Premio San Francisco Javier
de Anacose en 2012

# PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

Número 123 MARZO 2023

www.pymeseguros.com

**Visión de experto**
Kike Ubeira, director técnico y administrador solidario de Tempu. "Creación de *pools* en Multirriesgos pymes"

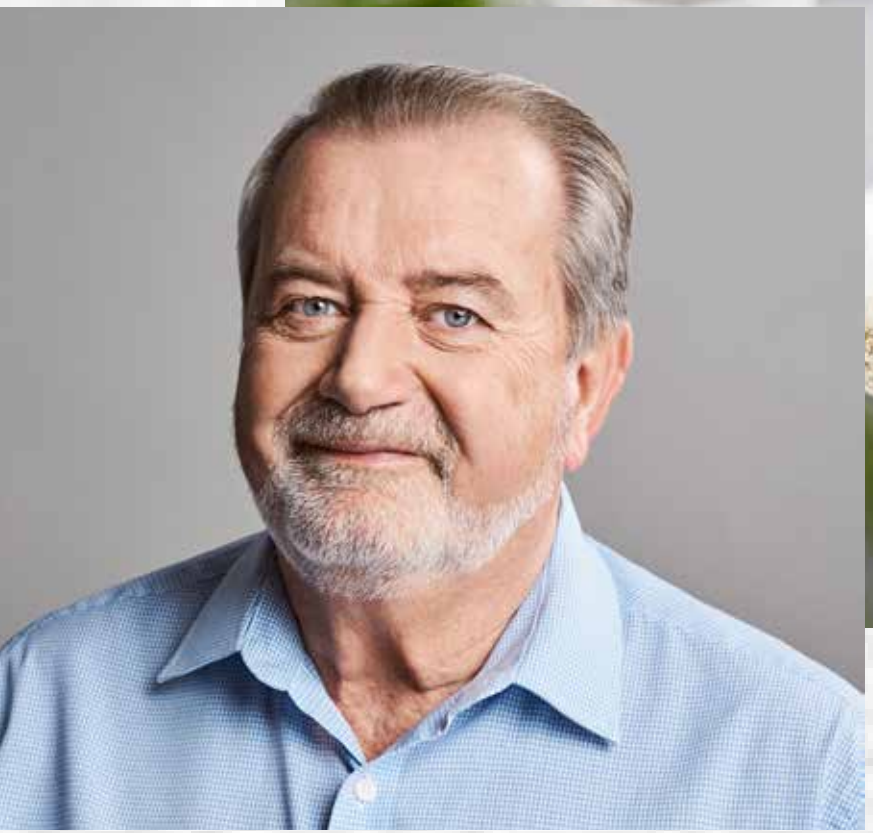
**Punto de encuentro**
La mujer, ante el reto de ganar visibilidad y representatividad en el sector

**Más a fondo**
Los corredores, cada vez menos satisfechos con las aseguradoras

**In situ**
Contar con un equipo comercial que venda de forma híbrida

**Jorge Antón**, subdirector general de Fidelidade España

## MULTIRRIESGOS mejorará su rentabilidad este año



## ¿Qué es VIVO?

Es el Seguro de Decesos que tú y tu familia necesitáis, porque llegado el momento, es la forma de asegurarte que no tengan que preocuparse por nada. Con VIVO, tu tranquilidad y la de los tuyos es lo que más nos importa.

**Infórmate en el 900 20 30 10**

Preventiva Seguros | preventiva.com

Preventiva Seguros | VIVO DECESOS

# DEJAR UNA RECETA FAMILIAR

*Ese es Tu legado*

**Nadie puede elegir como irse, pero sí qué dejar a su seres queridos**

Por tu tranquilidad, por su tranquilidad, contrata tu seguro de Decesos

# El talento femenino, poco potenciado en el sector asegurador

Al coincidir el envío de la revista de marzo con el día de la mujer trabajadora hemos querido hacer un homenaje a todo ese talento femenino que, poco a poco, se está haciendo un hueco en el sector. De aquí se quiere abogar para que el papel de la mujer gane visibilidad y que las corredoras que ya están activas se atrevan a optar a puestos de dirección y representación sectorial, que sirvan de ejemplo para generaciones futuras (ver **Punto de encuentro**).

La mujer tiene una forma de actuar y de relacionarse con el cliente en la que prima la empatía. El hecho de que las mujeres estén en determinados puestos de decisión está provocando un cambio en la oferta de productos más sostenibles, más vinculados a determinadas necesidades del cliente, por su vocación de protección. La incorporación de la mujer en los altos cargos de las empresas fomenta la diversidad, pensamientos y sensibilidades distintas y eso enriquece.

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

Cuando se entra en el miedo y la mente, se pierde la autenticidad y el verdadero valor para comunicarse, que es fundamental en la comunicación con el cliente. La confianza te puede llevar al éxito o al fracaso. Por eso, es fundamental ser una misma. Instaurar la comunicación más cercana y más auténtica. Se genera más confianza al cliente cuando somos nosotras mismas, con nuestros problemas personales incluidos. A más interactividad con el cliente, hay más ventas. Por eso, es importante estar en contacto con ellos, de la forma que ellos quieran. Teniendo en cuenta que el futuro es híbrido, es fundamental tener un equipo comercial que pueda vender de forma híbrida (ver **In situ**).

Esa empatía con el cliente, lleva a los corredores a buscar las mejores soluciones para los problemas de falta de cobertura para algunos sectores, como el del reciclaje, papel y cartón, algodoneras, etc. Estas empresas realizan una actividad social importante y la solución debe ser tratada globalmente (ver **Visión de experto**).

Por otro lado, el ramo de Multirriesgos se está enfrentando a un incremento de la siniestralidad. En parte, por los daños ocasionados por los fenómenos meteorológicos. Eso ha hecho que el sector haya comenzado a dar mayor importancia es sus modelos de *pricing* a este tipo de siniestros, dado que es evidente que no son coyunturales, sino consecuencia de un cambio climático que va a más (ver **Hablando claro**).

## Staff

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

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

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

**Diseño y maquetación**
Estudio 9C

**Fotógrafa**
Irene Medina

**Banco De Imágenes**
Fotolia

**06 Hablando claro**
Jorge Antón, subdirector general de Fidelidade España. Multirriesgos mejorará su rentabilidad este año

**12 Visión de experto**
Kike Ubeira Martinez, director técnico y administrador solidario de Tempu Correduría de Seguros. Creación de *pools* en Multirriesgos pymes

PymeSeguros Revista online para corredores y corredurías

Número 123 { Marzo 2023 }
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**
El talento femenino, poco potenciado en el sector asegurador

34 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

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

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

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

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

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

16 **Punto de encuentro**
La mujer, ante el reto de ganar visibilidad y representatividad en el sector

22 **Más a fondo**
Los corredores, cada vez menos satisfechos con las aseguradoras

28 **In situ**
Contar con un equipo comercial que venda de forma híbrida

32 **Cubriendo necesidades**
La postventa como elemento diferenciador en el sector asegurador

**Jorge Antón,** subdirector general de Fidelidade España

# Multirriesgos mejorará su **RENTABILIDAD** este año

En los últimos años, la siniestralidad de Multirriesgos ha crecido, en parte, por los daños ocasionados por los fenómenos meteorológicos. Eso ha hecho que el sector haya comenzado a dar mayor importancia en sus modelos de *pricing* a este tipo de siniestros, dado que es evidente que no son coyunturales, sino consecuencia de un cambio climático que va a más. Precisamente, por el endurecimiento de las condiciones de acceso al seguro, tanto en términos de suscripción como en términos de prima, Jorge Antón prevé "un resultado técnico aceptable en 2023". Añade que "gracias a diferentes medidas conjuntas que estamos adoptando en el sector, este año veremos una mejora en la rentabilidad del ramo".

**¿Cómo ha repercutido en Multirriesgos Pyme la desaparición de muchas empresas por la crisis económica?**

La situación económica ha tenido impacto en el número de pólizas en cartera del sector, aunque ha sido menos acusado de lo que cabría pensar.

**En la jornada de Perspectivas de Icea se dijo que el ramo de Multirriesgos sigue siendo rentable, pero menos que el año pasado. ¿Está en peligro su rentabilidad?**

La rentabilidad del ramo Multirriesgos no está en peligro. El efecto de la inflación ha tenido un impacto significativo en el coste medio de los siniestros, que las compañías de seguros no hemos repercutido ni íntegra ni inmediatamente en las tarifas. Y eso ha tenido un impacto directo en la rentabilidad de los productos multirriesgos. Pero, gracias a las diferentes medidas conjuntas que estamos adoptando en el sector, en 2023 veremos una mejora en la rentabilidad del ramo.

**Allí también se adelantó que la siniestralidad iba a crecer este año...**

Desde hace un par de años las compañías hemos reforzado las condiciones de suscripción y renovación de los seguros Multirriesgos, fundamentalmente en los segmentos de pyme e industrial. Se analiza de forma más exhaustiva cada uno de los riesgos, con especial atención a los elementos constructivos y a las actividades a asegurar, y con la colaboración de los mediadores se orienta a los clientes para que refuercen sus mecanismos de protección ante robo, incendios, etc. Han existido en los últimos años algunos siniestros importantes y eso ha hecho que tanto el mercado reasegurador como el asegurador endurezcan las condiciones para la transferencia de riesgos industriales, no solo mediante el incremento de primas, sino también estableciendo límites y elevando franquicias. En este contexto, esperamos que la siniestralidad del ramo se mantenga en valores similares a los de 2022.

**Se analiza de forma más exhaustiva cada uno de los riesgos**

**Los fenómenos meteorológicos extraordinarios ya no son tan extraordinarios, por su repetición en el tiempo, y están impactando en el seguro de Multirriesgos. ¿Qué soluciones se plantean desde el sector?**

Es evidente que en los últimos años hemos aprendido a convivir con fenómenos como las Danas que ahora proliferan con mayor frecuencia y virulencia. En este contexto, el sector ha comenzado a dar mayor importancia, en sus modelos de *pricing*, a este tipo de fenómenos meteorológicos, consecuencia de un cambio climático que desgraciadamente va a más.

**¿Cómo cree que se comportará el seguro de Multirriesgos Pyme en 2023?**

Precisamente por el endurecimiento de las condiciones de acceso al seguro, tanto en términos de suscripción como en términos de prima, yo preveo un resultado técnico aceptable en 2023.

**¿Cómo influye en el ramo que los 5 primeros grupos capten más de la mitad del negocio?**

Llevamos muchos años viendo procesos de concentración en el sector, por lo que la concentración de una impor-

tante cuota de mercado entre los primeros del ranking es un fenómeno que lógicamente irá a más. Las compañías que tenemos un menor tamaño tenemos que diferenciarnos de las *top* del ranking en aspectos que nos hagan aportar un valor específico dentro de la cadena.

**¿Se han endurecido las renovaciones este año en el segmento de las pymes?**

Lógicamente. Venimos de unos años donde el mercado estaba a la baja, inmerso en una guerra de precios porque los resultados eran buenos. Pero a un ciclo blando siempre le sigue un ciclo duro, y es ahí donde nos encontramos ahora. En este momento, sobre todo en el sector de las pymes e industrial, prevalece proteger la rentabilidad del ramo sobre el crecimiento.

**En este momento, sobre todo en el sector de las pymes e industrial, prevalece proteger la rentabilidad del ramo sobre el crecimiento**

**¿El futuro pasa por los seguros modulares y por la capacidad del cliente de decidir qué coberturas y servicios quieren en sus seguros?**

Es cierto que existe un debate muy extendido acerca de la importancia que va cobrando para los clientes poder contratar seguros 'modulares'. Sin embargo, creo que (al menos en el ámbito de los riesgos empresariales) es una tendencia que todavía no forma parte del futuro cercano. Los tomadores son conscientes de que no son expertos en seguros como para sentirse confortables en un modelo modular. La mediación seguirá jugando un papel fundamental en la evolución de los seguros industriales. De hecho, en este momento, se apuesta más por hacer una buena gerencia de riesgos, concienciando al cliente sobre la necesidad de mejorar las medidas de protección de su negocio y la calidad de los materiales constructivos de sus instalaciones. Hay muchos mediadores que hacen este trabajo muy bien, y los clientes ven en ellos un valor añadido.

**¿Cómo se determina los precios en Multirriesgo Pymes?**

Las compañías utilizamos desde hace muchos años modelos que miden la elasticidad del precio de renovación en función de determinados factores. Incluso se delega en el mediador la posibilidad de realizar descuentos en función de su criterio. Pero no veo en el corto plazo que las compañías que trabajamos el ramo de Multirriesgos para las pymes vayamos a avanzar en un modelo del tipo bonus-malus o similar. En todo caso, vería más sentido que se tendiera hacia un modelo de gestión de la rentabilidad basado en el conjunto de pólizas que tenga cada cliente, donde las decisiones de los precios de renovación se integran en un modelo global de rentabilidad del cliente y de su grado de afección con la compañía.

**Si las estructuras de reaseguro de un Multirriesgo y una RC suelen ser diferente. ¿Por qué se incluye la RC en el seguro de Multirriesgo Pyme?**

Existen muchos tipos de RC. La RC asociada a un Multirriesgo es una RC General con muy poca frecuencia. Por eso, se puede incluir dentro de los tratados de reaseguro de Multirriesgos. Desde el momento en que el tomador requiere de coberturas de RC mínimamente amplias y específicas para su actividad, la práctica habitual

es asegurar dichas garantías en una póliza aparte. Hay que entender además que los siniestros de daños requieren de un periodo de tramitación relativamente bajo, y es habitual poder identificar rápidamente el coste del siniestro. Sin embargo, los siniestros de RC son de cola larga, es decir, su periodo de tramitación es muy superior a los siniestros de daños materiales y además se judicializan en un mayor porcentaje, lo que obliga a una estructura de reaseguro específica para su cobertura.

**¿De qué modo se están mejorando los seguros Multirriesgo para pymes?**

Yo destacaría dos aspectos fundamentales: por un lado, con la gerencia de riesgos. De este modo, al tener mejor identificados los riesgos de cada negocio, las garantías del seguro a contratar se ajustan perfectamente a las necesidades, en términos de riesgo, de cada cliente, evitando contratar garantías que realmente no se necesitan y poniendo el foco en aquello que realmente podría causar un problema económico importante. Y, por otro lado, destacaría la evolución de las garantías de pérdida de beneficios, donde hasta no hace mucho tiempo se contrataban cantidades simbólicas y ahora existe una gran sensibilización por parte de los tomadores a su aseguramiento a valor real.

**Desde hace años hay problemas para encontrar seguros para algunos sectores, como el sector del reciclaje, papel y cartón, algodoneras, etc. ¿Se está haciendo algo para resolverlo?**

**Las compañías que tenemos un menor tamaño tenemos que diferenciarnos de las top del ranking en aspectos que nos hagan aportar un valor específico dentro de la cadena**

Realmente sorprende saber cuántas iniciativas existen en el sector para encontrar una solución aseguradora sostenible que dé respaldo a estas actividades tan complicadas. Se trata de iniciativas abiertas a la participación de cada uno de los *players* que estamos implicados en el proceso de transferencia de riesgos, a menudo impulsadas por brokers de seguros y de reaseguros, incluso agencias de suscripción, que construyen programas de reparto del riesgo de manera que faciliten a estos sectores acceder a pólizas que les permitan desempeñar su actividad con un grado de respaldo suficiente. Son programas complejos sobre los que las aseguradoras debemos exigir que se cumplan condiciones mucho más estrictas y estar abiertas a la colaboración, en las que el modelo de reaseguro constituye un factor fundamental. Pero sí, en el sector estamos intentando atender estas situaciones que realmente son muy complejas.

**¿A qué retos se enfrenta la modalidad de Multirriesgos Pyme?**

Son muchos los retos que hay por delante. Entre ellos me gustaría destacar tres fundamentales y de los que ya hemos hablado: por una parte, los efectos del cambio climático y el efecto devastador que tiene en los negocios que se ven expuestos a las variaciones meteorológicas; en segundo lugar, la crisis energética y, con ella, el efecto de sobrecoste en los materiales constructivos, que aumentan el coste medio de los siniestros; y el tercero sería dar respuesta a los desarrollos estratégicos de los tiempos que corren, fundamentalmente con la proliferación de la venta online y la exportación de bienes y servicios a otros países.

# EL MEDIADOR, PIEZA FUNDAMENTAL EN LA CADENA DE VALOR

**En función de sus dimensiones y necesidades, los corredores que trabajan con Fidelidade "disponen tanto de autonomía a la hora de preparar pólizas más estandarizadas a través de nuestro aplicativo en Fidemed o bien acceso a nuestro Centro de Negocios de Empresa que configura las pólizas *ad hoc*. En este sentido, para Fidelidade mantener y fomentar la relación directa con los mediadores entendemos que nos favorece a ambos, pues nos permite alinear los criterios de suscripción y agilizar el proceso progresivamente", explica su subdirector general en España, Jorge Antón.**
**A cambio, la aseguradora pide profesionalidad y rigor. "El mediador constituye una pieza fundamental de la cadena de valor, por lo que su cualificación y experiencia en el ramo de las pymes y de los riesgos industriales resultan cruciales para el éxito de nuestro modelo. La buena noticia es que en España disponemos de una estructura de mediación muy profesionalizada y que cuenta además con una nueva generación de mediadores que están haciendo auténticas maravillas con la versatilidad que proporcionan las nuevas tecnologías, y con los que estamos muy contentos de colaborar también".**
**En este momento, los corredores aportan casi el 70% del negocio de la cartera de Fidelidade en Mutirriesgos. Antón señala que "el crecimiento de Fidelidade en daños materiales, fundamentalmente en el ramo de industrial, lleva creciendo a dos dígitos largos desde hace tres años. De hecho, estamos ya muy cerca de ingresar en el *Top Ten* del ranking en riesgos industriales, gracias fundamentalmente al trato directo y personalizado que tanto nuestro equipo comercial como nuestro equipo de suscripción brindan a nuestros corredores".**

**¿Qué es lo que más valora la pyme en este tipo de seguros?**

Conseguir un seguro que se adapte a sus necesidades reales, es decir, que su póliza le proporcione la flexibilidad para parametrizar las condiciones y la situación concreta del cliente en términos de actividad, modelo de producción, exposición a la pérdida de beneficios…. Y, por supuesto, tener garantía de que su póliza va a poder responder cuando se produce un imprevisto, para lo que la intervención del mediador resulta crucial.

**Estamos en un mundo cambiante. ¿Por dónde va la demanda de las pymes?**

Centrándonos en los cambios más recientes, yo resumiría que las necesidades de las pymes versan fundamentalmente sobre los aspectos derivados de la pandemia, entre los que el comercio electrónico y el servicio a domicilio constituyen dos factores muy importantes; por supuesto los derivados de los efectos de la crisis por la guerra de Ucrania, es decir, el incremento del precio de las materias primas, la crisis energética y el incre-

mento de los costes logísticos y de producción, pero también los derivados de adaptar el negocio a la creciente preocupación por la sostenibilidad, mediante la implantación de energías renovables o el control de la huella de carbono, entre otros.

**¿En qué consiste el modelo de negocio de Fidelidade en la modalidad de Multirriesgos Pyme?**

Nuestro modelo se basa en dos fórmulas complementarias. Por una parte, una fórmula destinada a dotar de autonomía al mediador para que pueda disponer de manera inmediata de una oferta para su cliente, algo que hemos articulado a través de nuestro aplicativo de suscripción, que permite al propio mediador parametrizar la póliza que considera más adecuada y avanzar con la contratación sin que haga falta la intervención de Fidelidade. En este modelo, además de los mediadores que trabajan en las actividades que para Fidelidade son preferentes como fotovoltaicas, fábricas y almacenes, centros comerciales, hospitales y clínicas (por mencionar algunas), hemos creado programas específicos que permiten a ciertos distribuidores configurar pólizas con condiciones especiales para sus colectivos de empresas. Esta fórmula persigue la eficiencia y la autonomía y tiene éxito entre los mediadores más especializados en ciertas actividades, puesto que les permite trabajar a su ritmo y recurrir a Fidelidade solo cuando es imprescindible.

La otra fórmula se dirige a aquellos mediadores que trabajan con pólizas más complicadas, que precisan de una suscripción mano a mano con la aseguradora, a veces incluso con la intervención de nuestra estructura de reaseguro. Estos programas *ad hoc* requieren una implicación mayor por parte de los mediadores y la experiencia nos ha demostrado que su interlocución directa con nuestros suscriptores, acompañados de nuestro equipo de ejecutivos comerciales, funciona muy bien.

**La existencia de algunos siniestros importantes ha hecho que se endurezcan las condiciones para la transferencia de riesgos industriales, no solo mediante el incremento de primas, sino también estableciendo límites y elevando franquicias**

**¿Están pensando en sacar algún nuevo seguro para Multirriesgo Pyme?**

En Fidelidade estamos permanentemente revisando nuestro catálogo de seguros, si bien la flexibilidad que nos aporta el conjunto de soluciones para daños y responsabilidad civil que tenemos, por el momento, nos permite responder cómodamente a nuestro apetito de riesgo. Además, siguiendo nuestro modelo de negocio, en los últimos años, hemos puesto en marcha diferentes programas específicos para sectores como Administraciones Públicas, Acuicultura o Fotovoltaicas, desarrollados en conjunto con mediadores y otros *players* muy especializados. En términos de novedades, actualmente nuestro foco está dirigido hacia la mejora de la capacidad para dar respuesta a la creciente demanda de pólizas a medida que nos llega del mercado. Para ello, estamos implementando un sistema para automatizar muchos de los procesos que conlleva la suscripción de este tipo de riesgos, con el objetivo de mantener la buena tasa de cotizaciones por solicitud que hemos alcanzado.

*Carmen Peña*
*Fotos: Irene Media*

**Kike Ubeira Martinez,** director técnico y administrador solidario de Tempu Correduría de Seguros

# Creación de **POOLS** en Multirriesgos pymes

**En la actualidad, uno de los retos del seguro de Multirriesgos está en solucionar el problema de la falta de cobertura para algunos sectores, como el del reciclaje, papel y cartón, algodoneras, etc. Kike Ubeira explica que "es un gran problema que excede al ámbito asegurador. Estas empresas realizan una actividad social importante y la solución debe ser tratada globalmente. Quizás la creación de pools, como en el pasado se han realizado, podría acabar con este comflicto".**

La crisis económica ha provocado la desaparición de muchas empresas. Algo que, según Kike Ubeira, director técnico y administrador solidario de Tempu Correduría de Seguros, "ha repercutido de forma considerable en el sector de Multirriesgos". El problema es que "los gestores empresariales están considerando más importante el factor precio que la amplitud de cober-

turas. Algunos empresarios (no todos) ven el coste de los seguros como un gasto, y en las renovaciones buscan una reducción de esos costes en detrimento de las coberturas".

Debido a la situación económica, "se ha endurecido el mercado, con primas al alza y sectores sin soluciones completas. Nuestro papel es complejo, pero debemos encontrar cada vez más soluciones con otros proveedores no tan tradicionales y que emergen como consecuencia de esas nuevas necesidades empresariales".

Aunque, evidentemente siempre se acude a las grandes aseguradoras, en la correduría "también recurrimos a aseguradoras especializadas y agencias de suscripción que, en muchos casos, nos están otorgando soluciones aseguradoras de vanguardia y acorde con las exigencias empresariales, especialmente en determinados sectores".

Tempu Correduría de Seguros sabe mucho de este tipo de negocio porque desde sus inicios, hace más de 30 años, comenzó comercializando productos aseguradores para empresas. Eso los ha llevado a conseguir una elevada penetración en determinados sectores como pueden ser transportes, talleres de automoción, educación, construcción... Aunque también están trabajando en otros departamentos específicos partiendo siempre de la especialización que tienen o que les pueden aportar nuevas incorporaciones en la empresa. En la actualidad, intermedian aproximadamente un millón de euros en primas en la modalidad de Multirriesgos Pymes.

**En el mundo cambiante en el que estamos, las pymes demandan especialización y adaptación de las coberturas a sus necesidades**

El ramo se está enfrentando a un aumento de la siniestralidad. Para intentar controlarla, Ubeira propone "el incremento de primas por parte de las aseguradoras, la utilización prudente y racional de las coberturas del contrato y una mayor concienciación sobre el riesgo, por parte de los empresarios, que se traduce en una aplicación más estricta de protocolos de prevención y seguridad, tanto activa como pasiva". Desde el sector de la distribución, se observa "una mayor profesionalización que contribuirá, a corto y medio plazo, a una reducción de los ratios".

## CRECIMIENTO A MEDIO PLAZO

Para 2023, "teniendo en cuenta que se ha producido una mayor concentración de corredurías, así como una reducción de la oferta en determinados sectores por parte de las aseguradoras, la previsión es que se estabilice la cartera para acometer crecimientos en el medio plazo, una vez consolidado el mercado y sus actores", explica Kike Ubeira.

El futuro pasa por los seguros modulares y por la capacidad del cliente de decidir qué coberturas y servicios quieren en sus seguros. "Desde el punto de vista de la correduría, lo venimos practicando desde hace años,

con propuestas individualizadas y diseño de coberturas a la carta".

Sobre la inclusión de la cobertura de Responsabilidad Civil dentro del seguro de Multirriesgo, Kike Ubeira cree que "las pólizas específicas de RC se adaptan mejor a las necesidades del cliente en coberturas y sumas aseguradas. Así lo estamos realizando en la mayoría de los seguros desde Tempu".

**RETOS DEL RAMO**

Uno de los retos del seguro de Multirriesgos está en solucionar el problema de la falta de cobertura para algunos sectores, como el del reciclaje, papel y cartón, algodoneras, etc. Ubeira explica que "es un gran problema, que excede al ámbito asegurador. Estas empresas realizan una actividad social importante y la solución debe ser tratada globalmente. Quizás la creación de pools, como en el pasado se han realizado, podría acabar con este conflicto".

Además, es necesario, según Kike Ubeira, que "la modalidad se enfrente a una adaptación a las necesidades del cliente en un entorno muy susceptible al cambio".

Lo que más valora la pyme de este tipo de seguros es "el factor subjetivo de saber que la continuidad de la empresa está garantizada frente a la mayoría de las incidencias que le afecten. Por eso, es tan importante contar con un asesoramiento profesional adecuado". En la jornada de Perspectivas de Icea, se dijo que, en la nueva producción, los corredores siguen manteniendo su negocio en Multirriesgos, mientras que las oficinas y los agentes lo están perdiendo a favor de los bancos. La razón, según Kike Ubeira está en "el asesoramiento, formación y conocimiento de las necesidades del cliente. Creemos que solamente se puede conseguir a través de un contacto directo y estrecho con ellos, que hasta ahora las entidades de crédito no pueden ofrecer, a pesar de las muchas imposiciones a las que intentan someter a los clientes". El corredor aporta "independencia, asesoramiento imparcial, adaptación de los contratos a sus necesidades… Ponemos a disposición del cliente nuestros recursos de gerencia de riesgos, para complementar los suyos". En el mundo cambiante en el que estamos, las pymes demandan "especialización y adaptación de las coberturas a sus necesidades".

**Debemos encontrar soluciones con otros proveedores que emergen como consecuencia de esas nuevas necesidades empresariales**

Ubeira apunta que los corredores que trabajan en el ramo de Multirriesgos Pymes se tienen que enfrentar a "la reducción del negocio asegurador, a la adaptación de primas en un entorno de mercado 'duro' y a la especialización. Los corredores no especializados tendrán que trabajar con más énfasis porque así lo está requiriendo el propio mercado".

*Carmen Peña*
*Fotos: Irene Media*

# ASEGURA TU TRANQUILIDAD

europ assistance
you live we care

Cuidamos cualquier ámbito de tu vida:
**viajes, automoción, salud, hogar y familia**,
para que tú puedas centrarte en lo
realmente importante.

**www.europ-assistance.es** |

# La mujer, ante el reto de ganar **VISIBILIDAD** y representatividad en el sector

En los últimos años el sector asegurador, conocedor de que el talento femenino ha estado poco potenciado hasta ahora, está desarrollando iniciativas de igualdad, que en el caso de la mediación, cuenta con el hándicap de estar muy masculinizado. De ahí que se abogue porque el papel de la mujer gane visibilidad y que las propias mediadoras que ya están activas se atrevan a optar a puestos de dirección y representación sectorial, que sirvan de ejemplo para generaciones futuras.

Aunque las profesionales del sector aseguran que se ha avanzado mucho en los últimos años, reconocen que "todavía nos queda mucho recorrido". Así lo considera Eva Tomás, responsable legal de negocio de **AXA España** y próxima directora de Corredores y Brokers de la aseguradora, que resalta que en la actualidad tan solo el 31% de las mujeres están en puestos de responsabilidad y, en el caso de la distribución, aprecia que está muy copada por hombres.

Para Ana Muñoz, socia de **Ponce y Mugar** (correduría miembro de

Cojebro), uno de los principales problemas es que en trabajos que requieren tanta dedicación y jornadas muy largas "si en casa no te apoyan, no puedes ser directora general fuera". Y coincide en que, en la mediación, si bien hay muchas mujeres que trabajan en corredurías, no hay tantas que sean corredoras/empresarias.

Efectivamente, Sonia Calzada, directora de Negocio Segmento Personas de Zurich Seguros, ratifica que en las corredurías hay muchas mujeres, pero muy pocas como directoras de las mismas o en mesas de negocio, por lo que no se están visibilizando. En este sentido, insta a las que ya están a que sean lo más visibles posible, para que otras puedan fijarse en ellas. "Y es que si no hacemos que las mujeres quieran ser mediadoras, que representen al sector, nos perderemos talento, referencias…y, por tanto, la continuidad en el negocio", comenta.

**DISCRIMINACIÓN POSITIVA**

"Ha tenido que venir la discriminación positiva para combatir situaciones de desigualdad en el mundo laboral", considera Ana Muñoz, para quien es una herramienta que viene a igualar la disparidad. "Yo creo que la mujer tiene que subir por sí misma, pero nos beneficia, porque obliga a las empresas a contar con mujeres y elegirán a las más preparadas", asegura.

"La discriminación positiva me parece idónea cuando viene a aportar una justicia o solventar una desigualdad, pero no como una imposición", alega Ana Suescun, segunda generación de la correduría Suescun de Esteban y vicepresidenta de Anacose.

Para Sonia Calzada tiene que ver con un cambio cultural. Aunque personalmente no es partidaria de cuotas, sí aboga por trabajar desde la base, formación, foros, publicaciones para que exista una mayor diversidad, "porque además de que tiene que ver con un derecho fundamental y es de justicia, todos queremos que las decisiones se debatan ampliamente y bajo una mayor representación de lo que es la sociedad".

"Hasta ahora, en igualdad de condiciones, se colocaba el hombre y ¡ya está bien! Vamos a crear hábito", alega Muñoz. La discriminación positiva nace para conseguir la igualdad, lo que significa que aún no la hay.

Efectivamente, Eva Tomás cree que la discriminación positiva es una herramienta en un momento dado para equiparar situaciones con unas enormes diferencias, porque "hay mucho talento al que no se le ha dado visibilidad y se trata de hacerlo ahora. Muchas veces lo que pasa es que tenemos méritos y no lo mostramos", confiesa.

**RED DE APOYO**

Ana Suescun reconoce que es "una afortunada" porque en Anacose la mitad de las corredurías están dirigidas por mujeres y en la Junta de la asociación, de 5 personas 3 son mujeres: "Y eso que nosotras lo vivimos como algo normal en Navarra, cuando salimos no es así", asegura, en parte porque "la sociedad ha llevado a las empresarias a tener que elegir en un momento dado entre familia o trabajo", arguye.

"También es importante saber que se puede", sostiene la socia de

Ponce y Mugar. "Creo que es el momento de que la mujer en la mediación pegue ese espaldarazo. Las empresas requieren un modelo mixto, con criterios más empáticos", añade.

Calzada también cree que hay que apoyarse mucho más entre aseguradoras, entre mediadoras, entre organismos…, ya que entendiendo situaciones que pueden surgir y compartiéndolas será más fácil avanzar. "Para mí, lo importante es que las mujeres que quieran llegar a puestos de representación y dirección puedan hacerlo", zanja

**"Si no hacemos que las mujeres quieran ser mediadoras, nos perderemos talento, referencias…y, por tanto, la continuidad en el negocio".**
**Sonia Calzada**

"Efectivamente, tenemos que confiar en nosotras mismas, porque sí se puede", ratifica Tomás, quien explica que, en ocasiones, queremos tenerlo todo muy controlado, el trabajo y la casa, y "eso supone una carga para nosotras mismas, lo que en muchas ocasiones es un limitante", de modo que a veces se siente que no se es suficientemente capaz. Para ello, aboga por fiarse más del entorno laboral y familiar, disponer de "un ecosistema que acompañe".

"Y también debemos mentorizar a otras mujeres, hacerlas creer que se puede", propone la directora de Negocio Segmento Personas de Zurich, para quien es un tema de responsabilidad con otras mujeres. "La experiencia de compañeras es una piedra fundamental, compartir inseguridades, ambiciones, es muy enriquecedor…se crea una red de sonoridad", concluye.

## ROMPER EL TECHO DE CRISTAL

Para conseguir que las mujeres puedan acceder a puestos directivos, la responsable legal de negocio de AXA España reconoce que en su compañía cuentan con un plan de igualdad y programas específicos, que van más allá de la formación, porque tratan de dar visibilidad a las mujeres y trabajar la confianza. Además, en la parte de distribución, que aprecian que está más masculinizado, se ha creado un programa específico para la carrera comercial.

Para Sonia Calzada, en los Comités sí hay más diversidad, pero "queda el pico, que son los CEO, donde aún estamos lejos". "Hay que desplegar una auténtica red de iniciativas que formen parte de la cultura de la compañía, y que se vean los resultados en el día a día de las personas", propone, confiada de que no queda mucho tiempo para que se empiecen a ver más mujeres CEO. Por el momento, la mayo-

**"Es el momento de que la mujer en la mediación pegue ese espaldarazo. Las empresas requieren un modelo mixto, con criterios más empáticos".**
**Ana Muñoz**

ría de aseguradoras tienen planes y programas formativos, miden la diversidad y han ganado en conciencia de la necesidad de lograr la verdadera igualdad.

**"Hay que fomentar la generosidad y darnos cuenta de que lo que suma es la diversidad, distintos pensamientos, distintas sensibilidades". Eva Tomás**

"No es importante ser las primeras, lo importante es ser buenas", argumenta Ana Muñoz, quien echa en falta por parte de las aseguradoras que haya más mujeres interlocutoras en el territorio, "tendrían las puertas abiertas de la mediación".

"El tema de las direcciones territoriales viene de carreras comerciales; justamente ahí es donde hace falta reforzar y dar esa seguridad, porque ser las primeras que desembarcan en ciertas posiciones da un poco de respeto", advierte Eva Tomás.

Coincide Suescun en que, al final, son muy pocas las corredoras y, a veces, por sus propios miedos: "Estresa mucho que haya mujeres que quieran ponerse en primera línea". Además, cree que esta percepción de la mujer es general en el tejido empresarial, pero que encima, en la mediación, ocurre que en ocasiones no se sabe vender la profesión. En cualquier caso, aboga por ir venciendo los miedos particulares, ya que las mujeres que están en este sector están muy preparadas.

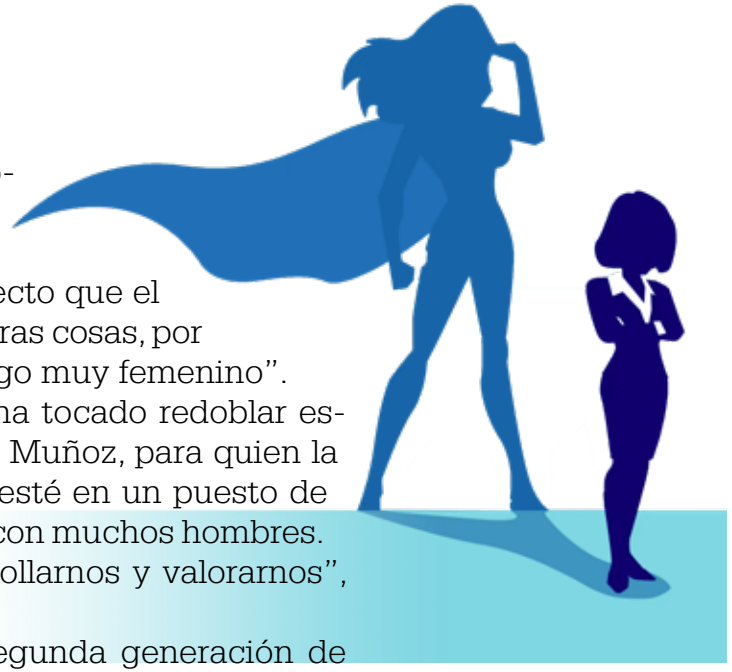
"Nos pasamos la vida transformando la incertidumbre en seguridad, fundamentamos nuestra vida en el servicio a los clientes y eso es un pilar fundamental para la sociedad. Tenemos que pelear por dar visibilidad, no solo a la mujer, sino también a nuestro sector", corrobora la responsable de Suescun de Esteban.

## CAMBIOS DE LIDERAZGO

"Creo que los liderazgos han cambiado, nos encontramos con una gestión de personas más empática, que utiliza las habilidades sociales de la mujer, que piensa en que la conciliación es de todos, la empatía como eje de la relación entre los equipos y flexibilidad", añade Sonia Calzada sobre la aportación femenina a la industria aseguradora. "El que las mujeres estemos en determinados puestos nos hace que ofrezcamos productos más sostenibles, más vinculados a determinadas necesidades del cliente", considera.

**"La discriminación positiva me parece idónea cuando viene a aportar una justicia o solventar una desigualdad, pero no como una imposición". Ana Suescun**

En cualquier caso, Eva Tomás comenta que el papel de las aseguradoras es "conseguir productos universales" a la hora de diseñarlos y que, ajustándonos a la normativa, pongan a la mujer en valor, sin dis-



criminar por razón de género. Para ello, reconoce que las compañías cada vez establecen más palancas para medir las desigualdades y que haya una mayor aportación femenina. Un aspecto que el sector se vuelva mucho más atractivo, "entre otras cosas, por nuestra vocación de protección, que es un rasgo muy femenino".

"Estamos súper preparadas porque nos ha tocado redoblar esfuerzos para prepararnos más", corrobora Ana Muñoz, para quien la verdadera igualdad estará cuando una mujer esté en un puesto de responsabilidad y no valga, al igual que ocurre con muchos hombres. "Ellos deben darnos la capacidad para desarrollarnos y valorarnos", sostiene.

El problema que atisba Ana Suescun, segunda generación de Suescun de Esteban, es que muchos hombres en puestos relevantes dentro de la mediación no quieren dejar la silla: "Llevo 15 años en mi correduría y sigo viendo a la misma gente en los mismos puestos", confirma.

**EJEMPLARIDAD FEMENINA**

Tomás cree que hay que seguir trabajando en esas palancas, esos programas para fomentar el liderazgo femenino. "Hay que fomentar la generosidad y darnos cuenta de que lo que suma es la diversidad, distintos pensamientos, distintas sensibilidades", afirma. Para ello, propone generar ese contexto de corporación que fomente que esos cambios se produzcan. "Hay que ser muy conscientes de la seguridad y ejemplaridad que tenemos que dar a otras dentro del sector", sostiene.

Para Calzada es esencial "ser activistas y pasar a la acción ya", colaborando entre todos para medir, poner objetivos y tomar las medidas que hagan que fluya con naturalidad la existencia de mujeres en paneles. "Hemos tomado conciencia y empezado a hacer cosas", aprecia, aunque también quiere resaltar otro asunto preocupante: la brecha salarial, donde, a su entender, "hay bastante opacidad. No veo ningún foro donde este tema esté encima de la mesa", advierte.

"También ahí hemos avanzado, lo que pasa es que el *gap* era tan grande que llegar al punto de igualdad supone tener que dar un salto de gigante", matiza la responsable legal de negocio de AXA España.

"Normalmente, se gana lo mismo en el salario que está en el convenio. Pero a nivel de puestos superiores es donde salen las brechas, porque son negociaciones individuales. Ahí es donde las mujeres tenemos que pelear nuestros salarios", propone la directora de Negocio Segmento Personas de Zurich.

Muñoz pide que el sector ayude a que las mujeres estén en puestos de responsabilidad. "Es el momento de que las mujeres estén donde se deciden las cosas, el presente y el futuro del sector", sentencia.

"Yo añadiría que a las compañeras que quisieran estar en un puesto de decisión y ser cabezas visibles, que se atrevan, que el tema personal no les tire hacia atrás, ni por el qué dirán ni por cómo esté visto", asevera Ana Suescun.

*Aitana Prieto / Carmen Peña*

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

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

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

Mayte Muñoz

DISEÑO GRÁFICO

maytemunoz563@gmail.com • 626388002

El grado de satisfacción de los corredores respecto a la calidad del servicio de las aseguradoras ha vuelto a plasmar, por cuarto año consecutivo, una ligera diminución. De modo que la nota media asignada por los profesionales a las compañías, se ha situado en 6,68, catorce décimas menos que hace un año, según la XVI edición del Barómetro Adecose.

XVI Barómetro Adecose

# Los corredores, cada vez MENOS SATISFECHOS con las aseguradoras

Al igual que el año pasado, el evento de presentación del análisis se celebró de manera híbrida y contó, una edición más, con la presentación por parte de Martín Navaz, presidente de la asociación, quien se congratuló de "la cantidad apabullante de respuestas", con cifras muy destacadas respecto a otras iniciativas, "por lo que este estudio ya se ha convertido en un informe de referencia para el sector asegurador". En esta ocasión, la participación ha sido del 87,3% de los asociados de Adecose, porcentaje solo superado en tres ocasiones anteriormente, gracias a las 1.298 entrevistas realizadas a un total de 124 corredurías.

El grado de satisfacción con la calidad del servicio que ofrecen las aseguradoras ha mantenido su línea descendente, de modo que solo el 59,9% de los corredores han manifestado una opinión "total" o "bastante favorable", por debajo del 62,9% expresado un ejercicio antes. Tanto las compañías que están en régimen de establecimiento o libre prestación de servicio (LPS), como las que tienen sede social en España han experimentado caídas en cuanto a la satisfacción de los profesionales, perdiendo un punto las primeras, hasta el

64,2%, siendo aún más pronunciada la bajada entre las segundas (57% frente al 61,1% de doce meses antes).

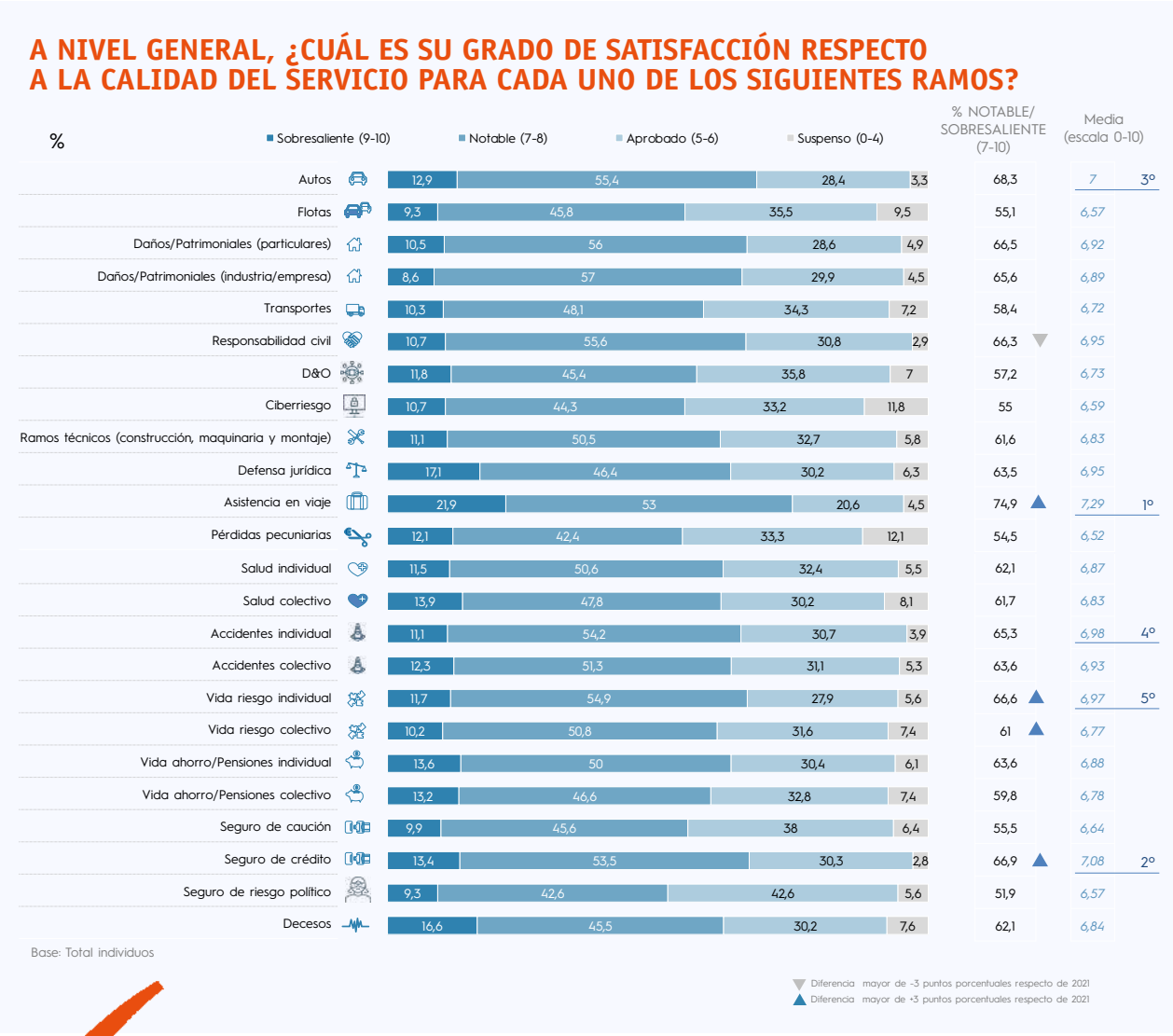
## ÁREAS DE MEJORA

En esta edición del Barómetro Adecose, la asociación ha introducido algunas novedades en sus encuestas. Una de ellas ha estado relacionada con la opinión de las corredurías sobre las áreas de mejora de las compañías. En este sentido, se ha reclamado:

- Mayor agilidad en los tiempos, en los procesos y en las gestiones.
- Mejorar la atención a través de plataformas telefónicas con técnicos especializados.
- Mejorar la capacidad/desarrollo en distintos ámbitos: más cualificación técnica y capacidad de negociación de los interlocutores, así como capacidad tecnológica (modernizar web, procesos online…).
- Mejorar la comunicación (como sustituir los buzones por una mayor atención personalizada que atienda a los corredores) y revisar los procesos de gestión, activar políticas más flexibles en renovaciones, premiando la fidelidad, resultados, predisposición a mejoras en los riesgos, etc.

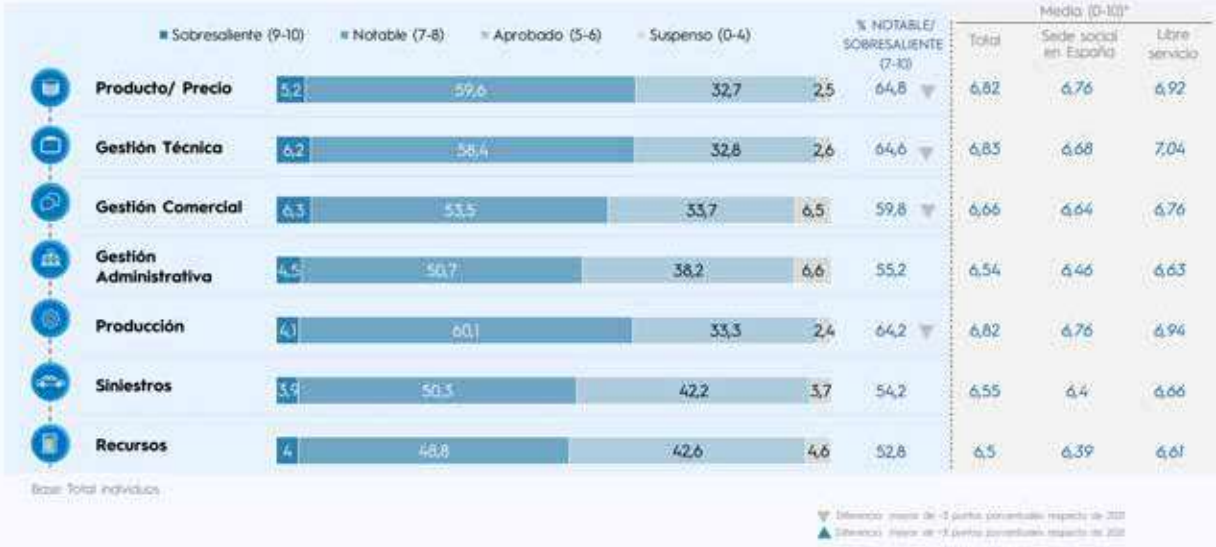
También se ha incluido, por primera vez, una pregunta para valorar la actuación de las compañías en la política de renovaciones. La mejor apreciación se ha obtenido por las condiciones técnicas ofrecidas (5,99), seguido de las condiciones económicas ofrecidas (5,64), el plazo de comunicación de la oferta (5,67) y la capacidad de negociación post oferta (5,64).

En todos los aspectos, las corredurías valoran por debajo del 6 la actuación de las aseguradoras respecto a la política de renovaciones de las aseguradoras, lo que




**El 59,9% de los corredores valoran positivamente la calidad del servicio de las aseguradoras, por debajo del 62,9% de 2021**

**VALORACIÓN DE LAS ASEGURADORAS. EN ASPECTOS CONCRETOS DEL SERVICIO**




para Navaz resulta "preocupante, pues no solo afecta a la correduría sino también a algunos clientes que se están viendo claramente perjudicados".

## ASISTENCIA EN VIAJES, EL MEJOR VALORADO

Asistencia en Viajes, con una valoración de 7,29, vuelve a ser un año más el ramo con mejor apreciación por parte de los corredores, mejorando incluso su nota del ejercicio anterior, cuando se situó en 7,15. Crédito desbanca a Responsabilidad Civil del segundo puesto, subiendo notablemente desde el 6,82 anterior. Autos se sitúa en tercera posición, con un 7 de puntuación, seguido de Accidentes Individual (6,98) y Vida Riesgo Individual (6,97).

Este año la satisfacción global con los ramos aseguradores vuelve a ser positiva, estando todos ellos por encima del 6,5. En esta ocasión, D&O y Decesos son los dos ramos donde se producen las mayores diferencias entre la aseguradora mejor valorada y la peor, con una diferencia de 2,37 puntos porcentuales en ambos casos, siendo el seguro de Pérdidas Pecuniarias el ramo en el que se dan los valores más ajustados (entre un 6,4 y un 6,8).

Entre los aspectos concretos del servicio, Gestión Técnica vuelve a obtener, por segundo año consecutivo, la mejor valoración, con un 6,83 sobre 10, aunque por debajo del 7,09 obtenido un año antes. Les sigue Producto-Precio y Producción, ambos con un 6,82, y Gestión Comercial (6,66). Siniestros (6,55), Gestión Administrativa (6,54) y Recursos (6,5) vuelven a ser los aspectos peor considerados.

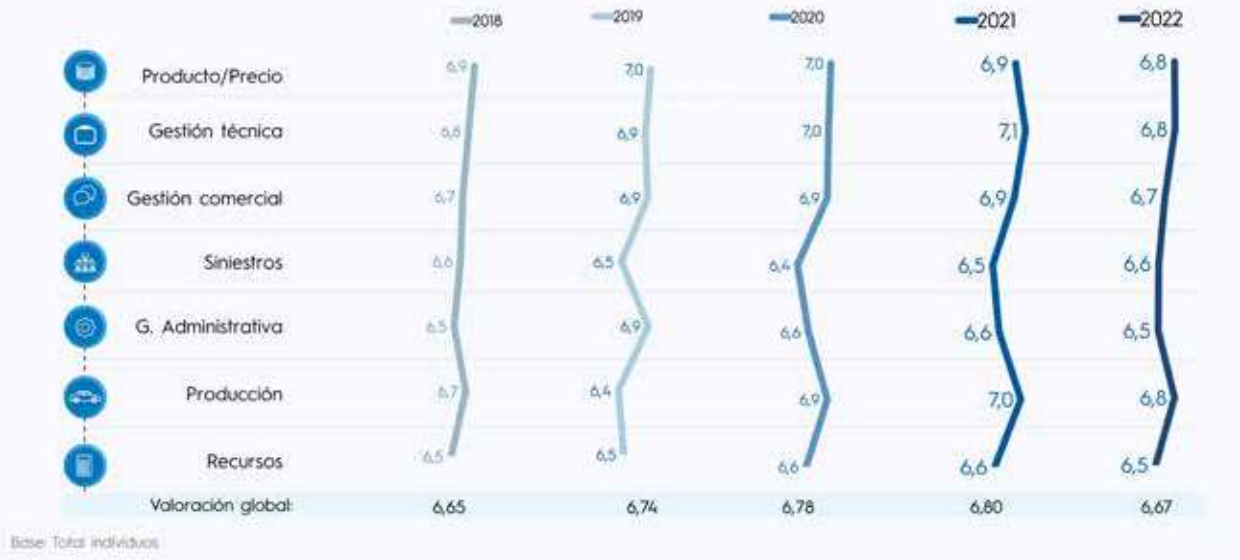
En Producto/Precio la claridad para entender los contratos es lo más apreciado, por encima de la oferta de coberturas a un precio competitivo y la adaptación de la cartera de productos. En Gestión Técnica/Comercial la capacidad técnica y conocimiento de suscripción sigue obteniendo buena valoración, así como el envío puntual de documentos y sin errores en la Gestión Administrativa, y la facilidad de contacto con personas con capacidad de decisión dentro de la compañía en Recursos. En Siniestros se valora más la actitud en la resolución de siniestros y pago de las indemnizaciones que el acceso a la información sobre el siniestro.

**Los corredores reclaman que las aseguradoras sean más ágiles y mejoren en la atención y comunicación**

## SURNE, A LA CABEZA

Respecto a la satisfacción global con la calidad del servicio de cada una de las aseguradoras con las que trabajan, los corredores han reconocido a diez compañías con un notable, tres menos que en 2021, encabezando la clasificación Surne, con una nota media de 7,69, que este año ha

## VALORACIÓN DE LAS ASEGURADORAS EN ASPECTOS CONCRETOS DEL SERVICIO




arrebatado el primer puesto a Reale, que con 7,46 empata en la segunda posición con Hiscox. Los acompañan en el top 10 Arag (7,15), Iris Global (7,13), Asefa (7,11), Ergo (7,09), Cigna (7,08), Catalana Occidente (7,07) y Fiatc (7,03). La puntuación media también se ha reducido, pasando del 6,82 de 2021 al 6,68 de 2022.

Cinco aseguradoras han conseguido ser las mejores valoradas en varios ramos: Surne, en Accidentes, Vida Riesgo y Vida Ahorro, tanto individual como colectivo; Hiscox, en Daños Patrimoniales (Particulares), Responsabilidad Civil, D&O y Ciberriesgo; Reale, en Autos y Daños Patrimoniales (Empresas); Plus Ultra, en Flotas y Transportes; y Arag, en Defensa Jurídica y Asistencia en Viaje. En el resto de ramos las más apreciadas son: Asefa, en Ramos Técnicos; DKV, en Salud Individual; Cigna, en Salud Colectivo; Aserta, en Caución; Ergo, en Pérdidas Pecuniarias; Fiatc, en Decesos; AXA XL, en Riesgo Político; y, Solunion, en Crédito.

**Cinco aseguradoras han conseguido ser las mejores valoradas en varios ramos**

En los aspectos concretos del servicio, Arag lidera el ranking en Producto/Precio (seguida de Hiscox y Reale). Hiscox es la mejor en Gestión Técnica y Producción (con Reale y Markel en los siguientes puestos en ambas categorías); Siniestros (seguida de Reale y Catalana Occidente); y Recursos (con Reale y Arag en segundo y tercer lugar). En Gestión Administrativa y Gestión Comercial, Reale es la

## RANKING DE ASEGURADORAS. SATISFACCIÓN CON LAS ASEGURADORAS SEGÚN RAMOS DE TRABAJO

mejor valorada, por delante de Hiscox y Liberty, en el primer caso, y Asefa y Arag, en el segundo.

Respecto al grado de fidelidad de las corredurías hacia las aseguradoras, las compañías con las que los profesionales están más dispuestos a seguir trabajando son Surne, Reale, Hiscox, Arag, Ergo, Iris Global, Catalana Occidente, Cigna, Plus Ultra, Markel, Fiatc, Asefa, Zurich, Asisa, Seguros Bilbao, DKV y AXA XL, con una puntuación todas ellas de más de 7 sobre 10, siendo cuatro entidades menos que en 2021 las que alcanzan el notable.

**LA ADHESIÓN A CIMA SE DISPARA**

Como en años anteriores, el Barómetro de Adecose también ha servido para determinar el conocimiento, uso y limitaciones del Estándar de Intercambio de Comunicación (EIAC). MPM es el principal proveedor para el 42% de los corredores, seguido de Ebroker (12%) y hay un 23% que optan por el software propio (23%).

Por tercer año consecutivo, se ha producido retroceso en el grado de satisfacción con el servicio prestado por las tecnológicas con el tema del EIAC, de modo que el 53,1% dan una puntuación de notable en adelante, cuando en 2021 esa cifra era del 56,5% de los encuestados, con una nota media de 6,51 sobre 10, por el 6,62 del ejercicio anterior.

Lo que sí que ha repuntado es el porcentaje de corredurías que reconocen usar el estándar EIAC para el intercambio de información con las aseguradoras, siendo ya el 77%, frente al 74,2% del ejercicio precedente, cuando se experimentó el primer bajón desde que se registra este asunto.

Sobre los aspectos a mejorar, los corredores vuelven a destacar como prioritario el desarrollo e implementación de

**En 2022 hay cuatro entidades menos que alcanzan el notable**

la bidireccionalidad basada en EIAC (el 74,9% lo ven totalmente o bastante necesario), que se implementen nuevos procesos de descarga con nueva información (74,6%), que la descarga de ficheros esté más automatizada (73,2%), que mejore la calidad actual de los datos en los procesos existentes (71,81%) y que aumente la información contemplada actualmente ya que es insuficiente para sus necesidades (70,2%).

Con todo, en el uso del estándar EIAC para el intercambio de información con las aseguradoras, la satisfacción media de las corredurías se ha elevado ligeramente al 7,28 (por el 7,2 anterior), siendo Reale, Plus Ultra, Allianz, Liberty, AXA, Generali, Catalana Occidente, Zurich y Fiatc las compañías que obtienen mejor puntuación en este aspecto, alcanzando todas ellas el notable (cuatro más que el año pasado).

También se ha abordado el empleo que las aseguradoras hacen de los datos de los clientes para cosas diferentes a la razón por la que se aportan. Continúa la percepción de que las compañías los usan frecuentemente o con bastante frecuencia para otros temas (el 50% de los corredores piensa así).

Como ya ocurriera el año pasado, en esta ocasión, también se ha querido recabar información de los profesionales respecto a la plataforma CIMA (Conectividad, Innovación y Servicios para la Mediación Aseguradora). Se ha producido un gran salto entre las corredurías que ya están adheridas, pasando del 53,3% al 87%. No obstante, su uso aún genera dudas e inquietudes por lo que queda camino por recorrer. Como mencionó Navaz, Adecose se compromete a seguir impulsando esta iniciativa clave del sector.

*Aitana Prieto*

# REVITALIZA TU NEGOCIO
## A TRAVÉS DEL MARKETING EMAIL

TU CORREDURÍA — GANA CLIENTES CON EL MARKETING EMAIL — TU NEWSLETTER



### El video marketing al alcance de las pymes y emprendedores

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

### La fuga de información empresarial crece un 32%

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

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

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

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

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

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

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

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

## XXII Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías

# Contar con un equipo comercial que venda de FORMA HÍBRIDA

Sergi Ramo.

'El valor de ilusionarse: Reilusiónate' fue el eslogan elegido para el XXII Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías, organizado por **Inese**, en el entorno de la Semana del Seguro. Entre otras cosas, se dijo que a más interactividad con el cliente hay más ventas. Por eso, es importante estar en contacto con ellos. No se debe imponer al cliente la forma de llegar a ti, hay que adaptarse a él. Teniendo en cuenta que el futuro es híbrido, es importante tener un equipo comercial que puedan vender de forma híbrida. Saber si los clientes que forman la carteras son digitales, presenciales o híbridos y darles el contacto comercial y el asesoramiento que quieren, por el canal que ellos prefieren.

La jornada, que estuvo dirigida por Pepo Capel, campeón de magia de España de 2022, comenzó con la intervención de Sergi Ramo, consultor y formador en ventas, CEO en GroWZ Consultants, que habló de las 'Ventajas competitivas de los corredores en un entorno de venta omnicanal'. Aunque Ramo está convencido de que "no hay nada como la visita presencial, por la conexión humana que se produce", hay que ser conscientes de que "el cliente está cambiando y empieza a pedirnos otras formas de acceder a ellos".

Sergi Ramo apunta que "no va de sustituir, sino de complementar". En ese proceso, "lo más difícil es cambiar la mentalidad de los corredores y no la herramienta digital, para utilizar nuevas formas de hacer las cosas".

El CEO en GroWZ Consultants hizo referencia al hecho de que "la única cosa constante es el cambio". Si se tiene en cuenta que en el 73% de los casos, los clientes se mueven de online a offline de manera caprichosa, el corredor de seguros tiene que estar ahí". De hecho, el 60% de los clientes ya ha recorrido el proceso de compra antes de llegar a un contacto físico. Por eso, "vuestro papel es acompañarle en el 40% de proceso que queda hasta la compra".

Desde hace muchos años se viene escuchando que la mediación va a desaparecer, pero Sergi Ramo vaticina que no ocurrirá porque el asesoramiento siempre será necesario. "El que aporta valor al cliente independientemente del canal por el que actúen con nosotros seguirá". Eso se demuestra en Estados Unidos: "es el país más digitalizado y en el que sigue habiendo 23,5 millones de vendedores".

Teniendo en cuenta que el futuro es híbrido, Ramo señala que "es importante tener equipo comerciales que puedan vender de forma híbrida". Saber si los clientes que forman la carteras son digitales, presenciales o híbridos y darles el contacto comercial y el asesoramiento que quieren, por el canal que ellos prefieren. Está claro que "a más interactividad con el cliente, hay más ventas. Por eso, es importante estar en contacto con ellos como quieran. No le impongas al cliente la forma de llegar a ti, adáptate tú a él".

Para clasificar a los clientes, es importante "identificar su temperatura digital. Ver si abre todos los correos que se le envía y se descarga los documentos, si entra en el webinar que se le propone, si participa en redes sociales… Una vez identificado a los clientes. Se les atiende dependiendo de sus gustos".

**El 60% de los clientes ya ha recorrido el proceso de compra antes de llegar a un contacto físico. Por eso, el papel del corredor es acompañarle en el 40% de proceso que queda hasta la compra**

Sergi Ramo aportó 5 ideas para adaptarse a los nuevos tiempos:

1. Preparación para otros canales. "Sois muy buenos en el trato presencial, pero hay que educarse a hacerlo igual de bien en canales remotos".
2. Oferta de valor. Los corredores no tienen que contar lo que ya se sabe. "Hay que identificar las inseguridades del cliente para centrarse en ellas y poder cubrirlas".
3. Omnicanalidad. No solo se tiene que trabajar en diferentes canales sino pasar a la omniexperiencia. Conseguir que el cliente tenga una maravillosa experiencia en cualquier canal por el que interactúe con nosotros.
4. Social selling. Se puede vender a través de las redes sociales profesionales. Hay que cuidar la buena presencia, tanto en el trato analógico como en el digital.
5. Smarketing. La 'S' es por las ventas, sales. Las ventas y el marketing tienen que ir de la mano, tienen que estar al mismo nivel.

Terminó su exposición con una frase de Leonardo Da Vinci: "No es una época de cambio, sino un cambio de época".

## HACER ATRACTIVO LA ESG AL CLIENTE

Posteriormente, Ignacio Estirado, director de consultoría del sector financiero en KPMG, habló sobre los 'Compromisos ESG: Más allá de las exigencias legales'. Explicó que "a veces es difícil ser verde, aunque todos queramos ser verdes". A 10 años, se prevén riesgos de fallos en la mitigación del cambio climático, la pérdida de biodiversidad y el colapso de los ecosistemas ecológico.

Es importante hacer atractivo al cliente la ESG, quizás con descuentos en las primas de los riesgos por impulsar la sostenibilidad; premios o recompensas para los clientes que sean más responsables; regalos con la contratación de un seguro sostenibles; o servicios adicionales para impulsar la sostenibilidad. En los seguros de Vida, los fondos se invierten en empresas sostenibles.

Hay 3 motivos por los que las compañías integran ESG: por Compromiso (a causa de la regulación, las expectativas de los *stakeholders*, la presión del sector…); por Creencia (visión del sector, análisis de los datos disponibles, riesgos presentes…); o por Convicción (para cambiar el planeta, por un mejor rendimiento financiero, por innovación en el producto…). No va solo de hacer nuevos productos, sino de adaptar los productos que tenemos al momento actual.

En la actualidad, hay 30 aseguradora en el mundo que tienen compromisos con la ecología, con 60% de objetivos de reducción de emisiones netas de gases de efecto invernadero (GEI) planteados.

Para concluir, Estirado dijo que "existen riesgos ESG relevantes; ciertos clientes empiezan a demandar productos sostenibles; el rol de seguro ha estado muy cerca de la 'S' y no solo de la 'E'. El sector asegurador puede contribuir a repartir los costes de 'adaptación' al cambio climático… pero no lo mitiga "oficialmente". Existen oportunidades y nuevos productos, la sostenibilidad tiene impacto financiero…".

Para finalizar la primera parte de la mañana, Natalia Sanchidrián, escritora conferenciante y experta en Inteligencia Emocional, expuso 'El valor de la comunicación en la relación con el cliente'. Habló de cómo ganamos más con la presencia y la inteligencia emocional porque "a todos nos mueven las emociones". Asimismo, hizo ver cómo se pierde "la autenticidad y el verdadero valor para comunicarse cuando se entra en el miedo y la mente. La confianza te puede llevar al éxito o al fracaso". Por eso, propugna por ser uno mismo. "Hay que instaurar la comunicación más cercana y más auténtica. Hablar con el cliente como una persona que tiene sentimientos y problemas, que a veces le impiden tomar ciertas decisiones.

**Ignacio Estirado.**

**Natalia Sanchidrián.**

**No es una época de cambio, sino un cambio de época**

Generamos más confianza al cliente cuando somos nosotros mismos, con nuestros problemas personales incluidos. Todo cambia si nos podemos expresar con sinceridad. Hay que tener empatía con el cliente y entrenar a nuestro 'Ego' para no acaparar las conversaciones y dejarle hablar. Hay que conectar, comprender al cliente y no solo vender, crear el vínculo para que te siga comprando y te recomiende. Si conectas con la emoción, te lleva a tener confianza, seguridad, paciencia y perseverancia.

## LA COLABORACIÓN ES LA ÚNICA MANERA DE AVANZAR

Tras la pausa para el café, llegó el turno de Gonzalo Iturmendi y Alicia Soler, secretario general de Agers y Executive Manager de Agers, respectivamente, que hablaron de los 'Riesgos que afectarán a las empresas en 2023'. Una actualidad que está dominada por la palabra incertidumbre, algo que puede cubrir el seguro. También aludieron a la poli crisis, que es "la concurren-

cia de varios factores de riesgos que aparentemente no están conectados, pero realmente si lo están". Como puede ser el bloqueo de Rusia, la guerra de Ucrania, la falta de abastecimiento energético y alimentario, el aumento de la deuda pública, las catástrofes internacionales…

**Gonzalo Iturmendi y Alicia Soler.**

Los riesgos que más afectan a la empresas españolas son: la crisis de empleo y de medios de subsistencia de la población; el estancamiento económico; la crisis de deuda (uno de los principales riesgos a nivel mundial como consecuencia de los esfuerzos que han tenido que hacer todos los países para paliar el impacto de la Covid en la economía); el fracaso de la acción climática; y las rivalidades económicas, políticas y/o tecnológicas entre poderes geopolíticos que resultan en una fractura de las relaciones bilaterales y/o tensiones crecientes.

A 10 años, se nos plantean los siguientes riesgos: Fallo en la mitigación del cambio climático; fallo en la adaptación del cambio climático; catástrofes naturales y fenómenos meteorológicos extremos; pérdida de la biodiversidad y colapso de los ecosistemas; migración involuntaria a gran escala; crisis de los recursos naturales; erosión de la cohesión social y polarización de la sociedad; ciberdelincuencia e inseguridad cibernética generalizadas; confrontación geoeconómica; e incidentes de daños medioambientales a gran escala.

**Vicente de los Ríos.**

**En el 73% de los casos, los clientes se mueven de online a offline de manera caprichosa y el corredor de seguros tiene que estar ahí**

No obstante, resaltaron la buena respuesta de la industria aseguradora a esos riesgos. Tanto Iturmendi como Soler se mostraron optimistas porque "la situación es mucho mejor de lo que veníamos arrastrando. Aunque hay que ser cautos". En su opinión, estamos en un momento de colaboración. "La cooperación es la única manera de avanzar. Cuanto más ambicioso eres a la hora de conseguir objetivos, más lejos llegas en los logros".

Vicente de los Ríos, asesor senior en transformación digital y negocios y director del Programa Ejecutivo en Transformación Digital de la EOI fue el encargado de cerrar la jornada hablando de '¿Cómo preparar mi pyme para el mundo digital?'.

Para abordar la transformación digital de la empresa tenemos que entender el mundo actual y ver cómo van a impactar en mi negocio los cambios y el impacto que la digitalización crea en personas y negocios; justificar la transformación porque se va a conseguir más clientes, se les va a dar más satisfacción, habrá más rentabilidad, se tendrá empleados más satisfechos…; desarrollar capacidades digitales (Digityal es una combinación de tecnologías y capacidades que permiten a las organizaciones: automatizar sus procesos, conectar con sus clientes, tomar mejores decisiones e innovar para construir valor al negocio, al tramitar los seguros digitalmente, se han producido muchos más seguros); y lideradlas, porque si tu no cambias, es imposible que tu equipo cambie. Hay que invertir en tecnología y formar el talento.

# La POSTVENTA como elemento diferenciador en el sector asegurador

Para los corredores es esencial que el cliente reciba un buen servicio postventa que ayude a fidelizarle. El coste, la calidad de servicio y la eficiencia en los procesos, son vasos comunicantes en los que hay que conseguir un equilibrio para dar un buen servicio de postventa. Todo eso, adquiere una dimensión exponencial en entornos inflacionistas como el que vivimos.

**José Manuel Domínguez Mesa, director de Prestaciones de Pelayo**

La postventa en el sector asegurador se ha convertido en uno de los elementos más diferenciadores y de mayor recorrido. Sobre todo, en determinados ramos como Automóviles y Hogar.

Por un lado, la gestión adecuada de los costes siniestrales y la eficiencia en los procesos de tramitación y valoración de los daños, son fundamentales para conseguir unos precios competitivos en los productos, que en gran medida están destinados a cubrir los gastos de adquisición y de siniestralidad. Por otro, la experiencia del cliente, cada vez más exigente e informado, cuando ha tenido un siniestro en su hogar o en su vehículo, es decisiva para asegurar una mayor retención de pólizas.

Estos tres elementos de la postventa, el coste, la calidad de servicio y la eficiencia en los procesos, son vasos comunicantes en los que hay que conseguir un difícil equilibrio con un nivel óptimo en los tres, dada la rigidez en el precio que ha existido en estos últimos años y que no ha hecho posible trasladar al mismo, los incrementos dados en estas variables.

Para ello, es fundamental aspectos clave, profundamente ligados: primero la consolidación de una red de proveedores, que se conviertan en socios de la aseguradora, que crezcan y sean rentables junto a ella. Segundo, la perfecta coordinación entre los anteriores y el resto de los actores que juegan un papel protagonista, fundamentalmente peritos y tramitadores. Y tercero, pero no menos importante, la aplicación de tecnologías avanzadas en los procesos de postventa. Sólo con un alto nivel en estos aspectos, tendremos costes competitivos y una experiencia de cliente satisfactoria. Todo ello, adquiere una dimensión exponencial en entornos inflacionistas como el actual, con incrementos en los IPC's históricos, actualizaciones al alza en el baremo de daños personales, las dificultades estructurales en la asistencia en carretera, la escalada en los costes de suministros y combustibles o la escasez y encarecimiento de materiales. En Pelayo estamos convencidos de la prioridad de estos elementos.

## REPARTO DE BENEFICIOS

Actualizamos las tarifas de nuestros proveedores desde principios de año - todo lo que nos permite el nivel de precios de nuestros productos aceptado por el mercado- y seguiremos en esta línea durante todo el ejercicio. Sumado a lo anterior, estamos ofreciendo a nuestras redes ventajas en bienes y servicios que necesitan a un precio reducido fruto de negociaciones de mayores volúmenes para ayudarles a que también optimicen sus negocios.

Estamos invirtiendo en avances tecnológicos que nos permitan ganar en agilidad y calidad de servicio y que nos hagan mantener unos costes siniestrales óptimos, para poder ofrecer unos precios ajustados a nuestros clientes.

En este sentido hemos realizado, entre otras, una inversión importante en un nuevo CRM (*Salesforce*) que es una pieza clave para el proceso de transformación digital para nuestros mediadores.

**El nuevo CRM es una pieza clave para el proceso de transformación digital de los mediadores**

En la misma línea estamos participando en un proyecto de automatización de los procesos de verificación y valoración de daños del vehículo, analizando fotos y videos aplicando inteligencia artificial en la contratación de pólizas y en la peritación de autos con siniestro (www.perif.ai). El software está ya funcionando en nuestra red de talleres garantizados y podrá ser utilizado por nuestros clientes. Ambos dispondrán, en segundos, de una valoración de los daños que agiliza los procesos redundando en un mejor servicio y en una disminución de los costes.

En Pelayo consideramos prioritario la lucha contra el fraude. Unido a la pericia de nuestros equipos, hemos invertido en herramientas tecnológicas que potencien la detección del anterior, como motores predictivos que analizan diferentes variables y detectores, utilizando técnicas de *machine learning*, ofreciendo a nuestros tramitadores expertos los casos ponderados para la finalización de su análisis. El cambio de paradigma de combinar la detección con una prevención más potente es un reto para el sector.

Destacar también, las diferentes técnicas para agilizar la comunicación con el cliente, avanzando en un enfoque cada vez más digital - *voice*, *chat bot*, autoservicio-.

En definitiva, la utilización de nuevas tecnologías, la consolidación de una red de proveedores muy profesionalizados y asociados y, sobre todo, el oficio y solvencia de nuestros equipos de peritos y tramitadores harán que la postventa en el sector asegurador, sean la verdadera diferencia competitiva que maximice el binomio coste —y por lo tanto precio— y calidad de servicio para los clientes.

# Cobertura de más de 30 modalidades deportivas

**Santalucía** ha lanzado un nuevo seguro multideporte de Accidentes que cubre posibles accidentes y lesiones sufridas en la práctica de más de una treintena de actividades lúdicas y deportivas para aficionados.

El seguro deportivo se puede personalizar a la medida de cada cliente, cubre la actividad deportiva en territorio nacional o en cualquier otro país europeo y se puede elegir su duración en modalidad: diaria (1, 3 o 7 días), mensual o anual.
Esquí, escalada, surf, golf o correr, entre otros muchos deportes, están cubiertos por este nuevo producto que refleja que cada vez son más las personas que practican deporte en nuestro país. Concretamente, según la Encuesta de Hábitos Deportivos en España 2022, publicada por el Ministerio de Cultura y Deporte, aproximadamente 6 de cada 10 personas de 15 años en adelante practicó deporte en el último año. Esta cifra representa un incremento de 3,8 puntos porcentuales respecto a la etapa precovid-19, en la que el porcentaje se situó en 53,5%. Este seguro multideporte, además de incluir las coberturas y garantías esenciales como hospitalización diaria por accidente de hasta 45 días, pago de indemnización en caso de fractura de huesos, servicios por convalecencia después de una hospitalización con posibilidad de fisioterapia en el domicilio, responsabilidad civil de terceros, cubre, un abanico mayor de garantías como, por ejemplo, el reembolso por los daños ocasionados en el equipo deportivo o asistencia sanitaria por accidente en centros de libre elección, con reembolso de los gastos médicos incurridos de hasta 1.500 euros, entre otros.

# Seguros para empresas sanitarias

**Berkley España** lanza 'Empresas Sanitarias', un nuevo producto creado para cubrir las necesidades específicas de estos negocios. Es una mejora del que tenían destinado a establecimientos sanitarios, ampliando las actividades, coberturas y capitales.

El producto de empresas sanitarias está focalizado en estandarizar los productos que tenían para establecimientos sanitarios, incrementando la autonomía del corredor en la mayoría de los epígrafes y actualizando las tarifas.
Otra de sus novedades es la posibilidad de incluir una franquicia en la Responsabilidad Civil profesional y la ampliación de los capitales asegurados. Este hecho nos acerca a la realidad de las empresas, permitiendo reducir la prima.

**Mapfre** está comercializando 'MásPatín', su primer seguro para patinetes eléctricos, que protege tanto al usuario como al propio vehículo. Además, permite incluir varios patinetes en una misma póliza, siempre que sean propiedad del titular del seguro. El producto se puede contratar desde 3 euros al mes.

# Patinetes eléctricos asegurados

La compañía ha creado un seguro flexible que se adapta a lo que necesita el cliente, ofreciendo coberturas obligatorias y también opcionales. Entre las obligatorias destacan la Responsabilidad Civil para cubrir daños ocasionados a terceros (con dos opciones de suma asegurada), gastos de defensa y fianzas civiles y la posibilidad de aplicar diferentes franquicias.

Por su parte, las opcionales cubren los accidentes del asegurado (hospitalización, fallecimiento, invalidez permanente, etc.), y daños materiales del vehículo. Se indemniza al propietario por el valor de nuevo del patinete en caso de siniestro con pérdida total durante los tres primeros meses, aplicándose siempre una franquicia mínima.

Otra de las ventajas del seguro 'MásPatín' es que ofrece un descuento del 5% si el cliente declara utilizar el casco, algo fundamental para las coberturas que contrate en caso de accidente. Mapfre regalará cascos inteligentes (con luz en formato Led que hace más visible al conductor en carretera, incrementando la seguridad; luz de freno, autoapagado y detección de caída) a los 200 primeros clientes que contraten el producto en sus distintos tipos de cobertura.

Además, ofrece a los asegurados una serie de servicios de asesoramiento experto relacionados con el patinete eléctrico, como dónde poder asistir a cursos de conducción, conseguir subvenciones para la compra de vehículos de este tipo, encontrar talleres de reparación especializados o recambios y repuestos.

# Seguro de Impago del Alquiler flexible

**Cleverea** ha anunciado la ampliación de su oferta con una nueva póliza de Impago del Alquiler más flexible, económica y personalizable. Se presenta como un servicio que se paga de forma mensual o anual –desde 13 euros/mes o 130 euros/anuales– por el propietario.

Además de cubrir el pago de las rentas adeudadas, también cubre los trámites que suponen las reclamaciones, así como poner en marcha un desahucio, las pérdidas de alquiler por incendio y la defensa jurídica, y la reclamación de daños en caso de tener que acudir a los tribunales.

Acorde con su filosofía, las coberturas son 100% personalizables y Cleverea ofrece flexibilidad a través de 3 packs diferentes mediante los que el propietario escoge la cantidad de meses por los que quiere estar cubierto (desde un mínimo de 6 hasta un máximo de 12 mensualidades). El producto es 100% digital y no tiene permanencia.

Asimismo, la insurtech realiza un examen de solvencia crediticia automático y sin documentación que, en apenas unos minutos, comprueba su capacidad económica agilizando la contratación.

# 'Ahorro Capital Élite' ofrece una revalorización del 2,8% en tres años

'Ahorro Capital Élite' es el nuevo seguro de ahorro que Grupo Catalana Occidente ha puesto en el mercado, a través de las compañías que forma la nueva Occident. Este producto ofrece a los ahorros de sus clientes una revalorización anual del 2,80% a tres años, resultando una rentabilidad neta anual aproximada de hasta el 2,15% para el cliente. El producto va destinado a los más conservadores que no quieren asumir ningún riesgo en sus inversiones.

Tras la finalización del tercer año de contrato, el nuevo seguro de Grupo Catalana Occidente aplicará una tasa de revaloración trimestral, garantizando la seguridad y el crecimiento estable de los ahorros de los clientes. Para contratar este producto se requiere una aportación inicial mínima de 6.000 euros y, a partir de la tercera anualidad, se puede añadir una aportación suplementaria de un importe mínimo de 3.000 euros.
Los seguros de ahorro se caracterizan por combinar el producto de ahorro con un seguro de Vida. Por ello, 'Ahorro Capital Élite' ofrece un capital adicional, respecto al valor acumulado, en caso de fallecimiento del asegurado.
También permite disponer de liquidez mediante el rescate total, que se podrá solicitar transcurridos tres meses desde la contratación. Esta liquidez se amplía con la posibilidad de realizar rescates parciales, una vez transcurrido el tercer año de contrato. Además, este producto incluye servicios de cortesía gratuitos como el asesoramiento jurídico telefónico y la orientación médica telefónica.

# Fondo de inversión de renta fija

Santalucía Asset Management, la gestora de fondos de inversión del Grupo Santalucía, aprovecha las atractivas rentabilidades de la deuda pública y lanza 'Santalucía Renta Fija 2024, FI'. El fondo tendrá un vencimiento de 18 meses frente a la primera emisión, cuyo vencimiento era ligeramente superior a 3 años.

La cartera del fondo se mantendrá estática hasta la fecha de vencimiento (2 de septiembre de 2024). Por tanto, una vez el cliente haya realizado la contratación, podrá conocer la rentabilidad de su inversión a vencimiento.
'Santalucía Renta Fija 2024, FI' invierte principalmente en deuda pública italiana y española, cuenta con dos clases de comercialización y ofrece liquidez diaria. Además, para aquellos partícipes que deseen disponer de su dinero antes de la fecha de vencimiento, se han establecido ventanas trimestrales de liquidez sin comisión de reembolso, a valor de mercado en el momento del reembolso.

# Defensa Jurídica para inquilinos

**Arag** ha creado 'Arag Inquilino', una póliza de Defensa Jurídica que ofrece asistencia en la revisión y redacción de contratos y documentos relacionados con el alquiler de la vivienda habitual, como las comunicaciones relacionadas con obras, reparación y mantenimiento del piso, ruidos, subida del alquiler, entrega de llaves, etc.

Dado que se puede contratar antes de la firma del contrato de arrendamiento, el cliente estará asesorado desde el primer momento. De igual modo, tendrá cubierta la defensa y reclamación de los términos del contrato. Además, se incluye la garantía de adelanto de la fianza en los casos en los que el propietario no la devuelva, aunque esté obligado a hacerlo.
Arag es consciente de que se pueden presentar situaciones complejas relacionadas con posibles daños en los bienes presentes en la vivienda, daños a otros vecinos o discrepancias sobre contratos de suministros y servicios (mudanzas, reparación de electrodomésticos, entre otros), seguros, etc. Para ayudar a resolver las dudas y los posibles conflictos relacionados con estas cuestiones, el producto contará con una modalidad 'Plus'. Dará acceso a la defensa de la responsabilidad penal, la defensa suplementaria de la responsabilidad civil, así como la relacionada con trámites administrativos.

# 'Millón Vida 2', seguro de ahorro a dos años

**Mapfre** comercializa 'Millón Vida 2', un seguro de Ahorro temporal a prima única con una duración de dos años que ofrece una rentabilidad garantizada acabado ese plazo de hasta un 2,28% de interés anual efectivo. Además, en caso de fallecimiento, el beneficiario percibe el capital equivalente a la prima capitalizada al tipo de interés técnico del 2,87% anual.

El producto ofrece la posibilidad de rescate total a valor de mercado transcurrida la primera anualidad. Fomenta el ahorro a corto plazo con una rentabilidad atractiva y puede ser contratado desde los 18 años hasta los 85, con una prima única mínima de 3.000 euros.

# El límite exento de aportar garantías en aplazamientos de deudas tributarias se eleva a 50.000 euros

El Ministerio de Hacienda y Función Pública tiene previsto elevar a 50.000 euros el límite exento de la obligación de aportar garantía en las solicitudes de aplazamiento o fraccionamiento de las deudas tributarias.

El cambio, que ampliaría esta cantidad respecto a los actuales 30.000 euros, figura en un proyecto de orden ministerial que Hacienda sacó a finales de febrero a audiencia e información pública y en proceso de presentación de observaciones.

El ámbito de aplicación de esta medida, cuya entrada en vigor se prevé para el 15 de abril, es solo en las deudas gestionadas por la Agencia Estatal de Administración Tributaria y por los órganos u organismos de la Hacienda Pública estatal, por lo que el límite exento de la obligación de prestar garantía de otras administraciones tributarias no se verá afectado por esta modificación.

# Las pymes que contraten a jóvenes sin cualificación serán bonificadas con 275 euros durante tres años

Las pymes y autónomos que contraten a jóvenes menores de 30 años sin cualificación obtendrán una bonificación de 275 euros durante tres años. Este es uno de los incentivos al empleo que se incluyen en el decreto ley aprobado en febrero por el Gobierno y que simplifica las bonificaciones y elimina las reducciones existentes hasta ahora.

Cabe recordar que, para acceder a la bonificación de los 275 euros al mes durante tres años, los jóvenes deben estar inscritos en el Sistema Nacional de Garantía Juvenil, las empresas deberán mantener su contratación durante al menos 3 años y podrán beneficiarse de esta bonificación los menores de 30 años sin cualificación.

Esta norma entrará en vigor a partir del mes de septiembre y solo incentivará los contratos indefinidos. Además de eso, el empresario deberá cumplir una serie de requisitos cuando se trate de contratos financiados mediante bonificaciones a la Seguridad Social.

Aparte de dicha bonificación, se han contemplado otras nuevas: se ofrecerá una ayuda en la cotización de 138 euros al mes durante tres años o durante la vigencia del contrato para personas con discapacidad. Y, por otro lado, se establece una bonificación de 55 euros al mes a las empresas que transformen contratos temporales en fijos discontinuos en el sistema especial agrario.

# Banca y pymes se enfrentan en los juzgados por la nulidad de los créditos avalados por el ICO

La batalla judicial por el pago de los avales ICO ha empezado. La primera demanda fue acogida en el juzgado de primera instancia número 2 de Lérida el pasado 26 de septiembre. Los socios de una pyme demandan al BBVA después de que este les comunicara que debían responder con su patrimonio personal por el 100% de un préstamo en principio avalado al 80% por el Instituto de Crédito Oficial (ICO).

Los afectados piden a los tribunales la nulidad del aval, o al menos del 80% que asume el Estado a través del ICO, por la mala información que se les dio durante la comercialización de esta financiación. Desde el despacho de abogados Fieldfisher (letrados de la pyme demandante) explican que cuando se comenzaron a dar estos préstamos, a finales de marzo de 2020 con el estallido de la pandemia, los bancos informaron a los clientes de que el Estado se haría cargo del 80% del aval del préstamo.

A esta demanda, ya admitida a trámite, se suman otras 50 ya presentadas y más de 300 en camino. No en vano, según un informe de estabilidad financiera del Banco de España, el 22,7% de los préstamos ICO Covid-19 (unos 20.000 millones de euros) estarían en riesgo de impago.

Según la argumentación defendida por la pyme demandante, la entidad financiera les exigió una fianza solidaria por el 100% del préstamo, pero lo hizo tras ofrecerles el producto condicionado a la obtención del "aval a primer requerimiento" del ICO respecto del 80% de su importe. Eso supone que el ICO asume el deber de pagar la obligación desde el mismo momento en que sea requerido por el acreedor y sin oponer excepciones de ningún tipo. Los gestores de la empresa entendieron que, una vez conseguido el aval público, lo que se comprometían a pagar era el 20% restante.

A su juicio, la entidad bancaria no comunicó debidamente que el ICO solo estaba asumiendo una responsabilidad subsidiaria de lo que no pudiera afrontar el prestatario. En otras palabras, que, si la empresa deudora no pagaba el préstamo que estaba avalando sus administradores tendrían que hacer frente al 100% del crédito con todos sus bienes presentes y futuros, y solo si no fuese suficiente, el ICO se haría cargo del resto (no al revés, como se puede inferir de la expresión "a primer requerimiento").

Los bancos prefieren ignorar que en la cláusula y en el anexo insertado en esos contratos se hacía referencia a que la garantía personal del empresario se condicionaba a que el ICO concediera un aval del 80% del importe y, en caso de no concederse, el préstamo se resolvía automáticamente.

El Tribunal Superior de Justicia de Madrid (TSJM) determina en una sentencia fechada a 27 de enero de 2023 que si una compañía cambia de centro de trabajo a una persona con reducción de jornada y la nueva ubicación le supone un mayor tiempo de desplazamiento "incide negativamente en el ejercicio de su derecho" a conciliar que recogen los artículos 37 y 38.4 del Estatuto de los Trabajadores, así como la Carta de Derechos Fundamentales y Carta Social Europea.

## El trayecto al trabajo computa dentro de la jornada reducida si la compañía le cambia de centro

El fallo da así la razón a una empleada que tenía jornada reducida para poder cuidar de su hija desde las 9:00 horas hasta las 15:00 horas y a la que su empresa cambió de ubicación a otra más lejana. La empleada pidió a la compañía que le trasladase a otro centro más cercano, pero la empresa aseguró que no había vacantes allí. No obstante, la empresa ofreció a la trabajadora que teletrabajara parte de la jornada, pero el fallo asegura que esta opción tampoco suponía una solución para la empleada porque, igualmente, también debía trasladarse al centro para el turno presencial. "Esas diferencias, o sea 45 minutos en cada viaje, han de tenerse en cuenta a la hora de adaptar la duración de su jornada", advierte la sentencia.

## El 36% de las pymes cree que su margen de beneficios empeorará este año

La inestabilidad económica actual hace prever un 2023 complicado para las empresas. Las pymes son las más vulnerables a las subidas de precios y creen que pasarán por diversas dificultades en el futuro más próximo, tal y como recoge el I Informe Hiscox de pymes y autónomos en España. En él se indica que el 36% de las pymes españolas piensa que su margen de beneficios empeorará en 2023.

Los autónomos y pymes de hasta nueve empleados son los que cuentan con previsiones más negativas, un 31,8% y 27% respectivamente, creen que su margen de beneficios se verá reducido en 2023, mientras que el 54,7% de las empresas de entre 10 y 49 trabajadores prevén que sus ingresos mejorarán. Cabe destacar también que esta cifra asciende hasta el 67,3% entre las pymes que cuentan entre 50 y 245 empleados.

Por el contrario, las previsiones son más pesimistas según aumenta la antigüedad de la empresa. El 23,7% de las pymes con menos de cinco años de antigüedad creen que sus ingresos empeorarán este año, cifra que asciende hasta el 31,6% entre aquellas que tienen más de cinco años.

El 60,9% de las pymes muestra preocupación por el incremento de los costes de producción, una variable que afectará de forma directa a sus cifras de beneficios para este año. A estas previsiones se suma la caída en la actividad de las pymes, que se espera que afecte al 39,4% de estas empresas.

# La patronal exige al Gobierno la eliminación de trabas a autónomos y pymes para acceder a los fondos europeos

España se sitúa a la cabeza de Europa en la recepción de fondos transferidos por la Unión Europea. Sin embargo, CEOE entiende que no están llegando a pymes y a autónomos por lo que "es importante trasladar esta velocidad de llegada de los fondos *Next Generation* a la economía real".

España ya ha recibido un total de 164.000 millones de euros. Pero, según el último informe de seguimiento de los fondos *Next Generation* presentado por CEOE, a nivel de ejecución, los datos oficiales del 20 de diciembre de 2022 señalan que se ha producido un despliegue de 22.000 millones de euros en convocatorias hasta la fecha. De esta cantidad, "solo 9.500 millones de euros están destinados al sector privado", cerca del 43% del total.

Para CEOE, esta situación "es especialmente preocupante", en tanto que 2023 va a ser clave para la ejecución de los Proyectos estratégicos para la recuperación y transformación económica (Pertes). Una de las principales peticiones es que los autónomos y las empresas, independientemente de su tamaño, tengan mayor flexibilidad en el acceso a las convocatorias, que se elimine la burocracia y se refuerce la agilidad administrativa.

# Los autónomos podrán deducirse el IVA de los gastos de su vivienda habitual

El Tribunal Superior de Justicia de Andalucía (TSJA) emitió una sentencia en la que permitieron a una pareja de autónomos deducirse el 50% de los gastos de suministro de su hogar, ya que utilizaban la mitad de la vivienda como despacho profesional. La decisión del tribunal andaluz sienta jurisprudencia sobre lo que, hasta ahora, no se consideraban gastos deducibles y sienta las bases para que los autónomos puedan deducirse los gastos del hogar. Los expertos indican que será en el mismo porcentaje de uso de la vivienda para el desarrollo de la actividad profesional.

Según indica Declarando, la plataforma online de asesoramiento fiscal para los autónomos, el artículo 95 de la Ley del IVA limita el derecho de los autónomos a deducirse el IVA de sus gastos a que estos estén al 100% relacionados con la actividad. Hacienda, afirman los asesores, interpretaba que los gastos en facturas de luz, agua, electricidad o, entre otros, internet; no aplicaban sobre el 100% de la actividad del autónomo, por lo que estos no podrían deducirse el IVA de estas actividades.

Se demostró que utilizaban el 50% de la vivienda como espacio de trabajo y deducirse el 50% de los gastos de suministros.

# Grupo Catalana Occidente unifica sus aseguradoras en la nueva marca Occident

Las compañías que conforman el negocio tradicional de Grupo Catalana Occidente (Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros, Seguros Bilbao y NorteHispana Seguros) se unificarán en una sola entidad, que operará bajo la marca Occident.

Esta unión se enmarca en el proceso de simplificación corporativa que el grupo asegurador inició con la integración de sus plataformas operativas y de servicio, y que continuó posteriormente con la homogeneización de sus productos. "El objetivo es conseguir una organización más ágil, que responda de forma rápida y efectiva a las demandas del mercado, al mismo tiempo que optimiza procesos", explican desde la entidad.

La unificación de las compañías se acometerá en dos fases: en primer lugar, previsiblemente a finales de 2023, se hará efectiva la fusión societaria de Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros y Seguros Bilbao, que pasarán a operar bajo la marca Occident. En una segunda fase, prevista para más adelante, se integrará también NorteHispana Seguros.

Una vez culminado el proceso de fusión de las cuatro compañías, Occident dará servicio a más de 4,5 millones de asegurados, a través de 15.000 mediadores, más de 1.300 oficinas, y una red de cerca de 2.700 profesionales (peritos y reparadores, entre otros).

Los asegurados de cada compañía siguen manteniendo su mediador y sus relaciones contractuales actuales, y cuando se produzcan las respectivas integraciones societarias, que se realizarán tras obtener las autorizaciones administrativas correspondientes, serán oportunamente informados de ello.

Por otro lado, el Grupo Catalana Occidente ha dado a conocer sus resultados consolidados en 2022, en los que creció un 15,9%, hasta los 542,6 millones de euros. En el capítulo del negocio tradicional (integrado por las Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros, Seguros Bilbao y NorteHispana Seguros), el resultado ordinario crece un 7,5% hasta los 262,6 millones de euros, mientras que el volumen de negocio (total de primas facturadas) se sitúa en 2.842,9 millones, un 1,5% más que en 2021. El buen comportamiento se extiende a todas las entidades y unidades de negocio, destacando la facturación en Diversos y Multirriesgos, que alcanza un incremento del 8,5% y el 7,3%, respectivamente.

Respecto al negocio del seguro de Crédito (Atradius Crédito y Caución, y Atradius Re), el resultado ordinario mejora un 46,7% y alcanza los 354,6 millones de euros. El volumen de negocio (primas facturadas más ingresos por información) también crece notablemente hasta los 2.402,7 millones de euros, un 15,4%, al mismo tiempo que se mantiene una selección exhaustiva de los riesgos.

En otro orden de cosas, el Grupo ha reunido de forma online a un total de 3.663 agentes y 2.610 corredores en un Foro de Negocio en el que se abordaron las pers-

pectivas de la entidad para 2023 y se trasladaron los objetivos y la estrategia de este nuevo año.

Se detalló los próximos avances en la propuesta de valor del Grupo en salud digital y soluciones para el colectivo sénior, dos ámbitos que resultarán clave en 2023 junto con la mejora de la prestación de servicios.

Además, el Grupo Catalana Occidente ha renovado su seguro para vehículos eléctricos con nuevas coberturas y servicios específicos para este tipo de coches, como los daños ocasionados en el cable de carga del vehículo y en la estación de carga particular por actos vandálicos y daños por ciberataque.

Asimismo, se ha mejorado las pólizas Salud asistencia sanitaria y Salud reembolso mixto con la incorporación de nuevas técnicas quirúrgicas, pruebas diagnósticas y tratamientos para mejorar la asistencia médica de sus asegurados, como la posibilidad de realizar un PET/TAC para la detección de la epilepsia. También se contempla el uso de neuronavegador en cirugía, o la prueba diagnóstica con un escáner circular O-ARM.

Por otro lado, se ha completado la propuesta de renting de Grupo, ampliándola a personas jurídicas, como autónomos o pymes.

# Arag España y Portugal facturó más de 173 millones en 2022

**Arag ha cerrado el ejercicio 2022 con una facturación de 173,03 millones de euros. El negocio asegurador ha representado 169,3 millones, de los cuales 3,36 millones se han generado en Portugal, que ha crecido un 82,5% respecto al año anterior. ASSP, la filial de servicios legales, ha aportado 3,73 millones de euros a la cifra de negocio global.**

El crecimiento del 22% se ha basado, en gran parte, en la recuperación de la gama de seguros de Viaje a personas (turismo), que ha superado incluso la cifra del 20,9%, situándose en 44,8 millones de euros. El otro punto importante es la consolidación de la protección al alquiler que ha alcanzado casi las 120.000 pólizas y los 34,4 millones de facturación.

La diversificación de las líneas de actividad, la mejora de la eficiencia vía la digitalización y la gestión del talento serán los focos estratégicos de la aseguradora en los siguientes ejercicios.

En otro orden de cosas, en el su último informe de Arag, se indaga en la figura del inquilino para conocer sus tipologías y necesidades de la mano de los Agentes de la Propiedad Inmobiliaria (API) con los que colabora la aseguradora. Además, los expertos legales de la entidad ofrecen una serie de recomendaciones ante las dudas más habituales que suscita vivir de alquiler.

Por último, señalar que Arag ha realizado una formación sobre el seguro ante la ocupación ilegal en el **Colegio de Mediadores de Seguros de Lérida**. El director territorial de la aseguradora, Juan Dueñas, habló de la problemática de la ocupación, los gastos que conlleva y la cobertura legal que se puede dar a través de la póliza.

# El Grupo Asisa incrementó sus primas un 7% en 2022

**El Grupo Asisa** siguió creciendo en 2022 y aumentó su facturación tanto en el ámbito asegurador, donde obtuvo un volumen de primas de 1.425,82 millones de euros, un 7% más que en 2021, como en el asistencial, en el que creció un 10% hasta alcanzar los 588,9 millones de euros. Con estos resultados, que suponen en ambos casos su récord histórico de facturación, el Grupo Asisa siguió desarrollando su principal objetivo estratégico para el año 2022: seguir creciendo y fortaleciendo su capacidad para cuidar la salud y el bienestar de más familias y empresas.

Los resultados de 2022 fueron presentados en la Junta Consultiva de Asisa, que, bajo el lema 'Mejor Asisa', analizó la evolución de las diferentes áreas de negocio y estableció su estrategia para los próximos años. A corto plazo, la prioridad del Grupo Asisa será reforzar su capacidad comercial para seguir creciendo y mejorar sus resultados; seguir fortaleciendo su capacidad asistencial a través del desarrollo de su red propia; e impulsar una nueva estrategia de sostenibilidad más ambiciosa, integral y alineada con los objetivos corporativos y de negocio de la compañía.

"A corto plazo, vamos a seguir manteniendo nuestros planes para transformar el Grupo Asisa, fortalecer nuestra capacidad comercial para llegar cada vez a más personas, desarrollar nuestra relación con los asegurados y seguir ofreciendo un servicio de excelencia en nuestra red asistencial para garantizar la tranquilidad de quienes confían en el grupo privado de salud más grande de España", ha manifestado Francisco Ivorra, presidente del Grupo Asisa.

Para avanzar en la consecución de sus objetivos, mantendrá su plan estratégico, apoyado en cinco grandes ejes: 1) vanzar en el desarrollo de su oferta aseguradora multirramo y de su capacidad comercial; 2) fortalecer su red asistencial propia; 3) buscar nuevas oportunidades en el exterior para incrementar su presencia internacional; 4) acelerar su proceso de transformación digital; y 5) impulsar su compromiso con la sostenibilidad.

En el ámbito asegurador, Asisa siguió avanzando en 2022 en su estrategia de diversificación de la actividad aseguradora para fortalecer su presencia multirramo y creció en todos los ramos en los que opera (Salud y dental, Vida, Accidentes, Decesos, Mascotas y Asistencia en Viajes). En total, el Grupo Asisa atiende a casi 2,9 millones de asegurados.

En el ramo de Salud, la compañía volvió a crecer por encima del sector y su volumen de primas avanzó más de un 7% hasta alcanzar los 1.397,43 millones de euros. En el caso de las pólizas privadas, su comportamiento fue incluso mejor y crecieron un 8,9%, lo que permite a la aseguradora seguir mejorando la rentabilidad de su cartera de asegurados. Lo mismo ocurrió con el seguro dental, que incrementó sus asegurados un 5%. En el resto de ramos, Asisa siguió creciendo y obtuvo una facturación en primas de 7,4 millones de euros. Destaca el crecimiento del seguro de Mascotas, que, como en 2021 prácticamente volvió a duplicar sus primas, y del ramo de Decesos, que incrementó su volumen de

primas más de un 22% y ya supera los 70.000 asegurados. En Accidentes, la compañía consolidó un volumen de primas de casi 3,3 millones de euros.

Asisa Vida cerró 2022 con un volumen de primas de 20,94 millones de euros, un 23% más que el año anterior. La entidad ha impulsado algunas modificaciones en sus seguros con el fin de ampliar su cartera de productos, adaptarlos a las necesidades de sus clientes, facilitar su contratación y fortalecer su relación con los mediadores. Estas modificaciones afectan tanto a la información a la hora de contratar el producto, como a las condiciones de contratación y a los mecanismos de suscripción.

En cuanto a la información, las pólizas de Asisa Vida incluirán en sus condiciones particulares la prima a 10 años tras la contratación del seguro, en vez del habitual precio para el año siguiente. Igualmente, aumentará el rango del capital de contratación, que irá desde los 18.000 euros hasta los 600.000 euros (hasta ahora, el límite superior eran 540.000 euros).

En lo que se refiere a su política de suscripción, Asisa Vida ha decidido simplificar al máximo sus criterios, modificando tanto la edad como las condiciones exigidas para la contratación de sus seguros.

# Santalucía nombra a Martín Fernández director territorial del Canal Corredores Oeste

**Santalucía ha nombrado a Martín Fernández nuevo director Territorial del Canal Corredores Oeste para impulsar el crecimiento del grupo.**

Fernández, que cuenta con más de 15 años de experiencia en el sector, es licenciado en Administración de Empresas y era, hasta la fecha, el director comercial de Galicia y Asturias de DKV Seguros, donde ha liderado el canal de Red Exclusiva, Red de Corredores, Alianzas y Negocio Directo. Previamente, había ejercido como director de sucursal de Generali Seguros.

Juan Alonso, director del Canal de Corredores, destaca que esta incorporación es una muestra de "la firme apuesta de Santalucía por reforzar el modelo relacional con corredores de seguros y asociaciones en territorio oeste con visión global Vida y No Vida".

Por otro lado, la aseguradora ha puesto en marcha un nuevo servicio telefónico de asesoramiento jurídico para personas con discapacidad intelectual que ha elaborado junto a **Iris Global**, enfocado en ayudar y potenciar la autonomía de estas personas para la realización de determinadas gestiones legales y económicas de su vida diaria.

Asimismo, la entidad ha obtenido la certificación **Aenor** de Gestión del Riesgo, según la UNE-ISO 31000, que le reconoce

como organización que cuenta con un modelo que minimiza sus riesgos globales con el objetivo de asegurar la sostenibilidad y la consecución de los objetivos.

En otro orden de cosas, Santalucía ha llegado a un acuerdo de colaboración con **Guidewire** para la implantación del software Insurance Suite como su sistema operativo principal en la línea de negocio de asistencia en Decesos del grupo.

# Mapfre crece un 10,8% en primas tramitadas en 2022, aunque disminuye un 16% su beneficio

El beneficio atribuido de Mapfre en el año 2022 ascendió a 642 millones de euros, lo que representa un 16,1% menos que el ejercicio anterior. En términos comparables con 2021, cuando el beneficio ajustado ascendió a 715 millones, habría supuesto un resultado un 7% inferior. Su beneficio, que ha llegado a 642 millones de euros, se ha reducido un 16,1%. Su presidente, Antonio Huertas, comentó que "el beneficio no es uno de los mejores pero, dadas las circunstancias, es bueno. Estamos muy satisfechos de los resultados, porque ha sido un año muy difícil".

De nuevo, la alta diversificación del negocio ha permitido afrontar, con un resultado sostenible, los efectos más negativos del ejercicio: las altas tasas de inflación en la mayoría de los mercados; el incremento de la siniestralidad del negocio de Automóviles; y los siniestros catastróficos, especialmente el derivado de la sequía de la cuenca del río Paraná, cuyo impacto para el Grupo supera los 112 millones de euros. En el lado positivo, destacan el excelente comportamiento de Latam, la magnífica evolución de la unidad de reaseguro, y el alto crecimiento tanto en Seguros Generales como en el ramo de Vida. La rentabilidad, ROE de 8,2%, es similar a la conseguida también en bases homogéneas en 2021.

Los ingresos del Grupo se incrementaron en 2022 un 8,3%, hasta los 29.510 millones de euros, en tanto que las primas crecieron un 10,8%, superando los 24.540 millones de euros. En el lado negativo se encuentra la bajada del 16,1% del beneficio atribuible, que ha llegado a los 642 millones de euros. La causa, según Antonio Huertas, fue la alta siniestralidad del ramo de Autos. Explicó que las primas se tienen que adaptar a la nueva normalidad porque estaban establecidas en la época del Covid cuando la siniestralidad bajó. Huertas apuesta por "un ajuste de precios según el perfil y tipo de cliente. En algunos casos supondrá una subida y en otros, una bajada de la prima".

El ratio combinado se incrementó 0,6 puntos porcentuales, hasta el 98%, afectado por el incremento de siniestralidad de Automóviles, consecuencia de las altas tasas de inflación y el incremento de la movilidad tras la eliminación de las restricciones por el Covid.

El patrimonio atribuible del Grupo al finalizar 2021 ascendió a 7.289 millones y los activos totales sumaron 59.626 millones de euros. Las inversiones de Mapfre, por su parte, ascienden a 41.388 millones de euros, de las que casi la mitad corresponden a renta fija soberana. El patrimonio de los fondos de pensiones se situó al cierre de 2022 en 5.701 millones de euros, en tanto que los fondos de inversión crecieron un 2,3%, hasta los 5.526 millones de euros.

En el área Regional Iberia (España y Portugal), las primas en 2022 se situaron en 7.626 millones de euros, lo que representa un

incremento del 0,4%. Descontando el efecto de las primas de Bankia Vida que, en 2021, ascendieron a 159 millones de euros, el crecimiento de esta área regional habría sido del 2,5%. Destaca la evolución del ratio combinado de No Vida, que mejoró 1,3 puntos porcentuales, hasta situarse en el 96,8%.

En España, las primas ascendieron a 7.367 millones de euros (-1,3%), con un beneficio de 363 millones de euros, con lo que se mantiene como el país que más contribuye al beneficio del Grupo. En la parte negativa se encuentra los beneficios en Iberia, que llegaron a los 376 millones de euros (-31% con respecto al año anterior). Ante el comportamiento del negocio en Iberia, Antonio Huertas se muestra preocupado. Sin embargo, indica que "aunque en No Vida estamos ligeramente por debajo del mercado, en Vida estamos por encima del mercado y en Empresa superamos dos veces al mercado".

El negocio de Automóviles creció un 0,4%, hasta los 2.267 millones de euros, con más de 6,2 millones de vehículos asegurados. Asimismo, las primas del negocio de Seguros Generales se incrementaron un 5,9%, hasta los 2.328 millones de euros. Destaca el crecimiento del negocio de Comunidades, con un aumento del 7,5%, y de Empresas, que mejoró un 11,3% y Hogar, con un crecimiento del 3,1%. El negocio de Salud y Accidentes, por su parte, registró un incremento del 4,8%, hasta los 816 millones de euros.

En el negocio de Vida, las primas se situaron en 1.916 millones de euros (-8,7%) por la salida de Bankia Vida del perímetro de consolidación del Grupo. Si se descuenta ese efecto, la caída se limitaría al 1,2%.

Por otro lado, Mapfre ha recibido el certificado de **Aenor** de Sistema de Gestión de *Compliance*, que reconoce la implementación eficaz de la norma de referencia, UNE-ISO 37301:2021, en el campo del cumplimiento normativo. La compañía se ha convertido en la primera entidad del sector asegurador y la tercera empresa española en obtener este reconocimiento.

## Alberto Gullón y Paloma Docampo, nuevos nombramientos en QBE

**QBE** ha anunciado la incorporación de Alberto Gullón como suscriptor para su equipo de Ciberriesgos; y de Paloma Docampo, anterior suscriptora senior de Energía, Energy Portfolio Manager, como Underwriting Manager.

Gullón, graduado en Economía por la Universidad Autónoma de Madrid y con un Máster en Finanzas por la Universidad Pontificia de Comillas, ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional en el sector asegurador, acumulando ocho años de experiencia en compañías como Generali, Chubb o Zurich.

Docampo se encargará de liderar el crecimiento del área de energías renovables, que ha adquirido una gran importancia para la compañía tanto en España como a nivel internacional. Está doctorada en Arquitectura por la Universidad Politécnica de Madrid y cuenta con una experiencia de más de 15 años en el sector asegurador. Se incorporó a QBE en el año 2020 procedente de RSA, donde era suscriptora senior de Construcción, Ingeniería y Energías Renovables.

# Allianz reúne a sus mediadores en sus jornadas anuales

**Allianz** ha reunido a más de 350 mediadores en su Jornada de Agentes y su Jornada de Corredores, que retomaron en 2023 la presencialidad. En ambos eventos, el consejero delegado, Veit Stutz, y el director general comercial, Miguel Pérez Jaime, y el resto del Comité de Dirección, compartieron los retos y proyectos para afrontar con éxito este ejercicio.

Además de renovar el compromiso y la firme apuesta que Allianz tiene con su mediación, en las jornadas se señalaron los que serán los motores imprescindibles para movilizar a toda la fuerza comercial de la compañía alrededor de la excelencia en el servicio, al mediador y al cliente.

Se anunciaron novedades en productos, una mayor apuesta por la autonomía, la agilidad y la productividad. "Vamos a impulsar una propuesta de valor vencedora por y para la mediación. Todo ella con agilidad y servicio, comunicación activa y una clara orientación al cliente", señaló Pérez Jaime.

En un paso más para materializar su ambición de convertirse en la mejor compañía del mercado para clientes, mediadores y empleados, refuerza su estructura e incorpora a su equipo a Olivia Loewe como directora de Relaciones Institucionales. Inició su carrera profesional en 1996 en un despacho de abogados para incorporarse un año más tarde, a liderar el departamento jurídico del Banco Central Hispano Americano -en su sede de Frankfurt- como responsable para Alemania e Italia. Tras la fusión del banco con Banco Santander, asumió las mismas funciones en Banco Santander. En 2009 fundó la ONG Mothers at Risk cuya misión es contribuir a evitar más de 250.000 muertes de mujeres cada año provocadas por el embarazo o el parto.

# Nueve de cada diez compañías cuenta con procesos de recobros y recuperación de siniestros

Nueve de cada diez aseguradoras disponen de algún tipo de gestión activa para la gestión de recobros o la recuperación de siniestros, siendo esta última la más extendida dentro de la muestra del estudio de **Icea**.

La rentabilidad es el principal motivo por el cuál las compañías deciden dedicar recursos a este tipo de gestiones.

Analizando los importes medios recobrados en el ramo de Multirriesgos Hogar, las cuantías más elevadas se dan en las reclamaciones por vía judicial. En las reclamaciones por vía amistosa, donde más se recobra, es en las reclamaciones al Consorcio.

# Los transportistas reclaman un protocolo de actuación asegurador ante los accidentes transfronterizos

**Fundación Inade** ha celebrado un foro dedicado a la movilidad, en el que se debatió sobre los accidentes de circulación transfronterizos. "Cuando hablamos de siniestro internacional o transfronterizo es importante recordar que no solo hacemos referencia a los accidentes de circulación que podamos tener fuera de nuestro país, sino también a aquellos que, ocurriendo en una red viaria estatal, implica a un vehículo o víctima extranjera", explicó Adolfo Campos, director de Fundación Inade y presentador de la reunión.

Para aclarar qué normativa se debe aplicar en cada situación, intervino en la jornada José Antonio Badillo, abogado y doctor en Derecho por la Universidad de Alcalá. Antes de adentrarse en cuestiones más técnicas, Badillo recalcó la diferencia entre víctima residente y víctima transeúnte, una distinción fundamental a la hora de saber qué normativa aplicar: "Una víctima residente es la que sufre un accidente en su país, pero en el que está implicado un vehículo extranjero, y una víctima transeúnte es la que sufre un accidente fuera de su país. Las víctimas residentes están protegidas por el Reglamento General del Consejo de Bureaux, mientras que la transeúnte está protegida por la Cuarta Directiva".

Sobre la Cuarta Directiva, adaptada al Ordenamiento Jurídico Español en el año 2002, Badillo explicó que "pretendía que las víctimas transeúntes pudieran reclamar en su país de residencia con todas las garantías. Para ello, se creó un organismo de indemnización (Ofesauto, en el caso español) y otro de información (Consorcio de Compensación de Seguros, en España) y se obligó a todas las entidades que operasen en el Espacio Económico Europeo a crear en todos los Estados miembros unos representantes para la tramitación y liquidación de siniestros".

Sobre la Quinta directiva, traspuesta en España en 2007, señaló que supuso ciertas modificaciones, como la abstención de realizar controles sistemáticos de aseguramiento y la introducción de conceptos como el de "estacionamiento habitual".

Sonia Fernández, jefa de la Oficina de Siniestros Extranjeros de Allianz, recordó que cada país tiene sus leyes y costumbres: "Los plazos se alargan, no podemos garantizar los mismos tiempos para la actuación de los profesionales. Los criterios de culpa, aun siendo similares, no son iguales en todos los países, y tampoco lo son las indemnizaciones ni la documentación necesaria para reclamar".

Por su parte, José Carlos García, secretario general de Fegatramer (Federación Gallega de Transportes de Mercancías), expuso las preocupaciones de los transportistas: "Solicitamos al sector asegurador protocolos estandarizados sobre cómo actuar ante un accidente de circulación en el extranjero. Deberíamos contar con un documento en el que se detallasen aspectos tan relevantes como, por ejemplo, cómo proceder al rescate del conductor o la mercancía, o qué documentación debemos solicitar al otro vehículo implicado".

# Crecimiento sostenible y expansión territorial, claves del plan estratégico de Grupo MGC

El Grupo MGC ha organizado su Convención Anual, en la que avanzó parte del plan estratégico encaminado a impulsar el crecimiento sostenible y liderar el proceso de expansión por el resto del territorio nacional.

Se detallaron los planes de acción que se ha marcado el Grupo MGC en las áreas de Innovación, Dirección Médica y Marketing y se presentaron tres nuevos productos desarrollados, entre los que se encuentra un producto específico para asegurar a las mascotas.

Asimismo, Daniel Redondo, actual vicepresidente del Consejo de Administración, aprovechó el evento para dar paso a su sucesor Xavier Plana, como nuevo director general de MGC Mutua. En su intervención, Plana hizo un balance de 2022, en el que adelantó los óptimos resultados económicos y estableció las previsiones para este año.

# Sara Rábano se coloca al frente de la línea de servicio de formación de Icea

Icea deposita en Sara Rábano el liderazgo y dirección de sus líneas de formación, con el objetivo de seguir contribuyendo a la mejora de la capacitación de todos los profesionales que integran la industria aseguradora.

Rábano, desde su incorporación en Icea en 2012, ha estado siempre ligada a la formación, siendo en los últimos años la responsable académica y participando en la coordinación y selección del claustro de profesores de Icea, en el diseño y ejecución de los programas formativos, e innovando en sus temáticas para dar respuestas a las nuevas necesidades formativas de la industria aseguradora.

Es licenciada en Derecho por la Universidad CEU San Pablo, Máster en Dirección Aseguradora por Icea, Máster en Dirección de Personas y Desarrollo Organizativo por Esic. Dispone del título del 'Curso de Formación en materias financieras y de seguros privados, Grupo A' y está certificada en *Compliance* Cescom.

# AXA nombra a Eva Tomás directora del negocio de Corredores y Brokers

**Eva Tomás, actual responsable legal de negocio de AXA España, tomará las riendas del canal de Corredores y Brokers a partir del 1 de abril de 2023. Tomás cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector asegurador donde ha estado en puestos de responsabilidad de áreas técnicas, siniestros y legal.**

El canal de Corredores y Brokers supone casi el 40% de la facturación de AXA España con más de 1.000 millones de euros en primas y fuerte presencia en los colegios profesionales y las principales asociaciones de la mediación profesional independiente.

Eva Tomás es licenciada en Derecho y cursó posteriormente estudios de doctorado, además de haber realizado un PDG en el Iese (Programa de Dirección General) y Master en Asesoría y Consultoría de Tecnologías de la Información y Comunicaciones. Cuenta con experiencia previa en despacho de abogados y consultoría, así como en el sector asegurador.

En el año 2000 se incorporó a AXA, y cuenta con una amplia trayectoria profesional tras haber desempeñado diferentes responsabilidades como la Dirección de Empresas P&C y la Dirección de Siniestros Empresas en Operaciones Cliente o su actual responsabilidad como responsable de Asesoría Jurídica de Negocio (Vida, Salud y Pensiones) dentro del área de Secretaría General y Risk Management de AXA España.

En otro orden de cosas, la aseguradora, dentro de la Semana del Seguro organizada por Inese, ha celebrado una jornada de análisis de la situación macroeconómica centrando la atención en el negocio del ahorro e inversión. Junto a la mediación profesional ha buscado soluciones para proteger a los clientes y sus inversiones de la mejor manera.

Yago Matossian, Sales Director AXA IM España, realizó un análisis de la situación económica a través de un radar de riesgos macroeconómicos.

Elena Aranda, directora de Vida, protección y ahorro de AXA España, repasó las soluciones de la entidad haciendo hincapié en "que no se trata tanto de predecir como prevenir en las inversiones, con una importancia básica en diversificación" con 'Asigna' como producto estrella en el que los clientes pueden aprovechar las ventajas de mercado. Gestión delegada, las notas estructuradas así como opciones de ahorro/pensiones, cerraron el abanico de la oferta AXA.

Asimismo, Aranda insistió en las reglas de oro de la inversión: invertir a largo plazo, tener en cuenta las valoraciones, enfocarse en retornos reales; diversificar el riesgo para evitar concentraciones, no seguir el efecto de la masa, invertir en lo que entiendes, evitar posiciones "por hecho".

La jornada contó también con una mesa redonda de análisis del modelos de éxito de distribución para ahorro e inversión en la que se habló de la necesidad de aprender de los errores del pasado, conocer bien al cliente y mantener comunicación constante para poder adaptar las soluciones de inversiones a largo plazo.

Por último, señalar que la aseguradora ha puesto en marcha un nuevo servicio gratuito de asesoramiento a la dependencia del que pueden hacer uso todos los clientes. Este servicio, dispensado por Cuideo, aportará desde asesoramiento personalizado a información general sobre las ayudas públicas.

# Asociación Europea refuerza su departamento comercial

**Asociación Europea** ha realizado tres nuevas incorporaciones a su departamento comercial, que cuentan con amplia experiencia en el sector: Xabier López, Manuel Cantón y Héctor Álvarez.

De esta forma, la compañía acerca su representación comercial a tres zonas en las que crecer y poner su foco en 2023: País Vasco, Extremadura y Castilla y León.

# Cae un 1,22% el ahorro gestionado por seguros en 2022

Las aseguradoras velaban por 186.498 millones de sus clientes a cierre del pasado diciembre a través de todo tipo de seguros de Vida ahorro, una cifra levemente inferior a la de un año atrás. A esta cantidad hay que sumar otros 55.922 millones por el patrimonio de los planes de pensiones cuya gestión está encomendada a aseguradoras, que cayeron un 9,58% en términos interanuales. En total, el sector asegurador tenía encomendados 249.535 millones de euros al acabar el cuarto trimestre del año, un 3,12% menos que un año antes.

De toda la gama de productos, solo los seguros unit linked, aquellos en los que el tomador asume el riesgo de la inversión, crecen en comparación con el año anterior. Aumentan el patrimonio bajo gestión un 4,72% y se sitúan en 20.689 millones de euros. Las demás líneas de producto anotan descensos de distinta intensidad en el volumen de ahorro gestionado como consecuencia de que en el ejercicio 2022 todavía existía un entorno de tipos de interés bajos y de la reducción de los incentivos fiscales a los sistemas de previsión social individuales (planes de pensiones individuales y PPA).

Los cambios más modestos corresponden a las rentas vitalicias (-0,68%) y los capitales diferidos (-1,68%). Después aparecen las caídas en los planes de previsión asegurados (PPA) (-3,35%), los planes individuales de ahorro sistemático (Pias) (-6,68%) y los seguros individuales de ahorro a largo plazo (Sialp) (-6,85%). El descenso más pronunciado corresponde a la transformación de patrimonio en renta vitalicia (-7,16%).

Los ingresos por primas del negocio de Vida riesgo se situaron en 5.175 millones de euros al finalizar 2022, un 3,37% más que el año anterior.

# DKV nombra a Ignacio López Eguilaz nuevo consejero delegado

**Ignacio López Eguilaz es el nuevo consejero delegado de DKV en España desde el 1 de marzo, sustituyendo así a Josep Santacreu, que se jubila tras 25 años al frente de la aseguradora. Santacreu continuará dando apoyo a la compañía durante todo 2023 para facilitar el proceso de transición.**

López Eguilaz es, desde 2021, director de Seguros Generales y Vida de DKV. Se incorporó a la compañía en 2018, como director de Distribución Territorial y Canales Mediados, tras una larga trayectoria en el sector asegurador. Es ingeniero industrial por la Universidad Politécnica de Madrid y MBA por Iese.

Precisamente, este año, la aseguradora cumple 25 años en España, desde que comprara la aragonesa Previasa. Desde entonces, ha conseguido alcanzar los 2 millones de clientes, cuadriplicando los 416.000 que tenía en 1998. Asimismo, el beneficio acumulado a lo largo de los últimos 25 años ha sido de 550 millones de euros, con un impacto muy positivo en los resultados internacionales del Grupo Ergo. Se ha pasado de 128 millones de euros en primas en 1998 a 876 millones en 2022, y acercándose ya a los 950 millones en los primeros meses del 2023. El actual Plan estratégico Imagina (2021-2025) prevé llegar a los 1.000 millones en primas y un resultado en 2025 de 51,9 millones de euros.

En otro orden de cosas, la aseguradora sigue sumando piezas a su ecosistema digital: ahora lanza 'Activa', la aplicación que permite al cliente gestionar su seguro médico. El asegurado podrá consultar su cuadro médico, gestionar autorizaciones, tener su tarjeta médica digital, consultar con el asistente virtual, gestionar la documentación del seguro, los datos de contacto y los métodos de pago.

En caso de contar con seguro de reembolso, Activa también permitirá gestionar las facturas y disponer de información instantánea del estado de sus reembolsos y autorizaciones. Además, la app está disponible en cuatro idiomas, al igual que el servicio de atención al cliente a través de mensajería instantánea WhatsApp.

Por otra parte, la aseguradora ofrece a sus clientes a través de su app 'Quiero Cuidarme Más' y en algunos de sus centros colaboradores, el servicio de fisioterapia online mediante la plataforma ReHub, en la que el paciente sigue un programa de ejercicios terapéuticos personalizado.

Asimismo, ha lanzado su nueva campaña de branding, para consolidar el posicionamiento de DKV como compañía activista, y el producto puesto en el foco es Personal Doctor, que permite al asegurado elegir un médico de cabecera personal, "con nombre y apellidos", entre los de la compañía.

Por último, señalar que hasta el 30 de abril, los que contraten un seguro de Decesos recibirán una tarjeta regalo de 25 euros a elegir entre Amazon, El Corte Inglés o Cepsa.

# CNP Assurances nombra a Thierry Vasquez, nuevo COO de la sucursal en España

**CNP Assurances, sucursal en España**, ha promocionado a Thierry Vasquez a Chief Operations Officer de la compañía, para liderar las áreas de Operaciones, IT y Control Interno, responsabilizándose del control de riesgos o el blanqueo de capitales. Además, será responsable de la función transversal y de la organización operativa de la aseguradora, abarcando las áreas de Compras y Servicios Generales.

Thierry Vasquez cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector asegurador y de consultoría a nivel internacional, donde ha desempeñado distintos cargos, tanto en el grupo CNP en España y Francia -tales como director de Operaciones, director de Servicing y director de Compras-, como en importantes aseguradoras y consultoras internacionales, como responsable de proyectos de gestión de activo y pasivo a nivel internacional y responsable de Consultoría y Auditoria.

# Caser analiza la gestión del talento y la digitalización con los corredores

**Caser Seguros** ha celebrado, bajo el lema 'Es el momento', la XVIII Convención Comercial anual del Negocio de Agentes y Corredores en la que se abordó, entre otras cosas, la gestión del talento y la digitalización.

En la primera jornada se trataron cuestiones como los nuevos hábitos de consumo y estrategias digitales y se compartieron casos de éxito. Ya en la segunda jornada, se presentaron las cifras de cierre del ejercicio anterior y se expusieron los objetivos y retos a los que se enfrenta el negocio en 2023 en lo que se refiere a eficiencia comercial, gestión del talento, desarrollo de negocio o digitalización, entre otros. En esa línea, también se hizo hincapié en las palancas para el cambio en los principales productos de la compañía, la importancia de la metodología en el día a día, los nuevos modelos de distribución para el producto de Decesos, la orientación del negocio de Vida o los nuevos programas de fidelización como impulso a la venta.

Ignacio Eyriès, director general de Caser, clausuró el evento exponiendo las principales magnitudes de la compañía, y puso en valor el negocio de agentes y corredores como importante motor de crecimiento de la entidad, animando a acelerar el esfuerzo comercial para superar los desafíos que se presenten en 2023.

# Lisa instruye a los corredores en sostenibilidad y su aplicación a los seguros

**Lisa Seguros ha lanzado una serie de vídeo píldoras sobre sostenibilidad, dirigidas a la formación de corredores de seguros, mediadores y gestores de riesgos. De esta forma, se pretende dotar a los profesionales de herramientas y conocimientos que les permitan asesorar a sus clientes en el aseguramiento de riesgos sensibles, relacionados con la economía circular.**

Los vídeos estarán disponibles, de forma gratuita, en la plataforma de Seguros de Reciclado que Lisa activó hace unos meses (reciclado.lisa-seguros.com). "Con estas formaciones pretendemos apuntar conceptos básicos para trabajar con colaboradores formados en el área de sostenibilidad", concreta Pilar Andrade, CEO de Lisa Seguros. A lo largo de siete píldoras, se dan a conocer aspectos clave del modelo de economía circular y su ineludible importancia para sociedad e industrias: consejos y mejores prácticas en el control y gestión de residuos, eficiencia energética, el valor de la sostenibilidad medioambiental, la gestión de recursos naturales, así como el impacto de la huella de carbono y otras huellas ecológicas. La aseguradora digital apuesta por el desarrollo de seguros sostenibles, como el que ha creado para las empresas de reciclaje.

La formación de los corredores en sostenibilidad busca ampliar el impacto de esa línea de trabajo a través de su red de distribución: "En Lisa no hablamos de riesgos excluidos, hablamos de riesgos sensibles: y el aseguramiento de riesgos sensibles exige profesionales que ofrezcan a las empresas las respuestas y el asesoramiento que necesitan", explica Andrade. "Queremos mostrarles cómo en Lisa creamos productos sostenibles y que entiendan que estas nuevas formas de aseguramiento les ayudan a diferenciarse y a impulsar su negocio a través de la especialización", concluye.

Por otra parte, la aseguradora ha potenciado su equipo con la incorporación de Alba Sánchez en el puesto de Sales Manager, con experiencia en la mediación de riesgos industriales y el desarrollo de negocio B2B.

La nueva Sales Manager de Lisa ha desarrollado su carrera profesional en la gestión de cartera, el asesoramiento financiero y asegurador, así como el desarrollo de negocio en banca y seguros.

Lisa va a reforzar este 2023 su modelo de colaboración con los corredores, como subraya Pilar Andrade: "Queremos ampliar nuestra colaboración con el canal, ofreciendo a los corredores el catálogo de seguros cien por cien digitales, para las nuevas economías. Y les proponemos especializarse en sostenibilidad y economía circular, a través de las formaciones en gestión y cobertura de riesgos sensibles que vamos a lanzar".

# Fernando Mora dirige el departamento Comercial de Avanza Previsión

**Avanza Previsión** ha anunciado la incorporación de Fernando Mora como director comercial de la entidad.

Con estudios de Derecho por la Universidad de Granada y con Máster en Dirección de Empresas por el IE Business School, Mora cuenta con una dilatada experiencia en el sector asegurador, especialmente dentro del ramo de Vida.

En sus casi treinta años ocupando cargos de responsabilidad, ha trabajado en varias entidades. En los últimos seis años ha estado en Santalucía, ejerciendo como subdirector general de Santalucía Vida y Pensiones y como director del área de Acuerdo de Distribución y Asociaciones, donde fue el encargado de la implementación y establecimiento de la estrategia de acuerdos de distribución de los productos aseguradores con correduría y asociaciones de corredores de todo el territorio nacional, liderando las relaciones de la aseguradora con las diferentes instituciones que representan los intereses de la mediación.

# El valor de la producción agraria asegurada crece un 4%

El seguro agrario en España ha batido varios récords de contratación durante el año 2022, según las cifras que ha registrado **Agroseguro** hasta el pasado 31 de diciembre, entre ellos el capital asegurado, el recibo de prima o los animales asegurados. En concreto, el capital asegurado por el seguro agrario en 2022 marca un nuevo máximo histórico (por octavo año consecutivo) y crece un 4% hasta los 16.286 millones de euros.

Esto supone que el valor de la producción agrícola y ganadera protegida por el seguro agrario se ha incrementado en más de 614 millones de euros durante el último año. Este aumento se produce en buena parte de las producciones agrícolas de mayor peso, como son los cultivos herbáceos (+5%), los frutales (+1,5%) o la uva de vino (+1,25%), así como en el conjunto de los seguros pecuarios (+10%), con especial empuje de las líneas que ofrecen cobertura de los accidentes y las enfermedades del ganado (+15%). Crecen también la uva de mesa (+40%), los frutos secos (+18%) y el fresón y frutos rojos (+8%), mientras otras producciones, asimismo relevantes, como los cítricos o el conjunto de las hortalizas, se mantienen en torno a las cifras de 2021.

Al igual que el pasado año, las primas también crecen (+3,3%) en cifras similares al porcentaje de capital asegurado (+4%), hasta situarse en 858,7 millones, la cifra más alta en la historia del seguro agrario. De esta, 475 millones han sido abonados por los agricultores y ganaderos.

# Iris Global incluye la garantía de gastos de anulación en su seguro de Asistencia en Viaje

**Iris Global** ha ampliado su seguro de Asistencia en Viaje para Empresas con una nueva garantía de gastos de anulación. De esta manera, los asegurados podrán recibir el reembolso de los gastos de anulación de viaje, en el caso de que tuvieran que cancelarlo por motivos de salud, legales, laborales o extraordinarios.

La nueva garantía tiene en cuenta una amplia variedad de supuestos ante los que la entidad se hará responsable del reembolso, siempre y cuando no sea recuperable por el asegurado. Esta cobertura comprende los gastos de gestión, los de anulación si los hubiere, y la penalización que de acuerdo con la ley o con las condiciones del viaje se haya podido aplicar.

En los supuestos extraordinarios se incluye la declaración de zona catastrófica en el lugar de destino o en el punto de partida del viaje. Además, el seguro contempla otros supuestos de diversa índole, como el robo o pérdida de la documentación oficial para viajar o la concesión de becas oficiales que impidan la realización del viaje.

En otro orden de cosas, la aseguradora abordó la innovación tecnológica para fomentar el turismo en la Semana del Seguro, organizada por Inese. En ella, Mario López, Chief Innovation Officer de Bravent, habló sobre las tecnologías que están transformando los viajes. Destacó la inteligencia artificial (IA) como una tecnología que está revolucionando el mundo y que "debemos empezar a utilizar para que nadie nos adelante". También señaló la creación de los gemelos digitales, que son representaciones digitales de activos físicos que permiten experimentar con ellos para buscar soluciones a posibles problemas en los destinos turísticos. Finalmente, López habló sobre las realidades extendidas y realizó una demostración de cómo se pueden utilizar en el turismo, con las gafas de realidad extendida HoloLens 2.

En la posterior mesa redonda, en la que participaron Alejandra Martínez, enfermera, viajera e instagramer, y José Antonio Ondiviela, director del Observatorio Mundial de Ciudades Atractivas para el talento y Smartcities SME Unesco, se dijo que "las ciudades están en una fase de transformación, tratando de recuperar la sostenibilidad económica, medioambiental y social. Buscamos tener turistas, pero de más calidad, así como un mayor desarrollo económico, social y medioambiental de los destinos".

Ahora, las ciudades están comenzando a usar la tecnología para analizar el turismo que reciben y el que quieren recibir para tener un mayor control sobre la dirección que desean que tome el sector en la localidad. Ambos ponentes de la mesa redonda se mostraron de acuerdo en que el turismo es "escaparate para la atracción de talento" de una ciudad, región o país. Se habló del fenómeno de los nómadas digitales y cómo cada vez son más las personas que crean sus propias empresas y se trasladan a trabajar a lugares que consideran más atractivos, ya sea por el clima u otros motivos.

# El volumen de cotizaciones a través de MyHiscox se triplicó en 2022

La plataforma digital para corredores de Hiscox, conocida como 'MyHiscox', experimentó un uso casi tres veces mayor en 2022 respecto al año anterior, según las cifras recogidas por la entidad.

La aseguradora ha decidido reforzar su apuesta por 'MyHiscox' para mejorar la experiencia de los corredores y ayudarles en su proceso de digitalización, con el fortalecimiento del equipo especializado y dedicado a la plataforma, tanto desde el punto de vista de la suscripción como desde el propio soporte de la plataforma.

Telmo Veloso, suscriptor senior que lleva más de once años en Hiscox, será el encargado de liderar este equipo, que contará también con Nicole Cardoso y Karool Meneses, ambas con amplios conocimientos técnicos de la plataforma y de suscripción gracias a los años que llevan formando parte de la aseguradora. Este equipo tendrá como misión ayudar a sus colaboradores en la suscripción de las cotizaciones, resolver dudas sobre el uso de la plataforma, pero, sobre todo, se ha creado para escuchar y asesorar de forma personalizada a los corredores en su proceso de ser más digitales para ser así más competitivos.

"MyHiscox ha experimentado un enorme crecimiento y cuenta con un nivel de satisfacción del 81% entre los corredores", explica David Heras, director general de Hiscox Iberia.

# Mapfre, AXA y Generali, las compañías más centradas en el cliente en Autos

Mapfre es la compañía que mejor consigue enfocar su estrategia de cara al cliente para el sector asegurador, seguida de AXA y Generali. Así lo ha puesto en valor el Índice Centrix, publicado por Smartme Analytics.

En el informe se destaca que, durante 2022, los seguros de Auto han sido los mejor valorados por sus clientes, mejorando su puntuación un 1,7% respecto a 2021, en comparación con los servicios de telecomunicaciones y los financieros.

El conjunto de las aseguradoras de Automóvil ha obtenido una puntuación media de 76,4 sobre 100 (1,4% más que 2021), seguido del sector de las telecomunicaciones con un 74,3 y el sector de la banca con un 72,1 (0,6% más que 2021).

En los seguros con más años de antigüedad, Mapfre (80,8), AXA (80,4) y Generali (79,4) encabezan la clasificación del sector de empresas más centradas en el cliente. Mapfre repite un año más encabezando de forma mantenida la mejor experiencia de los clientes de seguros de Auto.

# Purísima Seguros sale de causa de disolución

**Con la aprobación de las cuentas anuales reformuladas de 2021, Purísima MPS retoma su Plan de Adaptación vigente desde 2009 y sale de causa de disolución y de revocación.**

Después de que los mutualistas rechazaran las cuentas anuales de 2021 e impidieran la operación de absorción planteada por la anterior Junta Directiva en la Asamblea de junio de 2022, Purísima Seguros mira de nuevo al futuro con la aprobación de una nueva base técnica que le garantiza una solvencia por encima de la media del sector.

El pasado 30 de junio, la Asamblea General de Purísima rechazó las cuentas anuales de 2021, las cuales reflejaban unas pérdidas de 47 millones y un desequilibrio patrimonial de 32 millones de euros. Esta quiebra contable vino derivada de un déficit de provisiones técnicas basado en una base técnica obsoleta y de las dudas de la anterior Junta Directiva sobre su capacidad para cumplir con el Plan de Viabilidad vigente hasta el ejercicio 2029.

Después de la dimisión de una mayoría de la Junta Directiva que apostaba por la desaparición de la mutualidad, y la apertura de un proceso de integración, el día 4 de octubre se celebró Asamblea General de Elecciones, de la cual surgió una nueva Junta Directiva con el compromiso de trabajar por el futuro de Purísima: demostrando su solvencia y manteniendo su actividad.

La nueva Junta Directiva, con el apoyo de toda la plantilla de la mutualidad, se puso a trabajar para salir de esta complicada situación en la que le había dejado la anterior Junta Directiva, así como atender el expediente de disolución y revocación de licencia abierto por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), fruto de las cuentas anuales ya rechazadas. En consecuencia, contando con los informes de los distintos órganos de verificación, el apoyo de la consultora Ideas y en consonancia con los técnicos del órgano regulador, se decide reformular en base al Plan de Viabilidad de 2009 (todavía vigente) para salir de causa de disolución, redactar un nuevo reglamento de prestaciones actualizado en base a la nueva realidad del sector, y elaborar una nueva base técnica para el cálculo de provisiones conforme a la normativa vigente y a la realidad del ramo de Decesos en nuestro país.

Purísima cierra 2021 con una dotación a provisiones por el resultado íntegro del ejercicio (10 millones de euros) y un patrimonio neto positivo de más de 15 millones de euros en términos contables. Por su parte, en términos de solvencia, a finales del año 2022 cuenta con un exceso de activos sobre pasivos de más de 57 millones de euros, por lo que se posiciona como una de las mutualidades más solventes y un referente en el sector.

Con las cuentas saneadas y con la actualización del Plan de Adaptación, se atiende el requerimiento de la DGSFP y permitirá a la entidad cerrar el ejercicio 2022 con el déficit de provisiones totalmente cubierto; hecho que permite a la nueva Junta Directiva mirar hacia delante y aprovechar, en beneficio de los mutualistas, todo el potencial de la entidad.

# Reale reorganiza sus áreas Técnica, de Marketing, Comercial y Financiera

**Reale Seguros ha llevado a cabo cambios organizativos en cuatro áreas de la compañía: Técnica, Marketing, Comercial y Financiera, coincidiendo con la jubilación de su actual director del área Técnica Actuarial, Adolfo Fernández.**

El actual director de Marketing, Víctor Ugarte, asume las funciones del área Técnica Actuarial pasando a ser director Técnico y de Marketing.

Las direcciones de área de los canales tanto de Corredores y Asociaciones como de Agencias y Agentes, que anteriormente estaban en la Dirección de Marketing, pasarán a depender de la Dirección Comercial, bajo la responsabilidad de Javier Espinosa.

La Dirección de Administración, Planificación y Control de Gestión, bajo la responsabilidad de Celia Leal, integrará en su organigrama el departamento de Análisis y Control, que anteriormente dependía de la Dirección Técnica, y en la que estará la estructura de *Controllers* de las distintas territoriales de la compañía.

Esta reorganización, en vigor desde el 1 de febrero de 2023, "afianza la apuesta de la aseguradora por mejorar la eficacia de las políticas de producto, oferta, suscripción, el alineamiento de las funciones de distribución y control técnico y la coordinación en la estructura territorial", indican desde la entidad.

# Metlife mantendrá las primas de sus seguros de Accidentes durante al menos cinco años

**Con el objetivo de apoyar a sus clientes en estos momentos de incertidumbre donde la inflación y los tipos de interés siguen subiendo, Metlife se ha comprometido a mantener las primas de la mayoría de sus seguros de Accidentes durante los primeros cinco años de contratación.**

La aseguradora ha entendido que los clientes requieren de flexibilidad a la hora de contratar, y que el producto se amolde a sus prioridades y necesidades. "Nuestro papel es ayudar a nuestros clientes a afrontar la situación económica actual y la manera más sencilla es la de garantizarles el pago del mismo precio durante los siguientes cinco años a la fecha de su contratación", concluye Óscar Herencia, director general de Metlife Iberia.

# Avant2 Sales Manager bate su récord histórico con 2.855 pólizas emitidas en un solo día

Avant2 Sales Manager ha conseguido un nuevo hito de pólizas emitidas en un solo día. El 31 de enero se cerró con la emisión de 2.855 pólizas en un solo día de todos los ramos que contiene. Autos acumuló el 76% de las emisiones.

El análisis de los datos realizado con la herramienta Versus Analytics, revela una progresión al alza en las emisiones diarias a través de Avant2 Sales Manager, que ha pulverizado en siete meses el anterior récord de emisiones que le llevó un año conseguir.

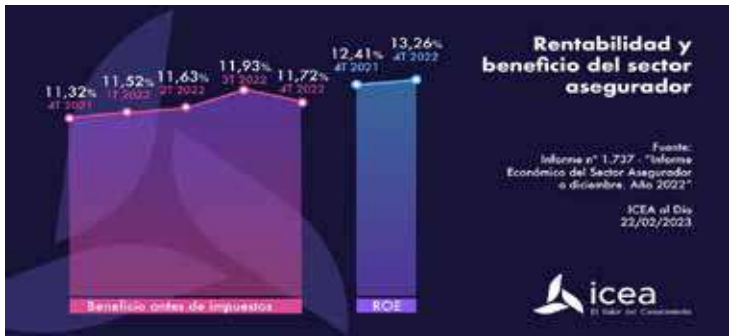
La integración de Avant2 Sales Manager con el resto de aplicaciones del grupo en la `suite´ **Codeoscopic** Workspace tiene mucho que ver en este impulso positivo del multitarificador. El conjunto de aplicaciones conforma el camino a la solución tecnológica definitiva para el corredor de seguros.

En otro orden de cosas, Codeoscopic ha estado presente en la Semana del Seguro en donde presentó los avances realizados en el entorno de Codeoscopic Workspace enfocados a ofrecer un ecosistema en la nube que cubra todo el ciclo del seguro. Además, se realizó una demo del producto Bcover Risk Management, software lanzado el año pasado por Innova Ibérica dentro de la 'suite' de Codeoscopic Workspace. La aplicación sistematiza el proceso de gestión de riesgos permitiendo al corredor convertirse en gerente de riesgos de sus clientes empresa: primero, identificando los más relevantes a los que está expuesta la empresa y las claves para gestionarlos correctamente; y después, mediante la reducción del riesgo y su transferencia a seguros.

Por otro lado, siguen uniéndose nuevos productos al multitarificador de Codeoscopic. Últimamente, lo han hecho los seguros de Decesos, Motos, Hogar Global, Hogar Integral y Hogar Confort de **Helvetia Seguros**; el de Decesos de **Aura**; el de Asistencia en Carretera de **RACC**; y el de Autos y Motos de **Senassur**.

# El beneficio antes de impuestos del sector fue del 11,72% de las primas el año pasado

En el cuarto trimestre de 2022, el beneficio antes de impuestos sobre primas imputadas se situó en el 11,72%, 0,40% más respecto al mismo periodo del año anterior, según **Icea**.




Por su parte, la rentabilidad sobre recursos propios (ROE) fue del 13,26%, 0,85 puntos porcentuales por encima respecto al cuarto trimestre de 2021. En cuanto a la solvencia, el Ratio de Solvencia (SCR) se situó en el 235,3%.

# Aegon presenta sus planes estratégicos a sus mediadores

La filial española de Aegon ha celebrado su convención comercial semestral dirigida a los responsables de sus redes de venta presenciales: agentes, mediadores y colectivos. En ella, se expusieron los planes estratégicos definidos para cada canal por parte de los responsables de ventas. Además, en diversas sesiones de formación se comunicaron todas las mejoras en la campaña comercial del curso 2023-2024 así como los planes y novedades de cara a la nueva campaña, siempre en línea con los pilares estratégicos y valores de la compañía.

José Ramón Azurmendi, director comercial y de marketing de Aegon, resaltó que "somos una compañía de personas que cuida de personas y en esta convención lo hemos visto reflejado una vez más. Afrontamos un año lleno de retos donde queremos seguir destacando como una de las compañías con mejor atención al cliente y servicio a nuestras redes de distribución. Esperamos consolidar un nuevo año de crecimiento y desarrollo de nuestros canales presenciales".

En otro orden de cosas, la aseguradora consolida su apuesta por la digitalización y la tecnología de vanguardia con el lanzamiento de un nuevo servicio de cita online disponible para sus clientes de productos completos y reembolso.

# Zurich Seguros señala que la clave de su crecimiento está en la fortaleza de su equipo humano

Zurich Seguros ha presentado los tres pilares de su estrategia en este nuevo periodo 23-25, donde se ha puesto en valor el equipo humano de la compañía, "más unido y fuerte que nunca, preparado para trabajar de forma más eficiente e innovadora y con la energía para cambiar las reglas del juego", como aseguró Vicente Cancio, CEO Grupo Zurich en España.

La compañía centrará su crecimiento en ofrecer las mejores soluciones tecnológicas, y convertirse en un partner digital más fuerte. También está desarrollando nuevos modelos de distribución comerciales, tanto en el canal mediado como el directo, donde el uso del dato y las integraciones serán primordiales para ofrecer a sus clientes las mejores experiencias digitales. Además, se han reforzado los equipos con 25 profesionales especialistas en el negocio de grandes empresas, así como en áreas estratégicas de crecimiento como Madrid, para mejorar competencias y flexibilizar procesos para ser la aseguradora más accesible para la mediación, facilitando el negocio de los diferentes segmentos de cliente.

Otra pieza fundamental es la conexión emocional con los clientes, lograr anticiparse a sus necesidades con propuestas personalizadas y ajustadas a las nuevas demandas, más alineadas con el estilo de vida, más sostenible y responsables con el planeta.

# Cecas ofrece un webinar sobre las novedades en el seguro obligatorio de circulación

La escuela de negocios de seguros Cecas ha analizado las novedades que se incorporarán al ámbito del seguro obligatorio de circulación en una jornada formativa impartida por el abogado y doctor en Derecho, César García.

La futura transposición de la 7ª Directiva del Seguro de Circulación - Directiva (UE) 2021/2118 del Parlamento Europeo y del Consejo de 24 de noviembre de 2021 por la que se modifica la Directiva 2009/103/CE relativa al seguro de la responsabilidad civil que resulta de la circulación de vehículos automóviles, así como al control de la obligación de asegurar esta responsabilidad- supondrá algunos cambios de evidente interés para la mediación, entre ellos varios aspectos a implementar obligatoriamente como, por ejemplo, el hecho de dotar de funciones, en el marco de la Unión Europea, al fondo de garantía que el Consorcio ya viene asumiendo en España.

Entre los aspectos en los que se dejará libertad a cada Estado se encuentra el aseguramiento obligatorio de los vehículos de movilidad personal.

Entre las novedades, también se encuentra la ampliación del concepto de "hecho de la circulación" para abarcar maquinaria industrial que, en la actualidad, no tienen seguro de Responsabilidad Civil de Circulación y ahora pasaría a tenerlo.

Asimismo, en otro seminario, Cecas analizó el seguro de Decesos. En él se habló, entre otras cosas, de la importancia que este tipo de seguros tiene para el mediador, así como la situación actual del mercado de Decesos en España incidiendo en las características diferenciales de este tipo de seguros. Además, sirvió para presenta las mejores vías para su comercialización donde el sector se enfrenta al gran reto de entrar en nuevos segmentos de población, especialmente los jóvenes.

# AXA XL incorpora a Darío Martín a su equipo de Distribución

AXA XL ha anunciado el nombramiento de Darío Martín como Client Distribution Leader, Iberia para contribuir a reforzar el compromiso de la compañía con los clientes y corredores en España y Portugal.

Martín comenzó su carrera en 2013 en Willis Towers Watson antes de incorporarse a Marsh & McLennan Companies en 2014. Posteriormente, pasó a ser Property Underwriter & Portfolio Management en Zurich Global Corporate y más tarde fue nombrado Broker Relationship Leader en Allianz. Es licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Rey Juan Carlos.

# Liberty Seguros y Aon distribuirán sus seguros para mascotas en Barakaldo Vet Shop

Liberty Seguros y Aon, que continúan aumentando su red de colaboradores, han llegado a un acuerdo con el e-commerce de productos para mascotas Barakaldo Vet Shop para la distribución exclusiva de seguros para animales de compañía.

Así, Barakaldo Vet Shop ofrecerá diferentes paquetes de coberturas de Liberty para mascotas. Entre ellas, se encuentran: robo, accidente, responsabilidad civil, sacrificio, entierro e incluso compensación de los costes de la búsqueda en caso de extravío del animal. También se puede contratar, como parte de la póliza, una compensación por estancias de la mascota en residencias cuando el asegurado sea hospitalizado.

Icea ha publicado los rankings definitivos del año 2022, en los que se muestran los grupos y entidades líderes en cada ramo en volumen de primas.

# Icea da a conocer las aseguradoras líderes de cada ramo en 2022

Arag encabeza Defensa Jurídica, con el 55,29%; Crédito y Caución el seguro de Crédito, con el 44,52%; AXA XL el de Incendios, con el 36,19%; VidaCaixa el ramo de Vida, con el 31,27%; SegurCaixa Adeslas el de Salud, con el 30,04%, y el de Accidentes, con el 9,58%; Santalucía el de Decesos, con el 30,01% y el de Asistencia, con el 24,53%; Mapfre el de Transportes, con el 29,53%, el de Autos con el 18,25%, el de Multirriesgos con el 17,91%, el de Otros Daños a los Bienes con el 14,92% y el de Responsabilidad Civil, con el 14,29%; Aserta el de Caución, con el 23,37%; y Cardif el de Pérdidas Pecuniarias, con el 13,41%.

# Campus Asegurador recibe la autorización para ofrecer el curso de Nivel 1

La Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) ha autorizado a la escuela de seguros Campus Asegurador para que organice el curso de Nivel 1, que lo ofrecerá de forma online con una duración de 300 horas.

Esta autorización tendrá vigencia siempre y cuando el curso se imparta conforme con los preceptos de los citados Real Decreto-ley 3/2020, Real Decreto 287/2021 y Resolución de 3 de junio de 2021. Por consiguiente, la Escuela de Seguros Campus Asegurador recibe una autorización permanente por parte de la DGSFP mientras mantenga su modelo formativo según lo comunicado al organismo regulador.

# Active Seguros amplia su atención médica las 24 horas

**Active Seguros** ha mejorado su servicio médico 'Tu Salud', con la ampliación de la atención médica las 24 horas del día, los 365 días del año, también a través de videoconsulta.

Además, se han renovado las funcionalidades digitales de la plataforma, que ahora incorpora una aplicación de acceso directo para comodidad de sus asegurados.

También ha reforzado sus servicios legales, que desde el 1 de enero incorporan prestaciones para que el asegurado pueda tratar sus asuntos legales-laborales con abogados colegiados que le atenderán de manera personalizada vía telefónica, email y WhatsApp.

# MPM Software presenta sus nuevas soluciones para 2023

**MPM Software** ha anunciado el próximo lanzamiento de su nuevo catálogo de soluciones 2023 que incorpora, entre otras cosas, el lanzamiento del multitarificador inteligente TarifAI, la nueva versión de Elevia BOT; y su nueva solución, Elevia Analytics.

TarifAI es una solución flexible, escalable, que permite, entre otras novedades, realizar configuraciones personalizadas por producto, personalizar filtros en las comparativas, gestionar pre-emisiones...

Elevia Bot, el asistente virtual de MPM Software basado en tecnologías de chabot, incorpora: la disponibilidad de un componente web integrable en la web del corredor, su integración con WhatsApp y su incorporación en las nuevas soluciones eClient. Asimismo, dispondrá de un chat integrado desde donde poder seguir el historial de las conversaciones e interactuar en modo agente con los clientes con independencia del canal utilizado (Facebook, Web y WhatsApp).

La nueva herramienta de analítica e inteligencia de negocio Elevia Analytics, integra la información de segElevia con la plataforma Power BI y Azure de Microsoft, la cual permite acceder a cuadros de mando avanzados que proporcionan un alto detalle de información y ofrecen una excelente experiencia de usuario tanto en el análisis como en la navegación entre los datos.

Por otro lado, MPM Software ha comunicado la disponibilidad de la integración con Dora, un servicio para la externalización de gestión de siniestros para mediadores de seguros proporcionado por Agar. Entre los servicios ofrecidos por Dora destacan la gestión de reclamaciones de responsabilidad civil, la tramitación de siniestros de daños propios (incluidos los consorciales), el recobro de terceros, así como sus reclamaciones de derivadas, la gestión de flotas y su servicio de tramitación global de siniestros.

# Asefa celebra su Convención Anual Comercial 2023

En la XIX Convención Anual Comercial, **Asefa Seguros** hizo balance del ejercicio anterior y expuso las líneas de actuación de 2023.

Luis Lázaro, director del departamento de Construcción; Francisco Ruiz, director de las áreas de Responsabilidad Civil y Caución; y Daniel Agut, director técnico, ahondaron en la evolución de los circuitos del área comercial y el área técnica, explicaron las mejoras introducidas para agilizar los procesos y presentaron los nuevos desarrollos previstos para este año.

Durante el evento, Yoann Salabert, asistente de la dirección general, presentó los principales indicadores de la economía y del mercado de la construcción en 2022 y las perspectivas evolutivas para 2023.

Por su parte, José María Soriano, director Financiero y de Recursos Humanos, trasladó a los asistentes las principales cifras de la compañía a cierre del pasado ejercicio, poniendo en valor el esfuerzo e implicación de toda la plantilla a lo largo de 2022.

La estrategia comercial de la entidad fue presentada por el director comercial, Juan Ruiz, quien resumió los resultados comerciales del ejercicio anterior y dio a conocer los objetivos para este año, centrados en incrementar progresivamente la cuota de mercado en los ramos de Construcción y Caución, siempre de forma controlada, rentable y sostenible.

Como apoyo al área comercial, la directora de Marketing y Comunicación Externa, Cristina Ramos, compartió con los asistentes las principales acciones y campañas publicitarias que se pondrán en marcha enfocadas al incremento de la notoriedad de la marca y del refuerzo del posicionamiento de la compañía como especialista en seguros de Construcción.

Para el futuro, Asefa se posiciona como "el socio asegurador de los mediadores y de nuestros clientes con el objetivo de responder a sus expectativas de agilidad y proximidad, siempre con la cualificación técnica que nos caracteriza", reafirmó su directora general, Florence Cesmat.

# Markel designa a Inmaculada Bartolomé a su área de Caución

**Markel** ha incorporado al área de Caución, como suscriptora senior, a Inmaculada Bartolomé.

Es licenciada en Administración y Dirección de Empresas, y ha desarrollado distintos puestos de responsabilidad en Asefa Seguros.

"Con Inmaculada en el equipo, podremos seguir dando cobertura a nuestros clientes en los productos habituales (Contratos Públicos, Aduanas, Meff y Energías Renovables), y dar el salto a nuevos productos (Subvenciones y Privados) y mercados (Portugal) que suscribiremos en 2023", ha señalado Francisco Juárez, director de Caución de Markel España.

# DAS Seguros presenta sus resultados

**DAS Seguros** organizó una jornada de trabajo junto con los presidentes de los colegios de mediadores con los que actualmente mantiene un acuerdo de colaboración, en el marco de la Semana del Seguro 2023 de **Inese**. En él se expusieron los resultados y principales hitos de la compañía en 2022, además de debatir las líneas de trabajo conjunto previstas para 2023.

Adolfo Masagué, director comercial de DAS Seguros, compartió que el canal mediador ha alcanzado un incremento en facturación del 13,2% en la compañía. Asimismo, expresó el firme compromiso de la aseguradora por continuar aumentando la calidad del servicio y atención tanto al cliente como al mediador, además de responder de forma eficaz a sus necesidades en el presente ejercicio.

En 2023, "uno de nuestros objetivos es potenciar la Protección Jurídica a través de los Colegios de mediadores como propuesta de valor para el canal, brindando una formación específica sobre el ramo y los productos, además de dar a conocer soluciones tecnológicas innovadoras y transformadoras que permitan mejorar la eficiencia de los procesos comerciales", dijo Masagué.

# Adeslas amplía su oferta de Salud para hogares con niños y adolescentes

**SegurCaixa Adeslas** ha reforzado los servicios de Salud familiar con soluciones digitales diseñadas para hogares con niños pequeños o adolescentes. Incorpora funcionalidades premium de LactApp, potencia el coaching infantil y amplía los servicios de orientación pediátrica.

La novedad más reciente son los servicios premium de la start-up LactApp, para madres lactantes, que da acceso gratuito a contenidos diarios y notificaciones personalizadas sobre el embarazo, respuestas a las preguntas más frecuentes de los primeros días, el destete y otros aspectos de este periodo. Asimismo, las clientas podrán consultar sus dudas con un equipo de profesionales sanitarios con amplia experiencia en lactancia.

El coaching de salud infantil facilita, durante los 30 primeros meses de crecimiento del bebé, el acceso a un servicio telemático de orientación con una enfermera especializada. Recientemente se ha añadido también una cartilla digital para que los progenitores lleven un control de las revisiones, la evolución del niño y el calendario de vacunación, entre otros aspectos.

Asimismo, se promociona una vida activa entre los jóvenes o la salud emocional en la adolescencia.

# El seguro indemniza con casi 3.000 millones a sus clientes por siniestros industriales

El seguro paga, cada año, en torno a 3.000 millones de euros a industrias, comercios y demás empresas, según el informe "Siniestros industriales. Datos 2021-2022", elaborado por Estamos Seguros, de Unespa.

El valor de los activos protegidos a través de las pólizas industriales –sumando los componentes de oficinas, comercios e industrias–, rondaba los 1,73 billones de euros en 2021, un 3% más que un año antes. Los capitales medios presentan variaciones importantes, desde los 225.000 euros de capital medio en comercios, hasta los 1,72 millones de euros en las industrias.

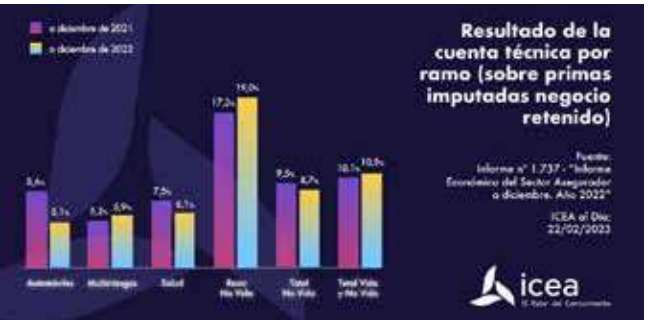
El número de empresas aseguradas en España rondaba los 2,8 millones en 2021, lo que supone un aumento de casi 294.000 respecto a 2020 (+11,6%), según la información relativa a pólizas de las modalidades de seguros puramente empresariales recogida en las memorias de la DGSFP.

Los 16 grupos aseguradores sondeados para la elaboración de este estudio atendieron 205.000 percances industriales entre el 1 de agosto de 2021 y el 31 de julio de 2022. De estos expedientes, dos tercios (67%) correspondieron al seguro de Multirriesgo Industrial, mientras que el seguro de Transporte supuso otro 13% y la cobertura de averías de maquinaria, un 12%. Por coste de los sucesos, Multirriesgo Industrial generó el 70,5% de los pagos por parte del seguro, Transportes de mercancías representó un 9,3% y Transporte, otro 5,7%.

Las pólizas de Transportes –en su modalidad de "cascos" o de protección del vehículo empleado para desplazar el producto –, son las que generan percances más graves, de acuerdo con la información recabada. Un siniestro del seguro de Transportes implica el pago de 9.537 euros de media. Le siguen en importancia los incendios industriales (8.184 euros por siniestro) y la construcción (5.111 euros).

# El resultado de la cuenta técnica del sector alcanzó el 10,5% a finales de 2022

El resultado de la cuenta técnica del seguro, si lo expresamos en base a las primas imputadas retenidas, fue del 10,5%, cuatro décimas superior al índice obtenido un año antes.




Según Icea, la tasa de siniestralidad del negocio directo, incluyendo el reaseguro aceptado, fue del 78,1% de las primas imputadas, cinco puntos y medio por debajo de la que hubo a diciembre de 2021. Desde el punto de vista de las provisiones, el resultado de la cuenta técnica de Vida obtuvo un ratio del 1,93% en los negocios directo y aceptado, cerca de medio punto superior al existente un año atrás.

# El IES supera las 115.000 horas de formación continua certificadas el pasado año

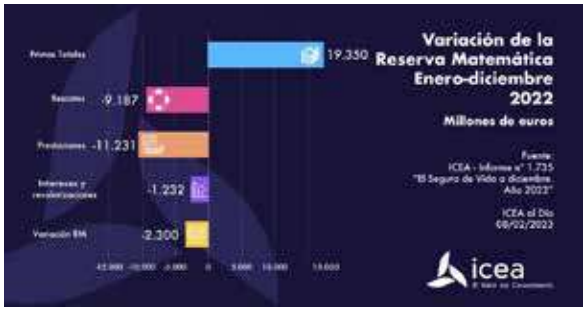
El Instituto e-Learning del Seguro (IES), plataforma de formación online perteneciente al Grupo W2B, cerró el ejercicio 2022 con un total de 115.471 horas de formación continua certificadas en los planes de formación continua de todos sus alumnos.

Más de 9.500 alumnos han realizado estas horas de formación continua en 2022 eligiendo entre más de 150 contenidos formativos con los que cuenta el catálogo del Instituto e-Learning del Seguro y que, en su conjunto, ofrecen itinerarios por un total de 350 horas de formación entre: píldoras online, cursos online, webinar, podcasts y formación 100% audible.

A todas estas horas de formación continua hay que añadir las que ha impartido el IES a lo largo del año en sus diferentes programas formativos iniciales de los niveles 1, 2 y 3 para los que se han realizado en 2022 un total de 3.150 exámenes a través de su plataforma de control visual y de sonido, que verifica la validez de la realización de las pruebas tal y como exige el RD 287/2021.

En 2023, ya ha lanzado un curso sobre 'El IPS o Impuesto sobre las primas de seguros', 100% online y con un cómputo de dos horas y media, en el que se abordan aspectos como: sus características, exenciones, los sujetos obligados al pago, el proceso de liquidación, etc. Y una nueva píldora online, de hora y media de cómputo, sobre 'El seguro voluntario de Automóvil' (SVA), dentro de la sección de Formación Continua – Sobre Seguros. Aborda aspectos importantes para conocer más en profundidad este tipo de seguro como, por ejemplo: características, coberturas y garantías, exclusiones, el papel del asegurado y de la aseguradora, etc.

Asimismo, en febrero, IES ha abierto el plazo de matriculación para la 2ª edición del Curso de Seguros para Distribuidores del Nivel 1, que dará comienzo el 1 de abril. Es 100% online y cuenta con 300 horas de duración de las que el 30% son clases prácticas mediante jornadas y ponencias por webinar de profesionales expertos del sector asegurador.




# Las reservas matemáticas de Vida alcanzaron los 193.613 millones en 2022

A 31 de diciembre de 2022, las reservas matemáticas de los seguros de Vida Ahorro lograron 193.613. Cifra que supone una reducción de 2.300 millones respecto al año anterior, según Icea.

Esta caída se debió, en su totalidad, a los seguros con garantías de interés, que disminuyeron en 3.233 millones, mientras que los seguros vinculados a activos aumentaron 933 millones.

# Adecose busca el apoyo del PP a sus enmiendas al Proyecto de Ley de Servicios de Atención al Cliente

**Adecose** se ha reunido con la portavoz de Sanidad y Consumo del PP en el Congreso de los Diputados para valorar la situación actual del Proyecto de Ley de Servicios de Atención al Cliente en relación con los aspectos que más preocupan a la asociación. Esta ha solicitado el apoyo del Partido Popular respecto de las enmiendas presentadas por los distintos grupos políticos, que más afectan a las corredurías de seguros.

En este sentido, cabe recordar que Adecose presentó una propuesta de enmienda al Proyecto para excluir a las corredurías de la obligación de "garantizar la prestación de un servicio de una atención de forma continuada las 24 horas del día todos los días del año, cuando sea necesario para atender las quejas o reclamaciones derivadas de la desatención de las incidencias relativas al mantenimiento de aquellos servicios que exijan una prestación continuada". Entre otros motivos, se esgrimen la falta de proporcionalidad y eficiencia de la norma, así como el escaso número de reclamaciones que ha registrado la DGSFP con respecto al colectivo (81 en total).

La enmienda propuesta por la asociación se ve reflejada, aun cuando no exactamente, en otras enmiendas presentadas por varios grupos políticos. En este sentido, Adecose está solicitando a los grupos políticos que las apoyen en la tramitación del Proyecto que está teniendo lugar en el Congreso, con el fin de que se rectifique en él la exigencia que afecta a las corredurías de seguros.

En otro orden de cosas, la **Fundación Inspiring Girls**, que trabaja para aumentar la autoestima, la ambición profesional y las expectativas laborales de las niñas a través de la experiencia de mujeres voluntarias de todos los sectores, ha firmado un acuerdo de colaboración para los próximos tres años con **Fundación Adecose** con el objetivo de familiarizar a las niñas con el sector asegurador y financiero y con la labor de las corredurías de seguros.

Ello se llevará a cabo mediante varias iniciativas, entre las que destacan un Club o taller en el que mujeres referentes del sector, junto a una representante voluntaria de Adecose, serán las formadoras, con un doble objetivo: impartir conocimientos sobre estos colectivos y a la vez ser las referentes para que las mujeres descubran las salidas profesionales vinculadas a ellos. El Club Financiero y Asegurador de Inspiring Girls está destinado a universitarias y jóvenes ejecutivas para que conozcan desde cómo gestionar sus propias finanzas hasta el funcionamiento del mercado financiero y asegurador de una forma sencilla.

Por otro lado, señalar que la Fundación Adecose ha inaugurado la VI Edición del Programa de Desarrollo Directivo (PDD).
Por otra parte, la Junta Directiva de Adecose ha aprobado la incorporación de **Herrero Brigantina**. Con esta entrada, la asociación suma tres nuevas adhesiones desde comienzos de año y alcanza 164 corredurías.
Por último, señalar que una delegación de Adecose, compuesta por Juan Ramón Plá, representante del área Internacional de la asociación y vicepresidente de Bipar, Borja López-Chicheri, director gerente, y Marta Mariño, responsable de Asuntos Corporativos, ha participado en la reunión semestral que Bipar (Federación Europea de Intermediarios de Seguros), donde se habló de los desafíos globales, que suponen una oportunidad para el sector asegurador. Entre los riesgos más destacados, se encuentran los ciberataques, la concurrencia de satélites en el espacio, el cambio climático, las energías renovables, los problemas en las cadenas de suministros, los conflictos geopolíticos y las pandemias.
Por otro lado, se presentó una herramienta tecnológica promovida por el sector asegurador belga que empezó como un software B2B entre aseguradoras y brokers y que ha evolucionado hasta hoy como una solución digital B2C que conecta con los clientes.
Además, se manifestó la necesidad de adaptar los productos aseguradores a la digitalización del sistema financiero: "El futuro del seguro dependerá de cómo el sector se desenvuelva en la era digital".
En este sentido, Juan Ramón Plá se reunió con Stéphanie Yon-Courtin, diputada al Parlamento Europeo y miembro de la Comisión de Política Económica (Econ), donde trataron, entre otros temas, las novedades en cuanto a la estrategia de inversión minorista en el marco de la Unión del Mercado de Capitales que se está debatiendo en la Comisión y en el Parlamento Europeo.

LAGUN ARO
Mediadores

# Fecor prevé nuevas incorporaciones de asociaciones

**Fecor dio a conocer, a primeros de febrero, ante los medios de comunicación sectoriales, los principales objetivos que quiere conseguir esta nueva federación que, tras la integración de Ciac, cuenta con 17 asociaciones repartidas por toda la geografía española. "Está abierta a todas las asociaciones y de hecho se esperan nuevas incorporaciones, próximamente". Una expansión que se plantea también en Europa y Latinoamérica. Su presidente, Juan Antonio Marín dijo que "nuestras expectativas de crecimiento son las máximas".**

En la rueda de prensa estuvieron presentes su presidente, Juan Antonio Marín; Higinio Iglesias, vicepresidente I; José Luis González, vicepresidente de Fecor (Regulación y Normativa); y Paco Hoya, vicepresidente de Fecor (Sostenibilidad y Expansión). Todos ellos representantes de una junta directiva que se completa con: Antoni Serra, tesorero; Juan José Ruiz Maguregui, que se encarga de Acuerdos y Servicios; Pablo Lariño, que está al frente de Relación Defensa del Asociado; Juan Ramón Galván, que dirige Fomento de la Cultura Aseguradora; y Cristina Gutiérrez, que es la directora gerente. Marín hizo referencia a que en la junta están representadas todas la asociaciones que han entrado, para que puedan sentir a la federación como suya. Además, comentó que tiene cabida cualquier asociación. "Las hay de carácter más regional y otras nacionales".

Los principales objetivos que tienen por delante son: una Fecor Global (regional, nacional, a nivel europeo y Latam); expansión y representatividad; desarrollo de estrategias (representación institucional y defensa del corredor de seguros), digitalización, llegar al consumidor final, sostenibilidad y expansión y corredor solidario.

La federación se plantea "seguir creciendo en representatividad". Marín indicó que "queremos ser útiles, que las asociaciones vean que estar en Fecor les aporta representatividad".

En relación con el desarrollo de estrategias, José Luis González habló de la labor de Fecor en la representación institucional en la defensa del pequeño y mediano corredor, y en la defensa del consumidor. Su objetivo es "reforzar la parte territorial, con reuniones con los gobiernos autonómicos".

Higinio Iglesias hizo hincapié en que se necesita "comunicar al consumidor final lo que aporta el seguro y el corredor". Por eso, "queremos estar presentes en las redes sociales. Ya hemos realizado algunas acciones y haremos otras nuevas". Sobre el relevo generacional, "el problema es cómo atraer a jóvenes, porque no somos un sector atractivo para ellos. Por eso, hay que generar experiencias positivas y difundirlas y si lo hacen los jóvenes, mucho mejor. Hay que entrar en la universidad y ser capaces de atraer a los jóvenes porque, una vez que entran y lo prueban, se quedan porque les gusta".

Sobre la digitalización, Iglesias dijo que "estamos en un momento trascendente para

el sector de los corredores (EIAC, CIMA, uso del dato, póliza digital…), por lo que la digitalización va a ser fundamental en los próximos años para el negocio de los corredores".

Hoya resaltó el hecho de que Fecor fuera la primera entidad española que entró en la Red del Pacto Mundial. Desde la federación se quiere retomar el cluster #corredorGreen que está abierto a todo el mundo, corredores y compañías. Sobre su expansión a Latinoamérica, explicó que han comenzado ya con conversaciones en Perú. Un continente donde, según Higinio Iglesias, "hay mucho que hacer, porque hay mucho interés por parte de las asociaciones latinoamericanas".

Sobre la incorporación de Ciac a la federación, Paco Hoya explicó que "el perfil de los corredores que representamos era el mismo y teníamos los mismos objetivos. Por eso, la integración era lo natural". Marín añadió que "es una forma de demostrar que hablando se puede lograr. La integración ha sido natural y con respecto por ambas partes".

Entre los principales proyectos de futuro están: el fomento de la profesión entre los más jóvenes; aproximación a las instituciones regionales; el IV encuentro, que se celebrará en Madrid el próximo 26 de octubre; retomar los Cuadernos temáticos.

# Eduardo Dávila, nuevo presidente de Aon España

**Aon ha nombrado a Eduardo Dávila CEO de Aon EMEA y miembro del Aon Executive Committee Global.**

Este cargo reconoce su vinculación con nuestro país, donde comenzó su trayectoria en Aon hace más de 20 años, y su importante aportación para que España sea actualmente un país clave para la firma por talento y resultados de negocio, así como por ser un *best practice* en la implantación y ejecución de las estrategias de la multinacional. Desde este puesto, seguirá acompañando el equipo de Aon España para continuar creciendo y fortaleciendo la relación con clientes y mercados.

# Juan Manuel Sánchez-Albornoz, presidente del Consejo Gallego, recibe un reconocimiento

**Juan Manuel Sánchez-Albornoz, presidente del Consejo Gallego de Mediadores de Seguros, ha recibido la distinción 'honoris causa' de la mediación que otorga cada año la revista Mercado Previsor, especializada en la mediación de seguros, a 10 profesionales del sector.**

El Consejo Gallego de Mediadores de Seguros cuenta con más de 500 colegiados en toda Galicia y ostenta la representación de los casi 4.000 mediadores de seguros de la región.

# Aplazada la constitución de la mesa negociadora del convenio de mediación

**El 1 de febrero se celebró la primera reunión para constituir la mesa negociadora del convenio de mediación de seguros, en donde las organizaciones sindicales no han podido alcanzar un acuerdo entre ellas sobre su representatividad.**

**Aemes** ha informado de que, como el acuerdo entre los sindicatos es imprescindible para poder constituir la mesa negociadora, se retrasa su constitución al 1 de marzo, en esa una nueva reunión se espera que las organizaciones sindicales hayan llegado a un acuerdo.

Cabe recordar que el pasado 31 de diciembre, se agotó el período de vigencia del convenio colectivo de la mediación y se produjo la consiguiente protesta del mismo. De cara a la inmediata negociación del nuevo texto, los colegios de mediadores, como corporaciones de derecho público y representantes de toda la profesión, han trasladado a la patronal del sector (Aemes), los puntos que deberían tratarse en la nueva negociación.

La propuesta colegial señala un marco general de convenio basado en la especificidad de los negocios de mediación, tanto en tamaño, como en casuística y volumen de facturación. El anterior convenio, en opinión del Consejo General, trasladaba "en demasiados casos cláusulas y planteamientos del convenio de las compañías muy ajenos en términos societarios a la realidad mediadora. Además, recogía algunos puntos claramente equívocos". Los principales asuntos a modificar o introducir en la nueva redacción son:

1. **Revisión salarial.** En torno al 11% en los cuatro próximos años, con revisión anual según el IPC. Supone una media de 2,75%: 3,25% en 2023; 3,25% en 2024; 2,50% en 2025; y 2% en 2026. En el supuesto de que el IPC general de cada uno de los años fuera superior, las tablas salariales inicialmente pactadas podrían incrementarse. La diferencia resultante se abonaría antes del 30 de abril, de cada año en una paga.
2. **Complemento salarial.** La actual redacción recoge una bonificación a todos los empleados si las primas de la empresa superan 25 millones, independientemente del beneficio. Como el rendimiento neto del negocio mediador se referencia sobre comisiones, no sobre primas. La propuesta de los Colegios pasa por cambiar el concepto de primas por el de comisiones.
3. **Póliza de seguro de la plantilla.** No existe en el mercado póliza alguna capaz de cubrir la redacción actual del convenio, sin exclusiones. Ello obliga a la empresa a hacerse cargo directamente de todas las exclusiones derivadas de un accidente con el consiguiente perjuicio, al margen de la posible sanción administrativa que se pudiera derivar. Habría que trabajar en la mesa de negociación sobre este compromiso dado que el empresario es un mediador de seguros conocedor de esta situación.

Los Colegios proponen modificar las indemnizaciones aclarando contingencias. Ello supondrá aumentar algunas y eliminar o reducir aquellas contingencias donde no existe una relación con la

actividad. En los casos de enfermedad común o accidente no laboral, la indemnización quedaría anulada o fijada en una cuantía única del 10% de la cuantía señalada en el punto 1 (en la actualidad, sería 2.200 euros).

En el supuesto de que al trabajador se le presente la póliza y acepte los términos de la misma, incluida las exclusiones, si éstas fuesen opuestas por la compañía para dar cumplimento a la cobertura indicada en los puntos 1 y 2 del artículo, la indemnización fijada se vería sustituida por una cuantía de 2.200 euros a cargo de la empresa.

**4. Jubilación.** Las compensaciones económicas vitalicias y por jubilación recogidas en el artículo 61 del actual convenio son una traslación de las contenidas en el convenio de entidades aseguradoras cuya capacidad económica difiere de las empresas de mediación; no apareciendo, por otro lado, en Convenios como en el de Oficinas y Despachos, más próximo, por el tipo de empresas, a las de mediación.

La propuesta de los Colegios elimina las compensaciones del artículo 61 y establece, en su lugar, un único premio de jubilación consistente en una mensualidad por cada 4 años trabajados, con un máximo de 8 mensualidades.

Adicionalmente, la empresa podrá regular o establecer sistemas de compensación económica por jubilación.

**5. Formación.** Adaptación del convenio a la normativa actual sobre formación continua de mediadores establecida en el Real Decreto 287/2021 de 20 de abril.

# Intermundial presenta su nuevo catálogo de seguros para agencias de viaje

**Intermundial** ha presentado la nueva edición de Pack Plus, su catálogo de seguros diseñados como propuesta de valor y servicio a las agencias de viajes, en el que se recogen todas sus novedades en productos, servicios y tecnología.

Entre las principales novedades, destaca el nuevo seguro 'Multiasistencia VIP' que incluye: Gastos médicos hasta 2.500.000 de euros, incluyendo enfermedades preexistentes hasta 15.000 euros; tramitación exprés de siniestros garantizada en un plazo de 72 horas; devolución del importe íntegro del crucero por denegación de embarque por Covid-19; posibilidad de modalidad anual multiviaje; sin sobreprima de cruceros; 45 causas de anulación hasta 15.000 euros; y extensión de la cobertura de anulación a cónyuge, pareja e hijos menores en aquellas causas distintas a la de enfermedad, accidente o fallecimiento que ya tenían cobertura en estos supuestos.

Por otro lado, Intermundial, por medio de su partner Foredu Solutions, ha colaborado en la distribución de la preventa del nuevo y esperado Samsung S23. La oferta incluyó el seguro de protección del teléfono de Inter-Tech, la división de Intermundial experta en soluciones aseguradoras para equipamiento tecnológico.

# Confluence Group creció un 19% en 2022

**Confluence Group** ha cerrado el año 2022 con la integración de 38 nuevos profesionales y un aumento del 19% en volumen de ingreso de negocio neto.

"La creación constante de herramientas que automatizan procesos, y el tutelaje y apoyo en la gestión de la cartera de nuestros *affinitys* ha sido clave en el resultado obtenido. Este año hemos aumentado el número de compañías que integran nuestros multitarificadores propios y hemos formado en estrategias profesionales a nuestra Red, y por ello el resultado ha sido magnífico", ha comentado Iban Monje, director comercial de la correduría.

Dado el aumento de integrantes de la red, se ha fortalecido su estructura con nuevos departamentos que garanticen la calidad y el cumplimiento normativo en sus clientes, acciones que han tenido una rápida respuesta por parte de los mismos, consiguiendo un aumento del ratio de cliente multipóliza en un 15%. A su vez la facilidad en el cobro, por la integración de plataformas, tales como: Bizum, Apple Pay, Google Pay, añadido al TPV virtual han hecho que aumente el ratio de persistencia en 16 puntos con respecto al año anterior. También se ha integrado un departamento de Marketing que apoya a los colaboradores, dando formación en estrategias digitales.

Para este año, van a ver la luz proyectos como el de inteligencia artificial.

# Moné Seguros presenta su nueva web

Desde hace unos meses, **Moné Seguros e Inversión** lleva preparando el lanzamiento de una nueva web, que recoge un diseño y una navegación más amigables, y que permite ofrecer información útil y cercana a sus usuarios.

"Llevamos muchos años trabajando nuestra estrategia digital, y veíamos necesario renovar tanto la imagen que proyectamos, como el contenido de nuestra web, ya que entendemos que debemos poner las cosas muy fáciles a aquellos que buscan asesoramiento útil y de calidad en todo lo relacionado con seguros", señala Gonzalo Moné, responsable del departamento Empresas de la correduría. Disponen de 3 apartados en los que abordan los principales seguros de empresas, particulares y ahorro e inversión, y mantienen su blog, en el que cuentan con más de 200 artículos divulgativos con información de interés sobre el sector y cada tipo de seguro.

# Colmedse celebra la tercera fase de su concurso de mediadores

**El Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla (Colmedse) ha celebrado la 3ª fase del concurso 'Seguro que eres un diez' (SQEUD), que se ha basado en cuatro presentaciones de productos de empresa, realizadas por 4 equipos de 2 participantes cada uno.**

El primer equipo (compuesto por Alfredo Gil y José Antonio Buzón) presentó el seguro de Crédito que ofrece seguridad financiera para la empresa. El primero destacó que "el riesgo financiero y la insolvencia, ha aumentado en España un 60% durante el año 2022 y la probabilidad de recuperar un impago, cada vez es más difícil". El segundo compartió que "normalmente los autónomos y las empresas, no suelen llevar un control de la salud financiera de sus clientes, lo que puede acarrearles diferentes problemáticas".

El segundo equipo (formado por Javier Morales y José Ernesto Vega) realizó su presentación sobre el seguro de Vida. Morales indicó que "tener una buena planificación ante los imprevistos que se nos puedan presentar hoy en día es muy importante, así como, intentar dejar solucionados los problemas familiares que puedan aparecer de un accidente, debe ser una prioridad que debemos pulir con un seguro de Vida bien planificado". Vega comentó que "una empresa, es un equipo y cada componente tiene un valor añadido que da viabilidad al funcionamiento de dicho negocio. Una importante auditoría de riesgos, es fundamental para poder valorar, el coste que deberíamos asumir, en caso de tener que sustituir a alguno de sus miembros".

Verónika Ruiz y Óscar Herrero fueron los miembros del tercer equipo y hablaron sobre el seguro de Responsabilidad Civil por daños al medio ambiente. Ruiz indicó que "se establece una responsabilidad civil, que se fundamenta en la Ley 26/2007 del 23 de octubre, que establece distintos tipos de daños al medioambiente. Además de obligar a prevenir con medidas, los daños a los recursos naturales y, en su caso, repararlos". Por otro lado, Herrero dijo que con este seguro "protegemos la imagen de la empresa, que se puede ver muy afectada por un incidente de esta naturaleza".

El último equipo formado por Mila Bellido y María Pozo centraron su presentación en los Ciberriesgos. "En los últimos años, el aumento de la importancia de la tecnología, conlleva una serie de riesgos. Por lo que es necesario protegerse de las amenazas, sobre todo en forma de ciberataques", indicó Pozo. Mientras que Bellido llamó la atención sobre el hecho de que "se puedan causar en nuestros equipos y dispositivos daños materiales, pérdidas, y daños intangibles. Como pueden ser datos, información, nombres de dominio… y lo más importante: los daños a terceros, que puede implicar una responsabilidad civil e incluso penal".

Los votos señalaron como clasificados a Javier Morales, José Ernesto Vega, Óscar Herrero, Verónika Ruiz, Mila Bellido y María Pozo. La siguiente fase se celebrará el próximo 10 de marzo y en ella, los participantes deberán escribir un post sobre temática de seguros, para demostrar su conocimiento y experiencia.

# Mediadores y economistas asturianos estrechan lazos

El Colegio de Mediadores de Seguros del Principado de Asturias y el Colegio Profesional de Economistas de Asturias han firmado un protocolo de colaboración para coordinar esfuerzos en aquellos objetivos comunes de ambos sectores profesionales tanto en materia formativa como en el desarrollo de asesoría profesional específica.

Estas actividades serán desarrolladas sin contraprestación económica y fundamentalmente consistirán en colaboraciones institucionales para las materias de interés común, así como actividades formativas como jornadas, seminarios, charlas, cursos o conferencias.

Uno de los objetivos es promover y fomentar acciones que faciliten la cultura aseguradora, para que mejore el grado de conocimiento y comprensión de los seguros por parte de los economistas. Para ello, se facilitará asesoramiento e información en materia de seguros.

# Cojebro prepara su estrategia futura en su última asamblea

Cojebro ha celebrado su asamblea del primer trimestre en el Monasterio mercedario de Santa Mª del Olivar (Bajo Aragón turolense).

En ella se debatió la estrategia para acometer el camino adecuado en un entorno asegurador cambiante y exigente, y sobre las necesidades de transformación y adaptación de la gestión empresarial de la organización.
Allí se aprobó también la entrada de Grupo Bárymont como socio. La correduría cuenta con oficinas en Madrid, Cataluña, Cantabria, Castilla León, País Vasco y Canarias, más de 20 años de experiencia en el sector y un amplísimo conocimiento en planificación financiera, impartido por expertos especialistas que analizan y estudian las necesidades de cada cliente y, así, ofrecerle soluciones capaces de mejorar su situación de partida, acompañándole hacia su bienestar económico.

# Summa expone el valor de la tecnología para el futuro del negocio de los corredores

La tecnología ha sido el centro de debate del encuentro estratégico de Summa/Acrisure con corredores de toda España. "Sin tecnología no hay futuro para el corredor. Por tanto, es fundamental la necesidad de seguir transformándose. No existirán los corredores de seguros no tecnológicos en el próximo futuro" indica José Antonio Vargas, CEO de la correduría.

Begoña Larrea, directora general del grupo, explicó que, una vez superada la conectividad con los proveedores, "ahora es necesario invertir en ciberseguridad e inteligencia artificial aplicada a la venta". Por eso. presentó a la mediación la suite de medidas de ciberseguridad que se están implantando ante las amenazas cada vez mayores.

"Disponer de los datos, la penúltima batalla en la mediación no es lo relevante. Lo esencial es saber utilizar dichos datos para incrementar la venta y ayudar a nuestros vendedores. Este es un trabajo delicado en que es necesaria la participación de equipos multidisciplinares: informáticos, expertos en marketing y ventas. La clave es disponer de dicho talento y gestionarlo eficientemente" añade Larrea.

Por otro lado, Summa celebró la XV Convención anual de directivos de más de cien oficinas bajo el lema *'Limitless* (sin límites)*'*. En ella se compartieron las novedades del grupo, tecnológicas, técnicas aseguradoras y comerciales, que "permiten dar un nuevo salto cualitativo a la entidad", señalan fuentes de la correduría.

"Limitless (sin límites) es una forma de pensar, una actitud y una forma de aprovechar las oportunidades. ¿Qué harías como corredor de seguros si no tuvieras límites? Los límites los pone nuestra mente, solo hace falta romperlos y pensar como grande", ha indicado José Antonio Vargas. Con esta premisa se han presentado las distintas iniciativas que el grupo ha puesto en marcha.

"Aplicar la tecnología a la venta es el nuevo reto. A partir de ahora la inteligencia artificial aplicada a la venta es un mayor valor que podremos ofrecer a nuestra red, junto con las herramientas de gestión y control para que nuestras oficinas y socios puedan crecer creando ellos mismos red", afirma Begoña Larrea.

Por último, señalara que, con más de 20 años de experiencia y reconocido prestigio en el tejido empresarial de Jerez de la Frontera (Cádiz), Inversegur ha decidido incorporarse al proyecto de Summa.

# Grupo10 creció más de un 7% en 2022

Grupo10 ha celebrado su asamblea, en la que dio a conocer que 2022, año de su décimo aniversario, se cerró con un crecimiento de más del 7% y de 19.000.000 euros de primas mediadas.

Se cerraba 2022 con 50 sucursales de venta directa, continuando con el plan de negocio y expansión, con la incorporación de cinco sucursales anuales.
Se han acometido cambios importantes en la digitalización del negocio, a primeros de 2020, Grupo10 se encontraba con el 99% de digitalización para poder seguir atendiendo sin necesidad de oficinas presenciales, pero la gran oferta de valor es estar cerca del cliente.

# La correduría Daga Broker se une a Apromes

Apromes ha empezado el año con la incorporación de la correduría de seguros tinerfeña Daga Broker, cuyo representante es David García. Con esta nueva afiliación, el número de asociados asciende a 214.

En la actualidad, Apromes cuenta en las Islas Canarias con 27 asociados, entre corredores y correduría.

# La correduría Llull Segur abre nueva oficina en Valencia

El socio de Cojebro, Llull Segur, ha abierto una nueva oficina en Valencia. La correduría que, hasta ahora, solo estaba presente en Mallorca con 6 oficinas y sede central en Manacor, tendrá también representación geográfica en Valencia, zona en la que ya operaba con diferentes clientes, particulares y empresas.

Para, Joan Llull, socio director de la correduría "la apertura de la oficina de Valencia es una clara apuesta por el crecimiento de Llull Segur que ya cuenta con más de 15.000 clientes, de los cuales 1.500 son empresas y 12 empleados".

# RibéSalat analiza las tendencias aseguradoras en M&A

**RibéSalat ha celebrado una jornada titulada 'Growing safely. M&A, Contingencies and now, Insurance', en la que se habló sobre las tendencias en la implementación de soluciones aseguradoras en las operaciones de fusiones y adquisiciones (M&A) y contingencias fiscales en España.**

En ella se hizo especial énfasis en las distintas herramientas de gestión de riesgos y negociación utilizadas durante el proceso de fusión y adquisición. Se puso de relieve la importancia de las distintas soluciones aseguradoras en el marco de las operaciones de M&A, como el seguro de Manifestaciones y Garantías, también conocido como W&I (*Warranty & Indemnity Insurance*). Las pólizas para cubrir contingencias fiscales también coparon la atención de los asistentes a causa del aumento de su popularidad en los últimos años.

Durante el evento se puso de manifiesto cómo está aumentando la implementación de estas soluciones en el contexto de las operaciones en España, así como en el contexto de decisiones corporativas, acercando estas soluciones también al mercado de la pequeña y mediana empresa.

En otro orden de cosas, la correduría ha cerrado un acuerdo de colaboración con **Ray Electric Motors**, para ofrecer a sus clientes ventajas, como pólizas especializadas en la compraventa de motos eléctricas, tanto para clientes individuales como para el negocio del renting y flotas a empresas. Además del seguro de moto para clientes finales, destaca el programa de extensión de garantía de tres a cinco años, incluyendo la batería. De esta manera, se prevé brindar un servicio de valor añadido que va más allá de la garantía obligatoria. Asimismo, RibéSalat prevé ir desarrollando nuevos servicios para los nuevos usuarios que apuestan por una movilidad eléctrica más sostenible y ecológica.

Por último, señalar que, tras una década presente en el Reino Unido, RibéSalat ha abierto una filial en Londres para consolidar su crecimiento internacional. A través de RibéSalat UK, la compañía da respuesta al elevado volumen de actividad para seguir aportando sus soluciones (re)aseguradoras a las empresas y cedentes con sede en el país.

# Newcorred lanza una app móvil para sus socios

**Newcorred** dispone de una app móvil que pone a disposición de todos sus miembros una herramienta que aporta independencia para consultar y descargarse las facturas de las cuotas pagadas a la asociación.

Asimismo, esta nueva app les va a permitir consultar, administrar y actualizar sus datos generales como su cuenta bancaria, su dirección, teléfono, persona de contacto, email, etc. Además, recibirán alertas y avisos con la información de convocatorias de reuniones, jornadas de formación, webinars, etc. de la asociación y cualquier información relevante, tanto interna como externa, del sector asegurador.

Por otra parte, Newcorred va a organizar, en marzo, abril y mayo, una nueva edición de sus Networking Days en la que participarán los 400 miembros de la asociación y un grupo de empresas, entre las principales aseguradoras y los proveedores de la asociación. Esta 3ª edición se celebrará en formato webinar los miércoles en horario de mañana, con sesiones de 45 minutos.

# La DGSFP registró 184 nuevas altas de corredores y corredurías en 2022

El portal **quierosercorredordeseguros.es** ha adelantado las conclusiones de su tradicional Informe Anual de nuevas altas de Corredores y Corredurías inscritos en la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) con clave nacional según el cual, 2022 ha cerrado con un total de 184 nuevos corredores y corredurías de seguros, lo que supone un descenso del 20% respecto a las altas de 2021 que fueron 231.

Según se desprende del análisis realizado, los nuevos emprendedores que han llegado a la profesión este año han elegido mayoritariamente, un año más, la figura de la correduría (sociedad), que ha sido del 70% del total de las altas, frente al 30% que han optado por ser persona física. Eso reafirma, un año más, el porcentaje de "1 nuevo corredor individual por cada 2 nuevas corredurías de seguros".

Por categorías, el descenso de las nuevas altas de 2022 frente a las de 2021 también ha sido del 20%, pasando de 162 altas de corredurías y 69 de corredores en 2021 a 129 y 55, respectivamente, en 2022.

# El Comité de Mujeres Espabrok atrae talento femenino al sector

A mediados de febrero, se celebró el Comité Mujeres Espabrok en el que se hizo balance de las acciones desarrolladas durante 2022, entre las que cabe destacar la creación de un Decálogo de Igualdad, así como el nacimiento del Sello Compromiso que tangibiliza el cumplimiento de los aspectos más críticos por parte de todas las correduría, como son la brecha salarial y las oportunidades en selección y promoción.

Se identificaron las acciones que Mujeres Espabrok emprenderá en 2023. Entre ellas, el desarrollo de un plan de comunicación exhaustivo que incluirá, al menos, una pieza cada mes a base de entrevistas, artículos de opinión y reportajes que sean altavoz y difusión del talento femenino. Se pondrá el foco en el Día de la Mujer, en el que Espabrok celebrará una webinar con mujeres de otros sectores económicos y abrirá nuevas vías de cooperación con distintas instituciones con el objetivo común de fomentar la igualdad en el seno de sus proyectos.

Además, anunció el próximo lanzamiento del Programa Mentoring Espabrok, que se centrará en apoyar en el desarrollo de habilidades necesarias para crecer y desenvolverse en el sector asegurador en los diferentes ámbitos de actuación que esto implica (liderazgo y gestión de equipos, estrategia empresarial).

Asimismo, la asociación anunció hacer realidad durante este año la Beca Espabrok, que apoyará a la mujer para que se forme en la industria aseguradora y pueda emprender sus prácticas profesionales en una correduría de la Red. Para el desarrollo de la beca, así como para poner en valor el desempeño laboral en el mercado de los seguros y las distintas opciones de crecimiento profesional que éste ofrece, la red Espabrok contará con el apoyo de Patricia Hernández, directora de Desarrollo de Negocio y Transformación Comercial de Liberty Seguros, designada, Embajadora de Mujeres Espabrok durante este 2023 en su rol de apoyo a la organización.

Por otro lado, la asociación ha incorporado recientemente a Internacional Insurance Broker y a Excess. Sumando así 117 correrías, presentes en 44 provincias, intermediando más de 300 millones de primas.

# Grupo Galilea conmemora sus 80 años de historia

Para celebrar sus 80 años en el mundo asegurador, **Grupo Galilea** ha organizado para su personal de la zona Noreste (Territorial de Catalunya, Aragón y Baleares), el primero de los tres eventos programados.

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.
Además, se hicieron públicos los resultados de la votación realizada por los asistentes, de los premios aceite, vinagre y sal a las compañías, a los cuales se sumarán los resultados de los próximos dos actos pendientes para determinar las compañías ganadoras del galardón.

# Unipoliza aumentó un 31% sus primas en 2022

**Unipoliza** ha cerrado 2022 con un incremento del 31% de primas intermediadas durante este último año.

Unipoliza atribuye este crecimiento "al éxito de sus estrategias de marketing y expansión, las cuales se ven potenciadas por la calidad de atención al cliente que presta. La correduría prioriza las necesidades del cliente y su bienestar, ofreciendo siempre una atención personalizada y un seguimiento aun después de contratada la póliza, que ha hecho de su servicio al cliente una de las principales claves de su desarrollo".
Asimismo, la correduría considera que la forma de relacionarse con los clientes en el ámbito de los seguros ha evolucionado en los últimos años. Por eso, ha trabajado para adaptarse a las exigencias de los clientes y a las nuevas formas de asesoramiento que solicitan de manera digital. A día de hoy, Unipoliza es una correduría de seguros totalmente digitalizada. Las relaciones con el 90% de los clientes se dan a través del medio online.

**WTW** ha puesto en el mercado 'ESG Clarified', una plataforma de análisis de datos que ofrece una nueva perspectiva para ayudar a las organizaciones a comprender y abordar mejor sus riesgos y exposiciones en materia de clima, sostenibilidad y ESG en general.

# WTW crea una plataforma de análisis de datos especializada en riesgos ESG

'ESG Clarified' ofrece una solución de análisis integral, respaldada por múltiples fuentes de datos validadas, que facilita a los clientes el análisis de tendencias y escenarios y la elaboración de informes. Incorpora un amplio conjunto de fuentes de datos externas e internas propias en una solución analítica SaaS de autoservicio que permite a los clientes analizar y evaluar sus exposiciones ESG en tiempo real, para comprender las métricas financieras, de capital humano y de reputación.
La nueva plataforma ofrece a los clientes la oportunidad de comparar sus riesgos ESG con los de sus principales competidores, y generar informes sobre los riesgos a los que se enfrentan.
En otro orden de cosas, WTW ha firmado una alianza estratégica con la **Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM)**, con el objetivo de prestar a las empresas asociadas servicios de consultoría y asesoramiento experto en materia de gestión de riesgos, personas, capital y seguros. Esta nueva línea de productos, están enfocados como punto de partida en: Vida y Accidentes de Convenio; Ciberriesgos; y D&O (Seguros de responsabilidad para directivos). A lo largo de 2023, se incluirán Daños Materiales y Responsabilidad Civil, así como Responsabilidad Medioambiental alineado con la perspectiva ESG.

# Arrenta formará a profesionales inmobiliarios para comercializar seguros

**Arrenta** ha lanzado un programa de formación en materia de seguros de desarrollo híbrido (tanto presencial como virtual) en todo el territorio nacional. Pretende facilitar cobertura formativa a más de un millar y medio de profesionales inmobiliarios.

Este programa de formación tiene como objetivo triplicar el número de agencias inmobiliarias con las que colabora y que comercializan sus pólizas en toda España. Esta formación se desarrolla en función de las pautas y exigencias marcadas por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) y los asistentes obtienen las certificaciones por haber recibido esa formación.

La correduría Alkora ha renovado el acuerdo de colaboración por el que forma parte del Consejo Asesor de Fundación Inade, por tercer año consecutivo. Con la firma de este convenio, la correduría se compromete a apoyar las actividades de la fundación, que tienen como objetivo crear cultura en materia de gestión de riesgos y seguros.

## Alkora contribuye a crear cultura aseguradora

El representante de Alkora en el Consejo Asesor de la Fundación es Julio de Santos, presidente ejecutivo y CEO de la correduría. En su opinión, "la labor que está realizando la Fundación Inade en la divulgación de la gerencia de riesgos considera de vital importancia en la concienciación de la sociedad empresarial de nuestro país".

## Agacose realiza una campaña para visibilizar la labor de los corredores

Bajo el lema 'Comprometidos contigo', que aglutina todas las acciones que se han desarrollado en diversos medios durante unas semanas, la Asociación Gallega de Corredores y Correduría de Seguros (Agacose) ha puesto enmarcha una campaña corporativa que incide en la clara vocación de los corredores y de su actividad: centrada y enfocada siempre en el cliente.

Tanto la gráfica como el lema están protagonizados por personas: los propios corredores y corredoras, miembros de la asociación, que dan voz a todos los profesionales de la mediación, en primera persona, y bajo un lema que aglutina todas las acciones a través de píldoras audiovisuales y cartelería para los despachos profesionales, entre otros soportes.
Por medio de estos canales se visibiliza el *modus operandi* de los corredores de seguros, su capacidad de resolución, mostrando claramente 'de parte de quién están' en el ejercicio de su profesión, a quién representan y a quién defienden como mediadores independientes y cualificados con la misión de ofrecer un asesoramiento profesional, especializado e imparcial. En la premisa de que un corredor ofrecerá siempre el producto más ventajoso y la resolución a dudas, conflictos u ofreciendo respuestas y soluciones a las necesidades de una forma profesional y solvente, por la clara vocación de compromiso con las personas y no con una compañía o empresa proveedora de seguros en particular.

# ACS-CV desarrolla un curso sobre expedición de seguros en la banca

Purificación Martorell, magistrada de la Sección 9ª de los juzgados de Valencia, impartió en las instalaciones de la Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV) el curso 'Expedición de seguros en la banca y RC Profesional'.

En la jornada se puso de manifiesto que "no siempre la expedición de seguros realizada por la banca cumple todos los requisitos exigibles". Junto con esta cuestión se abordó la Responsabilidad Civil que pueda contraer el mediador por no informar adecuadamente a sus clientes.

Próximamente se realizarán cursos más dinámicos, y con una fuerte carga motivadora, incidiendo en la calidad de los mismos y en su utilidad para el corredor y sus empleados.

Por otra parte, señalar que la correduría ubicada en Valencia capital Gómez Cebrián se ha incorporado, en febrero, a ACS-CV, que aporta soluciones con aseguradoras en el área mercantil, además de formación, digitalización, marketing y comunicación.

# Pib Group incorpora a Fidentia

Pib Group ha anunciado la incorporación a sus operaciones en España de Fidentia Hispana Correduría de Seguros. Desde su entrada en el mercado español en octubre de 2021, Pib Group ha establecido una fuerte presencia en el país. Actualmente cuenta con cerca de 220 empleados liderados por su consejero delegado en España, Martín Navaz.

El éxito de Pib Group como intermediario de seguros especializado independiente, dinámico y diversificado está respaldado por Apax Funds y Carlyle Group, firmas globales líderes de capital privado. Desde su creación en 2015, el negocio de Pib Group ha crecido rápidamente en Reino Unido y Europa, donde ha adquirido casi 80 compañías.

La adquisición de Fidentia aporta a la creciente gama de productos y servicios especializados de pib Group su experiencia en los sectores de la aviación, joyería y construcción.

Navaz afirma que "el éxito de Pib Group se basa en la adquisición de negocios de seguros especializados en mercados en crecimiento. Tan pronto como pasan a formar parte de nuestro grupo, les ofrecemos la inversión y el apoyo necesarios para permitir que conserven su espíritu emprendedor y alcancen sus ambiciones de crecimiento".

# Unit Seguros pone en marcha un plan de contingencia personalizado para sus corredores

Haciendo hincapié en la idea principal de que "el corredor no está solo", Unit Seguros ha creado un plan de contingencia que pretende dar una solución exclusiva a posibles imprevistos con una cobertura y gestión profesional, atendiendo en cada caso a las necesidades específicas del corredor.

"Desde Unit Seguros somos conscientes de esa lógica intranquilidad. Es una de las principales razones por las que hemos creado una organización profesional que puede velar por los intereses de sus socios, y de otros corredores de seguros, ante la eventualidad de un suceso que inhabilite a su personal clave. Somos una organización de corredores planteada para dar servicio también a otros corredores de seguros", ha señalado Reinaldo de Ávila, director de desarrollo de Unit Seguros.

# BMS entra en el ramo de Caución con la adquisición de Viafina

La correduría BMS Iberia ha firmado un acuerdo para adquirir Seguros Viafina. La adquisición está sujeta a la no oposición por parte de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP).

Con sede en Sevilla y oficinas en Madrid, Viafina tiene una sólida trayectoria en la prestación de soluciones de seguros efectivas y personalizadas para sus clientes, que van desde empresas multinacionales cotizadas hasta pymes. Desde su inicio, Viafina se ha centrado en el aseguramiento de proyectos de Construcción, así como de energías renovables, ayudando a su materialización a través del asesoramiento en gestión de riesgos. Viafina está también especialista en seguros de Caución, asesorando a las empresas sobre garantías internacionales, ayudándolas con proyectos y licitaciones públicas a nivel global.

Esta adquisición es una continuación de los planes estratégicos a largo plazo de BMS para la región de Iberia, reforzando su presencia actual y añadiendo más capacidad e infraestructura a su oferta.

# Se celebra la primera edición de Encuentros con Mediadores del Colegio de Castellón

La localidad de Vinaròs ha acogido la primera edición de los Encuentros con Mediadores del Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón.

Esta iniciativa tiene como objetivo "escuchar de primera mano las impresiones de los colegiados y de los compañeros que todavía no han dado el paso de formar parte de nuestro colectivo", tal como apunta el presidente de la institución, Antonio Fabregat.
En la reunión se plantearon preguntas como qué hacer para aumentar la colegiación o los motivos por los cuales hay mediadores que no han dado el paso de unirse al Colegio. Además de repasar las funciones del Colegio y de sus instituciones, se dieron a conocer servicios colegiales como la asesoría jurídica, la RC para agentes exclusivos o las diferentes acciones formativas que el Colegio lleva a cabo, tanto por lo que respecta a la formación continua como a la reglada.

E2K adelanta datos de su memoria anual de formación correspondiente al año 2022 en la que se destaca que se han expedido 1.925 certificados de formación a los empleados de las correduría de la Red #E2KBrokernet, que han manifestado su plena satisfacción en más de un 90%.

# E2K expidió 1.925 certificados de formación en 2022

Según Dolores Gómez, responsable de E2K Alta Escuela para Corredores: "Necesitamos que la formación que impartimos incida de forma directa en el crecimiento del negocio de las correduría y también como vía para retener el talento con contenidos de calidad. Además, llevamos toda la logística de control de la formación de las 152 correduría de la red con el diseño de planes de carrera, evaluaciones, certificados, informes de seguimientos y memorias anuales a los 1.263 empleados que componen los recursos internos de las correduría".
Se han impartido unas 27.400 horas lectivas en formato online y presencial, y se han centrado en la formación técnica y comercial, productos aseguradores y complementarios al negocio, principalmente.

# Senda Brokers renueva la certificación de calidad de su sistema de gestión

**Senda Brokers** ha renovado el Certificado de Calidad ISO 9001 de **Aenor**. De esta forma, se garantizan unos procesos correctos, homologados y estandarizados, que han sido revisados y validados por los técnicos de la auditoría.

Esta renovación avala la gestión y continuidad del desarrollo de la actividad y de sus procesos, tanto de productos como de organización y comercialización. Permite demostrar la capacidad para cumplir con las necesidades de los clientes.
En otro orden de cosas, el 23 de febrero, Senda Vivir Seguros comenzó la primera campaña publicitaria de una agrupación de corredores de seguros en medios nacionales de nuestro país.
La campaña tiene como eje central 3 spots, que cuentan diferentes situaciones, que han sido rodados cuidando la medición de su huella de carbono y la compensación de la misma.
Por último, señalar que **Adecco** va a implantar en Senda Brokers el programa exclusivo para socios 'Selección Directa', a través del cual resolverá las necesidades en recursos humanos de las correduría del grupo.

# NB21 incorpora a Dissegur Lalin Deza

**NB21** ha firmado un acuerdo de colaboración con Dissegur Lalin Deza, correduría de seguros en el municipio de Lalín (Pontevedra). Con esta operación, refuerza su presencia en la provincia, alcanzando los 11 puntos de venta y avanzando así en su plan estratégico, con el que pretende estar cada vez más disponible para sus clientes de toda España, en general, y de Galicia, en particular.

Juan Carlos Iglesias, director general de NB21, declara que "se trata de una incorporación muy importante en Lalín, municipio en el que no teníamos presencia y que, ahora, prestaremos servicio a sus más de 20.000 habitantes".
En 2022 también se incorporó a Rincón Asesores Ados Broker, correduría de seguros en la provincia de Vizcaya, en la que NB21 suma 5 puntos de venta.

# La Convención de Anacose aborda la importancia de confiar en la mediación

La Convención de la Asociación de Corredores de Navarra (Anacose), reunió a varias entidades en un desayuno de trabajo en el que se habló sobre la importancia de confiar en la mediación.

Entre ellas estaba Arag que recordó la importancia de contar con un especialista en Defensa Jurídica, que puede ayudar al asegurado y al propio mediador en la resolución de conflictos.

# Dos nuevas corredurías se unen a Aunna Asociación

Aunna Asociación ha incorporado a dos nuevos socios en febero: Ángel Somalo Vilana, de Valencia, y Amoeiro Rincón, de Ourense, superando de esta forma los 250 socios.

Las asociaciones están cambiando y es imprescindible el apoyo entre corredores para seguir creciendo tanto a nivel nacional como internacional.

# La Junta de Gobierno de Aprocose fija su calendario de actividades

La Junta de Gobierno de Aprocose ha mantenido una reunión en la que acordó el calendario de actividades para el presente ejercicio, caracterizado por una vuelta a la normalidad en cuanto a la celebración de actividades como los ¡Quieres saber'.

El primero de los actos tendrá lugar el 9 de marzo en Forinvest, con la celebración del XIII aniversario de la asociación con una ponencia magistral y la entrega de los premios Aprocose: Excelencia Profesional, Excelencia Empresarial y Excelencia con el Compromiso Social. Además, la junta fijó el 1 de junio como el día de la vuelta de los 'Quieres saber', que tendrá la segunda entrega de 2023 el 19 de octubre.

# Gesa Sports, correduría oficial de las pruebas de ciclismo de RPM Sports

**Gesa Sports** es el nuevo *Official Cycling Insurance Partner* de todas las pruebas de ciclismo que organiza **RPM Sports**. De esta forma, la empresa murciana dará cobertura a más de 10.000 corredores, además de a todo el personal de la organización, en diez pruebas diferentes de ciclismo de carretera, de montaña y de gravel.

Gesa Sports amplía así el número de eventos a los que ya daba cobertura. El acuerdo se hace extensivo a Mussara Reus, Mussara 24H, Mussara San Sebastián, Mussara Hunting Dogs, L'Étape Madrid by Tour de France presented by Lapierre, Murcia Non Stop Madrid Murcia, Škoda Titan Desert Morocco, Škoda Titan Desert Almería y Neom Titan Desert Saudi Arabia.

Jesús García, CEO de RPM Sports, subraya que "Gesa Sports ofrece seguros especializados porque entienden las necesidades y los problemas que puede tener un ciclista. Son seguros hechos por deportistas y para deportistas".

# Senda Vivir Seguros dona 1.500 euros a los damnificados por el terremoto de Siria y Turquía

**Senda Vivir Seguros** ha donado 1.500 euros para ayudar "a aquellos que están luchando por recuperarse" del terremoto que sacudió la región de Siria y Turquía, que ha dejado a miles de personas damnificadas.

"Sabemos que cada pequeña acción cuenta y que, como seres humanos, tenemos la responsabilidad de apoyar y ayudar a aquellos que están sufriendo", han comentado desde la correduría.

# Nara Seguros renueva su patrocinio con la jugadora de pádel Ali Alegre

**Nara Seguros** ha anunciado la renovación como patrocinador oficial para la nueva temporada 2023 de Ali Alegre, que ha escalado 34 puestos en el World Padel Tour ranking desde el año pasado.

La marca de seguros de Salud y Vida decide seguir apostando por la joven madrileña en su compromiso por promover el bienestar y el deporte, así como el esfuerzo y el talento.

Las organizaciones de la mediación **Adecose**, **Aemes**, **Aprocose**, **Apromes**, **Aunna Asociación**, **Cojebro**, **Colegio de Alicante**, **Colegio de Barcelona**, **Colegio de Córdoba**, **Huelva y Sevilla**, **Colegio de Madrid**, **Colegio de Valencia**, **Consejo General**, **E2K**, **Espabrok**, **Fecor**, **Newcorred**, **Senda Vivir Seguros** y **Willis Network** han puesto en marcha una acción solidaria para recaudar fondos para prestar asistencia a las víctimas del terremoto ocurrido en Turquía y Siria.

# La mediación se une en solidaridad con las víctimas del terremoto

De igual forma a como se hizo con las campañas de #MediadoreSegurosContraCovid19 y #MediadoreSegurosConUcrania, ahora con #MediadoreSegurosTerremotoTurquiaSiria, las organizaciones de la mediación han decidido prestar su ayuda en favor de los pueblos turco y sirio, colaborando económicamente para paliar las consecuencias de la brutal crisis humanitaria que están viviendo por la devastadora acción del terremoto que ha asolado la zona.

La campaña está destinada a atender las principales necesidades humanas: alimentos, material médico, ropa de abrigo y otros bienes de primera necesidad. La recaudación se destinará a la Cruz Roja, en el siguiente número de cuenta, específico para esta acción de la mediación: IBAN: ES88-0049-1892-6729-1037-9703.

"A través de esta campaña queremos aportar nuestro granito de arena a ayudar a las miles de personas, víctimas del terremoto, que han visto cómo su hogar y todo lo que poseían ha quedado reducido a escombros", ha declarado Ana Muñoz, en representación de las organizaciones de la mediación.

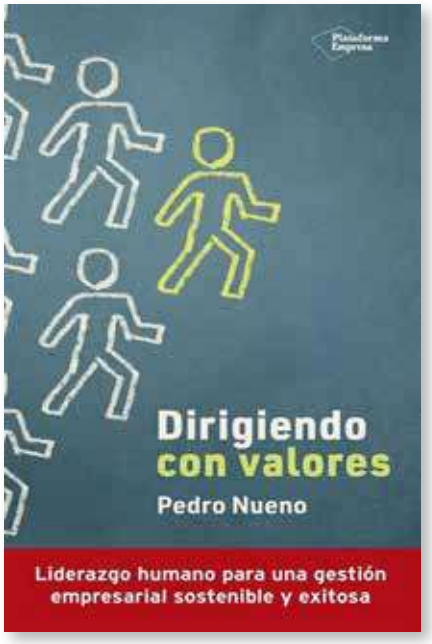
# El Consejo General organiza la 11ª edición del Camino de la Integración

Los colegios de mediadores, a través de su **Consejo General**, han organizado la 11ª edición del Camino de la Integración. La iniciativa, que se desarrolla del 9 al 15 de mayo, se enmarca en las acciones de sostenibilidad de la mediación como parte de su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

Los Colegios pusieron en marcha el Camino de la Integración en 2010 para posibilitar que personas discapacitadas relacionadas con mediadores hicieran el Camino de Santiago.

La edición 2023 del Camino de la Integración cuenta con el patrocinio de Iris Global y la colaboración de DKV. Actualmente se están cerrando acuerdos que permitirán sumar nuevas entidades y asociaciones colaboradoras. La acción solidaria está organizada íntegramente por el Consejo General.

El número de participantes está limitado a 50 personas de las que una parte corresponden a familiares de colegiados y patrocinador. El recorrido consta de cinco etapas, con salida en Portomarín (Lugo), y llegada a la plaza del Obradoiro en Santiago de Compostela.



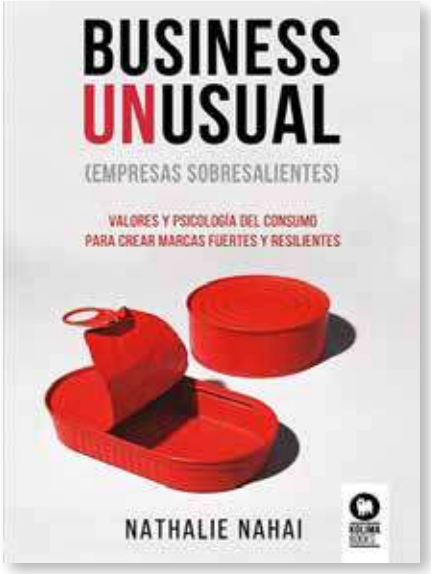

# Dirigiendo con valores

## Liderazgo humano para una gestión empresarial sostenible y exitosa

**Pedro Nueno**

**Editorial:** Plataforma editorial
**Precio:** 13,30 € libro impreso
**6,64** € libro electrónico

En la actualidad, los valores parecen ser una moneda escasa. En su lugar, las pautas de comportamiento son sustituidas por leyes y regulaciones que, muchas veces, pasan por alto el espíritu de una empresa o de su forma de dirección. Tanto las personas como las empresas y la sociedad deben alinearse con una gestión en la que la prioridad sea el bien común y el hacer las cosas bien: "Mi intención es mostrar cómo los valores son importantes para la acción en la práctica empresarial y ejemplificarlo. Las empresas son, al fin y al cabo, grupos de seres humanos que se unen con la finalidad última de 'crear valor'. Cuanto mejores personas seamos, cuanto más nos esforcemos por desempeñarnos bien, más nos desarrollaremos como personas y profesionales y contribuiremos al progreso de la sociedad".




# Business Unusual (empresas sobresalientes)

## Valores y psicología del consumo para crear marcas fuertes y resilientes

**Nathalie Nahai**

**Editorial:** Kolima
**Precio:** 19 € libro impreso

Nathalie Nahai pone sobre la mesa una potente combinación de conocimientos empresariales y psicológicos para que los empresarios se manejen por las complejidades del mundo moderno. Trufada de estudios de casos ya históricos y que aportan un contexto enriquecido a cada tema, Business Unusual es una obra imprescindible en la biblioteca de cualquier ejecutivo.

# 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**

# 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