En este contexto, Codeoscopic lleva tiempo trabajando con su aplicación de 'Big Data' Versus Analytics, y ahora va un paso más allá con el proyecto ABMS 3.0.

La iniciativa de Codeoscopic desarrolla la inteligencia artificial para incluir en sus soluciones elementos predictivos que agilicen las operaciones y personalización de los servicios en las herramientas que dispone el mediador de seguros.

Se prevé que finalice el proyecto en diciembre de 2023, con el resultado de diferentes modelos predictivos que ayudarán a los mediadores de seguros en mejorar la gestión de clientes, productos y estrategias de negocio.

En otro orden de cosas, se ha incorporado en Avant2 Sales Manager los seguros de Comunidades de Catalana Occidente y el producto Hogar de Santalucía.

Por último, señalar que en el transcurso de la 4ª Jornada Codeoscopic, tuvo lugar la entrega de los primeros premios para destacar aspectos relevantes de las aseguradoras en su trabajo dentro de la suite de productos de la tecnológica. El premio a la compañía más perfeccionista fue para Reale Seguros, por ser la que más cuida al corredor facilitándole el trabajo de emisión de pólizas. Haciendo que su volumen de incidencias en Avant2 Sales Manager sea el menor posible aun teniendo una gran cantidad de emisiones mensuales. El galardón a la compañía más analítica se lo llevó AXA Seguros, por ser la que más volumen de datos analiza en aras de satisfacer las necesidades de sus clientes y corredores de seguros. Admiral Seguros recibió la distinción a la más eficiente, por su mayor capacidad de conversión. El último galardón fue para Cleverea, distinguida como compañía revelación 2023.

El seguro de Vida incide en la distinta fiscalidad de las herencias por territorios

Los impuestos a pagar por una herencia, varían significativamente según la comunidad autónoma en la que reside la persona que fallece, debido al distinto tratamiento fiscal en cada una de ellas, ha informado Icea.

El seguro de Vida tiene distinta fiscalidad según el territorio, pero no es el único que provoca las diferencias entre unos y otros. De esta forma, para una misma herencia la carga tributaria final es muy distinta según la comunidad autónoma de que se trate.

DAS Seguros nombra a Karin García directora del Negocio Corporativo

DAS Seguros ha promocionado a Karin García como directora de Negocio Corporativo, tras el nombramiento de Luis Cuervo como nuevo director general, el pasado mes de enero.

Licenciada en Historia por la Universidad Complutense de Madrid, con un máster en Gestión Comercial y Marketing (Gesco) por ESIC Business School y experta en seguros por la Unir, cuenta con más de 15 años de experiencia en el sector asegurador. Su trayectoria profesional ha estado ligada al desarrollo comercial y la prospección de negocio en diversos sectores, con una clara influencia de la innovación en los procesos. Concretamente, ha formado parte de la dirección comercial y la gestión de cuentas en compañías del sector asegurador como Assurant o Caser.

En otro orden de cosas, desde la aseguradora se advierte de que el nuevo proyecto de Ley de Vivienda podría ralentizar el procedimiento de desahucio en caso de impago. En primer lugar, supone cambios en la Ley de Enjuiciamiento Civil, norma que regula los procedimientos para la recuperación de las viviendas en el caso de impago de alquiler, así como el procedimiento civil para recuperar la posesión de la vivienda en caso de okupación, en aquellos casos en los que no se haya acudido a la vía penal, que es la vía aconsejable.

Natàlia Mañas, abogada responsable del Centro de Asistencia Jurídica de DAS Seguros, destaca: "esta nueva norma impone nuevos requisitos tanto a pequeños como grandes propietarios que supondrán una previsible dilatación de los tiempos de resolución de los procedimientos de desahucio en caso de impago, entre otros". Y añade: "en el caso de los pequeños propietarios, estos nuevos trámites no supondrán un gran impedimento, aunque los actores legales deberemos estudiar cómo acreditarlos de forma fehaciente sin que actúe en detrimento de los propietarios".

Por otro lado, DAS Seguros ha informado de que mejora la satisfacción y experiencia de cliente un 20% alcanzando un Net Promoter Score (NPS) de 31 puntos en 2022 según un estudio de la compañía. El conjunto del sector asegurador se sitúa en 21 puntos según el último Estudio ISCX realizado por STIGA, lo que sitúa a la compañía 10 puntos porcentuales por encima de la media.

Preguntados sobre la motivación de su respuesta, los clientes han elogiado especialmente el producto, considerándolo más completo y adaptado a sus necesidades, y el nivel de atención recibida en asistencia jurídica como un factor determinante en el momento de valorar a la compañía.

Por último, señalar que la aseguradora ha celebrado una mesa redonda bajo el título: 'De startups a corporates: cómo colaborar para impulsar la innovación en seguros', en el marco de la segunda edición del DAS Innovation Lab, programa de aceleración y apoyo al ecosistema emprendedor del ámbito legal, basado en la innovación tecnológica.

La mesa redonda puso de manifiesto la elevada capacitación de las compañías del sector asegurador para innovar tanto en la transformación de procesos como en el lanzamiento de nuevos productos que aseguran riesgos derivados de los nuevos hábitos de consumo.

Campus Asegurador crea un curso puente para pasar del Nivel 3 al Nivel 2

La escuela de seguros **Campus Asegurador** ha creado un curso puente que permite pasar a los alumnos con certificado de distribuidor de seguros de Nivel 3 al curso de distribuidor de seguros de Nivel 2.

El nuevo curso de distribuidor de seguros de Nivel 2 con certificado de Nivel 3 tiene una duración de 50 horas y pueden acceder a él aquellos alumnos que tengan la acreditación de Nivel 3 con 150 horas completadas.

La convocatoria para matricularse en este nuevo curso de distribuidor de seguros de Nivel 2 con Nivel 3 está abierta todo el año siendo un curso que cumple con los requisitos de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) y que está en modalidad online con examen final online grabado.

Por otro lado, Campus Asegurador ha ampliado las becas de estudio para cursar la certificación oficial de distribuidor de seguros de Nivel 1. Los alumnos con beca se pueden beneficiar de una tarifa de matriculación especial de 799 euros. En esta ocasión, se han ampliado las becas a dos nuevos colectivos de alumnos: familiares de corredores de seguros y agentes de seguros; y profesionales del sector asegurador con más de 20 años de experiencia. Además, podrán solicitarla como en años anteriores: los profesionales autónomos; en desempleo; familia numerosa; discapacidad reconocida; situación de Erte; alumno de la Escuela de Seguros Campus Asegurador; agente de seguros; y alumnos que trabajen en entidades y distribuidores de seguros en las que otro alumno ya haya cursado programas formativos en la Escuela de Seguros Campus Asegurador.

Este curso de Nivel 1 cuenta, además de las becas, con la suscripción gratis durante un año a la plataforma de formación continua Seguros School con más de 180 cursos online.

Cecas analiza cómo impacta la emergencia climática en el seguro agrario

La escuela de negocios de seguros **Cecas** ha impartido un nuevo curso en formato webinar para analizar el sistema de seguros agrarios combinados. La sesión responde a la relevancia que tiene la emergencia climática y la propia incertidumbre del negocio agropecuario con amenazas de todo tipo.

El curso online, de una hora de duración, fue impartido por Francisco Javier Joana, director territorial para Cataluña de Agroseguro. En él se profundizó en los productos y coberturas disponibles, las vías de contratación de las pólizas, así como en los distintos actores dentro del sistema de seguros agrarios combinados en España.

Arag explica cómo reclamar si se han sufrido daños por la Dana

Arag ha puesto en conocimiento de la población cómo reclamar si se han sufrido daños por el temporal Dana. Así, advierte que, pese a que es necesario tener un seguro para poder recibir indemnización, el Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) se hará cargo en casos de fenómenos naturales extremos siempre que se esté asegurado.

Algunos de los daños ocasionados por las últimas Danas, están cubiertos por las aseguradoras de los afectados, pero los más graves suelen estar excluidos de sus condiciones generales al ser provocados por fenómenos atmosféricos extremos. Si finalmente el seguro no cubre el riesgo, existe la posibilidad de reclamar al Consorcio de Compensación de Seguros.

El CCS se hace cargo, por ejemplo, de los daños producidos por fenómenos naturales como los terremotos, maremotos, inundaciones extraordinarias, erupciones volcánicas, tempestad ciclónica atípica (con vientos extraordinarios con rachas superiores a 120 km/h y tornados) y caídas de meteoritos.

Para ser compensado por el Consorcio se ha de tener contratado previamente un seguro en cualquier compañía de seguros que incluya el bien dañado (la vivienda o el coche, por ejemplo). Evidentemente, la póliza debe estar en vigor en el momento de producirse los daños y el asegurado tiene que estar al corriente de pago.

Para pasar el parte, se debería hacer en este orden: Si se trata de un siniestro extraordinario, se debe comunicar al Consorcio a través de su web. Si no está claro, habrá que comunicarlo tanto al seguro como al Consorcio.

Para tramitarlo, lo mejor es dejarlo en manos de los mediadores de seguros, pues su labor es encargarse de gestionar profesionalmente y con eficacia todos los trámites para que el cliente obtenga la indemnización que le corresponde.

Tener un seguro de Defensa Jurídica es importante, primero para la reclamación ante las propias aseguradoras. "En caso de que se crea que el seguro debe cubrir un riesgo y no lo hace, se puede reclamar con un seguro de Defensa Jurídica", explica Sonia Sánchez, abogada de Arag. Además, también puede solventar problemas con el Consorcio: si al final del proceso, la indemnización propuesta no se considera adecuada, se puede llegar a una reclamación judicial, sin que suponga coste alguno para el asegurado.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha realizado formaciones al equipo norte de la correduría **Coinbroker** y a los empleados de Siniestros, Administración y Comercial del grupo asegurador **Assegur**.

"Es importante que nuestros mediadores no solamente conozcan muy bien nuestros productos, sino también ejemplos reales y prácticos para poder trasladar a los clientes finales lo realmente necesarios que son para su seguridad y tranquilidad", detalla Juan Dueñas, director territorial de Arag.

Aline Gómez-Acebo se sitúa al frente de la nueva Dirección de Sostenibilidad de Asisa

El Grupo Asisa ha creado una nueva Dirección de Sostenibilidad, de la que estará al frente Aline Gómez-Acebo.

La nueva Dirección de Sostenibilidad tendrá como principal misión desplegar la nueva estrategia ESG del Grupo Asisa, que responde al compromiso de la compañía con la integración en todos sus procesos de un enfoque que fortalezca la sostenibilidad, el cuidado de las personas y del entorno como el eje central de su actividad.

Con una experiencia de 15 años en cargos directivos en compañías de varios países, Gómez-Acebo ha trabajado los últimos 10 años en el sector salud, tras pasar, entre otras compañías, por la consultora Deloitte y participar en la fundación de tres startup en diferentes sectores.

En otro orden de cosas, Asisa Vida ha puesto en marcha una campaña para reconocer la aportación de los corredores al desarrollo, el crecimiento y la visibilidad del sector asegurador, así como al impulso de la actividad comercial de las compañías. Para ello, desarrollará varias acciones vinculadas con la gastronomía con el fin de destacar los valores y atributos que definen la actividad del corredor de seguros.

"Con esta acción, Asisa Vida quiere reconocer el valor del trabajo y la aportación de los corredores, agradecer su compromiso y, a la vez, reforzar su relación con los mediadores. Los corredores son esenciales para el crecimiento de Asisa Vida, para llegar a nuevos sectores de clientes y para seguir adaptando nuestra oferta a las necesidades del mercado", ha señalado Francisco Martínez, director general de Asisa Vida.

Webinar sobre cómo montar una correduría

Por octavo año consecutivo, www.quierosercorredordeseguros.es ha organizado una jornada informativa sobre 'Cómo ser corredor o cómo montar mi propia correduría', impartida por Jorge Campos, director del portal

En él se expuso con detalle cuál es el perfil de las personas que se hacen corredores hoy en día, se repasó los requisitos y obligaciones que deben cumplir las personas que quieren iniciar esta actividad profesional y se informó de todo el proceso y trámites para solicitar la autorización administrativa.

Asimismo, en una mesa redonda, cinco nuevos corredores contaron cómo está siendo su experiencia durante el primer año de andadura profesional, cuáles son sus principales dificultades y cómo las están resolviendo. En el acto, se presentó también la VIII edición de la ya tradicional Guía Informativa 'Cómo ser Corredor o cómo montar mi propia correduría'.

Grupo Mutua Propietarios creció un 7,6% en 2022

Grupo Mutua Propietarios alcanzó, en 2022, un volumen de negocio de 102,8 millones de euros (+7,6%), superando por primera vez en sus 187 años de trayectoria el listón de los 100 millones de euros de facturación. Estos resultados históricos se sustentan en un importante crecimiento de primas en el seguro de Impago de Alquiler (+27%) y una evolución muy positiva en los ramos de Multirriesgo de Hogar (+12%) y Comunidades (+5%), además de en una importante expansión del negocio.

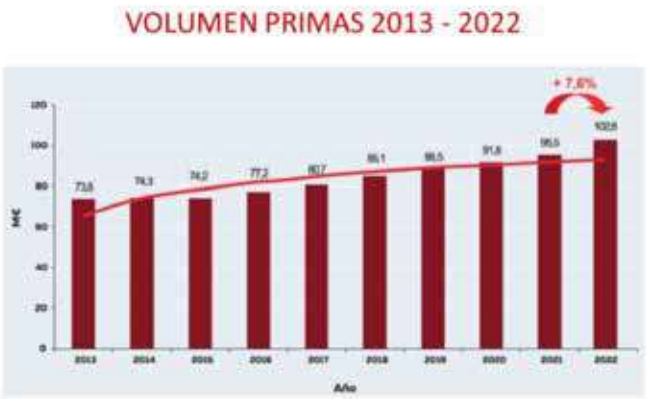
La entidad, que ya cuenta con unos activos consolidados de 337 millones de euros, completó el pasado ejercicio la fusión por absorción de Mutual de Conductors y la adquisición de DAS Seguros, operaciones enmarcadas en el Plan Estratégico 2021-2023.

Con un beneficio antes de impuestos que alcanzó los 7,7 millones de euros, los fondos propios de Grupo Mutua Propietarios ascendieron, al finalizar 2022, a 123,3 millones de euros, obteniendo un ratio de solvencia del 306,5%. Asimismo, la entidad incrementó un 40,3% el número de mutualistas hasta alcanzar los 156.000, un crecimiento motivado, en parte, por la inclusión de más de 38.000 nuevos mutualistas de Mutual de Conductors. Esta incorporación ha aportado casi 5 millones de euros adicionales en primas, contribuyendo a diversificar el negocio y 12,5 millones de euros en fondos propios.

La compra de DAS Seguros, y su filial DAS Lex, ha supuesto incorporar al Grupo Mutua Propietarios una facturación adicional de casi 40 millones de euros, principalmente de Defensa Jurídica, de Impago de Alquiler y de Asistencia en Viaje, tanto de seguro directo, reaseguro aceptado como de servicios, así como 150 empleados que aportan talento y capacidades.

En otro orden de cosas, Grupo Mutua Propietarios ha comunicado que ha desarrollado un nuevo proceso digital de contratación del seguro de Alquiler que permite obtener de forma inmediata un estudio de viabilidad del inquilino y validar su candidatura, pudiéndose aceptar o denegar la suscripción del seguro de forma instantánea, a la vez que se mantienen todas las garantías de seguridad para el arrendador. Utilizando un sistema de *scoring* automático, analiza el comportamiento de pago de las obligaciones del inquilino en el pasado, para prever cómo se comportará frente al pago del alquiler en el futuro. Este proceso permite en menos de tres minutos que el propietario pueda tener la póliza contratada si se ha pasado el *scoring*, siendo solo necesario conocer el DNI/NIE del inquilino, su fecha de nacimiento y el código postal de la vivienda arrendada, sin necesidad de solicitar al inquilino la documentación que justifique su solvencia económica.

Por último, señalar que la aseguradora ha presentado el primer hub de influencia (una plataforma que reúne el conocimiento acumulado y la experiencia de grandes expertos) sobre las tendencias y retos de la propiedad inmobiliaria. El hub combina en un espacio exclusivo, el análisis de la actualidad con la opinión y la experiencia de los principales actores que juegan un papel fundamental en la vida del edificio en aspectos como la mitigación de riesgos para el propietario; el mantenimiento de inmuebles; la accesibilidad y la sostenibilidad de la vivienda.



MGS forma a sus mediadores en inteligencia emocional y ventas

La Fundación MGS ha organizado un acto de su ciclo de jornadas formativas dirigidas a empleados y mediadores de la aseguradora. La conferencia, con el título '¿Cómo obtener mejores resultados profesionales, sintiéndonos más satisfechos con la vida?', contó con la participación de Inés Torremocha, coach certificada en ventas e inteligencia emocional.

Torremocha explicó el concepto de inteligencia emocional ligado a las ventas y la importancia de las relaciones emocionales saludables y cómo abordar las situaciones de estrés para una satisfacción mayor en el día a día. Para conseguirlo, dio cuatro claves de implementación inmediata que, según sus palabras, se traducen en mejores resultados profesionales y en un nivel pleno de satisfacción con la vida.

1. "AceptAcción": lo contrario de la resignación. Definir objetivos con un plan de acción y aceptar que alguna situación en la que estás no es tu responsabilidad.
2. Confianza: primero en uno mismo, después en el proyecto que se quiera llevar a cabo.
3. "DiferenciAcción": diferenciarse con lo que ya tenemos, no por terceras personas.
4. Compromiso: ¿para qué hago lo que hago cada día? Tiene que trascender el tema económico.

Reale reúne a los mediadores que trabajan su negocio de expatriados

Reale Seguros ha celebrado la V edición de su Convención de Expatriados en la que reúne a los principales mediadores que trabajan con esta unidad de la compañía.

La cita se desarrolló en dos jornadas en las que se analizaron la situación actual, los datos de negocio, las estimaciones a cierre, los proyectos realizados en el año, las previsiones del 2023 y todo el plan de Acción para alcanzar los objetivos que se ha marcado la compañía. Además, los mediadores conocieron las nuevas herramientas, palancas de gestión y las necesidades de cara a cerrar de nuevo un gran año.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha realizado un taller de gestión del cambio en las organizaciones, en el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón, impartido por Josep Gendra i Hom, psicólogo-coach y responsable de Formación de Negocio en la Dirección de Gestión del Talento en Reale Seguros.

Según Gendra, los asistentes ahora conocen de qué forma su cerebro les puede ayudar o poner trabas a la hora del cambio y cómo ellos mismos pueden ayudar a cambiar a las personas de su entorno, ya sean clientes, empleados o compañeros de trabajo.

Agroseguro crea una app para facilitar información sobre pólizas y siniestros a los asegurados

Agroseguro presenta la aplicación móvil 'Agroseguro Clientes', una app dirigida a los agricultores y ganaderos para acceder de una manera sencilla y directa a toda la información sobre sus pólizas y siniestros.

Se trata de la versión app (para dispositivos móviles) del Área Clientes, que se encuentra en la página web de Agroseguro y a la que acceden habitualmente más del 30% de los agricultores y ganaderos asegurados. Ahora, con esta nueva solución móvil, la consulta y descarga de la información sobre su seguro agrario la podrán realizar también desde sus teléfonos móviles, en cualquier momento y lugar.

Entre las principales ventajas de la App se encuentra la posibilidad de consultar y descargar toda la información sobre las pólizas en vigor y las correspondientes a las anteriores campañas, su información fiscal, así como los siniestros comunicados e indemnizaciones abonadas. Asimismo, podrán actualizar sus datos de contacto y recibir las comunicaciones emitidas por Agroseguro vinculadas a sus pólizas.

Además, integra gestiones disponibles en anteriores herramientas y permite a los ganaderos asegurados, sin necesidad de cambiar de aplicación, comunicar siniestros de ganado o de retirada y destrucción de animales a través del teléfono móvil.

Por otro lado, la aseguradora ha comunicado que la inestabilidad meteorológica de las últimas semanas, marcada por fuertes tormentas de pedrisco y heladas, ha causado daños en cultivos de numerosas comunidades autónomas del área mediterránea e interior peninsular. Son fenómenos meteorológicos que destacan por producirse de manera especialmente tardía (heladas a mitad de mayo) o temprana (pedrisco), que contrastan con la grave sequía del primer cuatrimestre del año, y vienen a agravar la situación de algunos cultivos ya previamente afectados por la falta de precipitaciones.

La primera estimación de indemnizaciones por los daños provocados por la sequía en los cultivos herbáceos de secano (contemplando los cereales de invierno, las leguminosas y la colza) ya alcanza los 300 millones de euros, según los cálculos de Agroseguro. Se estima que la superficie siniestrada alcanzará holgadamente los 1,5 millones de hectáreas, las dos terceras partes del total asegurado.

La edad de contratación del seguro de Decesos 'DKV Protección Familiar' y 'DKV Ecofuneral' ha aumentado de los 70 a los 75 años, sin la necesidad de añadir a la póliza ningún otro asegurado de menor edad. Los seguros de Decesos de DKV incluyen testamento online y borrado de la huella digital. También se ofrece el planificador del funeral, para que los asegurados puedan elegir una despedida que les represente.

DKV aumenta la contratación de su seguro de Decesos a los 75 años

El borrado de la huella digital garantiza a los herederos del asegurado que lo soliciten, siempre que sea posible, la cancelación en internet de la información que pudiera aparecer relacionada con el asegurado fallecido. También tiene la capacidad de migrar sus cuentas a perfiles conmemorativos y de ocuparse del traspaso de los diferentes activos digitales que la persona podía tener.

En otro orden de cosas, la plataforma de telemedicina de DKV 'Quiero Cuidarme Más' ha superado las 700.000 descargas, de las cuales 190.995 provienen de dispositivos IOS y 509.920 de Android. Cuenta con 380.479 usuarios que han tenido sesiones en la aplicación, llegando a cifras récord de más de 45.000 usuarios que iniciaron sesión en el mes de enero.

Por último, señalar que DKV ha sido galardonada en los Premios Azul, por su proyecto 'Dosis de Naturaleza'. Los ganadores se anunciaron en el Global Summit for Insurance Innovation 2023, celebrado en el Meeting Place Madrid.

'Dosis de Naturaleza' es una herramienta digital de salud ambiental, integrada en la app 'Quiero cuidarme Más', que mide la exposición al verde a partir de los movimientos de cada día, y ayuda a construir un nuevo hábito saludable. Igual que un contador de pasos, cuenta los minutos "en verde".

Prima Seguros y Acierto.com se alían para mejorar la experiencia de sus clientes

La insurtech Prima Seguros ha alcanzado un acuerdo con Acierto.com, para impulsar su crecimiento y mejorar la experiencia de sus clientes.

Los usuarios podrán encontrar y comparar, en la web de Acierto.com, los seguros de Prima junto con el resto de actores del panel, obteniendo en menos de tres minutos una comparativa personalizada de precios y coberturas. Así, la insurtech impulsa su posicionamiento en agregadores, donde aspira a ser uno de los principales *players* con el objetivo de llegar a los diez millones de euros en primas en 2023.

Caser designa a Mario Abajo nuevo director de Servicios

Caser ha anunciado la incorporación de Mario Abajo como nuevo director de Servicios, en sustitución de Valentín García, que se jubila tras más de tres décadas en la compañía.

Mario Abajo, que cuenta con más de 25 años de experiencia profesional, ha desempeñado puestos de responsabilidad en empresas internacionales de primer nivel. En este sentido, durante los últimos siete años ha sido director general de Clece Care Services en Reino Unido, dentro del Grupo ACS. Licenciado en Ingeniería Industrial por la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales de la Uned, posee un MBA por la Iese Business School.

En otro orden de cosas, Caser Seguros ha establecido un acuerdo de colaboración con **Tomaticket.es**, empresa especializada en la venta de entradas por internet, para ofrecer mayor protección a los clientes de la plataforma. De esta forma, los usuarios de Tomaticket.es podrán adquirir de manera online un seguro de no asistencia que los proteja en caso de imprevistos de última hora que les impidan asistir a conciertos, festivales, eventos deportivos y otros espectáculos. Se les garantiza el reembolso del 100% del importe de la entrada en situaciones de fuerza mayor, como accidentes de tráfico, enfermedades propias o de algún familiar, entre otros escenarios.

Por otra parte, la aseguradora se ha incorporado como socio de **Foment del Treball** (actor social clave en el desarrollo económico y humano de Cataluña y de la Europa mediterránea), que servirá de altavoz a Caser en la conversación ante las diferentes fuerzas sociales, políticas y económicas, para seguir avanzando en un momento determinante de transformaciones, tanto por parte de la sociedad como en el entorno regulador y empresarial.

Por último, señalar que Caser aportó 5 claves sobre la normativa para pilotar drones en el Día Mundial de los Drones. Se trata de información esencial para aquellos interesados en convertirse en pilotos profesionales, profesión altamente lucrativa en la que se pueden percibir ingresos mensuales entre 3.000 y 9.000 euros.

Actualmente, la mayoría de los operadores de drones en España cuentan con niveles mínimos de seguro, como la cobertura de responsabilidad civil de terceros, así como una cobertura integral. Esto a pesar de que, según los artículos 11 y 27 de la Ley de Navegación Aérea, el seguro de Responsabilidad Civil es obligatorio tanto para fines recreativos como profesionales.

Purísima MPS cierra 2022 con beneficios, por primera vez en su historia

Purísima MPS sigue dando pasos para recobrar su normalidad después de un accidentado año 2022 y ha alcanzado beneficios por primera vez en su historia. Una base técnica obsoleta, junto con una mala gestión de su anterior Junta Directiva, arrastraron a la mutualidad a una situación de quiebra ficticia que, poco a poco, se va dejando atrás.

Con la reformulación de las cuentas anuales de 2021, la nueva base técnica, y los cambios de reglamento aprobados en la Asamblea de febrero, la mutualidad ajusta su realidad a la normativa de Solvencia II, y cierra 2022, por primera vez, desde que se constituyó en mutualidad, con un beneficio de 111.138,97 euros (antes de impuestos), su déficit de provisiones cubierto y una ratio de fondos propios admisibles sobre capital de solvencia obligatorio (CSO) del 5,79.

Entre los acuerdos aprobados, destaca una reducción de casi un 7% de la subida prevista para las primas de la cartera mayoritaria de la mutualidad (archicofrades), y que la nueva Junta Directiva prevé que se pueda seguir mejorando en próximos ejercicios.

PassportCard amplía la cobertura de salud para expatriados en España

El proveedor de seguros alemán **PassportCard** ha anunciado la ampliación de dos de sus planes de salud con el incremento de varias coberturas, además de incorporar nuevas prestaciones adicionales. Estos cambios mejorarán la experiencia de los beneficiarios de los planes Compact y Comfort, ofreciendo también tarifas más competitivas en estas dos opciones.

PassportCard ha incluido 16 nuevos servicios a su plan Compact; y 6 al plan Comfort, que garantiza la tranquilidad de los usuarios en cuanto a sus necesidades de salud, del que ha ampliado otras 4 prestaciones.

Esta ampliación mejora la cobertura para las visitas al médico de cabecera y las consultas generales, además del radiodiagnóstico. Asimismo, supone la incorporación de servicios ambulatorios adicionales de rehabilitación, salud mental y bienestar, tales como fisioterapia, en la que se incluyen masajes, tratamientos psiquiátricos, o sesiones de acupuntura y homeopatía.

Por otro lado, la nueva ampliación de ambos planes de PassportCard abarca la prestación de chequeos de salud periódicos. Y extiende la cobertura para la adquisición de medicamentos, tanto los prescritos como los que se administran sin receta. Estos servicios se unen a la atención médica por línea telefónica, para brindar asesoramiento y asistencia sanitario en cualquier momento.

IES permite cursar los niveles 2 y 3 en inglés

El Instituto e-Learning del Seguro (IES) ha creado todos los contenidos formativos necesarios de los niveles 2 y 3 en inglés para atender las demandas de los extranjeros y expatriados que trabajan en seguros en España.

IES es pionero en desarrollar en inglés todos los contenidos de la formación para los niveles 2 y 3, incluida la formación inicial de 200 y 150 horas, así como diferentes itinerarios de 15 y 25 horas con píldoras formativas para los planes de formación continua. Además, todos los cuestionarios de evaluación son en inglés.

Asimismo, desde el IES adelantan que están ya trabajando también en la creación de todos los contenidos formativos en alemán y que verán la luz antes de final de este año.

Por otro lado, IES ha lanzado una nueva píldora online (de una hora y media) sobre 'El precio del seguro de Automóvil', dentro de la sección de Formación Continua – Sobre Seguros, donde se van incorporando una gama completa de contenidos formativos sobre diferentes temas relacionados con el ámbito asegurador.

También ha lanzado un curso (de dos horas y media) sobre 'Los Principios Básicos del Seguro', 100% online, en el que se abordan uno a uno cada principio para conocerlos en profundidad: principio de buena fe, de solidaridad, de subrogación, de contribución o de indemnización, entre otros.

Por último, señalar que IES ha anunciado ya los galardonados con los Premios Aula Magna 2023, los primeros en el ámbito de la formación aseguradora que tienen carácter anual y que reconocen "la excelencia en la formación aseguradora".

Los galardonados en esta 2ª edición son:

- Programa de Desarrollo Directivo (PDD) de la Fundación Adecose. Premio a la iniciativa de formación o educación destacada en el ámbito asegurador.
- Centro de Formación Profesional para el Empleo en Administración, Seguros y Finanzas – Centro de Referencia Nacional en Administración, Seguros y Finanzas (Fuencarral). Premio al Centro de Formación o Institución de referencia por su labor docente o de apoyo y fomento permanente de la formación en el sector asegurador.
- María Eugenia Líbano. Premio a toda una trayectoria profesional como formadora en el ámbito asegurador.

Además, este año, el Instituto e-Learning del Seguro también hará entrega de un reconocimiento a los tres cursos que más horas de formación han certificado dentro de esta plataforma a lo largo de 2022. Los galardonados han sido:

- Aula de Oro: Curso online 'El Seguro de D&O' de Markel.
- Aula de Plata: Curso online 'El Seguro de Salud' de Sanitas.
- Aula de Bronce: Curso online 'El Seguro de RC General' de Markel.

Santalucía mejora la rentabilidad de su seguro de Vida ahorro

Santalucía eleve el tipo de interés un 0,25% adicional para nuevas contrataciones de su producto 'MaxiPlan Inversión Depósito Flexible', hasta el 30 de septiembre.

El tipo de salida final será un 1,75% para nuevos clientes sin otra contratación de póliza (desde una aportación mínima de 4.000 euros). Si se contranta otros productos, el tipo de interés garantizado será entonces del 2,25% TAE anual con permanencia de 2 años (desde una aportación mínima de 4.000 euros). En caso de rescate a partir del primer año, se aplicará un tipo de interés del 0,50%.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha revalidado su posición como la compañía con mejor experiencia de cliente y que mayor satisfacción genera, según el estudio de Benchmarking de Satisfacción del Sector Seguros del primer trimestre de 2023.

En seguros de Hogar, mantiene el primer puesto con los mayores niveles de satisfacción global y recomendación por parte de los asegurados de Hogar en España, habiendo registrado un NPS (Net Promoter Score) de 33.5, mejorando en 1.5 p.p los resultados obtenidos a finales del año pasado. El cuestionario analiza la intención de recomendar, la satisfacción global de la compañía, la fidelidad, el precio o la claridad y transparencia, entre otros intangibles.

Por último, señalar que la aseguradora ha registrado un aumento significativo en la atención de siniestros relacionados con las recientes lluvias. En total, ha atendido 23.757 siniestros. En concreto, desde el lunes 22 de mayo al domingo 28, se atendieron un total de 1.026 llamadas por lluvias -daños atmosféricos- y casi 100 por inundaciones -daños consorciables- que corresponden a asegurados en los ramos de Hogar, Comunidad o Comercios, entre otros.

El importe medio de las reclamaciones fraudulentas evitadas supera los 2.000 euros

Icea informa que, en 2022, el importe medio de las reclamaciones fraudulentas evitadas por las aseguradoras fue de 2.208 euros. Para ello tuvieron que dedicar unos gastos medios de investigación de 57 euros por caso.

Los ramos que presentan un mayor rendimiento en esta investigación fueron los de Vida, Accidentes y Salud, en los que se evitó un importe promedio de 8.294 euros por caso, con un coste de investigación de 53 euros, lo que supone un ahorro de 157 euros por euro invertido en investigación.

QBE reestructura su equipo de suscripción

QBE ha realizado una serie de cambios en su equipo de suscripción para impulsar su crecimiento y ofrecer un servicio de excelencia a sus clientes.

Adrián Gordón ha sido promocionado a la posición de suscriptor de Daños Materiales, después de tres años y medio como asistente de suscripción. Por otro lado, Manuel Asla y Carlos Costa, quienes previamente estuvieron de prácticas en la compañía, asumen los roles de asistentes de suscripción del departamento de Daños.

A su vez, Fernando Oliver ha sido designado como el nuevo asistente de suscripción de Líneas Financieras. Por su parte, Rosana Moreno, asume el puesto de asistente de suscripción de Responsabilidad Civil. Por último, Borja López ha demostrado un gran compromiso y eficacia durante su beca en el departamento de Construcción, y ahora tendrá la oportunidad de colaborar con este equipo como asistente de suscripción.

Por otro lado, la aseguradora ha anunciado la incorporación de Palmira García como Legal Counsel para la sucursal de España. Licenciada en Derecho por la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla y con un Máster en Asesoramiento jurídico para empresas por el IE Business School, cuenta con más de 15 años de experiencia trabajando en diferentes despachos de abogados y como asesora interna en el sector asegurador.

Asimismo, se ha incorporado Juliana Valencia como suscriptora de Responsabilidad Civil Profesional para la sucursal de España. Con un postgrado de seguros en la Universidad Externado en Colombia y con un máster en Gestión de Riesgos financieros por Icade, cuenta con 7 años de experiencia en el sector asegurador, tanto en bróker como en compañía. Además, tiene conocimientos en RC General y en Pharma.

El ahorro gestionado por el seguro crece un 1,41% en el primer trimestre

Las aseguradoras velaban por 189.960 millones de euros de sus clientes a cierre del pasado marzo a través de todo tipo de seguros de Vida ahorro, una cifra un 1,41% superior a la del mismo periodo de un año antes.

A esta cantidad hay que sumar otros 57.447 millones de euros correspondientes al patrimonio de los planes de pensiones cuya gestión está encomendada a aseguradoras, que cayeron un 1,12% en términos interanuales. En total, el sector asegurador tenía encomendados 255.077 millones de euros al acabar el primer trimestre del año, un 0,92% más que en marzo de 2022.

De toda la gama de productos, solo los seguros unit linked, aquellos en los que el tomador asume el riesgo de la inversión, y las rentas vitalicias y temporales crecieron en comparación con el año anterior. Los unit linked aumentaron el patrimonio bajo gestión un 10,94% y se situaron en 22.541 millones de euros, mientras que las rentas vitalicias y temporales lo incrementaron un 1,58%, hasta 88.604 millones de euros.

Las demás líneas de producto anotaron descensos de distinta intensidad en el volumen de ahorro gestionado. Los cambios más modestos correspondieron a los capitales diferidos (-0,11%) y los planes de previsión asegurados (PPA) (-1,90%), mientras que las caídas fueron más pronunciadas en los planes individuales de ahorro sistemático (PIAS) (-2,92%), los seguros individuales de ahorro a largo plazo (Sialp) (-3,50%) y la transformación de patrimonio en renta vitalicia (-5,50%).

Los ingresos por primas del negocio de Vida riesgo se situaron en 1.658 millones de euros al finalizar el primer trimestre de 2023, un 1,62% menos que el año anterior.

Markel incorpora a Sara Toribio al Área de Siniestros

Markel ha ampliado el Área de Siniestros incorporando como tramitadora sénior a Sara Toribio, que cuenta con una amplia experiencia en Responsabilidad Civil, al estar especializada en la defensa y asesoramiento de aseguradoras en diferentes despachos de abogados del sector asegurador.

Es graduada en Derecho con complemento en Periodismo, Máster en Derecho Penal y Ciencias Penales y Máster en Asesoría Jurídico Laboral, y ha ejercido como abogada en Despacho de Abogados Internacional.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha organizado su I Evento Networking con los mediadores de seguros que trabajan en el día a día con la oficina de Markel Barcelona, liderada por Carlos de Puig.

El entorno digital, clave en el último Congreso Insurance Customer Experience

El 7º Congreso Insurance Customer Experience, organizado por Icea, y patrocinado por Iris Global, se centró en la experiencia del cliente con un enfoque 360º con el objetivo de cerrar el círculo del servicio, sin perder de vista el entorno cada vez más digital en el que demanda una relación omnicanal y personalizada.

Durante la apertura del congreso, Elvira de la Cruz, directora de estudios de mercado y comunicación de Icea, apuntó algunas claves que afectan al sector de especial manera en el contexto de incertidumbre que está viviendo:

- La interacción con los clientes ha cambiado debido a los avances tecnológicos, la economía y la salud, lo que ha llevado a que los clientes actuales requieran una combinación de modelos digitales y offline para satisfacer sus necesidades.
- La *Silver Economy*, que examina las consecuencias económicas y sociales del envejecimiento de la población, es cada vez más importante.
- La sostenibilidad es una de las preocupaciones para los clientes en el sector asegurador, y mantener relaciones sólidas y ofrecer un servicio de calidad sigue siendo una prioridad.

Entre los expertos que intervinieron a lo largo de la jornada, Sandra Llamas, directora de Alianzas de Servicios de Iris Global, expuso los cambios en la legislación que se introducen tras la reciente aprobación en el Congreso de la Ley de la Clientela. "La atención a la clientela comprende cualquier tipo de comunicación con un cliente o potencial cliente, incluyendo las consultas o la gestión de incidencias", recordó.

Otro de los puntos clave de la jornada fue la entrevista a Álvaro Falcones, CEO de Tax Down, que dialogó con Susana Brasero, responsable del departamento Jurídico de Iris Global, sobre las ventajas de su herramienta para la tramitación de la declaración de la Renta. La compañía cuenta ya con más de un millón de usuarios que confían en su asesoramiento en materia fiscal.

Guillermo Calderón, director de Experiencia Digital de Cliente y de Distribuidor de Generali, condujo la sesión titulada 'Omnicanalidad y digitalización, la conexión entre la experiencia de cliente y la experiencia del mediador'. En ella se abordó el aspecto emocional en la experiencia de cliente como una de las claves del sector. "Tenemos que cumplir con estándares de calidad muy altos ya que, al vender siniestros, las experiencias del cliente se comparten", recordó el experto.

Joan Torradeflot, nuevo líder de Accident & Health para Iberia de Sompo

Sompo International ha anunciado el nombramiento de Joan Torradeflot como líder de Accident & Health (A&H) de su operación de seguros en Iberia.

Torradeflot aporta 20 años de experiencia en el sector, habiendo ocupado puestos de responsabilidad en empresas aseguradoras internacionales como Aon y Mercer. Se incorpora a Sompo International procedente de Chubb, donde ocupó el cargo de A&H Corporate Underwriting Manager para Iberia.

Sanitas presenta las novedades de su ecosistema digital BluaU

En el encuentro Future Health, **Sanitas** ha explicado las claves de la salud del futuro y las novedades del sector que revolucionarán la medicina actual.

Entre otras cosas, se expusieron los desafíos y oportunidades que la tecnología y la innovación ofrecen a la sociedad del siglo XXI, analizando el pasado y poniendo el foco en aspectos como la cirugía plástica, la cirugía de reafirmación de género, la píldora anticonceptiva y el debate sobre los implantes cocleares, entre otros. Por otro lado, se analizó las tecnologías futuras como la ingeniería genética y las interfaces cerebro-ordenador.

Iñaki Peralta, CEO de Sanitas y Bupa ELA, ha explicado que "estamos convencidos de que la medicina del futuro será híbrida: se servirá de todas las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías y la combinará con la mejor asistencia presencial. Estos nuevos canales y soluciones digitales empoderan tanto al médico como al paciente, generan una relación más fluida entre ambos y fomentan la prevención". Las *start-ups* compartieron algunas de las novedades más rompedoras en salud. Tucuvi ha creado un asistente virtual de voz que conversa con los pacientes para detectar cualquier signo de alarma y prevenir problemas de salud, con el objetivo de reducir la necesidad de hospitalización y de readmisión. Por su parte, Nuralogix ha explicado cómo la tecnología Anura permite, a través de la cámara del móvil, realizar un reconocimiento facial para medir las constantes vitales clave y predecir el riesgo de algunas de las enfermedades más prevalentes.

Por último, Indya propone dietas ultrapersonalizadas asistidas por wearables. Su modelo permite adaptar los parámetros de la alimentación a los cambios fisiológicos, logísticos o de gustos que puedan darse en el día a día de una persona que quiera alimentarse en base a su actividad física o a unos objetivos concretos.

Iris Global analiza los efectos de la economía conductual en el sector

Iris Global ha participado en el Global Summit for Insurance Innovation de Inese. En el encuentro se ha analizado una visión multidisciplinar de la innovación en la industria aseguradora en un contexto de constante evolución tecnológica y profundos cambios culturales.

Entre los temas abordados en la sesión, resultó de especial interés el diálogo titulado 'Irracionalmente seguros: la economía conductual aplicada a la toma de decisiones en el sector', protagonizado por Joana Daguro, gestora de innovación en Iris Global, y Juan de Rus, director y socio de Neovantas. La economía conductual se refiere al estudio de cómo los factores psicológicos, sociales y emocionales influyen en la toma de decisiones económicas de las personas. En el sector asegurador, estos factores pueden tener un impacto significativo en la forma en que las personas toman decisiones relacionadas con seguros.

Uno de los efectos de la economía conductual que los expertos destacaron fue el llamado *framing*, que se refiere a la manera en la que se presenta la información y cómo influir en la forma en que se percibe un problema o una situación. En el caso del seguro, el *framing* puede afectar la forma en que los clientes perciben los riesgos y la necesidad de una cobertura.

En otro orden de cosas, Iris Global ha comunicado que ha llegado a un acuerdo de colaboración con la plataforma Tax Down para ofrecer a sus clientes un nuevo servicio jurídico de tramitación y gestión de la declaración de la renta de una forma completa y personalizada.

Por otro lado, la aseguradora ha finalizado el programa de *mentoring* Ceres, de la mano de la Red de Mentoring de España.

Una iniciativa que empezó el pasado mes de octubre, con la que se pretende impulsar el talento joven femenino.

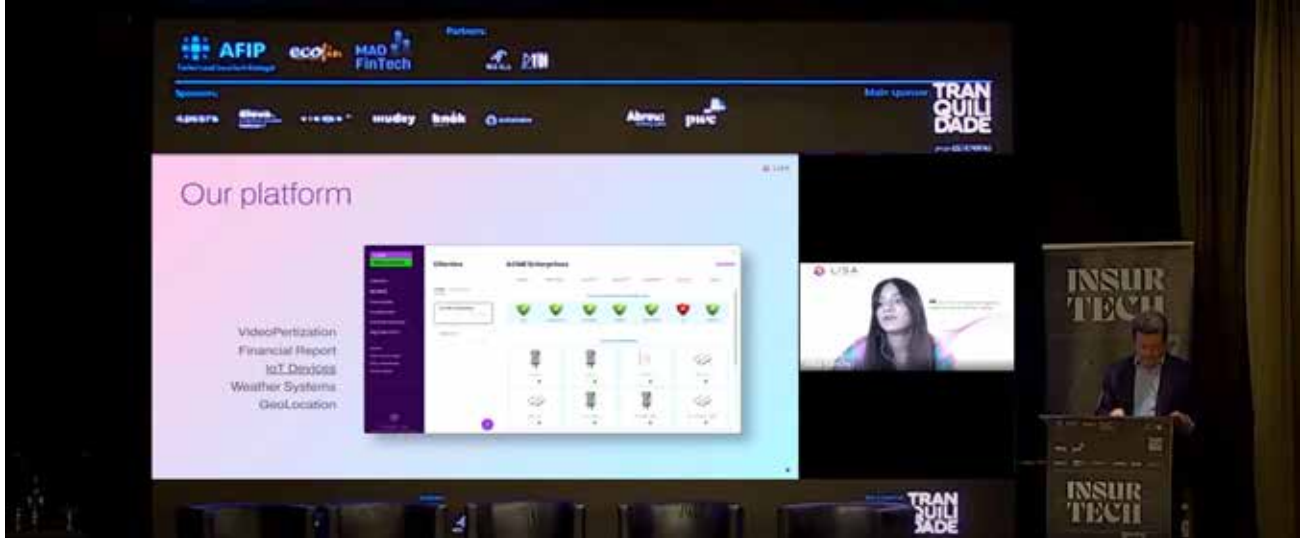
Por último, señalar que Iris Global ha participado en el evento de reclutamiento Beer & Tech, en el marco de la Feria del Empleo en la Era Digital (Feed) 2023. En la jornada, los más de 200 candidatos tuvieron que hacer frente a pruebas como una gymcana de realidad virtual aumentada y disfrutaron de diversas actuaciones y actividades con la última tecnología en el centro comercial X Madrid (Alcorcón).

Durante el evento, los participantes acudieron al stand de Iris Global, para recibir información sobre las oportunidades laborales, en el mercado de la asistencia en seguros para perfiles digitales y tecnológicos.

Solunion estrena oficinas en Vigo

Solunion traslada su oficina de Vigo a un nuevo emplazamiento, en la calle Areal, 18. Desde esta localización, el equipo de expertos de la Zona Noroeste de Solunion España seguirá acompañando a las empresas de la región.

Massimo Reale, director general de Solunion España, destacó la importancia de "la adaptabilidad para poner al servicio de nuestros clientes toda nuestra experiencia. La cercanía, ese trabajo sobre el terreno, nos permite, además, ser ágiles a la hora de dar respuesta a sus necesidades de un modo eficiente y certero".



Lisa da a conocer su plataforma de seguros para empresas de reciclado

Lisa Seguros ha presentado su plataforma de seguros para empresas de reciclado en el Iberian Insurtech Forum 2023 de Lisboa, evento que celebraba su tercera edición en el espacio del Fórum Picoas de la capital lusa.

Lisa mostró la plataforma de aseguramiento 'Lisa Reciclado': un dispositivo de monitorización y seguimiento 24/7, apoyado en IoT, tecnología y sensores avanzados, que permite a las industrias estimar de manera precisa sus riesgos y ejercer un control anticipado de incidencias, lo que repercute en el ajuste de las primas a los riesgos reales.

Por otra parte, la insurtech ha recibido el Premio Azul a la transformación en el mercado asegurador, concedido en el marco del Global Summit for Insurance Innovation que organiza Inese, por el desarrollo de su plataforma de seguros para empresas de reciclado, que ofrece a las industrias de la economía circular una solución de aseguramiento, con precios ajustados a los riesgos reales de cada empresa.

El jurado valoró del proyecto de Lisa que está "apoyado en la tecnología IoT y ofrece una solución vital a un sector que ha denunciado problemas graves de aseguramiento".

Zurich designa a Giuliano Maisto nuevo Director de *Specialties*

Zurich ha incorporado al equipo del segmento Empresas a Giuliano Maisto como nuevo Director de *Specialties*, Liderará este Área, que incluye Líneas Financieras, Surety, Alternative Solutions, Cyber y Marine.

Licenciado en Económicas Empresariales y Gestión de Seguros por la Universidad de Molise (Italia), Maisto cuenta con una trayectoria de casi 20 años en el sector asegurador.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha desarrollado en el **Colegio de Mediadores de Seguros de Alicante** una jornada para dar a conocer sus nuevos productos y las posibilidades que ofrece a la mediación en el desarrollo de negocio y la ampliación de cartera. La sesión estuvo centrada en dos nuevas propuestas de valor para Comunidades y su ampliación Green y Motor ¡Go! Green.

Se presentaron unos productos diseñados para el cuidado del medioambiente, enfocados a un nuevo tipo de cliente, que se siente comprometido y reclama opciones sostenibles, acordes con un estilo de vida más respetuoso con el medioambiente, de ahí las posibilidades Green de los dos nuevos productos que se presentaron.

Por otro lado, Zurich ha lanzado un ecosistema de salud y bienestar a través de su plataforma digital Klinc. En él, que ya

incluía el seguro de Vida, ahora se incorpora el seguro de Salud, de la mano del especialista DKV. Este seguro cubrirá la necesidad cada vez mayor de protección y control de salud por parte del cliente, ofreciendo diferentes opciones de coberturas y servicios, según el momento y su estilo de vida. De esta forma, se combina la atención digital y presencial, adaptándose así a los usuarios que confían en la medicina digital en un primer contacto, pero no quieren renunciar a la figura de un médico que mantiene una relación con el paciente. Se trata de un seguro proactivo que incorpora un plan personalizado de prevención de salud, como la actividad física o el sueño, a través del dispositivo y siempre guiado por un médico personal.

Por último, señalar que la aseguradora ha concluido la segunda edición del programa 'Mujeres Valientes Go al Mercado', en la que han participado un total de 23 profesionales del sector asegurador. Este programa tiene como principal objetivo acelerar la consecución de la igualdad de género en el ámbito de la mediación, ofreciendo formación y apoyo a las profesionales que trabajan en el mundo de los seguros para ayudarles a alcanzar puestos de liderazgo.

Entre los contenidos más destacados de esta edición, se han llevado a cabo formaciones específicas de Autoconocimiento y Liderazgo, así como de Gestión de Emociones, donde las participantes han aprendido a modular y gestionar de manera productiva sus emociones, cultivando el optimismo en los diferentes aspectos de sus vidas personales y profesionales.

Cesce creció un 2,7% en 2022

Cesce ha alcanzado un beneficio neto de 75,1 millones de euros en 2022, un 2,7% más respecto año anterior, y encadena ya catorce años consecutivos de ganancias. En su conjunto, el Grupo Cesce cerró el año con unos beneficios consolidados de 71,8 millones de euros, según los datos presentados.

En la actividad cuenta del Estado, Cesce emitió en 2022 seguros por valor de más de 2.901 millones de euros, un 30% más respecto al año anterior, y apoyó operaciones de empresas españolas en el exterior por un valor contractual de 11.500 millones de euros.

En cuanto al área de negocio por cuenta propia, la compañía ha rozado los 182 millones de euros en primas, un 5,3% más que el año anterior, y la ratio combinada del seguro directo se ha situado en el 59%. Gracias a estos parámetros positivos, la cuenta de resultados de Cesce ha mostrado un resultado técnico positivo de 77,6 millones de euros. En el seno de su Junta General de Accionistas, la empresa aseguradora ha dado a conocer el Plan Impulsa Cesce 2025, que persigue potenciar el negocio y cumplir su misión a través de la combinación de tres metas clave: crecimiento, eficiencia y rentabilidad.

Bajo un enfoque disruptivo y adaptado a los cambios constantes del mercado, la compañía se centrará con el Plan Impulsa Cesce 2025 en aumentar la rentabilidad en los segmentos de Crédito y Caución, reforzar su presencia en el extranjero, gestionar y promocionar nuevas coberturas como ECA, así como mantener su liderazgo en términos de transformación digital del sector asegurador a través de soluciones innovadoras y experiencias únicas.

En otro orden de cosas, la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas **(FIAB)** y Cesce han renovado su Convenio de colaboración para continuar trabajando juntas en el impulso a la internacionalización de las empresas del sector.

Almudena Solana liderará el Área de Control y Gestión de ASR

Almudena Solana se ha unido al equipo de **ASR**. Licenciada en derecho y con amplia experiencia en los procesos de atención al cliente, se ocupará del Área de Control y Gestión para reforzar la apuesta de la entidad por tener una relación personalizada y de calidad con sus mediadores.

Desde ASR, buscan ofrecer la mejor cobertura y servicios en materia de seguros de Arte y Hogar, garantizando la mayor seguridad y tranquilidad.

CAI presenta un informe sobre los retos del seguro

El Club de Aseguradores Internacionales (CAI) ha presentado los resultados de un informe sobre la situación y los retos del mundo del seguro. En él se planteaban preguntas sobre la situación actual, perspectivas a medio plazo, oportunidades y amenazas y la opinión de los expertos encuestados.

Más de 30 profesionales del sector, respondieron a estas cuestiones y se presentaron las conclusiones sobre los tres temas planteados: mercado global versus asegurador; legislación y cumplimiento; y distribución y canales.

En otro orden de cosas, CAI ha celebrado un webinar sobre los coches eléctricos y su impacto en los seguros. Para hablar del tema, se contó con la participación de Rubén Pérez, redactor de El País Motor y cofundador de Movilicast, el primer podcast español de coche, motos y nueva movilidad.

El experto cree que "la UE se está dando un tiro en el pie con la electrificación". Expuso que ya hace muchos años, en Estados Unidos el 25% del parque llego a ser eléctrico y ahora es el 5%. "Aquello murió por problemas en los puntos de carga… por lo que se acabaron imponiendo los vehículos de combustión nuevamente", comentó.

Además, puso de relieve que "la Unión Europea no ha contado con la velocidad a la que se deben implementar los cargadores; imaginemos una operación salida con todos los coches teniendo que cargar el vehículo. Las baterías tienen muchos puntos en los que mejorar, sobre todo en el rango".

A pesar de eso, Rubén Pérez afirmó que "la electrificación es imparable, lo que no sé es cómo va a enfocarse para que sea posible". Al respecto, citó a un directivo de una gran marca, que ve el futuro en la pila de hidrógeno… y que las gasolineras se convirtiesen en "hidrogeneras". Este proceso facilitaría la gestión de carga y la durabilidad de la misma.

En sus efectos en el seguro, indicó el incremento de la siniestralidad de este tipo de vehículos y su impacto en la severidad de los mismos dado que el peso de cada vehículo es mucho mayor y, por lo tanto, los daños que puede ocasionar tanto en temas materiales como en personales, es más alto.

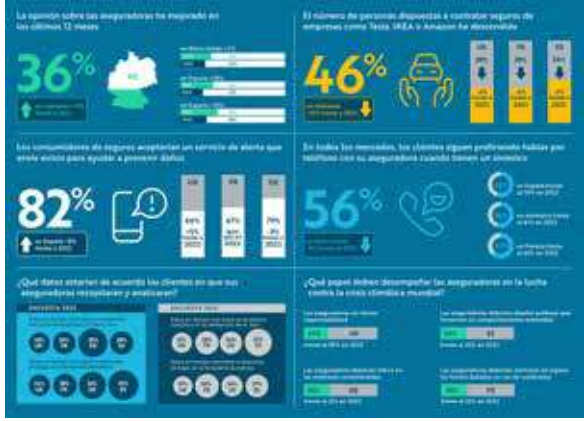
Grupo Catalana Occidente da a conocer su nueva marca Occident

Grupo Catalana Occidente (GCO) estrena una campaña de publicidad para dar a conocer su nueva marca. La campaña '**Seremos Occident**' pone el foco en la unificación de las compañías **Seguros Catalana Occidente**, **Plus Ultra Seguros**, **Seguros Bilbao** y **NorteHispana Seguros** bajo la nueva marca.

"Occident representa el cambio a una nueva etapa en la que como aseguradora seremos más ágiles y flexibles, para adaptarnos más rápido a las necesidades de nuestros clientes. Queremos ser la compañía líder en comprender y acompañar a las personas y a las empresas en todas las etapas de su vida", ha explicado Juan Closa, director general de Negocio Tradicional de GCO.

Por otro lado GCO ha ampliado los servicios reembolsables de sus seguros 'Salud Bienestar' y 'Salud Bienestar Sénior', dos productos que se caracterizan por ofrecer un modelo económico de pago por uso, sin carencias ni pre-existencias.

Ambos productos, además de poner a disposición de los clientes todas las especialidades médico-quirúrgicas, atención primaria y pruebas diagnósticas, también ofrecen servicios de bienestar y salud como dentistas, nutricionistas, fisioterapeutas, chequeos preventivos y cirugía estética.



Guidewire ha presentado un estudio en el que se dice que 8 de cada 10 usuarios españoles desearía contar con un servicio de alertas en caso de siniestro. Eso indica el interés de los consumidores por un modelo asegurador proactivo.

El 80% de los españoles desearía contar con un servicio de alertas en caso de siniestro

Gracias a la instalación de sensores en los coches u hogares, se puede acceder a alertas y prevenir distintos siniestros. En este contexto, un 39% de los españoles estaría cómodo con esta recogida de datos por parte de las aseguradoras, porque entienden que mejoraría la prestación del servicio y podría reducir el precio. Sin embargo, estas modalidades también chocan con la preocupación de los usuarios por su privacidad. De hecho, un 45% de los encuestados preferiría no instalar sensores, a pesar de que reconocen su utilidad.

La recopilación y el uso de datos permitirá nuevos seguros basados en el pago por uso, donde los clientes pagan en función del uso del bien asegurado, como podría ser conducir el coche, utilizar un dispositivo tecnológico o incluso ocupar una vivienda vacacional. Los datos obtenidos reflejan que esta modalidad resultaría valiosa para el 57% de los encuestados y, además, revelan que el 25% de los españoles ya cuenta con un seguro de pago por uso.

Berkley celebra su jornada de siniestros Claims Day

Berkley España ha celebrado su jornada de siniestros Claims Day, que tiene como objetivo analizar la calidad del servicio proporcionado por la compañía en esta área.

La entidad ha vuelto a reunir en un formato híbrido, tanto presencial como online, a su equipo de Siniestros junto con más de 50 tramitadores y responsables de siniestros de las principales corredurías para llevar a cabo un nuevo análisis sobre la calidad de sus servicios y áreas de mejora, así como para hacer una presentación de las novedades que se han implementado tras la jornada celebrada el año pasado.

"Nuestros corredores son parte de nuestro engranaje. Si queremos que la calidad de nuestro trabajo mejore y sea más ágil y eficaz, tenemos que hacer que su trabajo también lo sea", ha señalado Ignacio Megía, director de Siniestros y Asesoría Jurídica de la aseguradora.

Coface celebra un ciclo de encuentros con mediadores

Coface ha celebrado varios encuentros con mediadores durante los últimos meses en Barcelona, Bilbao, Madrid, Sevilla, Valencia y Vigo, dirigidos a los principales corredores especializados en seguros de Crédito y Caución.

Con ellos, Coface ha compartido las perspectivas económicas para 2023, algunos de los retos a los que se enfrenta el mercado y el plan de actuación de la compañía para hacer frente al contexto actual, marcado por la inestabilidad y la incertidumbre económica.

Durante los encuentros, conducidos por Miguel Ángel Montalvo, jefe del Canal Corredurías, se enfocó en los nuevos productos de Información Comercial Icon, presentados por la responsable de dar apoyo en su comercialización al canal de mediadores, Sofía Mora.

Los corredores han obtenido 1.352.000 euros de ayudas del Kit Digital

Las tecnológicas integradas en la Asociación Española de Empresas Tecnológicas de la Mediación Aseguradora, Aetma, (Codeoscopic, Ebroker, Gecose, MPM y SoftQS) han valorado muy positivamente los resultados alcanzados hasta la fecha en el desarrollo del programa Kit Digital para el reparto de los fondos europeos *Next Generation* en el ámbito de los corredores de seguros en España. Hasta el momento, 377 corredores y correduría de seguros ya han obtenido ayudas por valor de 1.352.000 euros.

En su condición formal de agentes digitalizadores, las tecnológicas de Aetma canalizan las ayudas del Kit Digital a través del bono de digitalización que los corredores pueden aplicar, según la oferta de cada tecnológica, al impulso y desarrollo de proyectos de: gestión de clientes, BI y analítica, gestión de procesos, servicios de oficina virtual, páginas web, comunicaciones seguras y ciberseguridad.

Hasta este momento, las preferencias de los corredores en la aplicación de los fondos se reparten de la siguiente manera: gestión de clientes (53,3%), BI y analítica (10,4%), gestión de procesos (33,44%) y otros (2,9%).

Desde Aetma se recuerda a los corredores que las ayudas del Kit Digital están disponibles hasta el 31 de diciembre de 2024, y que se puede obtener información en detalle a través de las empresas tecnológicas.

La insurtech Bibe Group presenta su nueva solución aseguradora

José Llopis, director de estrategia y de negocio de Bibe Group, ha presentado 'Wonnai' en el marco del Global Summit for Insurance Innovation, organizado por Inese.

Llopis desveló las claves de 'Wonnai', una solución que pretende revolucionar el sector asegurador en los próximos años porque busca transformar la manera en que actualmente las personas se relacionan con sus seguros y pólizas a través de una metodología 100% digital.

El equipo de Bibe Group ha trabajado en el desarrollo de una plataforma que recupera y otorga el control de los seguros para el usuario, quien puede contratar, agrupar y gestionar todas las pólizas de seguros desde un único lugar.

AXA Partners crea una nueva web corporativa

AXA Partners ha estrenado una nueva página web corporativa, donde recoge información de sus principales líneas de negocio (Hogar, Auto, Viaje, Salud y Protección del Crédito y Estilo de Vida).

Entre las principales novedades de la página destaca un blog con reflexiones de expertos de AXA Partners sobre cuestiones de actualidad de la industria, sus servicios y las necesidades de los clientes; así como un bloque dedicado a proyectos de éxito que contiene una recopilación de los casos destacados de la compañía, agrupados por tipo de producto y temáticas, entre otros.

CNP Assurances coloca a Nereida Guardiola al frente del Área Legal y de *Compliance*

CNP Assurances, Sucursal en España, ha nombrado a Nereida Guardiola Head of Legal & Compliance para España y Portugal. Además de desempeñar las funciones de asesoramiento jurídico y soporte a las distintas áreas de la aseguradora, asumirá las funciones de DPO de la entidad y de asesoramiento en las funciones de gobierno corporativo, M&A y *Compliance*.

Guardiola es licenciada en Derecho y diplomada en Asesoría Jurídica de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid, formación que ha completado con un MBA y especialización en Legal & Digital Business. En su amplia trayectoria profesional, lleva casi dos décadas vinculada al sector asegurador español, ha cosechado diversos logros como liderar el proyecto de transformación de una Sociedad Anónima en una Agrupación Europea de Interés Económico.

La compañía también ha reforzado el área de Legal & Compliance con la incorporación de Ernesto Thode. Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y posgraduado en Asesoría de Empresas, cuenta con formación especializada en Protección de Datos y está certificado como DPD. Con una experiencia profesional de más de 10 años en el sector asegurador ha participado en proyectos de gran índole como la definición de políticas y procedimientos de la función de Compliance, integrando aspectos como la prevención de riesgos penales y la protección de datos personales.

Ernesto Thode se incorpora al área del Legal & Compliance de CNP Assurances con el propósito de gestionar el asesoramiento jurídico en materia de derecho societario y contractual, protección de datos, distribución y cumplimiento normativo, y dando a su vez soporte legal a todas las áreas de la aseguradora. Thode asume además el cargo de responsable del Área de Protección del Cliente, clave en el tratamiento del riesgo.

Los clientes de AXA podrán revisar gratis su coche

Hasta el 31 de julio, cualquiera de los más de tres millones de clientes particulares de AXA España, de las marcas AXA y Direct, podrá revisar 40 puntos de seguridad de su coche de cara a preparar la campaña de vacaciones de verano.

El único requisito para acceder a esta campaña es tener un seguro de AXA vigente y acudir con el cupón facilitado por la compañía a los talleres adheridos.

La campaña, que cuenta con la colaboración de unos 400 talleres en toda España y se prolongará hasta el 31 de julio, consiste en la revisión de 40 puntos de seguridad del vehículo relativos a batería; sistema de dirección, tracción y suspensión; niveles y densidades; iluminación, seguridad y confort; neumáticos y frenos.

Los clientes de Helvetia recibirán avisos por riesgos meteorológicos importantes

Helvetia Seguros informará a sus mediadores y clientes de Hogar, Comunidades y Comercio sobre la previsión de alertas meteorológicas cuyo nivel de riesgo sea rojo (riesgo extremo) que facilita la Agencia Estatal de Meteorología (Aemet).

Los agentes exclusivos de la compañía recibirán estas alertas por correo electrónico, y en ellas aparecerán detallados los números de clientes que tienen en ese municipio que está en riesgo. Además, los asegurados recibirán la alerta meteorológica que afecte a su zona mediante notificación al Área Cliente o a través de SMS. Estos avisos se procesarán diariamente, teniendo en cuenta el pronóstico de alertas que comunica Aemet para el día siguiente.

Cima empieza a testear la firma digital para que esté operativa a finales de 2023

Cima ya está trabajando junto con tres aseguradoras y dos empresas tecnológicas designadas por la Asociación Española de Empresas Tecnológicas de la Mediación Aseguradora (Aetma), Ebroker y MPM, para participar en el piloto que testeará la solución. Junio es el mes elegido para comenzar el testeo y se quiere desplegar sectorialmente en el último trimestre de 2023.

Según Rosa de Oña, presidenta de Cima, un punto diferenciador de la solución que se está trabajando con respecto a los sistemas actuales de las entidades es la integración del corredor y el uso de los programas de gestión en el proceso.

"Somos conscientes del importante papel que juegan los distintos sistemas ERP de los corredores en todos los procesos de conectividad con las aseguradoras. Esto se acentúa de forma muy especial en un proyecto que tiene como objetivo intercambiar y compartir información para la firma y formalización de los contratos de seguro. Las empresas tecnológicas estamos comprometidas para que todo ese tránsito de datos entre aseguradoras y corredores a través de nuestros ERP se realice de forma eficiente y conforme a los intereses y especificaciones establecidos. Trabajamos para buscar soluciones sencillas para los corredores", ha comentado Higinio Iglesias, presidente de Aetma.

"La firma digital es una garantía de cara al cumplimiento de los patrones básicos en materia de normativa, solvencia y seguridad. Es algo necesario en el sector que nos ayudará a todos los intervinientes a crear un entorno de mayor seguridad y confianza. La participación de todos es básica para garantizar su éxito e implantación", ha señalado Oña.

Jaime Fernández, nuevo director comercial de Nuvu

Jaime Fernández se ha incorporado a Nuvu Underwriting, en el puesto de director comercial y de Marketing.

Trae una experiencia extensa en desarrollar negocio con brókeres de seguros, principalmente en la unidad mayorista de dos mediadores.

Adecose, satisfecha de que Bruselas no prohíba las comisiones en la propuesta de inversión minorista

La Comisión Europea ha publicado sus dos propuestas de revisión de la Estrategia de Inversión Minorista: una propuesta de Directiva Ómnibus que modifica la IDD y MiFID II, entre otras Directivas, y una propuesta de Reglamento por el que se modifica el Reglamento PRIIP. Tras un primer análisis de la Directiva Ómnibus propuesta, desde **Adecose**, en estrecha colaboración con Bipar, se destaca positivamente el hecho de que no se introduzca una prohibición total de comisiones para la distribución de IBIPS (productos de inversión basados en seguros).

No obstante, desde Adecose, junto a Bipar y el resto de asociaciones de la Federación Europea, se estudiarán las medidas en detalle y se evaluará su impacto en el sector. Las propuestas son complejas, y es demasiado temprano para evaluar lo que significan en la práctica, si bien hay serias dudas de que vayan a cumplir con su objetivo de estimular la inversión de los ciudadanos europeos. Además, incluye disposiciones complejas sobre los requisitos de gobernanza de productos para IBIPS (proceso de fijación de precios, referencia Eiopa, valor por dinero controlado por el supervisor), requisitos específicos de formación y conocimientos para los intermediarios que distribuyen IBIPs y propuestas de mejora en la calidad de la información para los requisitos precontractuales y contractuales.

Desde Adecose hay un claro apoyo a la Unión del Mercado de Capitales (CMU) que tiene como objetivo garantizar que los inversores minoristas puedan aprovechar al máximo los mercados de capitales, ofreciendo mayores oportunidades de inversión y una sólida protección de los inversores, pero en lugar de introducir un nuevo conjunto de reglas complejas y costosas, sería más eficiente utilizar las herramientas de regulación/supervisión existentes.

En otro orden de cosas, Adecose ha celebrado una sesión de formación sobre cumplimiento normativo, con la colaboración de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP). Durante la jornada, se ha informado sobre las novedades de la DEC. También se abarcaron las funciones de la DGSFP dentro del área de formación, así como la supervisión sobre las conductas del mercado, conflictos de interés y gobernanza.

Por otro lado, en la Junta Directiva de la asociación, se ha aprobado la incorporación de la correduría Blai Gabinet de Serveis, con la que la asociación suma 167 correduría, con cinco nuevas incorporaciones en 2023. El almuerzo mensual con socios tras la reunión de la Junta Directiva, contó con la visita de Pilar González de Frutos, que estuvo acompañada por Mirenchu del Valle, nueva presidenta de **Unespa**. Los socios de Adecose han rendido homenaje a Pilar González de Frutos en reconocimiento a su destacada vida profesional dentro del sector asegurador; y han dado la enhorabuena a Mirenchu del Valle por su reciente nombramiento como presidenta de la asociación empresarial del seguro español.

González de Frutos ha querido destacar la

excelente relación que ha mantenido con las corredurías de seguros: "Adecose fue la primera asociación con la que tuve una relación muy estrecha. Prácticamente desde sus inicios, he estado en continuo contacto con la asociación, lo que me ha permitido aprender mucho de los corredores".

Por último, señalar que la Fundación Adecose ha celebrado la primera sesión del Club Financiero y Asegurador dentro del proyecto 'Inspirando a las mujeres del futuro', desarrollada en colaboración con **Inspiring Girls**, fundación que persigue aumentar las expectativas profesionales de niñas y jóvenes.

El Club Financiero y Asegurador de Inspiring Girls está destinado a universitarias y jóvenes ejecutivas con el fin de que conozcan de una forma sencilla cómo gestionar sus finanzas, el funcionamiento del mercado financiero y asegurador, incluyendo las nuevas tendencias (fintech, blockchain, etc…). Este club estará conformado por un total de 5 sesiones dirigidas a 20 participantes, en las que se abordarán temáticas como inversiones responsables y sostenibles o la nueva economía financiera. Además, Fundación Adecose aportará un módulo centrado exclusivamente en seguros, mediante la colaboración de Anna de Quirós, patrona de la Fundación y socia directora de Cobertis.

HD+ Insurance Broker prevé cerrar el año con 10 millones de euros en primas intermediadas

HD+ Insurance Broker tiene estimado cerrar el año 2023 con un volumen de primas intermediadas por un valor de 10 millones de euros, lo que significa mejorar el plan de crecimiento previsto para 2023.

Domingo Lavesa, director de suscripción, afirma que los resultados esperados para este año son el fruto del trabajo y dedicación de todo el equipo, junto con el apoyo de las compañías y el acceso al mercado reasegurador.

"Tras el cierre del primer cuatrimestre, estamos en camino de alcanzar los 10 millones de euros en primas intermediadas este año. Hemos alcanzado un índice de renovación unitaria del 97,19% de nuestras cartera", declaró el CEO de la compañía, Agustín Daza.

En otro orden de cosas, HD+ Insurance Broker ha dado a conocer la adquisición de la correduría catalana **Consellers**, continuando su expansión por el territorio nacional. Óscar Rodríguez, nuevo director ejecutivo de HD+, afirma que esta unión no solo fortalecerá la posición de HD+ en Cataluña, sino que también proporcionará sinergias operativas y oportunidades de crecimiento significativas para ambas empresas.

HD+ Insurance Broker continúa buscando oportunidades estratégicas para expandirse geográficamente y diversificar su cartera de servicios de seguros, con el objetivo de convertirse en un referente en el mercado de corredurías de seguros en toda España.

Por último, señalar que la correduría ha renovado su identidad visual corporativa en su apuesta por transmitir una imagen más moderna y actual, así como, para reforzar su propuesta de valor en el sector y adaptarse a los nuevos tiempos marcados por el avance de las tecnologías y las nuevas tendencias.

Instituto de Desarrollo Asegurador explica el alcance de los seguros de Viaje de cara a las elecciones

La convocatoria de elecciones generales para el 23 de julio abre un mundo de incógnitas por tratarse de las fechas en las que la gran mayoría de los españoles disfruta de sus vacaciones, algo que coincide generalmente con los meses de julio y agosto. "Unas vacaciones no son motivo para no formar parte de una mesa electoral", explica Cristina Llorens, directora de Desarrollo de Negocio del Instituto de Desarrollo Asegurador. "Sin embargo, el perjuicio económico que podría causar el hecho de ser llamado a una mesa si tiene unas vacaciones contratadas, puede ser de una cuantía importante", recuerda Llorens.

A pesar de ello, y dado que es la primera vez que se celebrarán elecciones en julio, la Junta Electoral de Zona analizará caso por caso para determinar si existen motivos para eximir al convocado. "Ya se ha solicitado que se unifiquen criterios para dar mayor seguridad a los ciudadanos, aunque aquellas personas que hayan contratado previamente un seguro de Viaje con cobertura de cancelación podrán recuperar su dinero hasta las cantidades contenidas en su póliza. Hay que diferenciar bien los seguros de Viaje, porque no todos incluyen coberturas de cancelación o interrupción del viaje", destaca Llorens.

Si el seguro incluye cobertura de interrupción del viaje, el usuario se podrá reembolsar la parte proporcional de los gastos en hoteles, medios de transporte e incluso excursiones contratados y no disfrutados por tener que regresar a su lugar de residencia antes de tiempo.

En otro orden de cosas, Instituto de Desarrollo Asegurador y la Asociación de Jubilados de la Policía Nacional de España (AJPNE) han sellado un acuerdo de colaboración para ofrecer a este colectivo asesoramiento personalizado en materia de seguros a través de la plataforma Protege Tercer Sector, en la que se ofrecen productos específicos a entidades sin ánimo de lucro.

El servicio no tendrá ningún coste para los 4.000 asociados a la AJPNE y ofrecerá, además del asesoramiento personalizado, productos con descuento. Aunque el acuerdo se circunscribe, en una primera etapa, al asesoramiento a los miembros de la AJPNE, en el futuro se ampliará su alcance para desarrollar actividades formativas en materia de seguros y ofrecer distintos enfoques para que este colectivo, que pertenece a los séniores pueda verse empoderado en su relación con el mundo del seguro.

Por otro lado, la correduría ha inaugurado un consultorio para responder a las principales dudas sobre el sector asegurador y los productos en el mercado dentro del programa 'Ecofin, la otra cara de la economía', que se emite cada día en Gran Vía Radio y Aquí Radio.

El primer tema que se trató fue la ciberseguridad en las empresas, que es una preocupación de primer orden en una sociedad totalmente digitalizada. Y aunque ya existen ciberseguros en el mercado, no todos ofrecen coberturas integrales capaces de proteger todos los ámbitos potencialmente dañados en caso de ataque. Sobre todo, si hablamos del Tercer Sector, que tiene unas necesidades específicas y una configuración diferente, al tratarse, en

muchas ocasiones, de entidades sin ánimo de lucro.
Telefónica Seguros y el Instituto de Desarrollo Asegurador ofrecen el 'Ciberseguro Telefónica', un producto para empresas y tercer sector que se asienta sobre cuatro pilares para proteger cualquier contingencia derivada de un ataque: asistencia y asesoramiento, responsabilidad civil, daños e interrupción del negocio y ciberdelincuencia. El producto ofrece precios ajustados y, sobre todo, es personalizable, por lo que se adapta a las necesidades y situación de cada entidad.
Este ciberseguro indemnizará a la empresa en caso de paralización de su negocio por el ciberataque, así como por haber tenido que contratar a personal externo para solventar la crisis. Se cubren las pérdidas financieras causadas en un periodo de tres meses por incidentes que hayan durado más de 10 horas, y también está cubierto económicamente el daño reputacional a la empresa. Además, cubre la responsabilidad civil derivada del ataque, incluyendo posibles indemnizaciones, multas o sanciones por temas relacionados con Protección de Datos, seguridad de las redes o privacidad de los clientes, trabajadores y usuarios. "Incluso se cubre la propiedad intelectual vulnerada y el uso fraudulento de la marca como parte del ataque", añade Cristina Llorens.
"Lo que hemos hecho ha sido crear un producto Ciber que cubra absolutamente todo para que las entidades y empresas del Tercer Sector que contraten el 'Ciberseguro Telefónica' tengan la certeza de que todo el alcance económico que tenga un ciberataque que sufran no les costará ni un solo euro", apunta Llorens.

Aon designa a María Díaz-Lladó Managing Director y Head of Multinational Clients

Aon ha anunciado el nombramiento de María Díaz-Lladó como Managing Director y Head of Multinational Clients de Aon España, pasando a formar parte del Comité Ejecutivo de Aon Iberia. Desde su nuevo puesto, que será efectivo el día 21 de junio, coordinará los intereses de aquellos clientes con necesidades de soluciones complejas en base a su implantación internacional.

Díaz-Lladó cuenta con una extensa experiencia profesional dentro del ámbito de la alta dirección en el sector asegurador, que comenzó en Gil y Carvajal Reaseguros, actualmente Aon Re. Con anterioridad a su último puesto como Managing Director de Marsh España desempeñó, entre otras, las funciones de CEO para Iberia de JLT Re, Managing Director de JLT March Re, directora y miembro del Board de Howden Iberia.
Por otra parte, Aon ha anunciado el nombramiento de Iñaki Mazaira como director territorial de Salud y Previsión Social para la Zona Norte de la compañía en España. Mazaira, licenciado en Derecho y Master en Derecho Sanitario y Bioética, cuenta con más de 20 años de experiencia y una extensa carrera profesional dentro de Aon, donde se incorporó en 2002 y ha desarrollado diferentes responsabilidades tanto a nivel regional como nacional.

Senda Vivir Seguros clausura su programa de desarrollo de negocio de las corredurías

Senda Vivir Seguros y la **Universidad de Nebrija** han clausurado la primera edición del programa executive para el Desarrollo de Negocio de las Corredurías de Seguros. Con una duración de 92 horas lectivas, en modalidad semipresencial y repartidas en 8 meses, refuerza la figura del corredor de seguros en su labor de asesoramiento al cliente, de servicio y alerta hacia nuevas necesidades y posibilidades de productos aseguradores.

Además, incorpora claves del sector y mejores prácticas para que la correduría sea más competitiva, siendo una herramienta de aceleración en su consolidación y crecimiento empresarial.
Durante este programa, se ha tenido acceso a una formación especializada para avanzar en la mejora de su labor empresarial y directiva sin perder la esencia de las corredurías, que es el asesoramiento, desarrollo de productos y servicio a los clientes.
Por otro lado, se han incorporado dos nuevos miembros al Comité de Dirección de Senda Vivir Seguros: Elena Viaplana, como representante de Senda New Generation (SNG); y Alba Cavero, del Colectivo de Senda Mujeres Corredoras. Incorporar representación de estos dos colectivos en el órgano de dirección, "nos permite tener otros puntos de vista, experiencias diferentes y un aprendizaje enriquecedor que ayude de forma clave a la organización, estrategias y decisiones a tomar", señalan desde Senda Vivir Seguros.
Por último, señalar que **Vélez Ortiz/Senda Correduría** ha inaugurado su nueva oficina en Lorca (Murcia). Esta apertura representa un paso clave en la expansión de la marca Senda Vivir Seguros.

La FMBA renueva su web

La Federación Mediterránea de Corredores de Seguros (**FMBA**) ha puesto en marcha una nueva web donde se actualizan los datos de todos sus socios, se informa de las actividades de la organización y se desarrollan los nuevos proyectos.

La federación, actualmente, tiene en funcionamiento un programa internacional de intercambio profesional a ejecutar durante el período 2023-2024 y que ya tuvo su prueba inicial con el intercambio entre el sindicato francés Sycra (Lyon) y la Asociación de Corredores de Seguros de Andalucía (**ACSA**).

Durante 2023 la FMBA celebrará su 20º aniversario como organización.

La mediación se congratula de la eliminación de la tasa de 250 euros de la Autoridad del Cliente Financiero

Los colegios de mediadores se muestran satisfechos con la eliminación de la tasa de 250 euros por reclamación que deberían pagar los negocios de mediación y las empresas demandadas, según el proyecto original de creación de la Autoridad de Defensa del Cliente Financiero. Aunque queda pendiente de que se mantenga en la nueva legislatura, puesto que no se ha aprobado antes de la disolución de las Cortes.

A partir de su aprobación, si se aprueba tal y como está ahora, el nuevo organismo se financiará, en parte, mediante una tasa anual a pagar en función del número de casos fallados en contra de la empresa, en lugar de a priori. Una medida "lógica y ajustada a derecho" en opinión del **Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros**. En su opinión: "establecer una tasa a priori culpabilizaba a la empresa desde el momento en que tiene que pagar previamente, dándose por buena una denuncia antes de demostrar su veracidad".

En su comunicación a los diputados, el Consejo General indicaba que "la mejor forma de proteger al usuario es mediante penalizaciones a las malas prácticas después de demostrar fehacientemente que el mediador ha incurrido en ellas. Nunca a través de una tasa preventiva que primero recauda y luego dictamina la posible culpabilidad".

Los Colegios se han mostrado partidarios de la nueva Autoridad de Defensa del Cliente Financiero como "un paso más de apoyo a un usuario que no tiene cómo enfrentarse, en muchos casos, a la mala praxis". No obstante, también han expresado dudas sobre su funcionamiento "si no se dota a la institución de medios suficientes; diligencia para procesar en el menor plazo posible las reclamaciones e independencia".

Por otro lado, **Adecose** lamenta que la enmienda presentada por la asociación al Proyecto de Ley de la Autoridad Administrativa Independiente de defensa del cliente financiero haya sido retirada antes de la última votación en el Congreso. Con ella se pretendía incorporar una disposición adicional de modificación de la Ley 5/2019, de 15 de marzo, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario, con el fin de reforzar los derechos de los consumidores.

Por un lado, proponía que se obligara a las entidades financieras a advertir al prestatario sobre los seguros contratados mediante prácticas de venta vinculada o de venta combinada con una antelación mínima de dos meses del vencimiento de cada anualidad; así como del derecho del prestatario a contratar los seguros con un proveedor diferente con indicación expresa en cada comunicación.

Por otro, añadía que, en el caso de que la póliza de seguro en garantía del cumplimiento de las obligaciones del préstamo fuera un seguro de Vida del prestatario, la póliza de seguro exigida o propuesta debía ser renovable en cada anualidad, equivalente al capital pendiente de amortización y nunca de prima única.

Desde la asociación se insistirá en el mismo planteamiento cuando se inicie el proceso de revisión de la Directiva sobre los contratos de crédito celebrados con los consumidores para bienes inmuebles de uso residencial.

Insurance Broker confía en MPM para mejorar la digitalización de su negocio

La plataforma segElevia de **MPM Software** para la gestión integral del negocio de corredurías de seguros es la solución elegida por **Internacional Insurance Broker** para avanzar en la digitalización de su actividad.

El acuerdo incluye, además de la implementación de la plataforma tecnológica segElevia, la integración de Signaturit, la aplicación de firma digital. La correduría podrá personalizar sus soluciones según las características de cada uno de sus clientes, brindando así un mejor servicio, lo que implica mayor calidad.

En otro orden de cosas, la correduría ha celebrado un torneo de golf en el campo de Villaviciosa Golf.

ACCA hace hincapié en el Parlament en fomentar la educación aseguradora

Con motivo de su comparecencia en el Parlamento de Cataluña, Paco Hoya, presidente de la **Asociación Catalana de Corredores de Seguros (ACCA)** y socio de **Senda Vivir Seguros**, ha alertado sobre la falta de aseguramiento en sectores claves de la economía.

Asimismo, hizo hincapié en la necesidad de fomentar la educación financiera y aseguradora en la sociedad, para que las personas puedan tomar decisiones informadas sobre su protección y la de sus bienes.

Durante su intervención, destacó la importancia que tiene que se promueva el aseguramiento en sectores como la ciberseguridad, el medio ambiente o la responsabilidad social corporativa, entre otros. En este sentido, ha subrayado que la falta de protección en estas áreas puede tener graves consecuencias económicas y sociales.

Las palabras de Hoya fueron recibidas con gran interés por los miembros del Parlamento y por los profesionales del sector asegurador, quienes han destacado la importancia de seguir trabajando en la promoción del aseguramiento en sectores claves de la economía. Se espera que la comparecencia de Hoya genere un debate constructivo y contribuya a mejorar la protección de empresas y ciudadanos en áreas clave de la economía catalana.

RibéSalat crea una oficina de transformación digital

RibéSalat consolida su estrategia de innovación llevada a cabo durante los últimos años con la creación de una oficina de transformación digital (OTD). Liderada por Thamara Landaeta, directora de Transformación Digital y Excelencia Operacional; y Oriol Martí, CIO de la compañía, el área pone el foco en el diseño de propuestas innovadoras y adaptaciones más ágiles de los sistemas operativos a través de automatizaciones de procesos.

Su consejera delegada, Mónica Ribé, explica que: "Creando la oficina de transformación digital queremos centralizar esta visión global, para evaluar con rapidez el impacto de las tecnologías en RibéSalat, definir estrategias para rediseñar modelos y reinventar cómo trabajamos para dar una respuesta efectiva a cada oportunidad y transformar la visión en una realidad".

La OTD trabaja de forma transversal con todos los departamentos de la compañía, siendo la encargada de canalizar el impulso de nuevas ideas y digitalización generada por las diferentes áreas: comercial, marketing, IT o RRHH, entre otras, reforzando así su ADN innovador.

En otro orden de cosas, la correduría ha organizado las Olimpiadas del Talento, una jornada centrada en poner en valor la importancia de la gestión de equipos dentro de las empresas.

La compañía, que dedica de forma anual una jornada a visibilizar el rol estratégico del Área de Recursos Humanos dentro de las empresas, ha querido poner de relieve, a través de diversas actividades lúdicas, los diferentes tipos de inteligencias que existen según la teoría de las inteligencias múltiples. Este modelo de pensamiento, desarrollado en los años 80 por Howard Gardner y sus colaboradores de la Universidad de Harvard, defiende que la inteligencia no es una concepción unitaria que agrupa diferentes capacidades específicas, sino un conjunto de inteligencias múltiples, distintas e interrelacionadas.

El director de People&Talent de RibéSalat en Levante, Pablo Macías, ha destacado la importancia de tener en cuenta los diferentes tipos de inteligencia en el ámbito empresarial y ha señalado que "las empresas, y más concretamente los profesionales de los recursos humanos, deben saber cómo aplicar la teoría de las inteligencias múltiples a la gestión de sus equipos. Es una de las herramientas más potentes de mejora, porque es un instrumento de diagnóstico de la salud empresarial y un modelo muy útil para la resolución de conflictos empresariales".

Por último, señalar que RibéSalat ha sido la anfitriona del Congreso Anual organizado por **Assurex Global**, que se ha dividido en dos eventos: la Conferencia Regional Emea 2023 y la International Account Managers Meeting. En ella se habló sobre el cambio climático, los criterios ESG, la digitalización e Inteligencia Artificial, la resiliencia de la cadena de suministro, la consolidación en Europa y la geopolítica.

Aemes celebra su Asamblea General Ordinaria y su II Encuentro Empresarial en Barcelona

Aemes ha llevado a cabo su Asamblea General Ordinaria y su II Encuentro Empresarial en la sede del Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona. Allí se presentó la Memoria de Actividades correspondiente al ejercicio 2022, y se aprobaron las cuentas del año pasado y el presupuesto para las actividades de 2023.

En el II Encuentro Empresarial de Aemes se contó con una amplia participación y un gran interés por parte de colegiados y asociados en conocer las labores desarrolladas por esta patronal en beneficio de la mediación empresarial. En ella se aclararon las dudas sobre la interpretación y aplicación correcta de la normativa laboral en sus empresas. Además, se informó sobre los principales cometidos de Aemes, como la negociación colectiva del convenio de la mediación, y se recordaron los servicios y acuerdos firmados con terceras empresas, que se caracterizan por ofrecer ventajas y precios preferenciales a los asociados, con el objetivo de facilitar el cumplimiento de sus obligaciones empresariales.

Jhasa supera los 30 millones de euros en primas en el último año

La correduría **Jhasa** ha anunciado que ha superado los 30 millones de euros en primas intermediadas en el último año, con un crecimiento del 50% en las comisiones del mismo periodo.

Tras consolidarse en el mercado desde su fundación en 2019, Jhasa tiene como objetivo continuar su proceso de crecimiento y expansión y alcanzar los 45 millones de primas intermediadas en 2023. A 5 años prevé posicionarse como el primer bróker de seguros y reaseguros independiente en este mercado. La compañía cuenta con un capital 100% español y da servicio a todo el territorio nacional gracias a sus sedes en Madrid y delegaciones comerciales en Castilla y León y Zona Norte. "Su crecimiento viene sostenido por su agilidad en sus operaciones, la experiencia y especialización de su equipo sénior y la total orientación al cliente", indican desde la empresa. El bróker ha iniciado su expansión internacional con acuerdos en 35 países, entre ellos Reino Unido, Estados Unidos y varios en Latam. En otro orden de cosas, Jhasa ha dado a conocer su acuerdo con la Asociación de Murcianos en Madrid (**Asmumad**), por el que se convierte en patrocinador de esta.

La mediación defiende que permitir comisiones en productos de inversión mejora la transparencia y protege al usuario

La reciente aprobación europea de un nuevo paquete de medidas sobre inversión minorista para priorizar los intereses de los consumidores ha sido acogida con satisfacción por los colegios de mediadores de seguros. Desde el Consejo General se recuerda que "los mediadores siempre han apoyado la autorización del cobro de comisiones en la comercialización de productos de inversión basados en seguros. Informar al cliente sobre la remuneración que cobrará el mediador antes de contratar un producto, mejora la transparencia y protege al usuario".

Entre los avances que introduce la nueva normativa de la Comisión europea, el Consejo General también destaca las nuevas medidas que persiguen la publicidad engañosa, una práctica que "sigue estando muy extendida en países como España y que se consiente con relativa impunidad ante la falta de medidas efectivas que la limiten".

El asesor financiero y su empresa, en opinión de los mediadores, "deben ser considerados plenamente responsables de la comunicación publicitaria que hagan, independientemente del canal que usen. Ello incluye el uso de prescriptores de opinión a los que la empresa remunera de una manera u otra, como ya ocurrió en el caso de Línea Directa hace un año".

El Plan de Acción para la Unión de los Mercados de Capitales 2020 de la Comisión tiene como objetivo convertir a la UE en un lugar seguro para la inversión a largo plazo, fomentando la participación en los mercados de capitales comunitarios, tradicionalmente más baja que en otras regiones.

En otro orden de cosas, el Consejo General ha recibido la visita de la nueva promoción de inspectores de seguros donde han conocido la actividad de la única corporación de derecho público del sector.

Javier Barberá, presidente de la institución, les recordó el papel de los Colegios como representantes de toda la profesión, independientemente de ser colegiados o no. "Somos un colaborador natural de la Administración capaz de desarrollar incluso funciones públicas con criterios de gestión privados".

También les ha exhortado a que una de sus prioridades sea, desde el primer momento, el campo de la formación donde "persisten demasiados chiringuitos que, a pesar de tener autorización administrativa, no cumplen con los mínimos legales de rigor y reporte perjudicando claramente a quienes lo hacen bien, pero sobre todo a toda la profesión".

Grupo Galilea culmina las celebraciones de su 80º aniversario

Siguiendo el programa de actos para celebrar los 80 años de su fundación (20 de noviembre de 1942), Grupo Galilea ha organizado para todo su personal de la Zona Sur el tercer y último evento a tal efecto.

La celebración, con un sentido recuerdo a su fundador Vicente Galilea Serrano, rindió homenaje a varios empleados y exempleados con más años de actividad en la empresa, y recorrió, mediante el visionado de un vídeo, desde sus orígenes hasta hoy en día.
En el acto, tanto su director general, Josep Mulà, como su presidente, Josep Mª Galilea, mostraron su agradecimiento a todo el equipo humano en un emotivo discurso, donde explicaban la continuidad del proyecto de expansión del Grupo y anunciaban las oportunidades que se presentaban en un futuro inmediato en el mercado español.

Miguel Bruno y Esther Pache se reincorporan a WTW

WTW ha anunciado el regreso a sus filas de Miguel Bruno, ahora como máximo responsable del Área de Due Diligence en la unidad de Fusiones y Adquisiciones (M&A por sus siglas en inglés), y de Esther Pache como M&A Due Diligence Consultant de la compañía en España.

Bruno liderará la estrategia de gestión, negociación y asesoramiento en materia de Due Diligence a nivel nacional de la compañía. Ha desarrollado su carrera profesional ocupando cargos de alta responsabilidad en Marsh, en WTW entre 2009 y 2021 como Project Finance Director y, durante aproximadamente el último año y medio, en Asterra Partners como director de Project Finance y M&A.
Por su parte, Pache se ocupará de reforzar la práctica de M&A de Finex. Con más de 20 años de experiencia en el sector asegurador, se incorporó a las filas de Willis Iberia, S.A. como ejecutiva de siniestros, y fue avanzando hasta ser designada Project Manager & Project Finance de Willis Consulting. En 2010 inicio una nueva etapa como responsable Técnica, de Formación, de Calidad y de Compliance en Assiteca Broker Internacional de Seguros, donde permaneció hasta 2017, año en que se sumó a la entonces Willis Towers Watson, como Senior Project Manager Project Finance. En 2021 se embarcó en las filas de Asterra Partners, como Senior Project Manager y Project Finance del área de M&A.

Fecor mantiene su apuesta por la sostenibilidad con una encuesta a sus asociados

Fecor ha hecho llegar a sus asociados la I Encuesta Fecor: Reto #CorredorGreen que incluye 15 preguntas relacionadas con las estrategias de sostenibilidad que se siguen desde las correduría, incluyendo material informativo sobre las iniciativas que se han llevado a cabo en los últimos años desde la federación (la Guía Corredor Green y el manifiesto del cluster #CorredorGreen).

El objetivo de este trabajo es conocer el nivel de implicación de las correduría de seguros de asociaciones y organizaciones miembros de Fecor en esta materia. Con la información que se extraiga se realizará un informe posterior sobre la sostenibilidad en el sector y se diseñarán nuevas estrategias alineadas con los compromisos que la federación ha ido asumiendo a lo largo de los últimos años en el ámbito social y medioambiental.

Las preguntas están divididas en tres bloques. El primero pone el foco en las acciones responsables que están poniendo en marcha las asociaciones y organizaciones asociadas: implementación del teletrabajo y de fórmulas de trabajo flexibles; reducción del uso de envases de plástico; medición de la huella de carbono; inversión para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); etc.

El segundo bloque pone más énfasis en la relación con las aseguradoras con las que trabajan las correduría, con el fin de saber cuáles ofrecen mejores estímulos para sumarse al reto medioambiental, y con la identificación de productos con criterios sostenibles, como los bonos ESG o verdes.

En cuanto al tercer bloque, hace referencia a la tipología de la propia correduría.

"Con este trabajo, Fecor mantiene vivo el compromiso adquirido como miembro del Pacto Mundial de Naciones Unidas por la Sostenibilidad, al que se sumó en 2021, y sigue promoviendo en el colectivo de corredores de seguros la consecución de los 17 ODS de la Agenda 2030 de la ONU. Es nuestro deber velar por el crecimiento responsable y sostenible dentro del sector, que no es sólo un asunto ético, sino también una inversión inteligente que generará oportunidades de negocio a largo plazo", indica Juan Antonio Marín, presidente de Fecor.

Por su parte, Paco Hoya, vicepresidente del área de sostenibilidad y expansión de Fecor, traslada que: "los resultados de esta encuesta facilitarán la planificación de nuevos proyectos que ayudarán a las correduría a enfrentarse a los cambios que se prevén en relación a la sostenibilidad".

Aprobado por unanimidad el presupuesto anual del Colegio de Castellón

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón ha aprobado por unanimidad las cuentas de 2022 y el presupuesto para el presente ejercicio en la asamblea general ordinaria.

Antonio Fabregat, presidente del Colegio, puso el énfasis en la buena labor de esta institución a la hora de organizar diferentes formaciones como el curso de seguros éticos. Asimismo, pidió el apoyo de los colegiados con el fin de "atraer al Colegio a más colegiados ya que el número es lo que hace estar en la parte alta del ranking". Actualmente, el Colegio de Castellón ocupa el puesto 16 de España.
Los profesionales asistentes a la asamblea pudieron escuchar de parte del tesorero del Colegio, Gerardo Fortuño, los informes de actividad anual y de cierre de cuentas del ejercicio, ambos aprobados por unanimidad.
Por su parte el vicepresidente del Colegio, Fernando Solsona, hizo un repaso del calendario formativo del colegio de 2022. Por otro lado, realzó el éxito de la reunión con los colegiados de la zona norte en Vinaroz que tenía como objetivo "un acercamiento a los colegiados que están más alejados de la capital", y que en palabras del vicepresidente "se replicará en otras zonas".

Coseba pone en marcha su plataforma CRM para realizar venta cruzada

Coseba 1986 ha anunciado el lanzamiento y puesta en marcha de su plataforma de CRM (Customer Relationship Management), una herramienta tecnológica de desarrollo propio diseñada para realizar venta cruzada a los clientes de su red agencial.

"El objetivo es dotar a nuestras franquicias de una herramienta que les permita obtener información sobre sus clientes con el objetivo de conseguir la integralidad de estos y generar negocio y disminuir la posible fuga de los mismos", ha explicado Manuel Cañamares, responsable del área de Expansión y Desarrollo de Negocio de Coseba.
Esta herramienta está alimentada con toda la información que contiene el sistema de gestión eCorredor, y permite a los corredores de la Red Premier exportar informes en base a multitud de variables: edad, código postal, pólizas contratadas, aficiones…
Además, ofrece la posibilidad de interconectar clientes, permitiendo conocer el grado de importancia que tienen para la correduría y clasificarlos para ver su afinidad.

E2K concluye su programa de gerencia de riesgos

E2K ha culminado la primera edición del programa de 'Gerencia de Riesgos: Especialización en Riesgos Empresariales', organizado por E2K–Alta Escuela de Corredores y exclusivo para los corredores de la Red #E2KBrokernet que pertenecen a su Club de Empresas, en la que se han certificado 57 corredores.

Según Paloma Arenas, directora general de E2K "uno de los principales objetivos de este programa es conocer en profundidad e identificar todos los riesgos de las pymes, para conseguir dar un asesoramiento adecuado a este segmento de clientes".
El programa ha contado con "la participación de expertos de Agers, con una larga experiencia en el campo de la gerencia de riesgos. Tanto las dinámicas de grupo como los casos prácticos permitieron analizar riesgos de una forma práctica y visualizar distintas casuísticas que podemos encontrar en cualquier empresa. Se visualizaron la gran cantidad de riesgos que no se tienen en cuenta y la forma o herramientas para poder afrontarlos", señalan.

José Manuel González pasa a ser presidente de Howden Iberia

Howden Group Holdings (HGC) anunció a través de un comunicado que José Manuel González, tras cinco años como CEO de HGC, dejará su posición ejecutiva a partir del 1 de octubre de este año, y será nombrado Special Advisor de David Howden, CEO global de HGH, y presidente de Howden Iberia. En ese momento, el actual presidente de Howden Iberia, Santiago Herrero, pasará a ocupar el puesto de presidente honorario.

Este anuncio forma parte de una estrategia de unificación de la estructura del grupo bajo un único ejecutivo a nivel mundial, de modo que tanto la parte de broking como las de reaseguro y agencia de suscripción (Dual) reportarán directamente a David Howden.
En otro orden de cosas, Ana Matarranz, directora general en Howden Iberia ha señalado que la flexibilidad y la personalización serán el gran reto de las empresas para atraer talento durante su participación en la mesa redonda 'Nuevas formas de trabajar en acción. Talento y propósito en el centro de la estrategia', dentro del XX Encuentro Anual Foro Recursos Humanos. En ella, se ha debatido sobre las nuevas formas de trabajar, el tipo de talento que necesitan las organizaciones, la transmisión del propósito a estas de forma efectiva o la innovación y la creatividad en el desarrollo de la actividad de los departamentos de Recursos Humanos.

Bárymont acercará la educación financiera a los profesionales del fútbol sala

La Asociación de Jugadores de Fútbol Sala (AJFS) y la Asociación de Jugadoras de Fútbol Sala Femenino (AJFSF) han firmado un convenio de colaboración con Grupo Bárymont con el objetivo de acercar y facilitar a los socios y su entorno la formación en el ámbito de la educación financiera.

Ambas asociaciones saben de "la importancia de que sus asociados, en activo o ya retirados, sepan y puedan manejar su economía en el día a día de una forma coherente, segura y con proyección de futuro".

El director general del Grupo Bárymont, Javier Montaraz, comenta que "estamos convencidos de que el acompañamiento de un educador financiero ayudará a los deportistas a alcanzar sus metas y objetivos, tanto a nivel personal como financiero".

Unit Seguros desarrolla una jornada sobre oportunidades de crecimiento empresarial

La oficina de Unit Seguros de Onil (Alicante), de la mano de su director Antonio Ramón Vicent, ha celebrado una jornada empresarial de 'Descubrimiento de Oportunidades de Crecimiento para Empresas'. En donde se descubrieron nuevas formas de potenciar sus negocios y aprovechar al máximo su potencial de crecimiento.

El consultor Víctor Valencia habló de los mercados de crecimiento a dos dígitos para los próximos 15 años, la identificación de activos dormidos disponibles de valor, la estructura de un plan de relanzamiento y/o reposicionamiento, y la gestión de desarrollo de oportunidades sectoriales, entre otros temas relevantes. Además, se contó con la intervención de Basilio J. Piñero de Unit Seguros, quien explicó los 'Seguros de Crédito'.

Iati incluye en su seguro de Viajes una cobertura frente a okupaciones

Iati Seguros ha lanzado una nueva cobertura en sus principales seguros de Viaje para proteger el hogar familiar frente a los okupas, mientras se viaja. 'IATI okupas', que es como se llama, respalda al viajero con una cobertura jurídica para su desalojo.

Incluye, entre otros: Información y asesoramiento telefónico con un abogado; Gestiones para la recuperación del inmueble; Gestión del procedimiento judicial y gastos de abogados, peritos, procuradores y notario; Gestión de recursos por sanciones administrativas impuestas al propietario por irregularidades cometidas por los okupas; Reclamación de daños en el domicilio; y gastos de limpieza del inmueble.

No solo implica la asistencia legal para que se produzca el desalojo, cubren también la reparación de los daños producidos por quienes han ocupado de forma ilegal la vivienda.

Esta ampliación de tranquilidad, que incorpora Iati Seguros con una cobertura de 3.000 euros, está disponible para ciudadanos residentes en España y se incluyen en 'Iati Estándar', 'Iati Estrella', 'Iati Mochilero' e 'Iati Familia'.

En otro orden de cosas, Iati Seguros ha comunicado que tras la pandemia (desde 2019 a 2022) se ha incrementado un 178% el número de viajeros asegurados, de los cuales el 165% contratan, además, el seguro de anulación.

Tras el covid existe una mayor concienciación por parte de los viajeros que empiezan a entender la necesidad de contratar los seguros en sus vacaciones. La contratación de seguros de Viaje se ha incrementado un 68% con respecto a las cifras de antes de la pandemia y ha crecido un 178% con respecto al año pasado (2021 como año completo), es decir, casi el doble, según los datos recopilados por Iati Seguros. Además, la mayoría de estos seguros incluyen la opción del suplemento de anulación, que ha sido incorporado en los hábitos de compra de los viajeros. Con respecto al año anterior a la pandemia, 2019, se incrementó un 48% su contratación. En el último año se ha incrementado un 165%.

Apromes renueva su web

Apromes ha estrenado web, con la intención de mejorar la conexión entre la asociación y el asociado, de forma más precisa e intuitiva, manteniendo la visión y los valores que la distinguen.

Su nueva web destaca "por su reestructuración de contenidos vanguardistas, ofreciendo al usuario una experiencia mejorada, donde encontrar de una manera sencilla toda aquella información que precisa en el desarrollo de su actividad diaria, así como, convenios y servicios que presta esta asociación", comentan desde Apromes.

Pedro Tortosa se incorpora como nuevo director gerente de Newcorred

Newcorred ha comunicado que Pedro Tortosa se incorpora a la asociación como nuevo director gerente.

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales y Máster en Auditoria y Gestión de Calidad, Pedro Tortosa es un buen conocedor del mercado y del canal de corredores y correduría ya que tiene una experiencia de quince años en el sector asegurador. Diez de ellos los desarrolló en Mutua de Propietarios como ejecutivo del canal de corredores. Asimismo, también trabajó cinco años en la correduría Centro de Seguros y Servicios de El Corte Inglés. Fuera del sector asegurador, Tortosa ha sido director comercial en varias empresas del sector energético.

En esta nueva etapa, Tortosa dirigirá un equipo de dos personas y asume la dirección y gestión interna de la organización y todo lo concerniente a la prestación de servicios de calidad a los más de cuatrocientos miembros que la integran. Asimismo, asume la representación institucional de la organización y liderará la implantación de una nueva etapa de la asociación con una mayor implicación en el desarrollo y crecimiento comercial de todos los miembros de Newcorred.

Aunna incorpora dos nuevos socios

Aunna Asociación sigue creciendo gracias a la incorporación de dos nuevos socios: **Sherrybrok & Asociados** y Forcano Correduría de Seguros.

El primero de ellos, tiene su sede en Jerez de la frontera (Cádiz), con más de 30 años de experiencia en el sector. "Nos unimos a Aunna Asociación ya que estamos en un mundo global" destaca uno de sus socios, Juan Pedro Monge, "además, la ayuda legal y el apoyo tecnológico de la asociación son claves para mejorar nuestro día a día y dar mejores soluciones a nuestros clientes" explica.

Por su parte, Forcano Correduría de Seguros, ubicada en Zaragoza, es una correduría familiar encabezada hasta la fecha por Eva Forcano, que actualmente está dejando paso a su hijo Carlos Arnedo, quien ahora gestiona el negocio con todo el aprendizaje que le ha dejado su madre.

Por otro lado, Aunna ha puesto ha disposición del público el video resumen del Espacio Aunna del que informamos en la **revista 125**. Se puede acceder al vídeo resumen en: **https://youtu.be/bMXTzlkV91Y**

Los colegiados de Alicante se forman sobre los siniestros de Auto

"Una jornada para descubrir", así es como titulan en el Colegio de Mediadores de Seguros de Alicante la formación impartida por Marta Dueñas, Técnico en formación de Defensa Jurídica de Arag, y Juan Dueñas, director territorial de la aseguradora, que explicaron el trámite de siniestros de auto en la vertiente de los daños materiales y lesiones y cómo 'Arag Autobasic' puede ser una ayuda vital para el mediador y el asegurado.

La formación se enmarca en el apoyo de Arag a la mediación y en la búsqueda de la protección legal total de los ciudadanos con una gama de productos muy completa.

La correduría AMV da las claves sobre el precio del seguro de moto

La correduría AMV ofrece las claves sobre qué puede hacer que un seguro de moto valga más o menos. El tipo de vehículo, el perfil del conductor o, incluso, la ciudad donde conduzcamos, está entre los principales los factores.

Conducir sin seguro, además de ser ilegal, puede acarrearnos graves consecuencias. La primera es la sanción que, en el caso de un ciclomotor, es de 1.000 euros, mientras que en el caso de una moto es 1.250 euros. También ordenarán el depósito o precinto de nuestro vehículo durante un mes y mientras no demostremos que hemos contratado un seguro seguirá en el depósito, así que, los gastos del transporte de la moto en una grúa, así como los relativos al depósito o precinto de la moto, correrán a cargo del infractor. Pero, además, en caso de accidente, seremos responsables de los daños personales o materiales que puedan causar a terceros con motivo de la circulación. Y si acabamos en un juicio no tendremos defensa jurídica incluida, por lo que tendremos que pagar los honorarios de abogados y procuradores nuestros y de los otros vehículos implicados, por no mencionar que podríamos acabar en la cárcel, además de por el accidente, por no poder indemnizar a las víctimas.

A la hora de contratar un seguro, 8 de cada 10 motoristas tienen dudas sobre los factores que influyen en el precio del seguro de moto. Por ello, Mónica Galera, directora general adjunta de AMV explica: "que hay unos factores que afectan en el cálculo de la prima de un seguro de moto: Tipo de moto, cilindrada y antigüedad; localidad donde se conduce; utilización del vehículo; aparcamiento habitual; experiencia del conductor; historial de siniestralidad; y modalidades de seguro y coberturas.

Han pasado 20 años desde que Brokalia emitiera su primera póliza a petición de un administrador de fincas. Desde entonces, esta correduría ha trabajado movida por su compromiso con este colectivo para cubrir sus necesidades aseguradoras. Eso la ha llevado a acumular más de 7.500 pólizas de comunidades y una producción de más de 150 pólizas nuevas al mes.

Brokalia cumple 20 años

El uso de la tecnología ha sido fundamental para Brokalia en su compromiso con los administradores de fincas. Observar y comprender sus necesidades la ha convertido en una herramienta digital que permite a los administradores de fincas el control y la gestión integral de los seguros de las comunidades a su cargo.

La Asamblea del Colegio de Madrid aprueba por unanimidad las cuentas de 2022

La Asamblea General del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid ha refrendado las cuentas de 2022 y la gestión de la Junta de Gobierno.

Los asistentes a la Asamblea General Ordinaria del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid (CMSM) manifestaron, de forma unánime, su total apoyo a la gestión de la actual Junta de Gobierno. Sin votos en contra ni abstenciones, los presentes aprobaron el acta de la Asamblea anterior y avalaron la gestión realizada durante 2022.

La presidenta del Colegio, Elena Jiménez de Andrade, explicó entre otras cosas la fuerte presencia que ha tenido el Colegio en la actualidad del sector, principalmente, con la puesta en marcha del proyecto de FP Dual aplicada al sector seguros, promovido por Unespa, el Consejo General, la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid y el resto de asociaciones del sector.

"Todas estas innovaciones se han logrado sin una subida de cuotas a los colegiados", señaló Jiménez de Andrade, que puntualizó: "No quisiera que este hecho pase desapercibido, pues se ha logrado gracias al esfuerzo y entrega de la Junta de Gobierno, que se ha mantenido firme en su compromiso de reforzar todas las áreas de interés del colectivo".

Entre los objetivos para 2023, la presidenta señaló como prioridades dinamizar la actividad colegial, centrada en obtener visibilidad fuera del sector de seguros, fomentar el conocimiento y la formación de todos los colegiados, así como la ampliación del catálogo de servicios del Colegio que sirven como referencia a muchos profesionales del sector.

Kalibo y Castañeda & Asociados se unen a WTW Networks

WTW Networks continúa sumando adhesiones de correduríias con la incorporación de **Kalibo** y **Castañeda y Asociados**.

Miguel de las Morenas, socio y presidente de Kalibo, ha afirmado que "va apuntalar nuestro objetivo de seguir creciendo y estar en condiciones de ofrecer más y mejores opciones aseguradoras a nuestros clientes, especialmente al sector empresarial".

María Castañeda, socia y gerente de Castañeda & Asociados, ha explicado que esta alianza responde "a la estrategia de la correduría de ofrecer soluciones innovadoras a los riesgos presentes y adelantarnos a los riesgos del futuro".

¿Por qué José María Moreno ha dejado la presidencia de Colmedse?

José María Moreno, que ejercía la presidencia de **Colmedse** desde que se fusionaron los Colegios de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla en diciembre de 2019, ha decidido dejar su puesto de presidente el 22 de mayo, "por la situación que se ha creado en esta institución tras la aprobación, en Junta de Gobierno del 21 de abril, del cese del gerente", según ha indicado a PymeSeguros.

A raíz de esa decisión, aprobada por mayoría absoluta de la junta de gobierno, se han producido una serie de dimisiones en cadena que ha llevado a José María Moreno a no sentirse a gusto en la presidencia del Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla (Colmedse) y ha preferido dimitir de su cargo. Junto a él, lo ha dejado también Elena Romero, la secretaria del Colegio.

En palabras de Moreno: "A partir de la Junta de Gobierno que se celebró el 21 de abril, en la que se aprueba la cesión del gerente por mayoría absoluta, algunos miembros de la junta presentan su dimisión en desacuerdo con algo que ellos mismos habían votado a favor. En total, se produjo la dimisión de 6 de los 8 miembros (2 de ellos, dimitieron antes del 21 de abril) que componíamos la Junta de Gobierno. Ante esta situación, la prudencia y la sensatez, poniendo siempre los intereses generales del Colegio y de todos y cada uno de los colegiados, nos lleva a presentar nuestra renuncia. Siempre, los que me conocen lo saben, he actuado con un escrupuloso respeto hacia las normas y con una gestión transparente y eficaz, poniendo por delante los intereses del Colegio y huyendo de personalismos y polémicas".

Hasta que se celebren las nuevas elecciones, el Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros convocará una Junta provisional para el Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla.

Unipóliza denuncia que haya aseguradoras que compartan con sus agentes datos de los clientes de los corredores

Unipóliza lleva un tiempo denunciando lo que consideran un uso indebido de los datos de los clientes de los corredores, ya que hay aseguradoras que permites a sus agentes consultar y tener acceso a las pólizas.

"En Unipóliza siempre hemos entendido que esta práctica no es legal, y mucho menos ética y por eso hemos elevado consulta ante la DGSFP para que actúe de oficio y delimite si una aseguradora puede compartir los datos de nuestros clientes con sus agentes", sostienen desde la correduría.

Consideran que "las agencias exclusivas son entidades con personalidad jurídica propia y distinta de la compañía, careciendo de legitimidad para manejar documentos y, eventualmente, conocer su contenido".

"Pensamos que dichas actuaciones pueden conculcar la normativa sobre protección de datos y sobre distribución de seguros y pueden constituir actuaciones de competencia desleal", comentan.

"Esperamos que, en adelante, desde las compañías que realizan estas prácticas, entiendan que el uso de los datos de los clientes debe estar restringido solo y exclusivamente a su personal laboral para su correcta atención y no se comparta con otros actores", concluyen.

En otro orden de cosas, la correduría ha informado de la incorporación de Marta Carmona en el departamento de seguros de Responsabilidad Civil. Carmona es graduada en Derecho por la Universidad de Sevilla y tras pasar por un proceso formativo dentro de la empresa ya se encuentra cualificada para poder asesorar y tramitar este tipo de seguro.

Por último, señalar que Unipóliza ha alcanzado las 1.000 reseñas en Google Business, con una puntuación de 4.7/5. Su objetivo es tener en cuenta las recomendaciones de los clientes para mejorar la organización empresarial y el servicio ofrecido.

Prevanz estrena web

La correduría **Prevanz** ha estrenado nueva web, con una interfaz más diáfana e interactiva, gracias a las ayudas de los Next Generation del programa Kit Digital.

Esta correduría, especializada en seguros de Salud, ofrece una amplia variedad de opciones a medida. Propone servicios específicos para profesionales autónomos, empresas y particulares, adaptándose a sus distintas necesidades y preferencias.

Travelfine, en su quinto aniversario en el mercado, ha decidido conmemorar la efeméride actualizando por completo su página web para ofrecer mejor servicio y atención a su comunidad.

Travelfine moderniza su web

Desde el primer vistazo, destaca por una mayor velocidad en la carga de sus elementos, una estructuración de contenidos más clara y cómoda, y una apariencia más atractiva.
Travelfine, por otro lado, ha sido noticia por su entrada en la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), el pasado mes de abril.

El Colegio de Barcelona alerta ante el Parlament sobre la falta de aseguramiento en sectores clave

Francesc Santasusana, presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona y del Consejo de Colegios de Mediadores de Seguros de Cataluña, compareció, a finales de abril, ante la Comisión de Economía y Hacienda del Parlament de Cataluña para informar a los representantes de los partidos políticos sobre algunas de las problemáticas y necesidades de la mediación profesional catalana, como la falta de aseguramiento en sectores clave.

Santasusana insistió a los diputados sobre la imposibilidad de encontrar cobertura aseguradora en sectores importantes de la economía catalana como el de la alimentación, el reciclaje, el farmacéutico y la industria química. Animó a los parlamentarios a que "vean esta situación como una señal de alarma que nos indica que algo no está funcionando correctamente".
El presidente del Colegio y del Consejo lamentó también que "la actividad de los mediadores tiene un exceso de regulación" a la vez que no se protege debidamente el acceso a la profesión con una mayor exigencia en materia de formación.
Santasusana aseguró que los mediadores "entendemos la multicanalidad como parte de la realidad", pero no aceptamos "las malas prácticas de la banca en la comercialización de seguros, que siguen produciéndose pese a los cambios normativos. Los más perjudicados son los consumidores" que pagan un precio superior al de mercado y no siempre obtienen las coberturas que necesitan. Asimismo, destacó la necesidad de recuperar los estímulos fiscales para los titulares de seguros de Salud y para el ahorro de los particulares. Por otra parte, solicitó a los parlamentarios su apoyo para "defender la presencia del catalán en las pólizas".
El interés de los grupos políticos se centró en conocer con más detalle la problemática de aseguramiento y las posibles afectaciones de la presencia de fondos de inversión favoreciendo la concentración de las empresas de mediación.

Ucoga Seguros celebra su X Convención Anual

Ucoga Seguros ha celebrado su X Convención Anual, bajo el lema 'Ritmo Ucoga', para reconocer el trabajo del cuadro de personas que hacen que el engranaje de la correduría funcione a la perfección.

La jornada fue conducida por Iván Novo, director general de Ucoga, quien, después de proyectar y valorar los principales indicadores acerca de los resultados alcanzados en los 10 años de trayectoria de la correduría, hizo una llamativa reflexión acerca de los pilares sobre los que se sustenta la compañía. Una trayectoria positiva que ha llevado a la firma gallega a superar los 16.500 clientes y la gestión de más de 36.000 pólizas en la actualidad.

La firma gallega entregó distinciones de reconocimiento a las personas que han estado presentes desde los inicios de la correduría. Al equipo comercial de las cooperativas Alberto Fafián, Rosana Peillet, Pilar Docobo, Montse Ventura, Alfonso Riveira y Rocío Losada. A las aseguradoras Generali y Allianz, así como al primer cliente de la correduría, la cooperativa Horsal. Iván Novo ha querido prestar un especial reconocimiento a dos de los pilares de Ucoga, que lo acompañan desde 2013, a la directora de operaciones Lucía Méndez y a Inés Freire, directora de Administración.

En el cierre del acto, su presidente, Jesús Bardelás, destacó la valía de la labor de Ucoga dentro del sector cooperativo y agroalimentario e hizo entrega de un reconocimiento especial a Iván Novo, por la dedicación y esfuerzo con la que dirige la compañía desde sus inicios.

De cara al futuro, el director de Ucoga, marca el inicio de un segundo capítulo donde el reto será proseguir la actual línea de crecimiento, con un trabajo que seguirá especializado en el sector agroalimentario (empresas, ganaderías y transporte) y en el que irá cobrando peso la digitalización.

ACSA firma un acuerdo de colaboración con la empresa de peritaje AGP

La Asociación de Corredores de Seguros de Andalucía (ACSA) y la empresa de peritaciones AGP han firmado un acuerdo para facilitar a los miembros de la asociación servicios de valoraciones y peritaciones en condiciones favorables.

Este acuerdo se suma a otros servicios que la asociación andaluza ofrece a sus socios como el defensor del cliente (gratuito), asesoramiento jurídico o el convenio para la contratación de la RC Profesional.

El Colegio de Asturias Seguro celebra las Jornadas del Seguro

Bajo el lema 'Colegiados, un reto compartido', el Colegio de Mediadores de Seguros del Principado de Asturias celebró el 8 y 9 de junio en Oviedo una nueva edición de sus Jornadas del Seguro.

Durante dos días, se analizó la realidad del sector, se debatió acerca de los retos más inmediatos y se buscó sinergias que ayuden a aprovechar las oportunidades de negocio de cara al futuro.
Una de las grandes novedades de la nueva normativa que regula el impulso de los planes de pensiones de empleo son los denominados planes de pensiones de empleo simplificados (PPES). Estos pretenden extender los planes de pensiones a colectivos que hasta ahora estaban abocados a contratarlos de forma individual (trabajadores autónomos, asalariados de pymes o empleados públicos de entidades pequeñas). Conscientes de la oportunidad que eso representa para los colegios profesionales, que podrán promover los PPES para los colegiados que sean trabajadores por cuenta propia, se invitó a la sesión a Xavier Varea, director del Observatorio de los Sistemas Europeos de Previsión Social Complementaria, y a Manuel Ángel Álvarez, asesor del Gabinete del Ministro de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones.
La sesión del viernes, más técnica, se centró en el baremo, su evolución y perspectivas de futuro con el experto en daños personales, Carlos Miranda. A continuación, en el coloquio debate, participaron el magistrado Pablo de la Vallina y el médico valorador, Francisco de la Puente, presidente de la Asociación de Peritos de Seguros y Comisarios de Averías (Apcas).

La Asociación de Mediadores contra la Mala Praxis Bancaria iniciará acciones por las prácticas de las entidades financieras

La Asociación de Mediadores de Seguros contra la Mala Praxis Bancaria, representada por su presidente Miguel Orellana, se ha reunido con una representación de mediadores, para iniciar acciones encaminadas a terminar con las prácticas ilegales de los bancos en la contratación de seguros.

En la reunión se resaltó la necesidad de parar el abuso en la contratación de seguros por imposición, la competencia desleal a mediadores y al uso ilegal de datos protegidos para beneficio propio, entre otros muchos términos e irregularidades que se cometen desde la banca frente al cliente y las contrataciones de seguros.

El Colegio de Toledo aborda las obligaciones formativas de los mediadores

El Colegio de Mediadores de Seguros de Toledo ha organizado un webinar donde se abordaron las obligaciones de formación de los mediadores de seguros.

La ponencia corrió a cargo de Jordi Parrilla, director del Centro de Estudios del Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros (Cecas), que incidió en la necesidad de formación, no solo antes de comenzar la profesión de mediador, sino como formación continua.

"Sin perder de vista que es una cuestión a la que estamos obligados, y en caso de incumplimiento, seremos sancionados, la formación la hemos de ver más bien como una oportunidad para crecer profesionalmente y dar valor añadido a nuestros clientes", puntualizó Parrilla.

Summa incorpora seis nuevas corredurías en Extremadura

Summa/Acrisure sigue su proceso de expansión geográfica, en este caso, con la incorporación de seis mediadores en Extremadura, que se unen a la red de más de 100 oficinas que integran el grupo en España. De esta forma, el grupo expande su presencia a Almendralejo, Barcarrota, Fregenal de la Sierra, Fuente de Cantos, Monesterio, Oliva y Salvatierra de los Barros.

"Estamos muy orgullosos y tremendamente ilusionados de que mediadores con negocios en pleno crecimiento valoren nuestros principios y nuestra transparencia, cooperación con nuestros socios y sentido de comunidad. Nuestro esquema es único al permitir que un mediador siga dirigiendo la empresa sin interferencias, en un entorno completamente libre de burocracia, con acceso ilimitado a capital y recursos para proyectos valiosos. Un entorno dirigido a aquellos que quieren llevar su empresa a una nueva dimensión", subraya Oscar Rincón, director comercial de Summa/Acrisure en España.

Jorge Benítez, nuevo presidente del Consejo de Colegios de la Comunidad Valenciana

Jorge Benítez ha sido designado nuevo presidente del **Consejo de Colegios Profesionales de Mediadores de Seguros de la Comunidad Valenciana.** Presidente del **Colegio de Valencia** y de la patronal **Aemes**, sustituye al frente del órgano autonómico a Florentino Pastor, presidente del **Colegio de Alicante.**

El Consejo Rector queda así constituido por Antonio Fabregat (presidente del **Colegio de Castellón**) como vicepresidente primero; Florentino Pastor como vicepresidente segundo; Eva Bayarri (Valencia) como secretaria; y José Vicente Grau (Valencia) como tesorero. Las vocalías están ocupadas por Ángel Gómez (Valencia), Fernando Solsona (Castellón), Araceli Calvo (Alicante) y Luis Mena (Alicante).

Intermundial recomienda contratar un seguro de Viaje por si se tiene que estar en mesa electoral

El especialista en seguros de Viaje **Intermundial** recomienda contratar un seguro como garantía para no ver arruinadas las vacaciones en caso de tener que cancelarlas.

Si bien es cierto que desde que se recibe la carta certificada con la convocatoria para formar parte de una mesa electoral, el viajero dispone de 7 días para recurrir ante la Junta Electoral alegando un perjuicio económico y documentando la contratación de un viaje, es importante dejar claro que tener las vacaciones organizadas o unos billetes de avión pagados no exime de cumplir con el mandato electoral si se es designado miembro de una mesa electoral, pues no se considera causa de fuerza mayor.

Intermundial incluye entre las causas de anulación de sus seguros la cobertura de este supuesto, protegiendo tanto al asegurado como a su núcleo familiar. Es importante que los viajeros chequeen si el seguro que tienen contratado o desean contratar ofrece esta protección y las corredurías de seguros pueden asesorarles, a la hora de escoger el más conveniente según sus necesidades.

Si tanto el viaje como el seguro se contrataron antes de que al asegurado le fuera notificada personalmente su convocatoria como miembro de una mesa electoral, y se está fuera del periodo de carencia, el seguro cubriría la cancelación. Si el viaje se contrató hace tiempo y el viajero decide contratar un seguro ahora, y siempre antes de conocer la comunicación por correo certificado su participación en la mesa, la cobertura estará garantizada una vez salvado el periodo de carencia de 72 horas por haberlo contratado fuera de plazo.

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

El evento deportivo Experiencia FID Miraflores, que acerca a la ciudadanía los valores del deporte, contó con el patrocinio de **Grupo Bárymont**. En él estuvieron presentes grandes deportistas como Emilio Amavisca, Fernando Sanz o Ruth Beitia, entre otros.

El primer día de la Experiencia FID estuvo dedicado al reconocimiento de la plantilla del Real Madrid que consiguió la séptima Copa de Europa en Amsterdam hace 25 años. Los exjugadores Predrag Mijatovic, Emilio Amavisca y Fernando Sanz, compartieron sus experiencias y anécdotas vividas durante aquella final de Copa de Europa.

El segundo día, el evento se centró en el deporte femenino con la jornada 'Pioneras y referentes'. Las destacadas deportistas Lourdes Mohedano, Gemma Mengual y Ruth Beitia compartieron sus experiencias vitales y deportivas con todos los asistentes, proporcionando numerosos ejemplos de cómo los valores adquiridos en el deporte pueden ser aplicados por cualquier persona en su día a día para conseguir sus objetivos.

RibéSalat se ha convertido en el principal patrocinador del Circuito de Madrid 3x3 FBM, una competición autonómica organizada por la Federación de Baloncesto de Madrid, que se inició el domingo 21 de mayo en Getafe, con una primera jornada para equipos U17.

RibéSalat patrocinada el Circuito 3x3 de la Federación de Baloncesto de Madrid

Este año, un total de 48 equipos masculinos y femeninos de jugadores de entre 15 y 17 años, han pasado por el polideportivo Juan de la Cierva de Getafe para disputar la victoria y lograr una plaza en el Campeonato de España 3x3 U17, que este año tuvo lugar del 9 al 11 de junio en Calamillor, Mallorca.

Los dos equipos finalistas de la competición masculina, ZBK Tetuán Garnets y Distrito Olímpico, y los dos de la femenina, Rivas Parque Sureste Blanco y Femenino Alcorcón, lograron plaza para la cita nacional. Además, la competición es clasificatoria para el Ranking de la Federación Internacional de Baloncesto (FIBA).

Los colegios de mediadores culminan el Camino de la Integración

Los colegios de mediadores han culminado con éxito la XI edición del Camino de la Integración. Un peregrinaje hasta Santiago de Compostela en el que una treintena de personas con discapacidades diversas recorrieron casi cien kilómetros en las cinco últimas etapas del Camino Francés que les condujeron a la plaza del Obradoiro.

El grupo de peregrinos estuvo compuesto por más de 60 personas incluyendo familiares, voluntarios de apoyo y organización. El presidente del Consejo General, Javier Barberá, formó parte de la expedición junto a dos miembros de la Comisión Permanente, Javier García, vicepresidente, y Zacarías Fernández, vocal de responsabilidad social y coordinador de la actividad.

El Camino de la Integración es una iniciativa solidaria que cuenta ya con más de una década a sus espaldas. Está promovida por los Colegios de Mediadores de Seguros a través del Consejo General, con el patrocino de Iris Global y la colaboración de DKV.

La iniciativa se enmarca en las acciones de sostenibilidad de la mediación como parte de su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

Llull Segur Valencia patrocina el centenario de Mestalla

Llull Segur Valencia, socio de Cojebro, ha participado en el centenario de Mestalla dando soporte a la Asociación Pequeño Accionista del VCF.

Para celebrar el centenario y contribuir a dar la máxima difusión de la historia del club desde la sede de Mestalla, Llull Segur Valencia ha esponsorizado una de las dos pancartas de homenaje a Mestalla que la Asociación Pequeño Accionista del VCF desplegó el pasado domingo 21 de mayo y que apoyarán al Valencia los días de partido.

Grupo S4 congrega a más de 700 participantes en la Carrera Nocturna de Nigrán

La séptima edición de la Carrera Nocturna S4, patrocinada por **Grupo S4**, ha contado con la participación de 700 corredores inscritos. La prueba se disputó el 6 de mayo frente al arenal de Playa América (Nigrán) y contó con la presencia de la piragüista y subcampeona olímpica Teresa Portela como madrina y embajadora de S4, y con Susana Rodríguez Gacio, campeona paralímpica de triatlón adaptado.

Durante las carreras infantiles, la subcampeona olímpica ha realizado un calentamiento previo en la línea de meta antes de cada una de las categorías.

Daniel Bargiela y Sofía Freaza, dos grandes figuras del atletismo gallego, se han coronado como los más rápidos en la prueba de 10K de la categoría absoluta. Por su parte, Susana Rodríguez, que acudió a hacer un test previo al Campeonato del Mundo de Triatlón, se impuso en la categoría de 5K femenino junto a Roque González en masculino.

Grupo Bárymont patrocina los 100 kilómetros 'Ciudad de Santander'

Grupo Bárymont ha patrocinado, por quinto año consecutivo, la 43ª edición de la carrera los 100 kilómetros 'Ciudad de Santander' que se celebró en el Parque de las Llamas el 10 de junio.

José Antonio Soto Rojas es, una vez más, el impulsor de la celebración de la recientemente nombrada mejor prueba de ultrafondo de España que coloca a la ciudad de Santander como escenario de atletismo internacional y ciudad del ultrafondo.

Con la 43ª edición de los 100 Kilómetros de Santander también se disputó el VII Campeonato de España Militar Ejército Tierra, el XVII Campeonato de Cantabria 100km, el III Campeonato de Cantabria 50km y el VIII Relevos 5X10 km.

Un año más, la compañía experta en bienestar económico demuestra estar comprometida con el deporte y con los valores que este transmite.

PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

Información relevante para pymes y autónomos

A diario

Accede a las noticias que te interesan en

www.pymeseguros.com

Habla menos, actúa más

La clave para alcanzar el éxito está en tus acciones

Brian Tracy,

Editorial: Debolsillo Editorial
Precio: 10,95 € libro impreso

Si te pones como meta lograr dos cosas todos los días —sin excepción—, no tendrás límites para conseguir lo que sea. El experto en éxito, Brian Tracy, comparte un método probado de siete pasos que te ayudarán a conseguir, en pocos meses, más de lo que la mayoría de las personas logra en toda su vida: 1. Elimina los hábitos negativos. 2. Toma el control de tu vida. 3. Atrévete a ir hacia adelante. 4. Decide qué es lo que realmente quieres. 5. Supera la procrastinación. 6. Conviértete en un aprendiz de por vida. 7. Nunca te rindas.

Con la ayuda del autor, descubrirás la clave para ganar, tener felicidad, crear una buena reputación y triunfar. 'Habla menos, actúa más' es la clave para conquistar tus objetivos y liberar un potencial ilimitado para tu vida y tu negocio.

La cultura del éxito profesional y empresarial

Gestión operativa integral

Pasqual Prous Miró

Editorial: Editorial Kolima
Precio: 20 € libro impreso

El modelo del trabajo efectivo de la organización de alto rendimiento, que nos presenta Pasqual Prous en este libro, no es ninguna teoría: es una propuesta de gestión operativa integral para lograr los mejores resultados de negocio que, potencialmente, puede obtener la empresa. A este modo de hacer las cosas es a lo que llama la 'Cultura del Éxito'. Se trata de un conjunto de herramientas muy poderosas que te ayudarán a ser un mejor empresario o profesional y, con tu buen hacer, si eres perseverante, a conseguir buenos resultados, a ser más feliz y a hacer más felices a los que trabajan a tu lado.

REVITALIZA TU NEGOCIO
A TRAVÉS DEL MARKETING EMAIL

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**

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