Premio San Francisco Javier de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Número 133 Marzo 2024

www.pymeseguros.com

Visión de experto
Pedro Abascal, socio fundador de Able Correduría de Seguros ¿Existe falta de interés por la nueva producción en Multirriesgos Pyme?

Punto de encuentro
La DGSFP debería hacer un registro de las empresas que imparten formación continua

Más a fondo
Mejora ligeramente la satisfacción de los corredores con las aseguradoras

In situ
El trabajador costeará los planes de aportación definida según el nuevo convenio de la mediación

Antonio Tejero, director de Seguros de Particulares de Occident

En **MULTIRRIESGOS** se debe ajustar las primas a la nueva realidad de los siniestros

XL Insurance

Your global partner for progress

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

Know You Can

axaxl.com/es

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

Multirriesgos Pyme ajusta las primas al incremento siniestral

Desde la mediación se quejan de que, al margen de las políticas de contratación o planes de saneamiento, se percibe una falta de interés por la nueva producción en Multirriesgos Pyme. Se está haciendo una mayor selección del riesgo, la peor situación económica de algunas empresas ha llevado a las aseguradoras a aplicar unos filtros cada vez más exhaustivos. En el tema de las renovaciones, piden que las aseguradoras informen a las corredurías con mayor antelación de sus planes de saneamiento, de manera que junto al mensaje de no renovación o de endurecimiento de las condiciones de su póliza, puedan ofrecer al cliente soluciones alternativas (ver **Visión de experto**).

La realidad es que el ramo se está enfrentando a un aumento de siniestros debido a los fenómenos meteorológicos y al impacto de la inflación en el coste medio del siniestro. Eso está llevando a ajustar las primas a la nueva realidad. Se espera que, a medida de que se normalice este contexto, ocurra lo mismo con las condiciones de renovación de las pólizas. El futuro de este seguro pasa por identificar perfectamente a qué tipo de riesgos nos enfrentamos, evaluar cada uno de ellos y establecer, con base a un análisis, el nivel de prima que le corresponde, de forma que la pyme esté bien asegurada de acuerdo a sus características particulares (ver **Hablando claro**).

Para eso es importante también que los corredores estén bien formados. Nadie discute la importancia que tiene la formación en los corredores de seguros porque les permite ser mejores profesionales y eso fideliza y atrae clientes. La DEC indica cuatro ramas principales a la hora de establecer la información que hay que facilitar en la formación continua: conceptos generales aseguradores; productos; herramientas tecnológicas; y habilidades. Sin embargo, existen quejas de que con la obligatoriedad de la formación continua han proliferado las empresas que las imparten y la DGSFP debería hacer un registro igual que el que tiene con la formación inicial, para tenerlas controladas (ver **Punto de encuentro**).

Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Staff

Directora
Carmen Peña
carmen@pymeseguros.com

Periodista
Aitana Prieto
redaccion@pymeseguros.com

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

Diseño y maquetación
Estudio 9C

Fotógrafa
Irene Medina

Banco De Imágenes
Fotolia

6 Hablando claro
Antonio Tejero, director de Seguros de Particulares de Occident. En Multirriesgos se debe ajustar las primas a la nueva realidad de los siniestros

12 Visión de experto
Pedro Abascal, socio fundador de Able Correduría de Seguros. ¿Existe falta de interés por la nueva producción en Multirriesgos Pyme?

PymeSeguros Revista online para corredores y correduría
Número 133 { Marzo 2024 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

03 **Editorial**
Multirriesgos Pyme ajusta las primas al incremento siniestral

40 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

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

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

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

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

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

18 **Punto de encuentro**
La DGSFP debería hacer un registro de las empresas que imparten formación continua

24 **Más a fondo**
Mejora ligeramente la satisfacción de los corredores con las aseguradoras

30 **In situ**
El trabajador costeará los planes de aportación definida según el nuevo convenio de la mediación

36 **Cubriendo necesidades**
Las zonas tensionadas que aún no lo son

38 **Evolución aseguradora**
La evolución de los seguros de Hogar

Antonio Tejero, director de Seguros de Particulares de Occident

En Multirriesgos se debe **AJUSTAR** las primas a la nueva realidad de los siniestros

Uno de los retos a los que se enfrenta el seguro Multirriesgos es al aumento de siniestros debido a los fenómenos meteorológicos. A esto hay que añadir el impacto que está teniendo la inflación en el coste medio del siniestro. Eso está llevando, según Antonio Tejero, director de Seguros de Particulares de Occident, a "ajustar las primas a la nueva realidad de los siniestros, de forma paulatina y velando por la relación a largo plazo con nuestros asegurados. En la medida que este contexto se normalice, ocurrirá lo mismo con las condiciones de renovación de las pólizas". El futuro de este seguro pasa por "identificar perfectamente a qué tipo de riesgos nos enfrentamos, evaluar cada uno de ellos y establecer, con base a un análisis, el nivel de prima que le corresponde, de forma que la pyme esté bien asegurada de acuerdo a sus características particulares".

La crisis económica ha provocado la desaparición de muchas empresas, ¿cómo ha repercutido eso en el sector de Multirriesgos Pyme en 2023?

Conforme ha ido avanzando el ejercicio 2023, especialmente en su último trimestre, se ha constatado un aumento de la incertidumbre en la situación económica general, alertada por el FMI, que ha comportado la desaparición de empresas y un incremento de los impagos en España, entre otros resultados. No obstante, el Multirriesgo Pyme a nivel de sector, con datos a fecha de septiembre 2023, refleja una buena situación de forma general.

En Occident hemos cerrado un buen ejercicio en este ramo con excelentes niveles de venta, tanto en operaciones como, especialmente, en primas; así como hemos logrado un control y mantenimiento de las anulaciones y un crecimiento de la facturación del 7,5%.

¿Cómo cree que se comportará el seguro de Multirriesgos Pyme en 2024?

El comportamiento del seguro de Multirriesgos Pyme está ligado a la situación económica del país y, más en concreto, al impulso del emprendimiento. Aun así, desde Occident confiamos en que este entorno económico, aun no siendo tan favorable como recientemente, permita el desarrollo de la actividad empresarial y, consiguientemente, del seguro Multirriesgo Pyme.

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 asegurador?

En Occident apostamos por ofrecer servicios de valor a las empresas, principalmente relacionados con el ámbito de la prevención

Desde Occident apostamos por la prevención, con la instauración de medidas para mitigar los posibles daños derivados de causas climatológicas, así como por compartir ubicaciones de riesgo en zonas susceptibles de inundación. En cualquier caso, este hecho es una realidad que se ha ido reflejando ejercicio tras ejercicio en los últimos años, por lo que el impacto negativo de los fenómenos meteorológicos extraordinarios en las cuentas de resultados de todos los productos Multirriesgo se ha convertido en recurrente.

Ante ello, estamos ajustando las primas a la nueva realidad de los costes medios de los siniestros, de forma paulatina y velando por la relación a largo plazo con nuestros asegurados. El coste medio siniestral, por su parte, lo estamos gestionando con nuestra red de reparadores. Tenemos redes muy eficientes que nos ayudan a contener, en parte, dicho incremento.

¿Está en peligro la rentabilidad del ramo por el efecto de la inflación en el coste medio de los siniestros?

Si a lo que he dicho anteriormente, le añadimos el efecto de la inflación que hemos sufrido en el coste medio de los siniestros, es evidente que estamos ante una situación compleja, con una mayor frecuencia siniestral y un mayor coste medio. En este sentido, la gestión de la inflación ha sido uno de los retos de los últimos meses, no solo para nosotros, sino a escala sectorial. En este contexto, en Occident estamos gestionando la inflación a través de dos palancas, la

tarificación y la contención de la siniestralidad, mediante una mejor gestión de los costes a través de nuestra red de reparadores. Esta fórmula nos ha permitido cerrar el ejercicio 2023 con un crecimiento de la facturación del ramo de Multirriesgos del 6,9%, hasta los 827,5 millones de euros, con una buena evolución de la prima media y de la actividad comercial, con incremento de nuevos asegurados y alta retención de la cartera. A pesar de que el ratio siniestral se ha incrementado ligeramente, no consideramos que esté en peligro la rentabilidad del ramo.

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

Sin lugar a dudas, el impacto de la climatología e inflación sostenida a lo largo de los últimos meses se ha traducido en importantes incrementos de coste medio, lo que comporta que las renovaciones para este ejercicio presenten unas primas adaptadas a la situación actual, velando, sin embargo, por la relación a largo plazo con nuestros asegurados. En la medida que este contexto se normalice, ocurrirá lo mismo con las condiciones de renovación de las pólizas.

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

En Occident apostamos por ofrecer servicios de valor a las empresas, principalmente relacionados con el ámbito de la prevención. De esta forma tanto en el seguro industrial, como en general en los seguros de particulares, los servicios van cobrando mayor protagonismo.

En la Jornada de Perspectivas de Icea se dijo que habían desaparecido 16 entidades de Multirriesgos desde 2013. ¿Cómo ha influido eso en el ramo?

Efectivamente, a lo largo de estos años han ido desapareciendo aseguradoras, una circunstancia que ha comportado que las primeras compañías del mercado concentren entre todas ellas una mayor cuota de participación global. No obstante, a pesar de esta concentración del mercado de los seguros Multirriesgos, la realidad es que continúa siendo un mercado muy diverso y que ofrece múltiples posibilidades aseguradoras.

A pesar de la concentración del ramo de Multirriesgos, continúa siendo un mercado muy diverso y que ofrece múltiples posibilidades aseguradoras

¿Cómo influye en el ramo la proliferación de la venta online y la exportación de bienes y servicios a otros países?

Hay aspectos diversos a tener en cuenta por la venta online y la exportación de bienes a otros países. En la primera situación, la diferente gestión de stocks que se produce con la venta online y que puede obligar a asegurar nuevas situaciones de riesgo (almacenamientos). Por otra parte, una mayor exportación hace que cobre mucha relevancia la cobertura de Responsabilidad Civil por el riesgo asociado que lleva operar en otros mercados.

¿Para cuándo se utilizará el internet de las cosas en el seguro de Multirriesgos pymes? ¿Cómo se integrarán en las pólizas?

Cada vez más, el internet de las cosas está muy presente en el mundo asegurador. En Occident, estamos realizando múltiples iniciativas al respecto para valorar oportunidades de desarrollo en diferentes coberturas de

los seguros industriales, desde las más convencionales —ámbito del incendio o robo— hasta otras más novedosas.

Las pymes tienen su mapa de riesgo con diferentes características cada una, ¿el futuro del seguro va por ahí?

Efectivamente, coincidimos al destacar que el futuro del seguro seguirá este camino. Se trata de identificar perfectamente a qué tipo de riesgos nos enfrentamos, evaluar cada uno de ellos y establecer, con base a un análisis, el nivel de prima que le corresponde, de forma que la pyme esté bien asegurada de acuerdo a sus características particulares.

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

Sin lugar a dudas, lo que más valora la pyme en este tipo de seguros es la amplia protección que ofrecemos ante múltiples tipos de riesgo, tanto para siniestros de menor consideración como ante siniestros que pueden comportar grandes pérdidas patrimoniales. En estos casos, la existencia de una buena póliza de seguros es vital para la continuidad de la empresa.

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

El principal reto es seguir ofreciendo el nivel de respuesta actual y la calidad necesarias a nuestros asegurados, siendo capaces de adecuar la prima a la nueva realidad de incremento del coste medio y en un entorno económico incierto.

APUESTA FIRME POR LA MEDIACIÓN

La mediación detenta el 68% del negocio de Multirriesgos y según Antonio Tejero, director de Seguros de Particulares de Occident, "seguirá teniendo un papel determinante en el negocio de Multirriesgos; y especialmente en el negocio industrial, donde es fundamental el asesoramiento profesional para la correcta gestión del riesgo. Apostamos firmemente por la mediación profesional en todos los ámbitos de negocio". En el Multirriesgo Pyme, el volumen de negocio que genera Occident a través de los corredores en la nueva producción es del 55%, "cifra algo menor en lo que hace referencia a la cartera", reconoce Tejero.
Para intentar que siga aumentando el volumen de negocio, la aseguradora ofrece a los corredores "excelencia en el servicio y estabilidad en todos los ámbitos del negocio. Además, ponemos a su disposición nuevas tecnologías que facilitan el desempeño de su actividad", indica Antonio Tejero.

Una mayor exportación hace que cobre mucha relevancia la cobertura de Responsabilidad Civil por el riesgo asociado que lleva operar en otros mercados

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

En Occident nuestra apuesta se centra en el diseño de ofertas a medida para cada empresa, para el mercado tan heterogéneo al que da respuesta nuestro producto Multirriesgo Pyme. De esta forma, nos adaptamos a las necesidades específicas de nuestros asegurados ofreciendo productos con coberturas propias y diferenciadoras para cada tipo de negocio (talleres, hostelería, actividades agropecuarias, actividades industriales…). De forma continua revisamos nuestros productos y, en caso necesario, los actualizamos para que se adapten perfectamente a las necesidades del mercado.

Carmen Peña

REALE AUTO

MUCHO MÁS QUE UN SEGURO DE COCHE.

MUCHO MÁS es saber que cuentas con un mediador que conoce tus necesidades y las de tu coche y está dispuesto a ayudarte de manera personalizada cuando lo necesitas.

DESCÚBRELO EN **REALE.ES** O EN **TU AGENCIA REALE** MÁS CERCANA

- Asistencia desde **km0** durante **24h**
- Talleres concertados con **ventajas especiales**
- Coberturas especiales para **híbridos enchufables y eléctricos**

900 455 900 / reale.es

REALE SEGUROS

REALE GROUP

TOGETHER MORE

Pedro Abascal, socio fundador de Able Correduría de Seguros

¿Existe falta de **INTERÉS** por la nueva producción en Multirriesgos Pyme?

Pedro Abascal tiene la sensación de "estar viviendo un momento en el que, al margen de las políticas de contratación o planes de saneamiento, se percibe una falta de interés por la nueva producción. Se está haciendo una mayor selección del riesgo, la peor situación económica de algunas empresas ha llevado a las aseguradoras a aplicar unos filtros cada vez más exhaustivos. Además parece que, en muchos casos, la política de crecimiento está basada, sobre todo, en el incremento de las primas en las renovaciones". Sería de agradecer, comenta Abascal, que "las aseguradoras informasen a las corredurías con mayor antelación de sus planes de saneamiento, de manera que junto al mensaje de no renovación o de endurecimiento de las condiciones de su póliza, pudiésemos ofrecer al cliente soluciones alternativas".

La crisis económica ha provocado la desaparición de muchas empresas. Sin embargo, Pedro Abascal, socio fundador de Able Correduría de Seguros, señala que "afortunadamente, y de momento, la desaparición de empresas no nos ha afectado especialmente en nuestra correduría. La pérdida puntual de pólizas Multirriesgo que hemos podido tener por el cierre de alguna empresa, lo hemos compensado con la captación de nuevos clientes".

Actualmente el negocio de Multirriesgo Pyme supone para esta correduría en torno al 20% de su facturación global. Abascal explica que "nuestra correduría procede de la unión de dos corredurías que, históricamente y por separado, ya trabajábamos este ramo. Eso nos animó a seguir haciéndolo, ya que tanto a mi socio Carlos Etayo, como a mí, es un ramo que nos apasiona".

Aunque el teletrabajo se ha ido implantando en las empresas, "nosotros, seguimos apostando por el trabajo presencial. Vivimos y trabajamos en una comunidad pequeña, donde los desplazamientos son, generalmente, cortos. Seguimos contando con un centro de trabajo donde todo el equipo interactuamos diariamente y es desde donde atendemos a nuestros clientes. Es cierto que el cliente acude cada vez menos a nuestras oficinas, optando por otras vías de comunicación, pero el Multirriesgo de empresa requiere, en la mayoría de los casos, de un conocimiento y confianza que solo da el cara a cara. Es muy comprensible que las aseguradoras lo hayan incorporado para sus trabajadores en las grandes ciudades ya que supone para ellos, entre otras bondades, un importante ahorro y, seguramente, una reducción del absentismo en sus plantillas. Asimismo, para el personal, trabajar desde su casa supone eliminar desplazamientos, mayor flexibilidad de horarios y una reducción de estrés".

No veo lejano el día en el que los capitales de existencias se actualicen de manera automática en las pólizas

FALTA DE UNIDAD DE CRITERIO

Sobre el incremento de la siniestralidad debido a fenómenos meteorológicos extraordinarios, el socio fundador de Able Correduría de Seguros afirma que "en los últimos años hemos padecido un notable incremento de siniestros provocados por fenómenos meteorológicos extraordinarios. En Navarra, donde tiene la sede la correduría, en concreto los hemos padecido de todo tipo: Danas e inundaciones extraordinarias –atendidos por el Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) de una manera ejemplar-, así como lluvias torrenciales, pedrisco e intensas nevadas. Al incremento de estos fenómenos meteorológicos yo añadiría el notable aumento de los incendios forestales, que han llegado a afectar a zonas industriales y urbanas".

Ante este tipo de fenómenos meteorológicos, llama la atención "por la falta de unidad de criterio para determinar, con precisión, su ocurrencia y cobertura. En ocasiones nos ha ocurrido que un mismo fenómeno afecta en una zona a varios de nuestros clientes y el tratamiento del mismo hecho varía mucho de unas a otras aseguradoras. No tiene sentido que sigamos obcecándonos en si se han alcanzado ciertos umbrales o límites de velocidades de viento o cantidad de lluvia que en el caso de fenómenos aislados en muchas ocasiones no han podido ser registrados, pero que sin embargo han causado daños generalizados y de intensidad en la zona afectada".

Me consta, dice Pedro Abascal, que "el CCS elabora unos mapas muy

precisos de las zonas y municipios afectados por determinados fenómenos extraordinarios. Animo al CCS a que profundice en el alcance de sus mapas y los difunda a nivel sectorial -incluidos mediadores-, esto nos ahorraría a todos dar muchas vueltas innecesarias".

"El incremento de la siniestralidad derivadas de dichos fenómenos meteorológicos solo tiene una solución técnica, que ya viene siendo aplicada, y es el incremento de la primas de los seguros Multirriesgo", sentencia.

En el tema de la inflación, entiende que "la rentabilidad del ramo no está en peligro. Las aseguradoras son conscientes de la repercusión que la inflación tiene en el coste medio de los siniestros y de cómo está afectando a sus cuentas de resultados. Esto solo tiene una solución y es el incremento de la primas de los seguros Multirriesgo, tal y como venimos observando de manera generalizada en los últimos ejercicios".

Todos sabemos que es muy fácil hacer un copia pega, pero en este tipo de seguros esto no vale, hay que saber detectar las necesidades de cada cliente

PERSPECTIVAS POCO HALAGÜEÑAS

"Desde nuestro punto de vista, las previsiones para 2024 en los Multirriesgo para Pymes no son muy halagüeñas. Cada vez nos estamos encontrando con más riesgos para los que nos cuesta encontrar compañías que los acepten. Y no me refiero a riesgos que a priori, bien por su actividad o por sus características constructivas, podríamos suponer que su colocación en el mercado va a ser complicada. La falta de apetito por nuevos riesgos y la política conservadora en suscripción es bastante generalizada. En cierta medida, esto hace que las pymes valoren más la labor que hacemos desde las corredurías, donde además de asesorarles sobre el producto que más se adecúa a sus necesidades, les ayudamos a elaborar un programa de gerencia de riesgos, así como a implementar medidas de mejora continua, correctoras y de prevención, para encontrar pólizas que respondan a sus necesidades", comenta Abascal.

El socio fundador de Able Correduría de Seguros cree que "se está haciendo una mayor selección del riesgo, la peor situación económica de algunas empresas ha llevado a las aseguradoras a aplicar unos filtros cada vez más exhaustivos. Esto ya lo venimos observando desde hace unos años, cuando las bases de datos de las aseguradoras se comenzaron a cruzar con bases de datos de todo tipo de indicadores económicos. Hoy en día, estos filtros no solo se realizan en la nueva contratación, se están aplicando también en las renovaciones. Ello nos lleva a los corredores a explicar situaciones que, en la mayoría de ocasiones, el cliente ya conoce y, por tanto, no le cogen por sorpresa, otra cosa es que no le agrade el mensaje que se les trasmite y, a veces, lo acabemos pagando los mensajeros. En estos casos, sería de agradecer que las aseguradoras informasen a las corredurías con mayor antelación de sus planes de saneamiento, de manera que junto al mensaje de no reno-

vación o de endurecimiento de las condiciones de su póliza, pudiésemos ofrecer al cliente soluciones alternativas. Cuando la comunicación se nos realiza con los dos meses que establece la Ley, hay ocasiones en los que ese plazo es muy ajustado para encontrar y analizar alternativas adecuadas".

CREAR POOLES ESPECÍFICOS

Desde hace años hay problemas para encontrar seguros para algunos sectores, como el sector del reciclaje, papel y cartón, algodoneras, el de la alimentación y las instalaciones con paneles sándwich en sus elementos constructivos, etc. En el caso de Able Correduría de Seguros "hemos tenido que renunciar a determinados clientes, por no ser capaces de encontrar soluciones aseguradoras para ellos. Se trata de un problema generalizado y de muy difícil solución. En ciertos foros se habla de la necesidad de crear pooles específicos y muy probablemente esta acabe siendo la solución. Otro factor que me gustaría destacar son los cambios de actitud que venimos observando en los departamentos de suscripción de las compañías. Parece que hay mucho temor a la toma de decisiones, en ocasiones se echa en falta la figura de ese responsable de contratación que en base a su experiencia y conocimientos técnicos te razonaba una tasa y, en ocasiones, te convencía de no aceptar un determinado riesgo. Creo que esto, en gran medida, es fruto del relevo generacional y al uso indiscriminado que se está haciendo de la tecnología: cuando el ordenador dice que no, parece que no se puede hablar más".

En la Jornada de Perspectivas de Icea se dijo que habían desaparecido 16 entidades de Multirriesgos desde 2013. Como corredores, Pedro Abascal dice que esto "no nos ha afectado, llevamos muchos años trabajando con un plantel de compañías estable, que en nuestro caso se han mantenido. Por otra parte, también hemos ido incorporando nuevas aseguradoras, en algunos casos con propuestas muy interesantes".

El CCS elabora unos mapas muy precisos de las zonas y municipios afectados por determinados fenómenos extraordinarios. Sería bueno que los difunda a nivel sectorial, incluidos los mediadores

Sobre la proliferación de la venta online, Abascal comenta que "cuando hablamos de Multirriesgos Pyme, hablamos de una póliza compleja, donde aparte de conocer bien las instalaciones a asegurar, es necesario un conocimiento profundo del proceso productivo y las peculiaridades de cada caso, que nos pueden llevar a recomendar o no determinadas garantías, franquicias, formas de aseguramiento, etc. No conozco el dato del porcentaje de venta de seguros Multirriesgo pyme que se realiza online, pero en nuestro caso, siendo una correduría con un marcado carácter local, la fórmula que funciona sigue siendo la gestión personal. La exportación de bienes y servicios ha ido en aumento en los últimos años en las pymes, y a medida que esta necesidad crecía en nuestros cliente, hemos ido adaptándonos, incorporando nuevas soluciones y ampliando el ámbito territorial de cobertura de las pólizas".

Abascal se muestra a favor de la utilización de la tecnología en aspectos del negocio como "el internet de las cosas, que ya lo estamos aplicando en nuestro día a día en los Multirriesgos Pyme y sin duda lo utilizaremos cada vez en mayor medida. Puestos a imaginar, no veo lejano el día en el

que los capitales de existencias se actualicen de manera automática en las pólizas, todo ello en base al volcado de la información de inventario que manejan los ordenadores de los clientes y recogen todas sus ventas y las entradas de nuevo material en sus almacenes".

Se echa en falta la figura de ese responsable de contratación que en base a su experiencia y conocimientos técnicos te razonaba una tasa y, en ocasiones, te convencía de no aceptar un determinado riesgo

LECTURA CORRECTA DE LOS MAPAS DE RIESGO

El futuro del seguro de Multirriesgos Pyme pasa "por una correcta elaboración y lectura de sus mapas de riesgo y la capacidad de la mediación para trasmitírselo al cliente y ayudarle a encontrar la aseguradoras que mejores condiciones le ofrezca para su necesidad concreta. Sin duda, debemos seguir formándonos en la gerencia de riesgos y en el uso de las nuevas herramientas que están surgiendo para ayudarnos a realizar estas tareas", explica Pedro Abascal.

Nos encontramos en un momento en el que el mercado se ha endurecido, un mercado donde es necesario tener un profundo conocimiento del apetito de cada aseguradora. "En nuestro caso y para aquellos riesgos que bien a priori o una vez analizados en el mercado local no tenemos fácil contratación, tenemos la suerte de contar con la ayuda de nuestro 'primo de zumosol', me refiero a la inestimable ayuda que el departamento de empresas de Centerbrok nos brinda desde nuestra sede central en Madrid y desde donde, de una manera muy ordenada y profesional, se esmeran por encontrar para toda la red la solución más adecuada para cada caso", se congratula Abascal.

La profesionalidad, cercanía y experiencia son el mayor valor añadido que aportan los corredores al cliente en este tipo de seguros. "Todos sabemos que es muy fácil hacer un copia pega, pero en este tipo de seguros esto no vale, hay que saber detectar las necesidades de cada cliente y conocer las cláusulas especiales que mejor se adaptan a cada caso concreto".

Quizás por eso, la mediación detenta el 68% del negocio de Multirriesgos. "De este porcentaje, un volumen muy elevado corresponde a las corredurías y ello es debido a que el cliente Pyme demanda un alto grado de especialización y profesionalidad que, hoy por hoy, para otros canales de mediación distintos a las corredurías es muy difícil que puedan darlo".

Pedro Abascal tiene la sensación de "estar viviendo un momento muy extraño, en el que al margen de las políticas de contratación o planes de saneamiento que hemos mencionado, nos encontramos actitudes nunca vistas por parte de algunas compañías. Se percibe una sensación de falta de interés por la nueva producción, parece que en muchos casos la política de crecimiento está basado, sobre todo, en el incremento de las renovaciones".

Carmen Peña

Tu salud y la de tus empleados con una sonrisa

VOCACIÓN PYMES ASISA

Si eres pyme o autónomo, en ASISA ponemos a tu disposición los seguros que mejor se adaptan a ti y a tu empresa. Con nuestros productos **ASISA Dental Pymes** y **ASISA Salud Pymes**, tendrás acceso a la asistencia sanitaria más completa y con los mejores descuentos.

ASISA **DENTAL PYMES**

10% Dto.*

ASISA **SALUD PYMES**

10% Dto.*

- Póliza de accidentes con una cobertura de **6.000€**.
- Póliza Hospitalización de **30€/día**.

Y si contratas los dos

15% Dto.*

CONTRÁTALO ANTES DEL **30 DE ABRIL**

Porque cuidar de lo que te importa es cuidarte a ti.

*Promoción válida hasta el 30 de abril de 2024. Productos que entran en la promoción: ASISA Salud Pymes, ASISA Salud Pymes Plus, ASISA Próxima Pymes, ASISA Próxima Pymes Plus, ASISA Integral Pymes, ASISA Dental Pymes. Oferta no válida en Ibiza y Menorca. Más información en asisa.es

TEATRO REAL
CERCA DE TI

asisa.es/pymes
900 10 10 21

asisa

La **DGSFP** debería hacer un registro de las empresas que imparten formación continua

Nadie discute la importancia que tiene la formación en los corredores de seguros porque les permite ser mejores profesionales y eso fideliza y atrae clientes. La DEC indica cuatro ramas principales a la hora de establecer la información que hay que facilitar en la formación continua: conceptos generales aseguradores; productos; herramientas tecnológicas; y habilidades. Sin embargo, existen quejas de que con la obligatoriedad de la formación continua han proliferado las empresas que la imparten y la DGSFP debería hacer un registro igual que el que tiene con la formación inicial, para tenerlas controladas.

Jorge Campos, director del **Instituto e-learning del Seguro**, considera que los corredores apenas se han visto afectados por las nuevas exigencias, porque ya con la Ley de Mediación de Seguros tenían una obligatoriedad de formación muy similar. Así, a diferencia de cuestiones técnicas, en torno al número de horas o la mayor rigurosidad en la medición de la formación continua (que ahora tiene que ser evaluable), el escenario para estos profesionales ha variado poco, por lo que la transición ha sido buena. "Aparte de que el corredor es una figura que tiene asumido que tiene una obligación de formación y que tiene que formarse él y su equipo", destaca. En el caso de las aseguradoras, el cambio ha sido mayor, ya que "no tenían esta obligatoriedad antes".

Desde el punto de vista de las compañías, Cristina Valls, responsable de Formación del Área Comercial de **Arag**, reconoce que "como cualquier cambio, siempre al principio asus-

ta", pero se han adaptado bien, entre otras cuestiones porque su aseguradora es muy activa en temas de formación y siempre han planteado una oferta formativa amplia para los corredores. "Nosotros nos lo tomamos como un reto dentro del reto. Estábamos perfectamente preparados y concienciados en que la formación es algo muy necesario; es una inversión a futuro y en la profesionalización del sector", reseña. En cuanto a corredores han apreciado un incremento enorme, ya que, si en 2021 formaron a unos 5.000, en 2023 cerraron 10.000. Donde han tenido que hacer una mayor adaptación ha sido en esa rigurosidad a la hora de los exámenes, más en la formación inicial, que entre otras exigencias tienen que ser grabados, lo que ha obligado a las compañías a buscar unos partners que les den total garantía de que aplican todos estos requisitos que exige la DGSFP.

"Los corredores están requiriendo una formación más global para desempeñar sus funciones con todavía una mayor profesionalidad".
Cristina Valls

"Nosotros solo trabajamos con corredores y, al ser una compañía especialista, la formación es uno de nuestros pilares fundamentales. Es evidente que, si no dominas una materia, no la ofreces a tus clientes finales", explica César Morales, director de Desarrollo de Negocio Centro–Norte y Asociaciones de Corredores de **Berkley España**. En su caso también reconoce que se han adaptado con normalidad, toda vez que ya disponían de una plataforma interna (BE-Campus) desde hace 6 años, por la que han pasado cerca de 1.000 usuarios.

"Es verdad que al ser un mercado tan híper regulado, añadir otra obligación más no les sorprende. De hecho, lo agradecen porque la profesionalización debe ser seña de identidad de nuestro sector", sostiene Itziar Pernía, vicepresidenta y responsable de Formación de **Apromes**. Con todo, y aunque los corredores tenían bastante interiorizado la necesidad de formarse, esas exigencias adicionales les han hecho concienciarse de la necesidad de complementar su formación y la de sus equipos, también porque es una manera de profesionalizar todavía más si cabe el negocio y también rendir cuentas a DGSFP en la DEC.

LA NECESIDAD DE FORMARSE

Itziar Pernía sostiene que si se está mejor formado, "evitamos que nuestros clientes vayan a otros competidores que no son tan profesionales como nosotros".

De hecho, Cristina Valls considera que los corredores ven la formación como algo súper necesario y la valoran como un valor añadido que ellos son capaces de aportar a sus clientes: "Lo ven como una inversión", comenta.

Aun reconociendo que ha ayudado mucho esta obligatoriedad, Jorge Campos recuerda que el corredor viene de un escenario en el que ya desde 2006 es obligatoria la formación, por lo que lo tiene muy asimilado. El profesional ya aprecia que la formación es fundamental en su día a día para poder dar mejor servicio, profesionalizarse más, diferenciarse de los competidores, estar actualizado permanentemente en conocimiento de productos, de normativas...

Además, César Morales hace hincapié en que existe un exceso de información al alcance de un clic que obliga a los actores del sector a estar completamente actualizados.

PYMES FLEXIBLES

En cualquier caso, estos requisitos instructivos hacen que los profesionales tengan que dedicarle más tiempo, restándoselo de otras tareas, algo que en el caso de las pymes siempre es más complicado. Pernía alude a que los gerentes son conscientes que es un esfuerzo adicional para su personal, pero "son bastante flexibles". En este sentido, en Apromes tienen una plataforma formativa abierta 24/7.

"Los gerentes de las corredurías son conscientes que sus equipos tienen que hacer unas formaciones y ahora mismo les dejan un poco de libertad", redunda Campos, quien señala que aunque a lo largo del año hay tiempo de sobra para formarse (entre 15 y 25 horas obligatorias), aprecia que hay períodos más activos que otros a nivel formativo.

"Aprovechando esta obligatoriedad, los corredores entienden que la formación es necesaria para mejorar y que el negocio sea mucho más floreciente". Itziar Pernía

En esta línea, Cristina Valls explica que ellos lanzan una oferta formativa anual que empieza en marzo y acaba en diciembre: "La gente está muy mentalizada con el tema de la formación continua, la ven necesaria", concluye.

"Nuestra oferta formativa es un programa de varios meses, pero que solo exige unas 2 horas mensuales, que se pueden repartir, porque el webinar que hacemos que complementa una formación online lo pueden modular, lo pueden ver en el momento que puedan", destaca César Morales.

MAYOR COMPETITIVIDAD

Sobre la posible preocupación de que existan empresas que imparten formación continua que no sean todo lo rigurosas que pide la DGSFP, la vicepresidenta y responsable de Formación de Apromes estima que la mayoría de los agentes por no decir todos los que hay en el sector "son muy profesionales y se circunscriben a la normativa" en cuanto a formación inicial se refiere, desarrollando cada uno los contenidos marcados por DGSFP siendo más o menos creativos e innovadores para poder aportar valor añadido. "En cuanto a los programas de formación continua ahí es verdad que está un poco más abierto y cada uno ofrece lo que considera que puede ser de interés a sus potenciales clientes. Hay más competidores", sostiene. Considera que es un mercado muy dinámico y que la formación está muy en boga, pero al estar tan híper regulado "es complicado hacer algo que no esté dentro del marco legal y, por ende, en norma".

El director del Instituto e-learning del Seguro señala "que hay un montón de competencia de partners nuevos". Considera que en la formación inicial es "rarísimo" que pudiese haber alguna irregularidad, porque hay que tener una autorización expresa para ejercer y la DGSFP comprueba cada cierto tiempo que sigue estando actualizado, aunque insta al regulador a hacer en la formación continua un registro igual que hace con la formación inicial.

Desde Berkley España se reconoce que al igual que pasa con el mercado asegurador, cuando algo se convierte en obligatorio se genera una visión de oportunidad comercial y muchos actores se lanzan a ello, por lo que suele haber más propuestas formativas.

"Han entrado más proveedores en juego", confirma la responsable de Formación del Área Comercial de Arag, co-

nocedora porque desde su sede en Alemania les exigen cada vez que hacen un plan formativo presentar una terna de tres proveedores, con un informe claro sobre todo lo que se ofrece, y han apreciado que hay más competencia.

TEMÁTICAS VARIADAS

En cuanto a las temáticas formativas más demandadas, Itziar Pernía, videpresidenta y responsable de Formación de Apromes, señala que los nuevos corredores se decantan más por aprender sobre los ramos, en cómo poder llegar a sus clientes con técnicas comerciales, insurtech, IA, en gestión del tiempo... Y los más veteranos, todo lo que es obligatorio en materia de blanqueo de capitales, protección de datos, acoso laboral, los planes de igualdad... "Hay mucha variedad. Nuestro sector es bastante profesional y suele pedir lo que necesita", reseña.

Cristina Valls, responsable de Formación del Área Comercial de Arag, comenta que su compañía al estar especializada en Defensa Jurídica y Asistencia en Viaje, la formación de productos que pueden ofrecer es muy limitada, por lo que se centran también en que la formación vaya un poco más allá y que ayude a los mediadores a vender más y mejor. Lo más solicitado son formaciones sobre novedades legislativas, comunicación, ventas y gestión de corredurías, temas más relacionados con su trabajo del día a día. "Están queriendo una formación más global para desempeñar sus funciones con todavía mayor profesionalidad", sentencia.

"El producto como ámbito de formación de seguros, es el curso estrella siempre", corrobora Jorge Campos, director del Instituto e-learning del Seguro, pero es verdad que están apareciendo otros intereses, como puede ser la tecnología y habilidades. Además, la DEC ya segmenta en cuatro ramas principales a la hora de establecer la información que hay que facilitar de la formación continua que se ha hecho en el año: conceptos generales aseguradores; productos; herramientas tecnológicas; y habilidades. "La DGSFP quiere estadísticamente saber en cuál de estos cuatro ramos se hace más formación", cita, a la vez de que da pistas de lo que el supervisor considera necesario.

"Nos tenemos que adaptar a las nuevas generaciones y mantener la formación que hacemos para las generaciones que ya están; optar por la oferta diversa".
César Morales

FORMACIÓN CON RETORNO

Ahora bien, desde el supervisor lo que no se hace es un seguimiento de la formación, más allá de la memoria de formación anual que hay que presentar. Jorge Campos especifica que tampoco desde las plataformas no se hace: "Hoy en día la formación en seguros no exige en ningún caso una recertificación, a diferencia de la Mifid", asegura. No obstante, en el caso de los corredores, en el día a día, se aprecia si se están ejecutando los conocimientos que han adquirido: "Si han hecho una formación sobre un producto concreto y en el trimestre siguiente se incrementan las ventas, esa es la mejor manera de ver que la efectividad ha sido extraordinaria", resume.

Efectivamente, César Morales, director de Desarrollo de Negocio Centro–Norte y Asociaciones de Corredores de Berkley España, destaca que sí se ve una acción-reacción cuando una correduría recibe una formación de un producto específico, ya que luego el porcentaje de solicitudes y coti-

zaciones se incrementan. Y no solo en los productos, "también con el reciclaje; eso les ayuda mucho a volver a tener ciertos conocimientos básicos que les ayuda luego en su venta".

"Nosotros tampoco lo hacemos, pero sí que vemos que hay un retorno", coincide Cristina Valls, aunque asegura que en algún momento puntual han hecho seguimiento de unas acciones muy concretas de venta cruzada y fueron testeando que había habido un incremento en ventas.

"Es cierto que no se hace seguimiento como tal", argumenta Itziar Pernía, quien incide en que se observa un retorno de la formación en las ventas y "que cada vez los corredores se interesan más y nos piden más cursos en esa línea".

"Si han hecho una formación sobre un producto concreto y en el trimestre siguiente se incrementan las ventas, esa es la mejor manera de ver su efectividad". Jorge Campos

IRRUPCIÓN TECNOLÓGICA

Respecto al futuro de la formación y la incursión de las nuevas tecnologías, Pernía es consciente de que queda mucho por ver y que hay recursos, como la inteligencia artificial, que "ya está aquí" y tenemos que saber muy bien cómo usarla. Sabemos que sirve para muchas cosas, pero aún estamos conociéndola, aunque en algunos sectores como la formación se está implantando ya", alude. Y aunque reconoce que ahora estamos "súper digitalizados", cree que en los próximos 5 años vamos a asistir a "una revolución total", que nos hará más ágiles e innovadores.

No obstante, Valls asegura que, en formación, todo el tema de digitalización hace que los contenidos lleguen mucho más a quienes se forman. "Al final los corredores te piden formación diferente y con la tecnología que tenemos por explorar puede aportar muchas cosas", corrobora.

"La inteligencia artificial ha llegado, ya está dentro de la formación", confirma Campos, quien precisa que la formación online ha cambiado mucho en los últimos años y tiene que contar con una serie de recursos mínimos que hagan que el alumno interactúe, con audiovisuales, podcasts, vídeos... Pero ya no solo por la irrupción de la IA, sino para poder diferenciarse de los nuevos competidores, que en su caso se ha plasmado en acciones como la formación audible cien por cien, con una serie de podcast para poder formarse en cualquier momento; la adaptación de la plataforma a discapacitados visuales; y la generación de todos los contenidos en lengua inglesa. "Por supuesto que la inteligencia artificial está llegando y marcando el camino, pero también hay otras herramientas innovadoras que los partners estamos aportando al sector y en el fondo estamos enriqueciendo y profesionalizando la formación aseguradora en España", sugiere.

Al final, como indica César Morales, la clave es "adaptarse a las nuevas generaciones que vienen, que piden cosas diferentes y mantener la formación que hacemos para las generaciones que ya están, con lo cual hay que optar por la oferta diversa".

Aitana Prieto / Carmen Peña

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

Preventiva Seguros | **Ahorro TOTAL**

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

5,02%

A dos años
TIR ANUAL: 2,51% **GARANTIZADO**

Infórmate en tu sucursal más cercana.

Red de sucursales Preventiva

o en el email:

Ahorrototal@preventiva.com

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

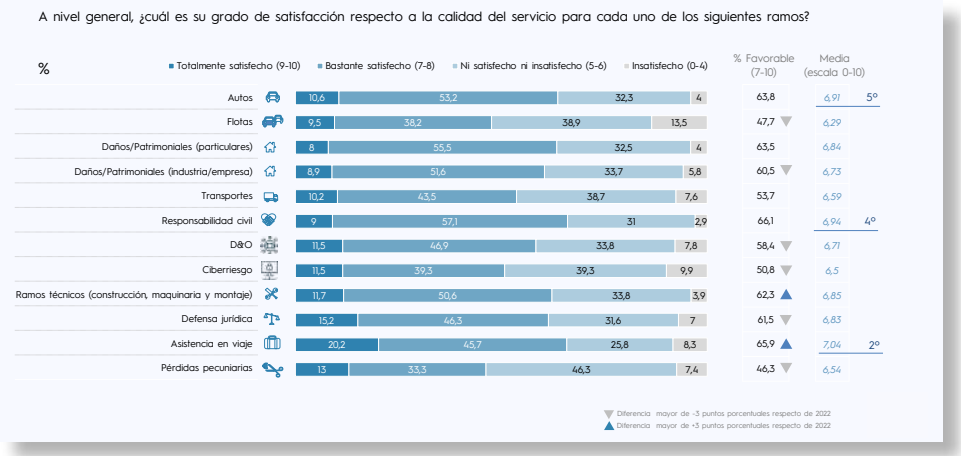
XV Barómetro Adecose

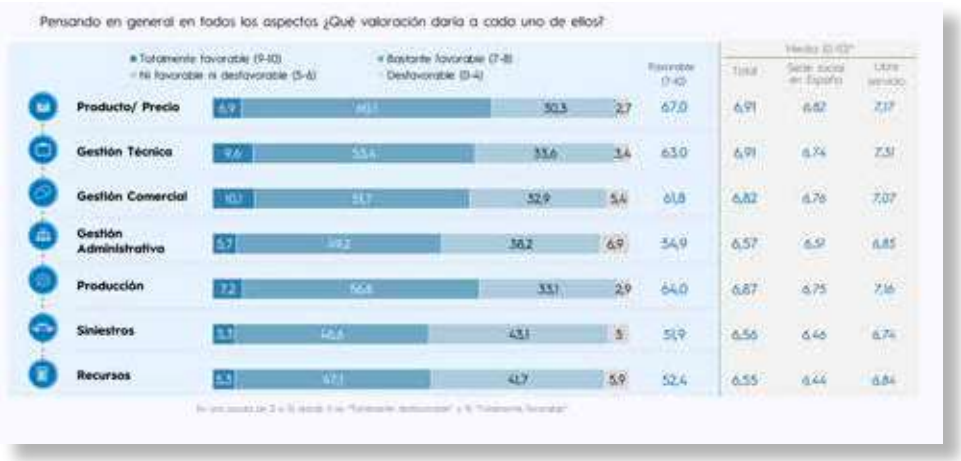
Mejora ligeramente la **SATISFACCIÓN** de los corredores con las aseguradoras

El grado de satisfacción de los corredores respecto a la calidad del servicio de las aseguradoras ha crecido ligeramente, tras cuatro años disminuyendo, de modo que la nota media asignada por los profesionales a las compañías se ha situado en 6,78, diez décimas más que hace un año, según la XV edición del Barómetro Adecose.

Un año más, el evento de presentación de los resultados se celebró de manera presencial y también por *streaming*, dirigida en todo momento por el presidente de la asociación de corredores, Martín Navaz, quien agradeció a los socios sus respuestas para ayudar al sector a "mejorar las relaciones con las aseguradoras". No obstante, el Barómetro ha recogido 1.445 respuestas (la cifra más alta recopilada desde que se realiza la encuesta), con una participación del 86% de los socios de Adecose. En este sentido, Navaz quiso destacar que "el alto número de participantes y su compromiso con el estudio revalida un año más este proyecto, que se enmarca como un informe de referencia para el sector asegurador".

En cuanto al grado de satisfacción con la calidad del servicio que ofrecen las aseguradoras, el 59,9% de los corredores han manifestado una opinión "total" o "bastante favorable", mismo porcentaje que en el ejercicio anterior. Tanto las compañías que están en régimen de establecimiento o





El 59,9% de los corredores valoran positivamente la calidad del servicio de las aseguradoras, el mismo porcentaje que en 2022

libre prestación de servicio (LPS), como las que tienen sede social en España han experimentado subidas en cuanto a la satisfacción de los profesionales, de apenas una décima en el caso de las segundas, pero muy pronunciada entre las primeras, que han pasado del 64,2% al 69,7% en solo un año.

ASPECTOS A MEJORAR

Tal y como se introdujera en el Barómetro del año pasado, en esta edición se ha vuelto a preguntar a los corredores sobre las áreas que consideran que deberían mejorar las aseguradoras. La primera de ellas ha sido la atención y comunicación, quejándose muchos de que las dificultades vienen dadas, en algunos casos, por el uso de plataformas tecnológicas que impiden el trato directo con profesionales. Esta cuestión, especialmente relevante para las pequeñas corredurías, ha desbancado a la que el año pasado más preocupaba, la falta de agilidad de las compañías en aspectos como los tiempos de respuesta o las gestiones, que este año ocupa el segundo lugar. Le sigue la mejora de las capacidades (resolutiva, de negociación…), la revisión de las políticas (renovación, suscripción…), la revisión de los precios y las condiciones de pago, la flexibilidad, la confianza y las coberturas.

También se ha preguntado sobre la actuación de las compañías en la política de renovaciones. La mejor apreciación se ha obtenido, un año más, por las condiciones técnicas ofrecidas (6,10), seguido de las condiciones económicas ofrecidas (5,71) y la capacidad de negociación post oferta (5,67), que arrebata el tercer puesto al plazo de comunicación de la oferta (5,61).

Cabe destacar que, excepto en el plazo de comunicación de la oferta, en los otros tres aspectos ha mejorado la

opinión de las corredurías respecto al trabajo de las aseguradoras, siendo especialmente relevante en el caso de las condiciones técnicas ofrecidas, ya que en el ejercicio anterior en ninguna faceta se consiguió pasar del 6 de media.

CRÉDITO, EL MEJOR VALORADO

Crédito, con una valoración de 7,37, suple este año a Asistencia en Viajes como el ramo con mejor apreciación por parte de los corredores, muy por encima del 7,08 del ejercicio anterior. Tras Asistencia en Viajes (7,04) empatan en tercer lugar Accidentes Individual y Vida Riesgo Individual (6,96), seguidos de Responsabilidad Civil (6,94) y Autos (6,91).

Este año la satisfacción global con los ramos aseguradores vuelve a ser positiva, estando todos ellos por encima del 6,5, excepto Flotas, que baja a un 6,29. En esta ocasión Ciberriesgo es en el que se producen las mayores diferencias entre la aseguradora mejor valorada y la peor, con una diferencia de 3,74 puntos porcentuales, siendo el seguro de Riesgo Político en el que se dan los valores más ajustados (entre un 6,4 y un 7,0).

Sobre los aspectos concretos del servicio, Gestión Técnica vuelve a obtener, por segundo año consecutivo, la mejor valoración, con un 6,91 sobre 10, por encima del 6,83 obtenido un año antes. Ahora bien, en esta edición empata en cabeza con Producto-Precio, que sube su puntuación desde el 6,82 anterior. Producción obtiene un 6,87 y le sigue Gestión Comercial con un 6,82. Gestión Administrativa (6,57), Siniestros (6,56) y Recursos (6,55) vuelven a ser los aspectos peor considerados.

El uso de EIAC se ha disparado hasta el 82,6% de las corredurías, mientras que un 70,7% ya pertenece a CIMA

En Producto/Precio la oferta de coberturas a un precio competitivo es lo más apreciado, por encima de la claridad para entender los contratos y la adaptación de la cartera de productos. En Gestión Técnica/Comercial la capacidad técnica y conocimiento de suscripción ha mejorado ostensiblemente su 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 nuevamente se valora más la actitud en la resolución de siniestros y pago de las indemnizaciones que el acceso a la información sobre el siniestro.

12 ASEGURADORAS ALCANZAN EL NOTABLE

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 doce compañías con un notable, dos más que en 2022, encabezando la clasificación, nuevamente, Surne, con una nota media de 7,79, seguida de Cigna y Ergo, que con 7,53 empatan en el segundo puesto. Los acompañan Hiscox (7,51), Arag (7,46), Reale (7,34), Asefa (7,27), Iris Global (7,26), Liberty (7,22), Markel (7,21), Zurich (7,08) y Solunion (7,04). La puntuación media se ha reducido, igual que ocurriese doce meses antes, pasando de 6,68 a 6,65.

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 Responsabilidad Civil, D&O y Ciberriesgo; Reale, en

Los corredores reclaman una mejora en la atención y comunicación de las aseguradoras, instándoles a primar el trato humano sobre las plataformas tecnológicas

Autos y Daños Patrimoniales (individuales y colectivos); Arag, en Asistencia en Viajes y Defensa Jurídica; y Solunion, en Crédito y Riesgo Político. En el resto de ramos las más apreciadas son: Allianz, en Flotas; Liberty, en Transportes; DAS, en Pérdidas Pecuniarias; Asefa, en Ramos Técnicos; DKV, en Salud Individual; Cigna, en Salud Colectivo; y Aserta, en Caución.

En los aspectos concretos del servicio, Ergo es la mejor en Gestión Comercial (con Asefa y Surne en los siguientes puestos). Iris Global lidera el ranking en Producto/Precio (seguida de Surne y Ergo). Reale encabeza Gestión Administrativa (por delante de Surne y Liberty). El resto de aspectos están liderados por Surne: Gestión Técnica (con Iris Global y Liberty en las siguientes posiciones); Producción (con Ergo e Iris Global tras ella); Siniestros (con Hiscox y Solunion en segundo y tercer lugar); y Recursos (completando el podio Cigna y Hiscox).

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, Hiscox, Arag, Cigna, Reale, Asefa, Liberty, Ergo, Markel, Iris Global, Zurich, Fiatc, AXA XL, Solunion, Berkley, Catalana Occidente (ahora Occident), DAS, Asisa, Cesce, DKV, Crédito y Caución, HDI, Plus Ultra y Sanitas, con una puntuación todas ellas de más de 7 sobre 10, siendo siete entidades más que en 2022 las que alcanzan el notable, con una media global de 7,16 (por el 7,0 del ejercicio anterior).

LA ADHESIÓN A CIMA SIGUE CRECIENDO

Como en años anteriores, el Barómetro de Adecose también ha servido para determinar el conocimiento, uso y limitaciones del Estándar de Intercambio de Comunicación

Uso EIAC con Aseguradoras

¿Su correduría está utilizando el estándar EIAC para el intercambio de información con la compañía (Aseguradoras con las que trabaja)? ¿Cuál es su grado de satisfacción respecto de esta compañía en la utilización del EIAC con su correduría?

Aseguradoras con **más de un 60%** de entrevistados que **utilizan el EIAC**

REALE	88
ALLIANZ	85
PLUS ULTRA	82
AXA	82
GENERALI	80
LIBERTY SEGUROS	80
ZURICH	80
CATALANA OCCIDENTE	77
FIATC	71
MAPFRE	70
HELVETIA	66
AEGON	62
CASER	61
PELAYO MUTUA DE SEGUROS	61

Satisfacción media con la utilización del EIAC
7,31

Aseguradoras con **más utilización del EIAC y satisfacción de notable** (7 o más)

REALE	7,98
LIBERTY SEGUROS	7,94
FIATC	7,62
PLUS ULTRA	7,57
ZURICH	7,52
ALLIANZ	7,50
CATALANA OCCIDENTE	7,49
GENERALI	7,15
AXA	7,09

(EIAC). MPM sigue siendo el principal proveedor, para el 43,7% de los corredores, seguido de Ebroker (9,5%), aunque hay un 24,2% que optan por el software propio.

Por cuarto año consecutivo se ha producido retroceso en el grado de satisfacción con el servicio prestado por las tecnológicas con el tema del EIAC. Aunque el 53,6% dan una puntuación de notable en adelante (cuando en 2022 esa cifra era del 53,1% de los encuestados), la nota media ha descendido del 6,51 sobre 10, al 6,49.

Como ya ocurriera en 2022, el porcentaje de corredurías que reconocen usar el estándar EIAC para el intercambio de información con las aseguradoras sigue creciendo notablemente, del 77% del ejercicio precedente al 82,6% de 2023.

Además, 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 7,31 (por el 7,28 anterior), siendo Reale, Allianz, Plus Ultra, AXA, Generali, Liberty, Zurich, Catalana Occidente y Fiatc las compañías que obtienen mejor puntuación en este aspecto, manteniéndose todas ellas en el notable, al igual que hicieron doce meses antes.

Crédito, Asistencia en Viajes, Accidentes, Vida Riesgo individual, RC y Autos son los ramos mejor valorados

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 entidades los usan frecuentemente o con bastante frecuencia para otros temas (el 50% de los corredores piensa así, porcentaje idéntico a 2022).

Como ya ocurriera en los últimos años, 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). La adhesión sigue creciendo notablemente, pasando del 64,5% de 2022 al 70,7% de las corredurías en 2023, aunque, según adelantó Navaz, Adecose tiene información de que en enero ya se había superado el 80%.

Una de las novedades en la última encuesta de Adecose ha sido preguntar a los socios por la firma digital, de tal modo que un 43,7% ya confirma que la usa en sus corredurías, siendo Signaturit (25,8%) y DocuSign (15,3%) los principales proveedores.

También se les inquirió por el proyecto de digitalización lanzado hace un año por la asociación. El 72,3% han valorado la iniciativa como bastante o totalmente interesante y un 83,4% apuesta porque este 2024 se desarrolle una segunda fase del proyecto para profundizar en el mismo.

Aitana Prieto

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

El trabajador **COSTEARÁ** los planes de aportación definida según el nuevo convenio de la mediación

El sector de la Mediación de Seguros Privados ha firmado un nuevo convenio colectivo que trae algunas importantes novedades, como la sustitución del premio de jubilación por los planes de aportación definida. Estos no implicarán un gasto económico extra a las empresas, pues se nutre del salario del propio trabajador.

Aemes ha acercado las novedades del nuevo convenio colectivo para las empresas de mediación de seguros a los miembros de **Fecor** (Federación de Asociaciones y Organizaciones Profesionales de Corredores y Corredurías de Seguros de España), por medio de una videoconferencia.

Jorge Benítez, presidente de Aemes, durante la presentación del acto, hizo referencia a la necesidad de incluir en el nuevo convenio todo lo que se había aprobado en el Estatuto de los Trabajadores. Esos puntos "no eran negociables, aunque sí moldeables o incluso mejorables".

Para explicar más pormenorizadamente los cambios, tomó la palabra Lucía Relanzón, responsable del Departamento Jurídico de Aemes. Un convenio colectivo que se publicó en el BOE en noviembre de 2023 y es efectivo desde el 5 de diciembre de 2023. Su ámbito de aplicación es en todo el territorio nacional de 2023 a 2026 en todas las empresas de mediación (personas físicas y jurídicas). Quedan excluidas las personas vinculadas por una relación mercantil, como los colaboradores externos, los becarios y la alta dirección.

NO SE PUEDE IMPONER EL TELETRABAJO

En el anterior convenio (de 2019 a 2022) se incorporó, por primera vez, un artículo que regulaba la relación de teletrabajo. Pero, como no se desarrolló ampliamente, en esta ocasión, se ha adaptado la regulación del teletrabajo a las exigencias de la Ley 10/2021 de Trabajo a Distancia.

El teletrabajo se considera voluntario, tanto para la empresa como para el trabajador. Es decir, la empresa no puede obligar a un trabajador a modificar la forma en la que presta su servicio, ni el trabajador puede obligar a la empresa a que le conceda teletrabajar.

Cabe destacar que quedan fuera de aplicación del convenio aquellas situaciones en las que se realiza trabajo a distancia en una jornada inferior al 30%, así como aquellas en las que se aplica el trabajo a distancia como método de conciliación de la vida laboral y familiar, en virtud del artículo 34.8 del Estatuto de los trabajadores (jornada flexible, reducción de jornada o realizar el trabajo a distancia).

Se tiene que dar un acuerdo por escrito para establecer una serie de cuestiones del teletrabajo que establece la ley 10/21 (por ejemplo, el horario, desde dónde se va a ejercer…). La ley indica que en cualquier momento se podrá revertir este acuerdo. En el convenio se establece un preaviso de 30 días. Y no se podrá revertir hasta que hayan pasado, al menos, 3 meses desde que se inició (siempre y cuando no haya un pacto entre trabajador y empresa). Relanzón aclara que "se exceptúan aquellos puestos de trabajo que, desde el inicio, su contrato sea en teletrabajo". En los casos en los que haya una causa sobrevenida o de causa mayor, las empresas podrán obligar a los empleados a volver a su puesto de trabajo presencial.

Se establece una compensación de gastos (luz, internet…) de 1 euro por jornada efectiva completa de teletrabajo

Las empresas deben poner a disposición del trabajador los medios y equipos necesarios para que se realice en casa el trabajo. Lucía Relanzón explica que "la empresa podrá elegir entre dotarles de los mismos o compensarlos económicamente (en este caso, puede requerir la factura de compra). Es recomendable hacerlo porque así la empresa se asegura que el trabajador está con todo lo necesario para ejercer bien su trabajo y se cumple la ley de accidentes laborales, ya que la empresa es la responsable de que así se cumpla".

En el convenio se establece una compensación de gastos (luz, internet…) de 1 euro por jornada efectiva completa de teletrabajo (si solo se realiza una parte de la jornada, se tiene que calcular la cantidad correspondiente a las horas trabajadas), excluyéndose de su abono los días de vacaciones, festivos, bajas por IT, excedencia, etc. Relanzón advirtió sobre el hecho de establecer una cantidad fija (por ejemplo, 8 euros más al mes) independientemente de si se teletrabaja o no, porque, "aunque es más cómodo el cálculo, se puede adquirir el derecho a cobrarlos y que forme parte de su salario".

Aunque el trabajador es el que elige el domicilio desde dónde va a trabajar, la empresa tiene que dar su consentimiento. Existe la posibilidad de rescindir el acuerdo de teletrabajo unilateralmente por la empresa en caso de que el espacio no cumpla las condiciones mínimas de seguridad y salud. La empresa puede acudir

al domicilio a comprobar la seguridad del espacio, previa autorización. En caso de rechazo no justificado, existe la posibilidad de reversión del acuerdo. Se puede cambiar de domicilio con un preaviso de 15 días, pero ha de haber un periodo mínimo de 6 meses entre un cambio de domicilio y otro.

UN DÍA MÁS DE VACACIONES

En el convenio se ha reducido en 8 horas la jornada máxima de trabajo, estableciéndose en 1.720 horas anuales (antes era 1.728 horas). No obstante, esta reducción se ha hecho a cuenta de un día más de vacaciones (a partir del 1 de enero de 2023), por lo que no tendrá efecto en el horario de los trabajadores, que se mantendrá igual que hasta ahora. De esta forma, los días de vacaciones pasan a ser de 25 días laborables. La responsable del Departamento Jurídico de Aemes señaló que "como el convenio se aprobó en noviembre de 2023 hay empresas que no han podido dar ese día de vacaciones el año pasado. Por eso, se recomienda establecer unos meses de límite de 2024 para disfrutarlo, porque no se puede compensar económicamente, se tiene que disfrutar obligatoriamente".

Por otro lado, se ha acordado premiar a los trabajadores por su fidelidad a la empresa, otorgándoles un día más de vacaciones cuando cumplan 20 años de antigüedad y otro día más cuando cumplan 30 años. Ambos días son consolidables y se sumarán a los 25 días.

En el caso de incapacidad transitoria, las empresas tienen la obligación de cubrir el 100% del salario hasta los 18 primeros meses de baja. La novedad que se introduce en este convenio es que "pierde el derecho la persona que, estando de baja, deje de formar parte de la plantilla por baja voluntaria", explica Lucía Relanzón.

Se puede cambiar de domicilio en el que realizar el teletrabajo, con un preaviso de 15 días, pero ha de haber un periodo mínimo de 6 meses entre un cambio de domicilio y otro

En cuanto al seguro de convenio que cubre el riesgo de muerte, de incapacidad permanente absoluta y total para la profesión y la gran invalidez, hay unos riesgos cubiertos de 22.000 euros y de 44.000 euros en caso de que se produzca por accidente. La novedad es que, ahora, en el seguro de convenio existirán las mismas exclusiones que las establecidas por las pólizas de seguros de Vida.

EN 2026 SE IMPLANTARÁ UN PLAN DE APORTACIÓN DEFINIDA

A partir del 1 de enero de 2026 todas las empresas deberán disponer de un plan de aportación definida para sus trabajadores o, si lo prefieren, un plan de pensiones sustitutorio. La instrumentalización es a través de un seguro colectivo de Vida apto para la exteriorización de pensiones. El plan de aportación definida que contempla el convenio no implica un gasto económico extra a las empresas, pues se nutre del salario del propio trabajador. Concretamente, el 1,5% del incremento salarial de 2026 será destinado a dicho plan. Las empresas podrán hacer estas aportaciones a lo largo del año, pero siempre antes del 30 de septiembre.

Para los contratos realizados a partir del 1 de enero de 2023, la primera aportación será pasados tres años de antigüedad y antes del 31 de diciembre. En el caso de reducción de jornada o de jubilación parcial, las aportaciones serán proporcionales a la jornada efectivamente realizada (excepto en los casos de reducción de jornada para cuidar a un menor o a un familiar o en el caso de que se cumplan 5 años antes de la edad ordinaria de

jubilación, que en este caso se aportará por el 100% de la jornada, aunque esté realizando una inferior). En los periodos de suspensión de los contratos la empresa no va a tener que hacer aportaciones, salvo en caso de IT, nacimiento, acogimiento de un menor, riesgo de embarazo, lactancia y excedencia forzosa. La extinción de las aportaciones se producirá por el fin de la primera contingencia protegida, por la extinción del contrato o por el cumplimiento de la edad legal de jubilación. Independientemente de que siga en la empresa, en el momento que cumpla la edad de jubilación se dejará de hacer aportaciones.

Las contingencias protegidas serán siempre la jubilación ordinaria y la jubilación anticipada. Pero si hay un trabajador con una antigüedad superior a 3 años, también se van a proteger el fallecimiento, la incapacidad permanente, total o gran invalidez y, además, se les va a reconocer los derechos acumulados. De tal manera que si se tiene un trabajador con más de 3 años, que decide darse de baja en la empresa y se va a otra, podrá llevarse sus derechos a otro producto que el trabajador considere.

No obstante, lo anterior, no se trata de un derecho consolidado, por cuanto en caso de despido procedente el trabajador perderá el derecho de cobro del mismo y las aportaciones que haya realizado la empresa deberán revertir a la misma. Asimismo, si el trabajador se va de la empresa antes de que cumplan 3 años, esas aportaciones que se han realizado se las quedaría la empresa. En caso de que el trabajador tenga una antigüedad superior a 3 años, también tiene la posibilidad de tener una liquidez anticipada en caso de desempleo de larga duración o de enfermedad grave.

Se premia a fidelidad de los trabajadores otorgándoles un día más de vacaciones cuando cumplan 20 años de antigüedad y otro día más cuando cumplan 30 años

Anualmente, hay que informar a los trabajadores de las aportaciones que se ha realizado a 31 de diciembre. Asimismo, Relanzón recomendó que "quede justificada de alguna forma que se ha realizado esta comunicación".

PREMIO DE JUBILACIÓN A CAMBIO DE UNOS REQUISITOS

Sobre el premio de jubilación, Relanzón recordó que todas las empresas de la mediación tienen la obligación de que, en caso de que tengan un trabajador que se jubila en el mes que cumple la edad oficial de jubilación, entregar un premio que es igual a una mensualidad por cada 4 años trabajados en la empresa. Pero si se jubila antes o después de ese mes en el que cumple la edad oficial de jubilación, pierde automáticamente este derecho. Como las empresas están obligadas a exteriorizar este premio de jubilación, si el trabajador pierde el derecho a cobrarlo, todas esas aportaciones que ha realizado la empresa, volverían a ella.

Para los contratos que se hayan realizado con posterioridad al 2 de julio de 2023, la antigüedad empezaría a computar a partir del tercer año en la empresa. Como a partir del 1 de enero de 2026 entra en vigor el plan de aportación definida, el 31 de diciembre de 2025 las empresas deberán calcular las mensualidades que cada trabajador ha generado por el premio de jubilación y no se harán nuevas aportaciones a dicho premio. Eso no significa que "haya que calcular el importe del premio que les corresponde, solo el número de pagas generadas. Aquí recomiendo que calculéis el número de días. Porque si no se cumplen 4 años el 31 de diciembre de 2025, se va a tener que calcular de forma proporcional", indica la responsable del Departamento Jurídico de Aemes.

INCREMENTO SALARIAL POR DEBAJO DEL IPC

	Incremento	Dietas	Gastos de Locomoción	Almuerzo
2023	4%	36€/15,50€	0,365€/km	13€
2024	3%	36€/15,50€	0,365€/km	13€
2025	3%	36€/15,50€	0,375€/km	13€
2026	2,75%*	36€/15,50€	0,38€/km	13€

* De los cuales 1,25% se dirige a incremento salarial y 1,5% se destina plan de aportación definida

Sobre el incremento salarial Jorge Benitez, presidente de Aemes, hizo hincapié en que el IPC acumulado desde 2019 a 2022 es del 19,5%, y que en la media de los convenios en general se ha pactado una subida del 14%, mientras que "en nuestro convenio ha sido del 11%".

Se ha pactado un incremento salarial del 4% para el año 2023; del 3% para los años 2024 y 2025; y del 2,75% para el 2026. Pero las empresas que estén pagando por encima de convenio, no tendrá que aplicar estos incrementos. Son subidas que se sitúan por debajo de la media de los pactados en los convenios colectivos sectoriales y muy por debajo del incremento del IPC, del cual la patronal ha querido que sigan desvinculados.

El nivel retributivo 9 tiene un incremento por encima del 4% estipulado para 2023 porque en el convenio de 2022, tenía un salario de 900 euros (que entonces estaba dentro del salario mínimo interprofesional) pero como se ha subido, los 900 euros han quedado bastante por debajo. Al negociar este convenio, se ha tenido que partir de este nuevo salario mínimo interprofesional 1.080 euros (por eso, su subida es superior al 4%). El incremento del 4% tiene efectos retroactivos a 1 de enero de 2023, pero la tabla salarial de 2023 no tiene efectos retroactivos, sino que tiene efectos desde la publicación del convenio (en noviembre de2023). Si se tiene trabajadores de este nivel 9, hasta noviembre se les hace un incremento del 4% y a partir de noviembre, su sueldo será de 1.080 euros.

Por otro lado, el incremento del 2,75% pactado para el año 2026 no se va a emplear íntegramente para el abono de salarios, sino que el 1,5% de dicho incremento se empleará para el nuevo plan de aportación definida que se ha pactado, de forma que en 2026 los salarios se incrementarán un 1,25%. De esta forma, el plan de aportación definida se nutre directamente del salario de los trabajadores y no supone un gasto extra a la empresa, como ocurre ahora con el premio de jubilación.

Con respecto a las dietas y al almuerzo no varía el importe en los cuatro años (se han congelado los que había en el anterior convenio). En cuanto a los gastos de locomoción, se han subido 2 céntimos.

A partir de este convenio, las empresas tendrán la posibilidad de prorratear las pagas extraordinarias en 12 mensualidades si lo negocia con sus empleados. A las empresas que ya lo estaban haciendo, desde Aemes se las aconseja que "lleguen a un acuerdo con los trabajadores para que no haya problemas si se echa a un empleado y este acude al juzgado y el juez establece que se le deben todas las pagas extraordinarias (que estaban prorrateadas) porque no estaban acordadas con el trabajador".

Sobre el PAE (lo pagan las empresas que gestionan más de 3,5 millones de euros en comisiones), Lucía Relanzón comentó que "se sustituye el concepto de primas por el de comisiones, aunque en realidad sigue siendo lo mismo. Será compensable y absorbible para los trabajadores que lo vinieran percibiendo en el nivel retributivo 9 a fecha de la publicación del convenio".

SE MANTIENE LA JUBILACIÓN FORZOSA

Lucía Relanzón se congratula de que se ha podido mantener la jubilación forzosa gracias a que ya estaba contemplada en el convenio de 2019. Las empresas podrán extinguir, de forma unilateral, el contrato de un trabajador, sin derecho a indemnización, en caso de que éste haya cumplido la edad de 68 años (en 2019 era 65 años) y tenga derecho a percibir el 100% de la pensión de jubilación. Para poder llevarla a cabo, será necesario que la empresa realice un nuevo contrato con otro trabajador, a jornada completa y con carácter indefinido, no necesariamente para reemplazar al trabajador jubilado. Para evitar sorpresas desagradables en forma de demanda por despido improcedente, desde Aemes se aconseja que la empresa verifique que el trabajador ha cumplido el periodo mínimo de cotización para poder tener derecho a percibir el 100% de la pensión de jubilación, a través el Informe de Vida Laboral que expide la Seguridad Social. El trabajador tendrá la obligación de aportar este Informe de Vida Laboral. Si no lo hace en 4 meses desde la fecha en la que se le requiere, se le podrá sancionar.

En el apartado de faltas y sanciones, se ha metido una pequeña modificación: cuando se produce una falta, la empresa puede elegir la sanción (determinados días de empleo y sueldo, despido u otro tipo de sanciones como la realización de una actividad de formación de reciclaje para reconducir la conducta).

Ante situaciones de acoso laboral o sexual, se ha establecido un protocolo de actuación que se ciñe a lo que dice la norma: todas las empresas deben contar con un protocolo de actuación, independientemente del tamaño que tenga; hay que sensibilizar a toda la plantilla y tener en cuenta que esos acosos se pueden realizar de forma digital; si existe representación legal de los trabajadores, la empresa le deberá dar participación; debe incluir el protocolo de actuación en caso de acoso, realizar una denuncia y apertura de expediente para investigarlo (para eso tiene 20 días laborables, prorrogable a otros 20 días más) y emitir un acta en el que se diga si realmente se está produciendo o no una situación de acoso; si se produce, la empresa tiene que sancionar al trabajador; y poner en conocimiento de la representación legal de los trabajadores la denuncia anonimizada y resolución de expediente. La empresa debe ser la primera en enterarse de si existe cualquier tipo de acoso (antes de que se vaya a inspección o a un juzgado) porque va a ser responsable solidaria. Asimismo, la empresa debe informar a los trabajadores de los protocolos que se establezcan para evitar situaciones de acoso y del proceso que tienen que seguir para denunciarlos.

El 31 de diciembre de 2025 las empresas deberán calcular las mensualidades que cada trabajador ha generado por el premio de jubilación y no se harán nuevas aportaciones

Al final de la videoconferencia, Jorge Benítez anunció que "se está preparando para los socios de Aemes, un monográfico de la aplicación del nuevo plan de jubilación y las alternativas que puede haber en el mercado. Estamos negociando con alguna aseguradora un producto adaptado a lo que dice el convenio. Cuando lo tengamos, lo abriremos a todo el sector para quien quiera contratarlo. También estamos negociando un plan de empleo simplificado para que los autónomos podamos seguir haciendo aportaciones a planes de pensiones, y a la vez utilizar este plan como alternativa a este plan de aportaciones que tiene otras peculiaridades y otras ventajas fiscales".

Montserrat Martin, abogada de ARAG

Las zonas **TENSIONADAS** que aún no lo son

Cada vez son más los españoles que viven de alquiler: más o menos el 24%, según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Este es uno de los motivos por los que el pasado 24 de mayo se aprobó la nueva Ley de Vivienda que pretende ofrecer más protección a los inquilinos y moderar las subidas de los alquileres.

Una de las medidas más destacadas es la creación de 'zonas tensionadas'. Son aquellas en las que la carga media de la hipoteca o del alquiler, más los suministros, supera el 30% de los ingresos medios de un hogar o en las que el precio haya subido al menos 3 puntos por encima del IPC en los últimos cinco años. Teniendo esto en cuenta, la mayoría se encuentran en Madrid, Barcelona, la Costa del Sol, las islas y el litoral mediterráneo.

En las zonas tensionadas los grandes tenedores (los que tienen 5 o más inmuebles en esas áreas, sean personas físicas o jurídicas) no pueden alquilar por encima de la referencia que fije el Gobierno central. Por su parte, los pequeños tenedores en zona tensionada también deberán establecer el alquiler de acuerdo con ese mismo índice sino hay contrato previo. Y si la vivienda ya se había alquilado antes tendrá que tomarse como referencia la establecida en los últimos cinco años en el contrato anterior una vez aplicadas las actualizaciones.

La cuestión es que son las comunidades autónomas y ayuntamientos los que deben definir las zonas tensionadas, pues tienen traspasadas las competencias de vivienda. Y este es el punto débil de la norma, ya que son menos de la mitad las regiones que se muestran favorables a limitar estas zonas: Asturias, Canarias, Cataluña, Galicia, Navarra, País Vasco y Valencia.

CATALUÑA, LA PRIMERA EN ESTABLECER LAS ZONAS TENSIONADAS

De ellas, Cataluña será la primera Comunidad Autónoma en aplicar el límite a los precios del alquiler en zonas tensionadas. Lo hará después de algunos retrasos motivados por la espera a que el Gobierno central esta-

bleciese el Índice de Referencia del Alquiler al que se tendrán que ajustar los propietarios y que, finalmente, entrará en vigor el 13 de marzo. De hecho, Cataluña ya reguló los precios de los alquileres hasta marzo de 2022, cuando el Tribunal Constitucional anuló su aplicación.

Entre los municipios catalanes afectados por las zonas tensionadas se encuentran las ciudades de Barcelona, Tarragona, Lleida y Girona, además de los principales municipios del Área Metropolitana de Barcelona y la mayoría de los costeros. En ellas habitan 6,2 millones de personas, el 80,6% del total de habitantes de la comunidad.

EL PRECIO DEL ALQUILER SIGUE AL ALZA

El hecho es que el mercado del alquiler aún no ha mejorado, ya sea a causa del retraso de la creación del Índice de Referencia del Alquiler, de las comunidades autónomas que aún no han puesto en marcha la aplicación de la norma o de las que no piensan hacerlo. En el primer semestre del año pasado se alcanzó el mayor precio medio del metro cuadrado registrado nunca con 11,69 euros/m2, según datos de Fotocasa. En la Comunidad de Madrid, el aumento interanual de los precios fue del 12,8% el pasado mes de enero, según este mismo portal inmobiliario. El mercado nacional registró un alza del 5,1% en el mismo mes respecto a un año antes.

La carga media de la hipoteca o del alquiler, más los suministros, no debe superar el 30% de los ingresos de un hogar

Habrá que analizar al detalle qué ocurre a partir de ahora en Cataluña para ver si esta tendencia cambia en la comunidad autónoma y si hay diferencias con las demás. De esta manera, podremos empezar a comprobar si una de las grandes medidas de la Ley de Vivienda es una buena idea o no cambia la realidad de aquellas personas que viven de alquiler.

La evolución de los seguros de HOGAR

Víctor Mercado, director de Oferta de Pelayo Mutua de Seguros

En los últimos años, el seguro de Hogar ha experimentado cambios significativos, marcados por la adaptación a las demandas cambiantes de los clientes y la influencia de eventos globales como la pandemia o el cambio climático. En este entorno dinámico, es crucial examinar la evolución del sector y destacar las estrategias innovadoras implementadas por Pelayo.

La pandemia ha tenido un impacto considerable en el comportamiento de los consumidores, afectando a la manera en que perciben los seguros como consecuencia de su mayor utilización a lo largo de todo el confinamiento. Con la creciente conciencia sobre la importancia de la protección del hogar, la exigencia de nuestros clientes ha experimentado un aumento notorio.

Así lo hemos constatado desde Pelayo y por ello hemos seguido trabajando a través de nuestro compromiso con la innovación, evolucionando nuestro producto cuya característica principal pasa por su alta modularidad y una gran flexibilidad que permite adaptarse a las necesidades específicas de nuestros clientes. Este enfoque personalizado ha sido crucial en un momento en que los consumidores buscan soluciones a medida que se ajusten a su estilo de vida y demandas particulares.

El amplio catálogo de garantías ofrecido por Pelayo refleja su compromiso con la protección integral del hogar. Desde coberturas tradicionales hasta opciones más especializadas, Pelayo, ha realizado una comprensión profunda de las necesidades que demandan los hogares modernos. Esta diversidad de opciones brinda a los clientes la tranquilidad de saber que su póliza está diseñada para adaptarse a sus circunstancias individuales.

Como ejemplo de la adaptación de la oferta a las nuevas demandas de los consumidores, Pelayo incorpora en sus seguros de Hogar una serie de garantías novedosas, pensadas para dar una solución integral de aseguramiento a las familias. Ejemplo de ello son la garantía de 'Todo riesgo accidental', creada para dar amplia cobertura a otro tipo de accidentes sufridos en la vivienda y que quedan fuera de otras tipologías de daños como roturas o agua; la garantía de robo en taquillas de centros deportivos, para cubrir las pérdidas de los objetos personales, en caso de sufrir un robo con fuerza en la taquilla del gimnasio; la reparación de smartphones y tablets, para cubrir la reparación de pantallas o carcasas e incluye la recogida y entrega del

terminal reparado en el propio domicilio del asegurado y, además, en caso de ser irreparable, sustituir el terminal por uno reacondicionado.

OBJETOS DE TRABAJO ASEGURADOS EN EL HOGAR

Otra de las garantías novedosas que se han incorporado a raíz de la pandemia y del aumento del teletrabajo son los bienes de uso profesional, para cubrir los daños que puedan sufrir los objetos de trabajo del asegurado, en el caso de producirse un siniestro dentro de la vivienda.

Y, por último, como ejemplo de la adaptación de los seguros de Hogar a las nuevas circunstancias climatológicas cada vez más extremas, Pelayo incluye en los seguros de Hogar los daños que las heladas puedan producir en las conducciones y depósitos de agua de las viviendas.

Un aspecto destacado de la propuesta de Pelayo es la sofisticación en la suscripción y en el precio, con el objeto de facilitar a cada cliente la mejor opción en la contratación y así orientarle en su decisión. Dentro del proceso de evaluación de riesgos, Pelayo ha adoptado enfoques avanzados incorporando en dicha evaluación, además de variables declarativas, otras que son externas. Esta estrategia permite una oferta adaptada al riesgo real, asegurando que los clientes reciban tarifas justas y competitivas.

La alta modularidad y flexibilidad del producto permite adaptarse a las necesidades específicas de los clientes

En definitiva, los seguros de Hogar han experimentado una transformación notable en los últimos años, influenciada por un lado en cambios en el comportamiento del propio consumidor, y en otros, inducidos por acontecimientos recientes y externos.

Pelayo se ha destacado no solo por adaptarse a estos cambios, sino por desarrollar opciones de contratación personalizadas, en un entorno donde la seguridad del hogar es primordial, posicionándose como un socio confiable, ofreciendo soluciones que van más allá de la protección básica.

pelayo

pelayo.com

Nuestra prioridad es saber cuál es la tuya.
Hablar nos acerca.

Renta fija con atractivos rendimientos

Allianz ha lanzado al mercado el fondo 'Allianz Target Maturity Euro Bond III'. Este fondo de renta fija es accesible desde una inversión mínima de 1.000 euros, ofrece una rentabilidad estimada TAE entre el 2,20% y el 2,70%, con una duración de cuatro años. Esto equivale a una rentabilidad estimada entre el 9,1% y el 11,2% para la duración total del fondo.

'Allianz Target Maturity Euro Bond III' puede contratarse a través del producto unit linked 'Allianz FondoVida' de Allianz Seguros o a través de la agencia de valores Allianz Soluciones de Inversión.
El objetivo es mantener la inversión en una cartera de bonos con un vencimiento cercano al del vencimiento del fondo y con una gestión activa y atenta a cualquier situación de mercado. Cabe señalar, además, que este producto de inversión observa criterios de sostenibilidad. El 20% de la cartera se invierte en empresas que favorecen la reducción de los gases de efecto invernadero y ha sido diseñado aplicando criterios éticos que no permiten inversiones en sectores como el tabaco o el alcohol, entre otros.

RC Profesional para *compliance officers*

Marsh ha presentado el primer seguro de Responsabilidad Civil Profesional específico para *compliance officers* (CO).

Se da cobertura a las reclamaciones presentadas contra los CO asegurados que aleguen eventuales errores y omisiones, incluyendo a título enunciativo pero no limitativo: elaboración e implementación de programas de cumplimiento normativo, gestión de modelos de prevención y ética empresarial en base a la normativa vigente, supervisión del funcionamiento y cumplimiento del modelo de prevención, evaluación y vigilancia continuada del personal sometido al programa de cumplimiento, desarrollo de protocolos y procedimientos internos, sensibilización y formación sobre el modelo de prevención, gestión del canal de denuncias y análisis de consultas, así como la gestión y supervisión de investigaciones internas.
En resumen, se daría cobertura en la Unión Europea a: Gastos de defensa y designación por parte de la aseguradora de abogados especialistas para la defensa de reclamaciones presentadas; Prestación de las Fianzas civiles y gastos de constitución de las fianzas carcelarias; reclamaciones recibidas durante la vigencia de la póliza independientemente de cuándo hayan realizado el ejercicio profesional; cobertura ilimitada en el tiempo para aquellos asegurados que causen baja en la póliza por incapacidad, retiro o cese.

Occident está comerializando 'Hogar Exclusivo', que incluye coberturas únicas que dan respuesta a las necesidades concretas de clientes con hogares de alto standing, así como amplía el alcance de diversas coberturas y servicios ya ofrecidos en otras modalidades de Hogar de la entidad.

Hogares de alto standing protegidos

Entre las coberturas exclusivas que ofrece se encuentran los daños materiales causados por el contacto directo con una fuente de calor, así como los daños producidos en el mobiliario de jardín por fenómenos atmosféricos y novedosas coberturas específicas para las obras de arte.
En cuanto a las pertenencias de los clientes fuera de su vivienda, 'Hogar Exclusivo' cubre el robo de contenido en maleteros de vehículos e incorpora los hurtos producidos fuera del hogar.
Asimismo, incluye la cobertura 'Todo riesgo tecnológico', para cubrir los daños materiales y directos que se produzcan de forma accidental en aparatos tecnológicos como, por ejemplo, ordenadores portátiles, cámaras fotográficas, móviles y tabletas. También amplía los capitales máximos asegurados en varias coberturas que encontramos en otras modalidades de Hogar de Occident, como las garantías de filtraciones en la cubierta y fachada del edificio; desatascos; robo o restitución estética, entre otras.
Además, incorpora la asistencia hogar urgente para solventar cualquier imprevisto que surja en el domicilio; la posibilidad de obtener la certificación energética de la vivienda; la reparación de calderas y el servicio Bricohogar para contar con un profesional del bricolaje a domicilio. Las pólizas de Hogar se completan con la cobertura de responsabilidad civil y la protección de los animales de compañía.

Ahorro para un perfil conservador

Occident ha lanzado la cuarta emisión de 'Ahorro capital Élite', un seguro de ahorro que da respuesta a los clientes de perfil conservador. El producto ofrece una tasa de rentabilidad garantizada anual del 2,50% a tres años.

Tras la finalización del tercer año de contrato, éste mantendrá su vigencia y se le aplicará una tasa de revaloración trimestral que permite un crecimiento estable de los ahorros de los clientes.
La prima inicial mínima para contratar este producto es de 6.000 euros. A partir de la tercera anualidad, el ahorrador podrá realizar aportaciones suplementarias por un importe mínimo de 3.000 euros. Además, el producto incorpora la cobertura de un seguro de Vida. Así, en caso de fallecimiento, el beneficiario percibirá un capital adicional respecto al valor acumulado.
'Ahorro capital Élite' también permite al asegurado disponer de liquidez mediante el rescate total, que se podrá solicitar transcurridos tres meses desde la contratación. Asimismo, esta liquidez se amplía con la posibilidad de realizar rescates parciales, una vez transcurrido el tercer año de contrato.
Por último, 'Ahorro capital Élite' incluye de forma gratuita las garantías de asesoramiento jurídico telefónico y orientación médica telefónica.

Salud con acceso a más de 55.000 especialistas

Allianz Seguros ha lanzado su nuevo seguro de Salud, renovado y con servicios punteros, que incluye modalidades con y sin copago, que da acceso a más de 55.000 especialistas, cerca de 13.000 centros médicos y alrededor de 900 hospitales y ofrece videoconsulta y chat médico.

Allianz Salud incorpora a su oferta las últimas novedades tecnológicas al servicio de la salud, como el procedimiento quirúrgico Da Vinci, mínimamente invasivo y el más preciso que existe, laserterapia, la prueba de DNA fetal en sangre materna o la aplicación de las ondas de choque en rehabilitación, entre otros. Además, incluye los servicios bucodentales de forma gratuita y se introduce el servicio de psicología. Todo ello eliminando límites habituales como los de los materiales quirúrgicos especiales o el de la medicación citostática en tratamientos de quimioterapia.

Seguro de Accidentes destinado al cliente sénior

Asisa Vida ha incorporado a su cartera de productos un nuevo seguro de Accidentes diseñado específicamente para personas de entre 55 y 85 años.

'Asisa Vida Accidentes Sénior' se podrá contratar en diferentes modalidades e incluye coberturas específicas (quemaduras graves, fracturas, hospitalización por accidente, etc.) y servicios asistenciales adaptados a los asegurados séniores (servicios posthospitalarios por accidentes, orientación, coordinación y adecuación de la vivienda o adecuación del vehículo propiedad del beneficiario o de un familiar y destinado al desplazamiento del beneficiario, por ejemplo).

Ahorro de rentabilidad garantizada a un año

Generali comercializa 'Generali Ahorro Objetivo 2025', que proporciona una seguridad y una rentabilidad garantizada a un año, pudiendo obtener un tipo de interés efectivo de hasta un 2,15%.

Este producto se puede contratar mediante prima única y desde una aportación mínima de 1.500 euros. Va dirigido a todos aquellos clientes que buscan una solución de ahorro con una expectativa de rentabilidad atractiva a corto plazo sin asumir ningún riesgo, especialmente aquellos clientes con un perfil más conservador.

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 36% de las empresas desarrollará productos y servicios para el colectivo *silver* en los próximos 5 años

Los mayores de 55 años son un colectivo que, en 20 años, estará compuesto por 21,4 millones de personas. Por eso, tres de cada diez empresas (36%) tienen previsto desarrollar líneas de actividad específicas para los séniores en los próximos cinco años.

Según el informe 'Monitor de Empresas de la Economía Sénior 2023', de Fundación **Mapfre**, el 46% de las empresas cuenta actualmente con actividades, tarifas, productos o servicios diseñados para el mercado sénior, una cifra que asciende hasta el 61% entre las empresas Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa). Además, el 60% de las compañías dispone de alguna estrategia productiva o comercial orientada a los mayores de 55 años, aunque únicamente el 35% de las mismas dispone de dicha estrategia en exclusiva para el colectivo sénior.

Entre los sectores empresariales que más se preocupan por atender las necesidades de los mayores, destacan el asegurador, asistencia sanitaria, farmacéutico, gran consumo, banca, distribución, comercio y transporte de viajeros. Estas compañías, por lo general, asocian el envejecimiento con los cuidados y la asistencia (46%), la experiencia y el conocimiento (36%) y el "desafío empresarial" (30%), debido esto último al reto que supone para ellas abordar las nuevas necesidades de estas personas.

Las empresas familiares despiden menos a su personal

Las pymes familiares son menos propensas a los recortes de personal, en comparación con las compañías no familiares, un efecto diferencial mayor en países con más incertidumbre política en los que la normativa de protección institucional de los trabajadores puede ser más incierta. Así concluye una investigación internacional en la que participa la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M).

De los resultados se extrae que "los lazos afectivos y los vínculos emocionales que los negocios familiares priorizan (conocido como riqueza socioemocional) van más allá del objetivo de maximización del valor (sin que ello suponga olvidar los objetivos financieros) y parecen tener un impacto positivo en el bienestar de los empleados".

Del estudio se extrae que los negocios familiares, en particular, parecen ser menos propensos a la toma de decisiones vinculadas con inseguridad laboral porque hacerlo amenaza su riqueza socioemocional por las posibles consecuencias negativas asociadas a los ajustes de personal, tales como la falta de confianza de la plantilla o la ruptura de los lazos con los empleados.

Aprobada la subida del salario mínimo a 1.134 euros al mes

El Consejo de Ministros ha aprobado la subida del salario mínimo inteprofesional (SMI) para 2024 en un 5%, desde los 1.080 euros mensuales por catorce pagas hasta los 1.134 euros. Eso equivale a un salario medio anual de 15.876 euros. Esta subida se aplicará con efectos retroactivos desde el 1 de enero de 2024.

Esta subida es fruto del acuerdo que alcanzaron a mediados de enero el Ministerio de Trabajo y CCOO y UGT, sin el apoyo de las patronales Ceoe y Cepyme, que decidieron no apoyarlo porque no atendieron sus demandas de indexar el SMI a los contratos públicos y de establecer bonificaciones para el sector del campo.

Según Trabajo, esta subida del SMI beneficiará a más de 2,5 millones de personas, el equivalente a uno de cada siete asalariados, de los que un tercio son mujeres y jóvenes que trabaja en sectores como el comercio, la hostelería o en los sectores agroalimentarios.

Como consecuencia de la subida del SMI para 2024, el Gobierno incrementará al mismo tiempo el mínimo exento en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) en 2024 desde los 15.000 euros hasta los 15.876 euros. De este modo, el salario mínimo interprofesional no quedaría sujeto a retención dado que el mínimo exento se situará en la misma cuantía anual que el SMI.

Seguridad Social creará un observatorio sobre el cese de actividad de los autónomos

La ministra de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, Elma Saiz, ha anunciado la creación, a finales de febrero, de un observatorio de seguimiento de las prestaciones por cese de actividad que cobran los autónomos.

El presidente de **ATA**, Lorenzo Amor, ha valorado de forma positiva las intenciones de la ministra, afirmando que espera "que sirva para que, de una vez por todas, los autónomos puedan acceder a este subsidio para mayores de 52 años, evidentemente previa cotización", matizó. En 2023 un total de 14.000 trabajadores por cuenta propia accedieron a esta prestación.

Mapfre creció un 7,7% en 2023

Mapfre mejoró su resultado neto un 7,7% en 2023, hasta 692 millones de euros. Según su presidente, Antonio Huertas, "son los mejores resultados de los 90 años de historia" de la aseguradora. Asimismo, ha explicado que el resultado neto se habría situado en 767 millones de euros (+19,4%) sin el deterioro de 75 millones de euros del fondo de comercio de Estados Unidos.

Este resultado neto incluye una serie de hechos "singulares" ocurridos durante el año. En primer lugar, dos eventos catastróficos relevantes, el terremoto en Turquía y el huracán Otis en Méjico, con un impacto agregado de 159 millones de euros. En 2022 hubo una sequía en la cuenca del río Paraná con un impacto de 113 millones. Adicionalmente, la mayor frecuencia de eventos atmosféricos en Europa ha tenido un impacto neto de más de 115 millones superior al 2022.

El resultado neto incluye también el ingreso neto de 46,5 millones como consecuencia del arbitraje por la ruptura de la alianza con Bankia. Asimismo, recoge el mencionado deterioro de 75 millones del fondo de comercio de las operaciones de seguros en los Estados Unidos. Este hecho no ha tenido ningún impacto en la generación de tesorería, ni en la solvencia ni en la capacidad de pago de dividendos del grupo, tal y como ha manifestado aseguradora.

Finalmente, recoge la hiperinflación en Venezuela, Argentina y Turquía, que ha tenido un impacto negativo de 47 millones de euros (41 millones en 2022).

Los ingresos de Mapfre aumentaron un 9,2% el año pasado, hasta 29.509 millones de euros. Las primas crecen un 9,7% alcanzando los 26.917 millones, la cifra más alta de la historia, sin impacto relevante de los tipos de cambio, con incrementos del 8,4% en No Vida y del 14,6% en Vida. Contribuyen positivamente Iberia, Latinoamérica y el negocio del Reaseguro.

Iberia es el negocio que más crece en primas (+15,8%), superando los 8.800 millones. Destaca España con 8.525 millones (+15,7%). El negocio de Vida multiplica su volumen por 1,4 veces frente al año anterior, alcanzando los 2.679 millones, de los que 2.340 corresponden a Vida Ahorro (1.562 millones en 2022).

Las primas del negocio de No Vida crecen un 7,8% y reflejan la buena evolución del negocio de Seguros Generales (+9,5%) impulsado por el ramo de Empresas y los ramos de Salud y Accidentes (+8%). En Automóvil, las primas crecen un 5,3% debido a la progresiva adaptación de tarifas al contexto inflacionario. La cartera alcanza más de 6,1 millones de vehículos asegurados, con una ligera reducción debido a las medidas de selección de riesgos.

El resultado y el ratio combinado de No Vida se ve impactados por el negocio de Automóviles, cuyo ratio combinado asciende a 103,6%. El negocio de Seguros Generales, se ha visto igualmente afectado por los eventos atmosféricos, sobre todo las fuertes tormentas en España en la segunda mitad del año, que han afectado a los ramos de Hogar, Comunidades y Empresas. El ratio combinado se sitúa en el 100%.

El negocio de Vida continúa contribuyendo fuertemente al

resultado, tanto por el segmento de Ahorro como de Riesgo, este último con un ratio combinado del 69,1%.

El resultado neto del negocio de Iberia alcanza los 361 millones, de los cuales España aporta 345,7 millones y Portugal 15,4 millones. Las plusvalías netas realizadas han tenido un impacto en el resultado neto de 73,5 millones (70,3 millones en 2022). El resultado incluye el impacto positivo de 46,5 millones como consecuencia del arbitraje por la ruptura de la alianza con Bankia.

Por otro lado, Mapfre cerró 2023 con un 25% más de clientes digitales en España. Cerca de 2,45 millones de personas (usuarios únicos) han utilizado los servicios que la aseguradora pone a su disposición en los diferentes canales digitales en nuestro país.

Por otra parte, la aseguradora ha lanzado su campaña de Semana Santa, con un descuento del 10% en el seguro de Viajes. Esta campaña estará disponible hasta el 31 de marzo. Se ofrece asistencia médica de hasta 500.000 euros, cobertura de equipaje por un valor máximo de 1.000 euros y cobertura de gastos de cancelación. La entidad ofrece modalidades adaptadas a cada tipo de viajes.

En otro orden de cosas, Mapfre ha abordado los retos estratégicos y la evolución de la compañía en una reunión de directivos. En este encuentro, se ha profundizado en los desafíos del escenario económico y geopolítico actual, y en los objetivos del Grupo para los próximos años, así como en la nueva hoja de ruta que Mapfre presentará en la Junta General de Accionistas, que se celebrará el próximo15 de marzo.

Por último, señalar que Mapfre ha renovado su acuerdo de colaboración con la **Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (Cepyme)** para seguir facilitando a las pymes herramientas para potenciar su negocio, recibiendo asesoramiento en materia financiera y de seguros, entre otros temas.

Asefa celebra su XX Convención Anual de Ventas

Asefa ha celebrado su vigésima Convención Anual de Ventas, que contó con la participación de todo el equipo comercial de la compañía, así como con la presencia del Comité Ejecutivo de la compañía encabezado por su directora general, Florence Cesmat, y Xavier Laurent, director de Filiales Internacionales de SMABTP.

Durante las jornadas de trabajo se compartió la satisfacción de haber conseguido un incremento significativo de producción por tercer año consecutivo, haciendo especial referencia a los premios obtenidos por Asefa en el Barómetro Adecose, donde ha sido reconocida, por octavo año consecutivo, como empresa mejor valorada en ramos Técnicos, además de conseguir el sello de satisfacción global por la calidad de servicio.

Asimismo, se presentaron los ejes del Plan Comercial 2024 y los objetivos estratégicos de la compañía para este ejercicio, siempre anclados en las fortalezas de Asefa: tecnicidad y proximidad.

Florence Cesmat se declaró tranquila frente a los retos de 2024 por poder contar con la motivación y actitud colectiva del equipo enfocado a consolidar a Asefa como la compañía de referencia en el mercado de los seguros de Construcción en España.

El Grupo Asisa incrementó un 4% sus primas en 2023

El **Grupo Asisa** cumplió, en 2023, su objetivo de crecimiento tanto en el ámbito asegurador, donde obtuvo un volumen de primas de 1.487,67 millones de euros, como en el asistencial, en el que su facturación alcanzó los 615,2 millones de euros. En ambos casos, el crecimiento superó el 4%.

Los resultados de 2023 fueron presentados en la Junta Consultiva de Asisa, que, bajo el lema 'Siempre en movimiento', reunió a los máximos responsables de la compañía para analizar la evolución de las diferentes áreas de negocio y establecer su estrategia para los próximos años. A corto y medio plazo, la prioridad del Grupo seguirá siendo el crecimiento sostenible y rentable. Para ello, la compañía continuará impulsando la transformación de su modelo comercial y de gestión; fortalecerá su capacidad asistencial a través de la ampliación y modernización de su red propia; y mantendrá su compromiso social y medioambiental con el despliegue de su Estrategia ESG, renovada en 2023.

En el ámbito asegurador, el Grupo Asisa siguió creciendo en todos los ramos en los que opera (Salud y dental, Vida, Accidentes, Decesos, Mascotas y Asistencia en Viaje) y el volumen de primas acumulado (1.487,67 millones de euros) supuso un nuevo récord de facturación, tras avanzar un 4,3% respecto a 2022. En total, el Grupo Asisa atiende a más de 3 millones de asegurados.

El ramo de Salud sigue siendo la principal actividad aseguradora de Asisa. En 2023, la compañía incrementó su volumen de primas más de un 4% hasta alcanzar los 1.455,1 millones de euros. En las pólizas privadas crecieron un 9,4%, 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 más de un 3%.

En el ramo de Vida, cerró 2023 con un volumen de primas de 24,18 millones de euros, un 15,5% más que el año anterior. Además, siguió aumentando su aportación a los resultados del Grupo Asisa. En el ramo de Vida ya cuenta con más de 100.000 asegurados y en 2023 volvió a ser reconocida como la compañía que ofrece los seguros de Vida riesgo más competitivos del mercado, según el 'Estudio comparativo de primas del seguro de Vida riesgo 2023' elaborado por Inese y Global Actuarial.

En el resto de ramos (Accidentes, Mascotas, Decesos y Asistencia en Viajes), Asisa siguió creciendo y obtuvo una facturación en primas de 8,38 millones de euros, un 12,7% más que en 2022. El crecimiento más significativo fue el del seguro de Mascotas, que aumentó su facturación un 76,7% y ya supera las 16.000 mascotas aseguradas. En el ramo de Decesos, incrementó sus primas casi un 20% y el seguro de Accidentes superó los 3,17 millones de euros de facturación.

Asisa ha creado dos nuevos departamentos en su Dirección General de Negocio: la Dirección de Estrategia y Transformación de Negocio, que dirigirá Elena Martín; y la Dirección de Control de Gestión de Negocio, de la que se responsabilizará Pablo Rojo. Con estas dos nuevas direcciones, la aseguradora sigue avanzando en los planes para dotarse de una estructura adecuada para impulsar sus planes de transformación comercial con el objetivo de fortalecer su crecimiento comercial, avanzar en la diversificación de su oferta, generar nuevas oportunidades de desarrollo y establecer nuevas formas de relación y vinculación con los clientes.

La creación de estos nuevos departamentos se enmarca en los planes de Asisa para favorecer el crecimiento de la compañía y mejorar su rentabilidad. Para ello, la aseguradora creó en 2023 una nueva Dirección General de Negocio, que dirige Luis Beraza, y lidera la transformación comercial de la compañía. Las dos nuevas direcciones se unen a las de CRM e Inteligencia Comercial y Venta Digital creadas hace unos meses. En los últimos años, Asisa ha diversificado su actividad para convertirse en una aseguradora multirramo centrada en el cuidado de las personas y las familias.

Por último, señalar que Asisa Vida ha realizado descuentos especiales por San Valentín (14 de febrero), que permitióa los clientes que contrataron 'Asisa Vida Tranquilidad' o 'Asisa Vida Tranquilidad Hipoteca' durante el mes de febrero, acceder a un descuento permanente del 20% durante toda la vida de su póliza.

Aura Seguros reestructura su organización para afrontar su nuevo plan estratégico

Unas semanas después de la presentación de su Plan Estratégico 2024-26, Aura Seguros inicia su proceso de transformación que le llevará a estar presente en nuevos ramos de seguros y a diversificar sus actividades.

En este contexto de transformación, lleva a cabo cambios en su estructura con el objetivo de asegurar el éxito de su nueva estrategia. Elsa Onieva, hasta ahora directora de Recursos Humanos, refuerza su posición en la compañía y es nombrada subdirectora general y directora de Personas, nueva denominación del departamento de Recursos Humanos.

El equipo comercial, liderado por Antonio Melero, se estructura en dos áreas con el fin de optimizar las sinergias y asegurar el dinamismo necesario para afrontar los nuevos retos: Canales, que incluye Canal Mediadores que sigue liderado por Josep Muñoz, Canal Telefónico que pasa a ser dirigido por Javier Martín y Canal Digital que estará encabezado por Luis Gasca. La otra área es Desarrollo de Negocio, que incluye Decesos encabezado por Ángel Pedrosa y Salud, el nuevo ramo en el que Aura Seguros basará el inicio de su nueva estrategia, liderado por Xavier Sánchez que aunará a esta dirección la del departamento de Marketing que ya ocupaba.

El conflicto en el Mar Rojo dispara las tasas para incluir la cobertura de guerra en el transporte de mercancías

Fundación Inade ha celebrado una jornada en la que se ha explorado en los desafíos y riesgos asociados al transporte de mercancías, especialmente en el ámbito marítimo.

Natalia Velasco, directora de **NVG Asesoría Internacional**, explicó detalladamente los Incoterms y su papel en el comercio internacional. Destacó que estas reglas, establecidas por la Cámara de Comercio Internacional (CCI), son fundamentales para la compraventa de mercancías a nivel global. Además, resaltó que regulan aspectos como la distribución de los gastos, la transmisión de los riesgos y la responsabilidad de los trámites en los contratos de compraventa internacionales y nacionales.

Por su parte, Tomás Barona, director de Marítimo de **Howden Iberia,** ofreció un análisis sobre el impacto del conflicto en el Mar Rojo en el transporte marítimo y los seguros asociados. Barona reveló que "en 2023 pasaron por el Canal de Suez 21.344 buques, 1.780 al mes y 59 al día, suponiendo el 12% del tráfico marítimo global. Sin embargo, en 2024, como consecuencia del conflicto, la cifra de buques que atraviesen el Canal de Suez se está reduciendo en un 54%, la de mercancías en un 66%, y el tráfico en la ruta del Cabo de Buena Esperanza se está incrementando en un 52%. Esto supone que, desde noviembre de 2023, los costes del transporte marítimo de mercancías se hayan incrementado en más de un 50% y la duración del viaje haya aumentado en 16 días".

Tomás Barona describió los principales seguros que impactan en el transporte por el Mar Rojo: Hull & Machinery, que cubre los daños propios del buque, con alguna cobertura adicional de responsabilidad del armador, como en casos de colisión; Protection & Indemnity (P&I), una mutua de seguros que proporciona un autoseguro colectivo a sus miembros, permitiendo la agrupación de riesgos para obtener cobertura sin beneficio económico directo; el seguro de Transporte de Mercancías, destinado a proteger contra la pérdida o daño de la mercancía durante su transporte; y por último, el seguro de Responsabilidad Civil Marítima, que se enfoca en la responsabilidad frente a la carga, cubriendo la pérdida o daño material de las mercancías en tránsito, en depósito y durante el almacenamiento.

Centrándose en el aumento del coste de los seguros, Barona explicó que, en las pólizas de transporte de mercancías, las tasas para incluir la cobertura de guerra se han multiplicado por 3 y por 4, o incluso más dependiendo del tipo de mercancía.

Por su parte, en los seguros Hull & Machinery, las primas adicionales por Riesgo de Guerra varían significativamente según la zona de riesgo. Teniendo en cuenta que, actualmente, el Mar Rojo es uno de los lugares más peligrosos, sus primas adicionales se han vuelto muy elevadas.

"El mercado de guerra opera sobre una base 48/7, lo que implica que las condiciones son válidas únicamente durante 48

horas a partir de la fecha de cotización, cubriendo hasta siete días en la zona expuesta. Las tarifas se establecen como un porcentaje del valor asegurado del casco o maquinaria, en diciembre de 2023, para el Mar Rojo, estábamos en un 0,30%-0,35%, actualmente estamos en un 0,50% o más", afirmó.

Por último, el director Marítimo de Howden Iberia recalcó la importancia de contar con un bróker de renombre, "que te apoye en todo momento y que tenga una visión internacional".

En otro orden de cosas, Fundación Inade ha celebrado la primera sesión de su nueva tribuna virtual 'Charlas Legales: derecho y seguros', que se desarrollará el primer jueves de cada mes de manera virtual. Su objetivo es proporcionar una comprensión integral del contrato de seguro, a través del análisis de la legislación, la doctrina científica y la jurisprudencia emanada, principalmente, de la Sala Primera del Tribunal Supremo.

Esta jornada estuvo dedicada a los elementos personales del contrato de seguro (asegurador, tomador, asegurado, beneficiario y perjudicado), participando como ponente Bernardo Ybarra, socio de Muños-Arribas Abogados. Tras analizar los derechos y obligaciones de cada uno de ellos, se centró en algunas cuestiones que están generando controversia: la figura de la agencia de suscripción y la figura del tomador impropio.

"Las agencias de suscripción no son aseguradores y tampoco pueden comercializar seguros con el cliente final, deben hacerlo siempre a través de un corredor o agente. Esto es lo primero que no se está haciendo bien. Lo segundo es que en la póliza debe quedar claro qué compañía está asegurando ese riesgo, pues en algunas ocasiones acaba yendo a juicio la agencia de suscripción por motivos ajenos a sus responsabilidades", explicó Bernardo.

Cecas formará sobre las ventajas de digitalizar el negocio mediador

Aprovechar todas las ventajas que ofrece la digitalización a agentes y corredores es el objetivo del curso 'Camino para preparar la transformación digital de tu negocio', desarrollada por Cecas en formato webinar, que analiza la situación real de la mediación en el proceso de transformación digital y los pasos a seguir para ganar en eficiencia y efectividad.

El curso estará dirigido por Vicente de los Ríos, CEO de la empresa Líderes y Digitales y asesor en transformación digital y liderazgo, y abordará los principales aspectos que mejora la digitalización en la actividad mediadora. Principalmente tres: mejora general de los procesos; mejora de la competitividad, reduciendo las posibles diferencias entre corredurías de diferente tamaño al tener similares capacidades de ofrecer servicios; y mejora de la experiencia de cliente. Además, se analizará la metodología del proceso de transformación digital y las claves para su éxito.

En otro orden de cosas, Cecas ha analizado las novedades en el ámbito legislativo que afectarán a la mediación en 2024. En el curso abordaron las nuevas exigencias en materia fiscal, mercantil, laboral y Seguridad Social. Los expertos analizaron las novedades más relevantes para los profesionales de la mediación en aspectos como la contratación de colaboradores, el reciente convenio colectivo del sector o cambios en la normativa social, entre otros.

QBE designa a Laura Sánchez suscriptora de Responsabilidad Civil

QBE Iberia ha incorporado a Laura Sánchez como suscriptora en el departamento de Responsabilidad Civil.

Su incorporación al equipo de QBE se produce tras cumplir 9 años en RSA, donde ha sido suscriptora los últimos 5 años. Sánchez estudió un doble grado en Derecho y Economía en la Universidad Carlos III de Madrid.

Por otra parte, la aseguradora ha incorporado a Iván Arenal como Regional Manager Cataluña con el objetivo de reforzar su oficina de Barcelona e impulsar la actividad y la relación con los corredores de la región catalana.

Arenal se incorpora a QBE tras su paso por Zurich, donde ha trabajado como director de Empresas para Cataluña. Además, ha trabajado en compañías como CEB o Thales antes de unirse al sector asegurador.

En su nuevo rol, efectivo desde el día 13 de febrero, Iván Arenal pasa a formar parte del Comité de Dirección de la sucursal.

AXA España ha celebrado una jornada, en el marco de la Semana del Seguro de **Inese**, bajo el título 'Salud: ¿de los seguros en la era pos-covid a la inmortalidad?', en la que se abordó el efecto que ha tenido la pandemia en los seguros de Salud y las consecuencias que los avances médicos van a tener en la longevidad de los ciudadanos.

AXA aborda el efecto de los avances en Salud sobre la longevidad

Eva Tomás, directora del Canal Corredores y Brokers de AXA España, aseguró que "la pandemia supuso un punto de inflexión para la salud porque ahora la valoramos más y ha cambiado el mindset de clientes y mediadores; y porque la mayor sensibilidad de la industria ha traído aparejadas muchas novedades y desarrollos tecnológicos".

Posteriormente, tomó la palabra Marta Villanueva, directora general de la Fundación IDIS, que destacó "la importancia de vivir una longevidad saludable". También recordó que, entre diciembre de 2019 y diciembre de 2022, más de un millón y medio de personas se incorporaron al sistema de salud privado.

Villanueva también señaló el proyecto en el que se ha embarcado IDIS para lograr una plataforma única de datos sanitarios del paciente, independientemente del origen de las pruebas diagnósticas (públicas o privadas). "En un futuro no muy lejano, las personas podrán disponer de una historia clínica única, aunque el principal escollo es la legislación europea".

La jornada contó con dos mesas redondas. En una se analizó la adecuación de la oferta de Salud a los avances tecnológicos y, en otra se abordó la forma en que se están trasladando los avances en Salud al cliente y al mediador. Mar Romero, directora de Distribución y Ventas y Organización Territorial AXA España, fue la encargada de cerrar la jornada momento que aprovechó para destacar que "el ramo de Salud es y será, parte fundamental del plan estratégico de AXA".

La principal consecuencia de los ciberataques es la pérdida económica por fraude

La pérdida económica por fraude por desvío de pagos es la consecuencia más común tras sufrir un ciberataque, indicada por el 38% de las empresas españolas (un 6% más que el año anterior) que fueron ciberatacadas en 2022. Así se desprende del Informe de 'Ciberpreparación 2023' de Hiscox.

Las más afectadas por este fraude fueron las pequeñas empresas de 10 a 49 empleados, ya que fue indicado por el 43%; para el 42% de las empresas de 50 a 249 empleados y para el 40% de las organizaciones de 249 a 999 empleados.

Además de este fraude, continúan teniendo un especial protagonismo los ataques distribuidos de denegación de servicio (DDoS), donde los atacantes sobrecargan con tráfico malicioso los recursos de la red de sus víctimas (por ejemplo, sus páginas web), interrumpiendo su funcionamiento y haciendo que no estén disponibles para los usuarios. Así lo indicó como segundo resultado principal un 24% de empresas españolas.

A esta le sigue el ransomware, incluyendo la ciberextorsión o la amenaza de exposición de datos de la empresa, que descendió 3 puntos porcentuales con respecto a 2021, a un 20% en 2022. Sin embargo, este porcentaje aumenta para las empresas manufactureras, ya que un 50% afirmaron haber sido víctimas de los efectos de este ciberataque, y un 40% las del sector alimentario y de la bebida. Por número de empleados, las más afectadas fueron las de más de 1.000 (29%) y las de 50 a 249 (25%). La lista de consecuencias principales de los ciberataques en nuestro país la completan la pérdida de datos no cifrados y con posibilidad de exfiltración de información personal o de clientes, que baja de un 21% en 2021 a un 14% en 2022, así como la pérdida de datos cifrados o sin posibilidad de exfiltración, que también desciende a un 13% frente al 27% de 2021.

Las empresas españolas que afirmaron conseguir defenderse o remediar todos los ciberataques antes de que provocaran cualquiera de estos resultados fueron el 9%, igual porcentaje que en 2021. Cabe destacar que, por sectores, en el de los servicios a empresas (incluyendo consultoría y marketing), este porcentaje sube a un 40%.

Tras sufrir un ciberataque, las empresas ponen medidas de seguridad adicionales. En este sentido, como la implementación de requisitos adicionales de ciberseguridad y auditoría, indicado por el 39% del total de encuestadas.

Por otro lado, según el 'I Informe de Pymes y Autónomos' de Hiscox, el 57,8% de las empresas del sector comercio afirman que no podrían afrontar una recesión económica. Entre las medidas planteadas ante la inflación, destaca la subida de los precios de venta, indicado por un 66,1% de las pymes del sector comercio, mientras que para el total de pymes esta cifra se sitúa en el 54,3%. Cabe destacar, además, que el 6,1% de estas empresas han indicado su intención de solicitar en 2023 un concurso de acreedores.

En este sentido y en relación a la subida del Salario Mínimo Interprofesional del 8% en el 2023, un 27,3% indica haberse visto impactado por ello, siendo necesario aplicar algún ajuste.

Digitalización, cercanía y excelencia en el servicio, pilares de la estrategia de crecimiento de Zurich

Zurich Seguros ha celebrado sus encuentros estratégicos con el canal de mediación, en donde los equipos comerciales, agentes y corredores de la compañía han valorado la situación actual y las perspectivas para este 2024. En este sentido, los objetivos de Zurich para este año pasan por reforzar la digitalización, la cercanía con los mediadores y la excelencia en el servicio que se ofrece a los clientes.

En la actualidad, Zurich se sitúa como una de las aseguradoras mejor valoradas en cuanto a Satisfacción Global con la calidad del servicio por parte de los mediadores, según la XV Edición del Barómetro de Adecose. El estudio también reconoce la calidad de los servicios de la compañía en categorías como Vida, Producto/Premio, Siniestros y Gestión Técnica y Comercial, entre otros.

Tras los avances en transformación digital consolidados en los últimos años, la compañía quiere enfocarse ahora en la automatización de los procesos administrativos, para agilizar y simplificar desde la contratación y renovación de las pólizas a la gestión de los siniestros. También se dará más relevancia a la gestión de los datos, para poder realizar un mejor seguimiento de la evolución del negocio y la detección de nuevas oportunidades comerciales.

Por otro lado, la aseguradora sigue apostando por la cercanía a los mediadores a través de un modelo comercial más fácil, cómodo y atractivo para los profesionales. Entre otros aspectos, se simplificarán los cuestionarios de conocimiento del cliente y se impartirá más formación especializada para el canal. También trabaja en la creación de equipos especializados de consultores en los ramos de Empresas, Comercios y Hogar.

Lisa se alía con Garantía Global para comercializar el seguro de garantía mecánica

Lisa Seguros y **Garantía Global** han firmado un acuerdo de *joint venture* para llevar diferentes soluciones aseguradoras de garantía mecánica al sector de la mediación.

Esta alianza ofrecerá a los mediadores un servicio integral, que incluirá desde el diseño y la suscripción de pólizas a medida a través de su plataforma digital, a la recepción y gestión completa de los siniestros, hasta su pago, dándoles así acceso a nuevos mercados y a clientes con necesidades aseguradoras muy especializadas.

Allianz expone sus objetivos para 2024 en su convención comercial

Allianz Seguros ha celebrado su convención comercial en la que se hizo balance de los logros del pasado ejercicio y se fijaron las metas de 2024, bajo el lema: #SomosAllianz.

Miguel Pérez Jaime, director general comercial de Allianz Seguros, hizo un repaso por las claves sobre las que girará la actividad comercial en el presente ejercicio entre las que puso énfasis en el nuevo modelo comercial de la compañía, marcado por la especialización de los canales, una nueva sistemática comercial y la máxima dedicación a la labor comercial.

Veit Stutz, consejero delegado, cerró la convención con un mensaje ilusionante y ambicioso para el equipo comercial. "Hemos demostrado que una gran fuerza e impulso en 2023, con una sólida estrategia y plan de acción, ha dado resultados. Pero sé que podemos ser mucho más ambiciosos".

En otro orden de cosas, Allianz ha congregado en Bilbao a cerca de 100 corredores Top y Premium, junto con una amplia representación del equipo ejecutivo y comercial de la compañía. En estos encuentros se hizo balance y se destacaron los hitos del año anterior y, sobre todo, se compartieron las metas, proyectos y ambiciones de 2024.

Miguel Pérez Jaime marcó las claves sobre las que girará la actividad comercial en 2024 con especial hincapié en el nuevo modelo comercial de la compañía y sus objetivos estratégicos para la mediación.

Durante las dos jornadas, diferentes miembros del equipo ejecutivo y comercial compartieron con los asistentes sus nuevas herramientas, funcionalidades y productos y desgranaron las fortalezas del nuevo modelo comercial.

Por último, señalar que la aseguradora mantuvo una activa presencia en la edición 2024 de la Semana del Seguro, organizada por **Inese**. Su CEO, Veit Stutz, intervino en el Foro de Alta Dirección Aseguradora, y el subdirector general de Vida, Salud y Gestión de Activos, presentó la estrategia de productos financieros de la compañía.

Veit Stutz impartió la ponencia magistral 'Redefiniendo horizontes: nuevas rutas y desafíos globales en el mundo asegurador'. En su intervención Stutz, se refirió a las nuevas necesidades y hábitos de los clientes, así como a la necesidad del sector de adaptarse al mundo en el que vive. "Nuestra industria sigue siendo resistente al cambio profundo. En general, todavía estamos vendiendo seguros como lo hacíamos hace 100 años -explicó- la digitalización nos obliga a repensar nuestra posición, a aplicar la tecnología disponible, a optimizar procesos para simplificar la entrega, y a equipar a nuestra fuerza laboral con las habilidades requeridas a lo largo de esta evolución". Y concluyó que "combinar liderazgo, tecnología y empoderamiento" del talento son elementos clave para el éxito del seguro en el próximo siglo.

Campus Asegurador crea un curso de inteligencia artificial

La escuela de seguros Campus Asegurador ha lanzado un curso de inteligencia artificial enfocado al ámbito empresarial.

El impacto de la inteligencia artificial en el sector asegurador puede llegar a tener una profundidad mayor de la esperada en distintos ámbitos como el de la suscripción, marketing, gestión de siniestros o retención de clientes. Con 60 horas de duración en modalidad online, esta formación aborda los conceptos básicos para comprender todo lo relacionado con esta tecnología, los fundamentos de los algoritmos en los que se apoya, cómo pueden ser los distintos modelos de aprendizaje, su aplicación en la empresa y las oportunidades que ofrece actualmente.

Por otro lado, se ha creado el curso 'Gestión de equipos comerciales y ventas' especializado en el ámbito comercial, que es 100% online. Esta formación aborda los conceptos fundamentales de un equipo comercial, cómo captar talento para integrarlo en el equipo, las claves del líder de un equipo de ventas y las principales habilidades y conocimientos de gestión en las distintas etapas de la actividad comercial del equipo.

Solunion, valorada mejor aseguradora de Crédito en el Barómetro Adecose

Solunion ha vuelto a obtener el reconocimiento como mejor aseguradora de Crédito en el Barómetro Adecose 2023, el estudio que evalúa la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de las principales corredurías de España con las aseguradoras con las que trabajan. Asimismo, ha logrado la primera posición en la categoría de Riesgo Político, y el segundo puesto en el ramo de Caución.

Es la novena ocasión en la que esta aseguradora recibe esta distinción en el ramo de seguro de Crédito desde su inicio de operaciones en 2013, prueba de que "responder de forma ágil, cercana y eficaz a los mediadores, un canal esencial dentro de nuestra estrategia de distribución", comentan desde la entidad. En esta edición del Barómetro elaborado por Adecose ha obtenido, a su vez, un notable en la calificación global que evalúa la calidad del servicio, logrando así su mejor resultado durante sus 10 años de operaciones.

En otro orden de cosas, Solunion ha publicado su informe trimestral sobre insolvencias empresariales correspondiente al cierre de diciembre 2023. Según los datos recopilados, se observa un marcado descenso, del 27%, en el número de insolvencias empresariales, que se sitúan en 4.504 concursos de acreedores declarados para el cierre del año. Esta disminución ha permitido a las empresas recuperar niveles similares a los de 2019.

Asimismo, el descenso significativo registrado en 2023 se complementa con la inclusión de 437 planes de reestructuración presentados y 516 procedimientos especiales de microempresas. Si aunamos estos elementos, la disminución en el número de concursos, en comparación con 2022, sería del 12%.

Ana Molinero, nueva responsable de Relaciones con Corredores de Beazley

Desde el 1 de enero de 2024, Ana Molinero se ha convertido en la nueva responsable de Relaciones con Corredores para España de Beazley.

Licenciada en derecho por la Universidad de Deusto y Master en Derecho Europeo por la Universidad de Amsterdam, está especializada en el sector seguros. Se incorporó a Beazley en enero de 2010 procedente del departamento de Seguros y Reaseguros de una de las firmas de abogados líder en Londres, siendo responsable de gestionar reclamaciones internacionales en una amplia gama de clases de negocios que incluyen Líneas Financieras, Responsabilidad Civil (RC Profesional, D&O, Tech, Media) y Ciberriesgos.

Por otro lado, la aseguradora celebró a primeros de febrero su evento anual de colaboradores de la compañía en el restaurante Bibo de Madrid. Durante el evento, el nuevo director general de la compañía para Europa, Fred Kleiterp, hizo un repaso del panorama de riesgos que actualmente afronta el mundo y su oferta aseguradora.

En su intervención, Kleiterp, señaló el cambio climático, la tecnología, la Inteligencia Artificial, la inestabilidad política, la transición energética hacia un marco de cero emisiones, etc. como riesgos actuales. "Creemos que las soluciones aseguradoras especialistas pueden ayudar a nuestros clientes a navegar por este creciente entorno de riesgos. Y esa es una excelente razón de por qué en Beazley hemos decidido incrementar nuestra presencia en Europa".

Su plan es ver cuáles de todos los productos *specialty* que actualmente hacen con éxito a nivel global, son más relevantes en Europa y ponerlos a disposición de las empresas para ayudarlas a navegar por ese entorno de riesgos que comentaba.

Para llevar a cabo, Kleiterp dijo que han definido tres prioridades:

- Soluciones *specialty* para grandes y medianas empresas de todos los sectores e industrias. "Aquí tenemos que pensar en lo que ya hacemos de forma exitosa, como la D&O y Cyber, que es por lo que somos más reconocidos; pero tendremos productos como Riesgos políticos y terrorismo, Responsabilidad medioambiental, así como daños materiales derivados de eventos catastróficos. Estos productos serán parte de nuestra oferta en Europa en los próximos años para las empresas grandes y medianas".
- Los segmentos *specialty*. "Aquí hablamos de *Healthcare* y *life sciences*, M&A (fusiones y adquisiciones), Aeroespacial, Contingencia, energías renovables y Marine".
- Mecanismos de distribución eficientes para los segmentos Pyme. "Aquí hablamos de delegaciones de autoridad, que actualmente hacemos; pero también de plataformas digitales de cotización y emisión".

Por último, señalar que Beazley, en colaboración con el despacho legal **DAC Beachcroft**, ha organizado un seminario para explorar las novedades aseguradoras de RC Sanitaria en Europa.

Durante el seminario, se habló de los desafíos del uso de la Inteligencia Artificial en el ámbito sanitario, el creciente número de reclamaciones por negligencia médica y la evolución de conceptos como los daños morales en distintas jurisdicciones.

Los ponentes destacaron la complejidad de un marco legislativo en constante cambio, donde los procedimientos de cálculo de daños, indemnizaciones y presentación de pruebas son cada vez más sofisticados.

ICEA publica el ranking de aseguradoras líderes por ramo en 2023

ICEA ha publicado los rankings definitivos del año 2023, en los que se muestran los grupos y entidades líderes en cada ramo en volumen de primas.

En el caso de las entidades, los líderes en cada ramo son: Arag (Defensa Jurídica), Crédito y Caución (Crédito), AXA XL (Incendios), VidaCaixa (Vida), Mapfre (Transportes, Multirriesgos, Autos, Otros Daños a los Bienes y RC), Santalucía (Decesos y Asistencia), SegurCaixa Adeslas (Salud), Aserta (Caución), Cardif (Pérdidas Pecuniarias) y Santander Seguros (Accidentes).

La agencia de suscripción NuVu estrena web

La agencia de suscripción NuVu Underwriting ha comunicado a través de su perfil de LinkedIn el estreno de su nueva web.

"Con este lanzamiento culminamos el proceso de rebranding que hemos llevado a cabo en los últimos meses. El diseño de la web ofrece al usuario una experiencia mejorada en tres idiomas", ha señalado su director comercial y de Marketing, Jaime Fernández Maza.

Berkley abre las inscripciones para la nueva edición de su Programa Experto en *Specialties*

Berkley España ha lanzado la octava convocatoria de su Programa Experto en *Specialties* (PES), de carácter online y creado especialmente para corredores, con el que ya se han formado más de 1.000 alumnos

El Programa Experto en Specialties cuenta con 3 módulos: módulo técnico, módulo de gestión empresarial y módulo de IT. El PES tiene una duración de 30 horas certificadas.

Arag aboga por la flexibilidad para crecer en 2024

Arag ha celebrado su Convención de Ventas en Barcelona, donde se compartieron las principales estrategias y proyectos para este 2024. Su director comercial en España, Juan Carlos Muñoz, apuntó que "debemos mantener el foco en atender las peticiones del mediador que nos demanda cada día soluciones de mayor calidad para los asegurados". En este sentido, su CEO en España, Marià Rigau, recalcó la importancia de que toda la organización esté volcada en facilitar la vida al mediador y al cliente final.

Sobre 2024, y aunque la compañía evoluciona favorablemente, Rigau pidió cautela por el complejo marco geopolítico en el que nos encontramos. "Este año nuestro gran objetivo es adaptarnos a las circunstancias. Solamente así superaremos los retos que tenemos por delante y que tienen forma de inflación, de cambios normativos, de inseguridad jurídica y de movimientos políticos", indicó. "La única garantía de supervivencia es ser flexibles, tener procesos internos ágiles y seguir mejorando nuestro posicionamiento en el mercado". Durante los dos días de la Convención también hubo espacio para hablar de la formación a los mediadores y los buenos resultados alcanzados en este aspecto durante 2023. El año pasado más de 10.300 mediadores asistieron a cursos de la oferta de Arag, muy por encima de los 8.200 de 2022 y los 5.060 de 2021. En total, fueron 67.400 horas formativas en las que primaron los temas de alquiler, seguidos de los de Defensa Jurídica.

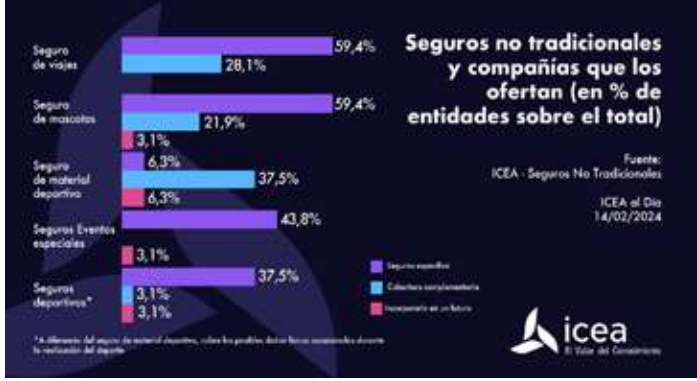
Por otro lado, a finales de octubre, la aseguradora creó una nueva herramienta para la mediación que permite dar de alta los siniestros con mayor rapidez y agilidad. En tan solo tres meses, se ha impuesto como la segunda opción preferida por los mediadores de seguros. En tan solo unos meses, la nueva web ha conseguido canalizar casi el 16% de los siniestros y ha hecho que el correo se utilice solamente en el 64% de los casos.

En otro orden de cosas, en la conmemoración del Día Internacional de Internet Segura (Safer Internet Day), Arag ha puesto en valor las charlas que realiza desde hace más de 2 años tituladas 'Los Peligros en la Red', que tiene como objetivo explicar cómo tener una buena conducta en Internet, los principales delitos en la red, el ciberacoso, el *grooming* o el uso indebido de datos, cómo actuar si eres víctima y qué sucede si un menor comete este tipo de delitos. Desde la aseguradora indican que "está enfocada a alumnos de 3º y 4º de la ESO, aunque cada vez se reciben más peticiones de grupos más jóvenes y de primaria".

Por último, señalar que la aseguradora ha notado que ocho meses después de la aprobación de la actual Ley de Vivienda ya se empiezan a ver las consecuencias de algunas de las medidas que protegen a los inquilinos. En muchos casos, se traducen en un aumento de los plazos para recuperar la vivienda, de unos 6 a 8 meses de media a más de un año.

El 67% de las aseguradoras cuentan con seguros no tradicionales en su cartera de oferta. Según ICEA, los seguros no tradicionales más ofertados son los de Viajes y los de Mascotas, ya que casi el 60% de las entidades analizadas trabajan con estos tipos de seguros, seguidos por los seguros de eventos especiales, que ofertan más del 40% de las compañías.

Dos de cada tres entidades ofertan seguros no tradicionales



En ocasiones, la protección de esos riesgos se ofrece como una cobertura complementaria en otro tipo de seguros más amplios. En este caso, la cobertura más ofertada es la de protección de material deportivo, con un 37,5% de las entidades que lo incluyen en coberturas de seguros de Hogar, Asistencia, etc.

Las empresas se enfrentan a un aumento del estrés y fatiga de los empleados

International SOS ha analizado los riesgos y las amenazas emergentes a los que las organizaciones se enfrentarán durante los próximos meses, en su 'Informe Risk Outlook 2024'. En él se revela que el 80% de los gestores de riesgos laborales encuestados a nivel mundial, anticipan un impacto significativo en el estrés de los empleados para el próximo año, evidenciando la creciente fatiga y el riesgo de agotamiento mental y físico.

En este sentido, International SOS subraya la importancia de una preparación adecuada ante este tipo de situaciones, donde solo un 41% de las organizaciones asegura tener recursos en la actualidad para enfrentarse al desafío. Entre sus conclusiones está que: un 65% de encuestados cree que los riesgos mundiales seguirán aumentando más allá de los niveles prepandémicos; un 43% de las organizaciones asegura estar afectada directamente por la crisis del cambio climático; se señala la inestabilidad mundial, exacerbada por tensiones geopolíticas y conflictos como los observados en Israel, Gaza y Ucrania representa otro desafío significativo; el impacto de la IA (inteligencia artificial) está provocando desinformación y falta de conocimiento, especialmente en contextos médicos y políticos y se plantean desafíos complejos para las organizaciones; y las nuevas expectativas de protección por parte de los empleados están experimentando un cambio significativo.

El 77% de los encuestados aseguran que "salvaguardar el bienestar físico y mental de los empleados" ya es una preocupación a nivel directivo.

Caser reúne a sus mediadores para analizar las principales oportunidades de crecimiento

'Mejorar la rentabilidad manteniendo el ritmo' ha sido el lema la XIX Convención Comercial Anual del Negocio de Agentes y Corredores y la Red Propia de Salud de Caser Seguros. Un encuentro clave para establecer las directrices de 2024 y las oportunidades de crecimiento.

La apertura estuvo a cargo de José Manuel Nieto, director del Negocio, quien repasó los resultados del ejercicio anterior y subrayó los medios para continuar creciendo, haciendo hincapié en una cuidada selección del riesgo y en la rentabilidad.

La primera jornada se centró en la importancia del cliente, el equipo y la innovación como pilares de la rentabilidad del Grupo, así como en la estrategia para los ramos de Vida y Decesos para 2024. Durante la segunda jornada, se presentaron cifras y perspectivas del sector, y se destacaron algunas tendencias que anticipan oportunidades de crecimiento. En cuanto a la innovación, se adelantaron algunas novedades en productos que se lanzarán a lo largo del año, y se puso énfasis en la fidelización y la segmentación para continuar siendo competitivos en un mercado maduro y cambiante.

Ignacio Eyriès, director general de Caser, clausuró la Convención incidiendo en la importancia del Negocio de Agentes y Corredores como palanca de crecimiento del grupo, invitando a los asistentes a mantener el ritmo de la actividad comercial superando el desafío de crecer rentablemente durante este año.

En otro orden de cosas, Flexicar ofrecerá a sus clientes un seguro de extensión de garantía renovable de la mano de Caser. "Este producto se posiciona como el único en el mercado que ofrece una prima fija y la posibilidad de renovar la póliza año tras año, hasta los diez años de antigüedad del vehículo, desde su primera matriculación". La innovación de este seguro se concreta al proporcionar cobertura ante averías mecánicas, eléctricas y electrónicas, así como por desgaste de piezas cubiertas hasta los 150.000 kms. Igualmente, ofrece garantías por daño o rotura por causas accidentales, no derivadas de un accidente cubierto por la póliza de auto. En este sentido, con un límite anual de 400 euros, se cubren componentes esenciales como la pantalla multifunción, los aireadores, las rejillas de aire interiores, los cinturones de seguridad y, en el caso de vehículos eléctricos o híbridos, las baterías de tracción. También ofrece cobertura por robo o pérdida de la llave o el mando del vehículo, con un límite de 250 euros por anualidad de seguro.

Por último, señalar que la aseguradora y IESE Business School han presentado el estudio 'Vínculos profundos: un análisis riguroso sobre las relaciones entre las empresas familiares y sus *stakeholders'* con el objetivo de reflexionar sobre el impacto de las relaciones interpersonales y la dinámica familiar a través de sus generaciones.

El estudio profundiza sobre el papel crucial que desempeñan las empresas familiares como agentes de cohesión y motores económicos en la sociedad, reconociendo que los valores arraigados en estas empresas deben impregnar su razón de ser y ser transmitidos a todos los grupos de interés con los que interactúan.

Dos de cada tres aseguradoras tienen accesos autónomos para que el cliente consulte datos de su siniestro de Hogar

Icea informa que el 66,7% de las aseguradoras tiene habilitado un acceso autónomo para que el cliente consulte la información de su siniestro de Hogar. La mitad de los clientes manifiestan haber tenido la información necesaria relacionada con su siniestro de Hogar, aunque un 47,9% indican que no han tenido toda la que necesitaban.

Por ello, las entidades ya están trabajando en mejorar el nivel de información facilitada durante la fase de reparación y/o indemnización, pero también en la información que se traslada en otros momentos de la relación con el cliente, como son la apertura del siniestro, la peritación e incluso después del cierre del expediente.

Grupo Logalty integra su firma electrónica en Cima

Grupo Logalty ha integrado su tecnología de firma digital en la plataforma abierta **Cima** (Conectividad, Innovación y Servicios para la Mediación Aseguradora) de **Tirea**, la sociedad gestora de Tecnologías de la Información y Redes para las Entidades Aseguradoras, para los próximos 3 años.

Su entrada permitirá a 39 aseguradores, 1.714 corredores y diferentes empresas de software adheridas a la plataforma utilizar el servicio de contratación electrónica de Grupo Logalty, que cuenta con prueba por interposición de transacciones electrónicas. Su matriz de prueba no se puede manipular y sirve como evidencia de lo sucedido en todo el proceso.

DAS Seguros se redefine como onLygal

DAS Seguros ha presentado su nueva identidad corporativa y líneas estratégicas que, bajo la marca **onLygal**, responden a la puesta en marcha de un proceso de transformación con el que aspira convertirse en la entidad líder en soluciones legales en España.

Tras más de 65 años de experiencia protegiendo legalmente a sus más de 3,5 millones de clientes, directos e indirectos, permitiéndole conocer y entender las necesidades legales de los españoles, la entidad evoluciona para ofrecer a las personas y las empresas las soluciones legales que precisan en su día a día, tanto en el plano personal como profesional.

Luis Cuervo, director general de onLygal, dijo que onLygal facilita, tanto a empresas como a particulares, la activación de una amplia gama de soluciones legales que, en forma de seguros y servicios jurídicos, responden a sus necesidades. En este sentido, la compañía ha desarrollado una nueva web corporativa que muestra la evolución de la marca.

Además, onLygal seguirá apostando por sus principales canales –la mediación profesional y el negocio corporativo- facilitándoles las herramientas necesarias para aportar valor añadido en un ámbito de gran complejidad como es la protección jurídica.

Para pymes y autónomos estas soluciones abarcan asuntos relacionados con negocios; empleados; proveedores y clientes; finanzas y fiscalidad; inmuebles; riesgos y prevención, así como transporte y viajes. Para personas y familias, el portfolio se centra en el ámbito del trabajo, la familia, los séniores, la vivienda, el consumo y los viajes, internet o la movilidad.

En otro orden de cosas, el estudio 'Necesidades y percepciones sobre las soluciones legales' elaborado por onLygal, señala que el 70% de los españoles asegura "desconocer en gran medida sus derechos" y un 44% admite no saber cómo funciona nuestro sistema judicial.

Asimismo, se indica que un 9% de los españoles habría demandado a su empresa si hubiera tenido recursos económicos y tiempo para iniciar un proceso judicial. Servicios profesionales contratados (6%); vecinos (6%); compañeros de trabajo (5%); el casero y la pareja o expareja (ambos con un 3%). Tras los costes económicos se alude a la complejidad de los procesos; evitar problemas y estrés; la inseguridad ante cómo puede acabar la demanda, o no conocer ningún servicio legal de confianza.

Las principales dudas legales de los españoles están relacionadas con impuestos (34%); herencias (28%); jubilación (26%); solicitud de ayudas y subvenciones (26%) y baja laboral (26%).

Ignacio Gámez, nuevo responsable de Siniestros de Prima Seguros

La insurtech Prima Seguros ha designado a Ignacio Gámez como nuevo responsable de siniestros en España. Este nombramiento se erige como un elemento clave en los esfuerzos de la agencia de suscripción por redefinir y digitalizar la gestión de siniestros.

Licenciado en Derecho y ADE por la Universidad Autónoma de Madrid, Gámez comenzó su trayectoria profesional en Accenture. Posteriormente, amplió su experiencia en el comercio electrónico, trabajando para Amazon en España y Rocket Internet en Latinoamérica. Después de realizar un MBA en Insead, fue consultor de McKinsey & Co., donde trabajó principalmente en proyectos de transformación digital y *growth* en las industrias de Telecomunicaciones y Retail. Finalmente, antes de formar parte de Prima, fue director de Ventas en España para una empresa SaaS.

En otro orden de cosas, esta insurtech especializada en el sector de la automoción, ha llevado a cabo una encuesta, junto con Nielsen, para conocer el porcentaje de usuarios que afirma comprender con exactitud su seguro de coche.

La encuesta revela que, solo un 47,3% conoce a la perfección lo que su seguro incluye, pues considera que estar informado sobre las situaciones o circunstancias específicas que no están cubiertas por el seguro, así como los límites de cobertura máxima, son aspectos fundamentales que pueden ayudar a evitar imprevistos.

Sin embargo, un 52,7% no conoce todos los detalles de su póliza, bien porque solo tiene un conocimiento general, bien porque desconoce por completo qué se incluye.

De entre los que desconocen todos los detalles de su póliza, un 47,4% asegura tener una idea general. Por ejemplo, saben que incluye la cobertura de responsabilidad civil que les protege en caso de causar daños a terceros en un accidente.

Alea Cover asegurará la próxima película de Pedro Almodóvar

La agencia de suscripción Alea Cover ha suscrito el seguro de rodaje de 'La habitación de al lado', la próxima película del director Pedro Almodóvar.

En esta operación, se ha contado con el asesoramiento y mediación de Mar Sastre, de Sastre y Asociados, correduría con gran conocimiento y experiencia en el negocio de la cinematografía, tras una trayectoria de cerca de medio siglo.

Occident reúne a sus mediadores en sus Foros de Negocio

Más de 6.000 mediadores, entre agentes y corredores, se han reunido en los primeros Foros de Negocio que se celebran con la marca Occident y tras la definición de su estructura organizativa. Esta reunión, que se celebra anualmente, es clave para trasladar a la red de mediadores de la entidad los objetivos y la estrategia de la aseguradora para 2024.

El consejero delegado de GCO, Hugo Serra, realizó la apertura de las jornadas haciendo un repaso por el entorno macroeconómico global y cómo GCO seguirá apoyando su estrategia en los pilares de crecimiento, rentabilidad y solvencia. Serra remarcó el hito que ha supuesto en 2024 la unificación de compañías en la nueva marca Occident para lograr una mayor simplicidad corporativa que redunde en mayor agilidad y capacidad de adaptación al cliente.

Asimismo, Serra puso en valor la red de mediadores de Occident, formada por más de 15.000 agentes y corredores, y anunció que "en 2024 seguiremos dotándoles de las herramientas y la formación necesarias para que puedan relacionarse con los clientes de forma eficaz, garantizando mayor cercanía con los asegurados". El CEO subrayó que la mediación seguirá siendo el canal estratégico y al que mayores esfuerzos de desarrollo se destinarán.

Tras la intervención de Hugo Serra, tomó la palabra el director general de Occident, Juan Closa, que desgranó los principales proyectos de Occident para este año. Señaló como uno de los puntos más destacados del año seguir apostando por el crecimiento y la productividad de la red comercial. De igual modo, hizo hincapié en que se pondrá el foco especialmente en el cliente. "Evolucionaremos la segmentación de nuestros clientes gracias a la tecnología de datos y al conocimiento de nuestros mediadores, para seguir construyendo una oferta de valor que cumpla con las expectativas de los clientes", subrayó Closa.

El director Comercial de Occident, Raúl Lucena, desgranó, entre otros, el modelo de éxito que suponen los diversos canales de mediación y el valor añadido de las herramientas digitales y de asesoramiento que se ponen a disposición del mediador.

Daniel Ciprés, director de Vida de Occident, destacó las mejoras implementadas en los servicios de salud digital, que se seguirán ampliando, y las novedades que vendrán en ahorro y en soluciones para clientes séniores. Josep Esclusa, director de Seguros Generales de Occident, se centró en las mejoras que habrá en los productos de automóviles, particulares y empresa, así como en los procesos de suscripción e innovación técnica.

Cerró la sesión Xavier Fontanet, director general de Operaciones de GCO, que detalló las mejoras en los indicadores de calidad de servicio conseguidas en 2023 y los procedimientos que se pondrán en marcha para conseguir una mayor eficiencia en los procesos de apoyo a la venta, de tramitación y de atención a siniestros. También mencionó el despliegue de nuevas iniciativas de analítica comercial que ayudarán a personalizar la oferta y mejorar la productividad comercial.

En otro orden de cosas, Occident ha puesto a disposición de sus clientes su nueva página web con un diseño que prioriza la experiencia de los usuarios y facilita la búsqueda de información.

Sergio Bollain, nuevo director territorial del Canal Corredores Norte de Santalucía

Santalucía ha anunciado que Sergio Bollain asumirá el reto de desarrollar el Canal Corredores en Cantabria, País Vasco, Navarra, La Rioja, Aragón, Burgos y Soria, con visión global Vida y No Vida.

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Hertfordshire, en Reino Unido, Bollain cuenta con una trayectoria de más de 20 años de experiencia en el sector financiero y asegurador, asumiendo diversos cargos directivos. Se incorpora a Santalucía desde Allianz, tras 7 años de experiencia donde, en su última etapa, fue director de la sucursal en País Vasco, trabajando con equipos de corredores, agentes y brókeres. Anteriormente desempeñó el cargo de responsable de Corredores en Caser.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha comunicado que ha gestionado más de un millón de siniestros en 2023, un 5% más que el año anterior. Un hecho al que ha contribuido el proceso de automatización y transformación digital puesto en marcha por el área tecnológica de la compañía.

Por otro lado, Santalucía ha recibido la certificación **Aenor** que le reconoce como organización que dispone de un sistema de gestión de *compliance* tributario conforme con la norma UNE 19602:2019.

Por último, señalar que la aseguradora ha celebrado un hito significativo al alcanzar los 100.000 seguidores en su cuenta de Instagram.

Manuel Pimentel desarrolla la primera jornada del ciclo formativo de MGS de 2024

La Fundación **MGS** ha iniciado una nueva edición de su Ciclo de Jornadas Formativas para sus empleados, clientes y mediadores con la colaboración de Manuel Pimentel, exministro de Trabajo y Asuntos Sociales, mediador en procesos de negociación y escritor.

En la jornada, titulada 'Desglobalización, economía y cesta de la compra', Pimentel analizó la situación actual del sector primario en nuestro país y los factores que la han provocado: la globalización, la concentración tanto de la producción como de la distribución, la política agraria comunitaria y la despreocupación general de la sociedad sobre la alimentación. El coste de la cesta de la compra, según el ponente, ha estado en mínimos históricos en los últimos 20 años. "Hemos dado la llave de nuestra despensa a terceros países, algo complicado en un mundo cambiante como el nuestro. Hemos perdido la percepción acerca de la importante labor del mundo agrario, es por ello que se ha sentido menospreciado y ha iniciado lo que yo califico como la venganza del campo".

Salud lidera el crecimiento del sector asistencial, por delante de Viajes, Multirriesgo y Autos

'I edición del Observatorio de Mercado de Asistencia', elaborado por la consultora Axis Corporate, identifica las tendencias de crecimiento del sector, así como sus oportunidades y desafíos. La situación actual está dando lugar a un aumento en las primas medias de los principales ramos del sector. La prima media de la asistencia de Salud se sitúa en 878 euros, seguida de la de Autos en 345 euros y la de Hogar en 223 euros.

Se observa un crecimiento generalizado en las distintas ramas del sector, particularmente en el mercado de Salud, en el que un 22% de los participantes señala que seguirá expandiéndose en el próximo ejercicio. Le siguen, aunque por menor peso de importancia, el crecimiento de los ramos de Viaje con un 16%, el Multirriesgo con un 13% de los encuestados, Responsabilidad Civil con una perspectiva de crecimiento del 12% y en un 11%, los ramos de Automóvil, Decesos y Accidentes personales.

Dentro de esta estrategia de crecimiento, las palancas clave sobre las que se regirá el sector estarán relacionadas con diversos aspectos. En primer lugar, el 21% revela que será en base a la consecución de nuevos acuerdos con aseguradoras y terceros. Por su parte, un 18% afirma que será gracias a la apuesta por la digitalización y la adopción de nuevas tecnologías, permitiéndoles fomentar la omnicanalidad y mejorar el servicio al cliente. Un 14% asegura que será la adaptación del propio portfolio de productos y servicios la que será fundamental para la adaptación a un mercado cambiante; un 13% afirma que será gracias a las alianzas con terceros para la distribución o comercialización de productos o servicios y un 10% a la implantación u optimización de criterios ESG en la prestación de los servicios e imagen de la compañía.

De manera paralela, también conviene destacar que un 32% de los encuestados ve necesario maximizar ingresos a través de la relación con terceros (grandes acuerdos y/o alianzas para la distribución de productos y servicios) y el 68% restante, determina palancas que podrán accionarse internamente dentro de la corporación.

Un 22% de los encuestados señala que su principal enfoque de inversión en tecnología irá dirigida a la omnicanalidad para mejorar la atención al cliente (chatbot, app, aplicaciones de comunicación tipo WhatsApp, etc.); un 22% en el uso inteligente de los datos para comprender mejor el mercado y los clientes; un 19% invertirá en tecnología para la implementación de modelos predictivos que les permita gestionar la demanda de siniestros de manera eficiente; y un 15% priorizará la implantación de Smart Contracts para una gestión más ágil.

En menor medida, un 11% asegura que apostará por la implantación de RPAs que automaticen y mejoren la eficiencia de procesos internos; un 7% invertirá en IApara reconocimiento de imágenes que faciliten el teleperitaje y un 4% en la migración de los procesos e información con SaaS.

El ahorro gestionado por seguros creció un 5,22% en 2023

Las aseguradoras gestionaban 203.715 millones de euros de sus clientes a través de todo tipo de seguros de Vida a cierre de 2023, una cifra un 5,22% superior a la de un año antes. A esta cantidad hay que sumar otros 59.885 millones correspondientes al patrimonio de los planes de pensiones cuya gestión corre a cargo de aseguradoras, que aumentaron un 7,09% en el ejercicio. En total, el sector asegurador tenía encomendados 263.600 millones de euros al acabar 2023, un 5,64% más que al término de 2022.

Los seguros unit-linked aumentaron el patrimonio bajo gestión un 18,98% y se situaron en 24.615 millones de euros, mientras que Pias lo incrementaron en un 10,17%, hasta 15.033 millones; y las rentas vitalicias anotaron un alza del 5,52%, hasta 92.181 millones de euros. La transformación de patrimonio en rentas vitalicias aumentó un 1,41%, hasta 2.290 millones de euros, y los capitales diferidos se mantuvieron estables en 47.758 millones de euros.

En cuanto a las demás líneas de producto, los planes de previsión asegurados (PPA) registraron una caída del 1,64%, hasta 10.853 millones, y los seguros individuales de ahorro a largo plazo (Sialp) mostraron un descenso algo más pronunciado, del 6,66%, hasta los 3.754 millones de euros.

Los ingresos por primas del negocio de Vida riesgo se situaron en 5.036 millones de euros al finalizar el cuarto trimestre de 2023, un 2,67% menos que el año anterior. Esta caída refleja el enfriamiento en la concesión de préstamos a raíz del encarecimiento de la financiación por la subida de tipos.

Asase amplía sus partners con la incorporación de despachos de abogados y correduría de reaseguros

Los bufetes especializados en la industria aseguradora Hogan Lovells, GES40, Muñoz Arribas y Bird & Bird, junto a las correduría de reaseguros Mayrit y Mac Re, engrosan la lista inicial de partners de la Asociación de Agencias de Suscripción Españolas (Asase).

"Contar con el apoyo de estos *partners* estratégicos no hace sino ayudarnos a construir una estructura más sólida dentro de Asase que nos permita conseguir todos los objetivos de la asociación: mayor reconocimiento de las agencias de suscripción y la mejora de los derechos con los que contamos", ha expresado Darío Spata, presidente de Asase.

Por otro lado, Asase espera dar la bienvenida próximamente a empresas de software para la gestión aseguradora, así como a correduría "Amigas de las Agencias de Suscripción", una iniciativa que tiene como objetivo la promoción de un ambiente colaborativo y de apoyo mutuo, según señalan desde la asociación.

DKV nombra a Fernando Campos nuevo consejero delegado

El Consejo de Administración de DKV Seguros ha nombrado a Fernando Campos nuevo consejero delegado de la compañía en España. El nombramiento será efectivo a partir del próximo 1 de abril y así se ha comunicado a la Dirección General de Seguros. Hasta esa fecha, la empresa continuará siendo dirigida por el Comité Ejecutivo que asumió el control en marzo del 2023, tras la salida del anterior CEO.

Campos tiene experiencia internacional en aseguradoras multinacionales. Es licenciado en derecho por la Universidad Autónoma de Madrid y MBA Internacional por IE Business School. Ha realizado un programa de dirección general en IESE, un programa de desarrollo del liderazgo de Aon (Pinnacle) en colaboración con la Universidad de Cornell y Programa de Gobierno Corporativo en Esade.

Desde 2020, es CEO Health Solutions EMEA en AON, donde es responsable de 29 países y miembro del comité de dirección global de la compañía para la línea de negocio de salud. Previamente, había desempeñado en la misma compañía las funciones de director general de Health Solutions para España y Portugal. Entre 2007 y 2017 ocupó diferentes posiciones en Cigna Spain Healthcare hasta llegar a consejero delegado y country manager de la firma. En Sanitas (Bupa) ejerció como director de grandes cuentas entre 2005 y 2007.

En otro orden de cosas, la aseguradora se ha posicionado en la primera posición en el ramo de Salud Individual, por noveno año consecutivo, en la XV Edición del Barómetro **Adecose**. Además, ha sido nombrada la quinta aseguradora en cuanto a la calidad en el ramo de Decesos; y ha obtenido un 7,10 en cuanto a predisposición por parte de las corredurías de seguir trabajando con la aseguradora, encontrándose entre los 25 primeros puestos en cuanto a fidelidad de las corredurías.

Por otro lado, DKV ha comunicado que cerró el año 2023 con 2,3 millones de euros en ventas y más de 50.000 transacciones en el 'DKV Club de Salud y Bienestar' y 'DKV Famedic', sus portales de e-commerce. Adicionalmente, se estima que se generaron otros 2 millones de euros indirectos en centros colaboradores.

Por último, señalar que DKV ha abierto un nuevo Espacio de Salud en Málaga, que dará servicio a los 28.956 asegurados que se encuentran en la zona.

Sanitas incorpora los servicios de fisio digital y evaluador de síntomas en su ecosistema de salud digital

Sanitas ha incorporado dos nuevos servicios en BluaU, su ecosistema de salud digital: Fisio digital y Evaluador de síntomas.

Con Fisio digital, los clientes pueden acceder a un área de bienestar donde encuentran ejercicios para mantener y mejorar el estado físico. Además, el servicio guía y corrige al paciente para que realice los ejercicios indicados de forma correcta. Dentro de este programa de fisioterapia personalizada y adaptada, existe acceso directo a fisioterapeutas cuando el cliente sufre una dolencia.

El servicio Evaluador de síntomas es un asistente médico virtual que ofrece triaje y pre-diagnóstico a los pacientes, además de recomendaciones sobre qué hacer en cada caso: acudir de forma presencial al especialista, realizar una vídeo consulta o acceder de forma directa a los servicios de urgencia.

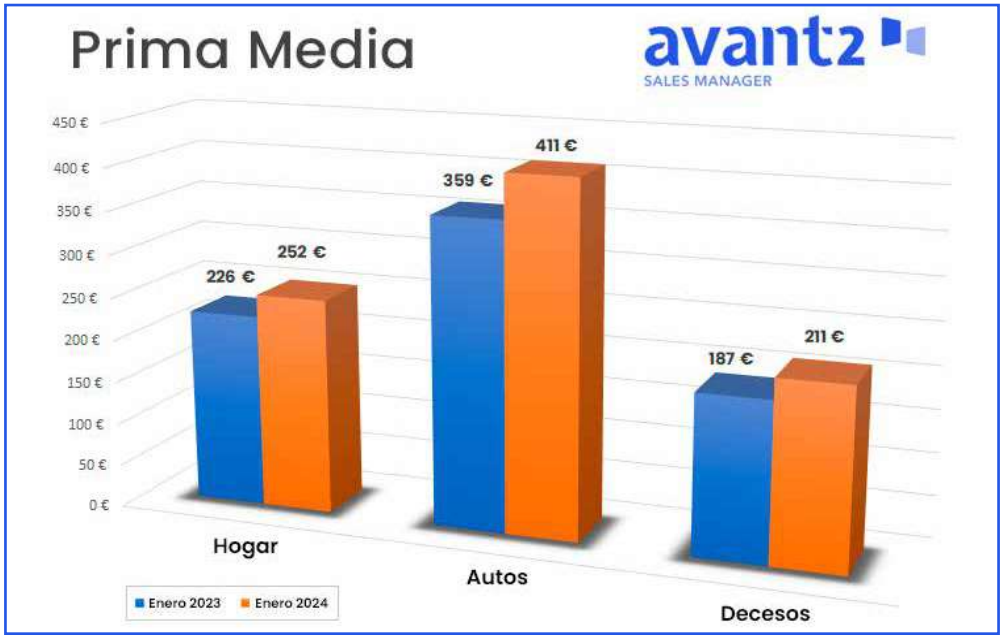
SegurCaixa Adeslas renueva su certificación en gestión de la continuidad de negocio

SegurCaixa Adeslas ha renovado el certificado ISO 22301. Esta norma, que reconoce los esfuerzos de la aseguradora para gestionar los riesgos relacionados con la continuidad de negocio y consolida las políticas de protección de la compañía frente a las amenazas de interrupción de procesos críticos.

La acreditación concedida por Aenor establece los requisitos para la planificación, el establecimiento, la implantación, la operación, la supervisión, la revisión, la prueba, el mantenimiento y la mejora de un Sistema de Gestión de Continuidad de Negocio. Esta herramienta adopta un ciclo de mejora continua para adaptarse a riesgos globales e impulsar la capacidad de resiliencia de la organización.

Las primas de nueva producción de Hogar, Decesos y Autos superan el 10% de subida en enero

La prima media de nueva producción en los seguros para el Hogar ha aumentado en enero. Situándose en 252 euros sobre un total de 7.497 pólizas emitidas en Avant2 Sales Manager, lo que supone un crecimiento de más de un 11% respecto del mismo mes de 2023.



Desglosado por modalidades, es la Básica la que ha experimentado un mayor incremento superando el 13% seguida de cerca por la Premium que supera el 12% y por la Estándar que se queda en casi el 10%, lo que sin llegar a la bonanza del resto es también un resultado positivo en este comienzo de año.

Durante este mes de enero de 2024, la prima media de nueva producción de seguros de Autos experimentó un incremento de más del 14% respecto al mismo mes del año anterior. Llegando a un valor de 411 euros sobre un total de 39.544 pólizas emitidas en Avant2 Sales Manager.

Un mes más, la modalidad de Terceros ampliados es la que comprende un mayor porcentaje de pólizas de Automóviles emitidas de nueva producción en Avant2 Sales Manager llegando al 63%. Y la modalidad Todo riesgo con franquicia alta es la modalidad con la prima media más elevada de todo el ramo llegando a 726 euros, lo que supone un 10% de incremento respecto a enero de 2023.

El ramo de Decesos ha comenzado 2024 con un significativo incremento del 13% en su prima media de nueva producción respecto a enero del año anterior. La modalidad de Tarifa mixta ha experimentado un aumento de casi el 40% de número de emisiones mientras que el resto de modalidades se mantienen estables.

En otro orden de cosas, Codeoscopic ha participado en la Semana del Seguro 2024, organizada por Inese. En ella se informó sobre los últimos avances desarrollados en su entorno, Codeoscopic Workspace.

La novedad de este año es Integra, la plataforma de conectividad que permite conectar de forma eficiente y segura los productos de Codeoscopic Workspace, las aseguradoras y los corredores de seguros. Durante los tres días de la feria los corredores puedieron ver cómo Integra les permite vender seguros desde su solución digital, usando este nuevo API Rest conectado a Avant2 Sales Manager.

Además, tuvieron la oportunidad de conocer las mejoras del resto de las soluciones del grupo, que siguen en constante evolución para ofrecer el mejor servicio a sus usuarios.

Cigna mejora sus coberturas en oncología, cardiología y cirugía

Cigna Healthcare ha ampliado sus tratamientos y pruebas diagnósticas en las áreas de oncología, cardiología y cirugía. Dentro de Cigna+Salud, la nueva oferta de servicios pone el foco en el cuidado físico de los pacientes a través del servicio de fisioterapia a domicilio y la ampliación de servicios de preparto y posparto para madres y recién nacidos.

En todos los planes de salud Cigna Healthcare incluye la ampliación de la cobertura de quimioterapia en la especialidad de oncología. Para aquellos procesos oncológicos en que se considere necesario, se amplían las vías posibles de administración de quimioterapia. Hasta ahora, los pacientes contaban con la quimioterapia parenteral; sin embargo, a partir de este año, también tienen disponibles la quimioterapia intratecal, intravesical e intraperitoneal. Estas nuevas alternativas permiten focalizar el tratamiento del paciente, al poder administrarse la medicación dentro de la propia cavidad afectada.

Asimismo, la aseguradora amplía aún más la cobertura actual de la especialidad de cardiología con la inclusión de la coronariografía por TAC.

Con relación al resto de avances en la prevención y tratamiento de la salud, se extiende la cobertura de prótesis e implantes en la especialidad de otorrinolaringología, incluyendo la prótesis necesaria en las cirugías de colesteatoma. Por otro lado, en la especialidad de digestivo, también se incluye como novedad la radiofrecuencia en esófago de Barret, una técnica menos invasiva que la cirugía convencional y de probada eficacia.

Con la intención de profundizar en el cuidado de recién nacidos y sus madres, se incorporan los servicios de preparto (taller de respiración y pujos, taller de hipnoparto y curso de preparación al parto) y de posparto (consultas de lactancia, visita de matrona y el servicio Salus) dentro del programa de 'Dedicae, más que cuidar'.

IMA Ibérica cumple 35 años

El 5 de julio de 1989 un grupo de 7 personas se establecía en Madrid para dar soporte al **Grupo IMA** en los mercados de España y Portugal. 1.500 pólizas se gestionaron ese año. Hoy, 35 años después, 350 personas tramitan más de 275.000 expedientes al año desde las 3 plataformas de IMA Ibérica Asistencia: Madrid, Almadén y Lisboa.

Hoy, proporciona servicio 24/7/365 con una oferta de servicios que mantiene la actividad inicial de Auto, pero que se amplía a asistencia a la persona, en Hogar y en Viaje, y un catálogo de productos diversificado y a la medida de sus clientes.

IMA IBERICA ASISTENCIA
Una empresa del GRUPO IMA
35 AÑOS

La siniestralidad del seguro agrario alcanza su récord histórico, con 1.241 millones de euros

La siniestralidad registrada por el seguro agrario en 2023 se eleva hasta los 1.241 millones de euros, superando, y por mucho (un 56%), el récord de 2022, con 793 millones.

Esto confirma la acusadamente negativa evolución climática de la última década: junto con 2012 –año de profunda sequía–, el período 2017 a 2023 se confirma como el de mayor siniestralidad en los 43 años de historia del seguro agrario, con cifras de indemnizaciones inéditas.

Con 3,5 millones de hectáreas, la superficie siniestrada se acerca al 60% de la asegurada en 2023 en producciones agrícolas.

Estas cifras constatan los graves efectos que la evolución climática está provocando en el campo y confirman la utilidad del seguro agrario como la mejor herramienta para proteger la viabilidad de las explotaciones agropecuarias (ver artículo en la *revista Pymeseguros de febrero*).

Además, corroboran también la capacidad de gestión de *Agroseguro* y la confianza de los agricultores y ganaderos, que han aumentado la contratación de pólizas para la campaña 2024.

Por producciones, destacan las indemnizaciones abonadas en cultivos herbáceos (476 millones), uva de vino (105 millones), frutales (105 millones), cítricos (92 millones) y el conjunto de las hortalizas (78 millones). Asimismo, también alcanzan cifras elevadas las líneas de seguro de olivar (36 millones), ajo (30 millones), caqui (30 millones), frutos secos (17 millones) y cereza (15 millones). Por último, en el caso de los seguros pecuarios, las indemnizaciones se han situado en 163,4 millones.

En otro orden de cosas, Agroseguro ha sido la anfitriona del encuentro del Comité de Tasación de la Asociación Internacional de Aseguradores Agropecuarios (Aiag), donde ostenta la presidencia desde 2018.

Sergio de Andrés, el director general de Agroseguro, ha subrayado la importancia, en el contexto actual de cambio climático, de la colaboración internacional para potenciar la calidad en la evaluación de siniestros, al compartir sinergias y experiencias de sistemas de seguros agrarios muy desarrollados y de larga trayectoria, como el español, con aquellos países que cuentan con sistemas aún en desarrollo.

CNP Assurances celebra 20 años en el mercado ibérico

CNP Assurances cumple 20 años en el mercado ibérico, donde está establecida con sus sucursales de CNP Iberia desde 2004, afianzando su posición de mercado como uno de los actores en el negocio de reaseguro, Vida y protección de pagos.

A lo largo de estas dos décadas, la compañía ha sabido adaptar su modelo de negocio a las necesidades de un entorno dinámico y en constante evolución, definiendo una estrategia que se ha consolidado y ha permitido construir una innovadora propuesta de valor para su negocio *core*: Vida y protección de pagos, tanto en la modalidad de seguro directo como en reaseguro.

La propuesta de valor de CNP Iberia está respaldada por la experiencia internacional del Grupo CNP Assurances, uno de los líderes aseguradores en Europa y Latinoamérica con más de 170 años de experiencia.

20 años en Iberia CNP

Markel asegura los accidentes del personal del Ayuntamiento de L'Hospitalet de Llobregat

Markel España ha sido seleccionada por haber realizado la mejor oferta en la convocatoria realizada por licitación pública para cubrir de forma colectiva los accidentes del personal del Ayuntamiento de L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona), en un contrato intermediado por la correduría **Aon**.

El seguro cubre la muerte y la incapacidad permanente absoluta en caso de accidente o enfermedad profesional de la plantilla municipal, de la corporación municipal y de los voluntarios de protección civil y de la oficina del voluntariado.

Víctor Tomás Lizarraga, de Helvetia, recibe el Premio al Mejor CIO de Navarra

Víctor Tomás Lizarraga, director de Estrategia y Transformación Digital de **Helvetia Seguros**, ha recibido el Premio al Mejor CIO de Navarra por parte de **Atana**, el clúster que agrupa a casi un centenar de empresas de tecnología y consultoría de la comunidad foral.

Con este premio, Atana reconoce la labor que Lizarra realiza impulsando la digitalización de la empresa mediante la continua modernización de sus tecnologías, y resalta su conciencia de buscar y potenciar el talento de Navarra, tratando de apoyarse siempre en las empresas locales.

Grupo Mutua Propietarios indaga en la Ley de Vivienda ante los colegiados barceloneses

Grupo Mutua Propietarios ha impartido en el **Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona**, una jornada de análisis de la Ley de la Vivienda para explicar los cambios producidos tras su entrada en vigor el pasado mes de mayo.

En su ponencia, 'Ley de Derecho a la Vivienda y mitigación de los riesgos de alquiler', César Crespo, subdirector general de Negocio Mediado de Grupo Mutua Propietarios, compartió con los colegiados las novedades que introduce la nueva normativa y los nuevos riesgos que suponen para el arrendador, así como el papel del seguro de Impago como herramienta de protección al propietario y opción para que los mediadores aporten más valor al mercado.

Entre los cambios más destacados de la nueva legislación destaca la modificación de normativas como la Ley de Enjuiciamiento Civil, que cambia el procedimiento que ha de seguir una demanda de desahucio en el caso de impago; la Ley de Arrendamientos Urbanos, prorrogando la duración obligatoria de los contratos, o el Decreto Ley de Medidas Urgentes en Vivienda de marzo de 2019, estableciendo una nueva definición del concepto de 'gran tenedor'. Asimismo, modifica la definición de zonas tensionadas en el mercado de alquiler dejando la potestad de su declaración a las comunidades autónomas, además de penalizar las viviendas vacías con un recargo de hasta un 150% en el IBI.

"En general, la nueva legislación aumenta los riesgos y añade incertidumbre para el dueño de la vivienda, ya que alarga los plazos para recuperarla en caso de impago de su inquilino, lo que incrementa las pérdidas esperadas que acumulará el propietario que tenga que recurrir a un procedimiento de desahucio", señaló Crespo.

En la actualidad, según cálculos de Grupo Mutua Propietarios, el mercado real de aseguramiento al alquiler afecta a unas 330.000 viviendas y supone entre 100 y 150 millones de euros en primas, con lo que el recorrido al alza es importantísimo. De hecho, en los últimos cinco años, la compañía ha registrado un crecimiento medio anual de las primas del seguro de Impago del 29,7%.

Ebroker presenta sus novedades en la Semana del Seguro

Ebroker ha acudido a la Semana del Seguro, organizada por Inese, donde presentó las novedades de la plataforma.

La tecnológica mostró los últimos desarrollos de la suite Ebroker, entre lo que se incluye la nueva versión móvil de la plataforma, ebroker mobile; la combinación de la inteligencia de negocio con la inteligencia artificial, BI PRO + IA; y las funcionalidades más destacadas del multitarificador Merlín.

Higinio Iglesias, CEO de la plataforma, habló de las posibilidades de la inteligencia artificial en la mediación, los multitarificadores como herramienta esencial del corredor de seguros y la nueva estructura empresarial de Ebroker.

Christian Coletta, promocionado como Director of Business Development de RSA en Europa

RSA Luxembourg ha anunciado la promoción de Christian Coletta como Director of Business Development, compaginando con su rol de Country Managing Director de RSA España.

Pasa a liderar el equipo de los Country Managing Directors de Francia, Bélgica y Países Bajos y el equipo de Marketing y Comunicación, trabajando de manera conjunta para impulsar la marca en el territorio europeo y mejorar sus capacidades de crecimiento.

Christian Coletta forma parte de RSA desde hace 10 años y cuenta con una experiencia acumulada en el sector asegurador de más de 20. Es licenciado en Derecho por la Universidad del Zulia (Venezuela) y Máster en Seguros y Gerencia de Riesgos por la Universidad Pontificia de Salamanca (España).

Mutualidad avanza en su plan de digitalización con la automatización de procesos

Mutualidad avanza en su Plan de Digitalización ADN 2027 con la constitución de un Centro de Excelencia de Automatización que permitirá mejorar la experiencia de sus mutualistas y ser más eficientes.

Entre sus objetivos, está liderar el uso de las capacidades de automatización, aportar eficiencia a los procesos, mejorar la experiencia del empleado y facilitar la relación con el mutualista. El Centro de Excelencia de Automatización arroja ya sus primeros resultados: ha creado sinergias en seis áreas de Mutualidad logrando reducir el tiempo de ejecución de procesos entre un 8 y un 11%, mejorando la eficiencia y la satisfacción del empleado, además de reducir los tiempos de respuesta a las demandas de los mutualistas.

Mutua Madrileña, la aseguradora con mejor posicionamiento en internet

Mutua Madrileña ha logrado hacerse con la primera posición del ranking de aseguradoras de **Innovación Aseguradora**. La entidad ha mantenido el podio desde la última edición.

A continuación, y a tan solo cuatro centésimas, se encuentra Generali, que gana una posición, la misma que pierde Arag, completando así el podio de esta edición. Hasta 48 aseguradoras han aumentado su puntuación y 21 la han disminuido. Entre los ascensos más destacados están los de Línea Directa, que asciende 7 puestos hasta la 13ª posición o Santalucía (17), aunque el mayor ascenso es el de GES Seguros, que escala 33 posiciones para ubicarse en el 30º escalón del ranking. Por contra, los descensos más pronunciados son los de Direct Seguros, que baja 41 posiciones, y Allianz, que desciende 15 posiciones hasta la 23ª.

Mutua Madrileña, Divina Pastora, Generali y AMA empatan en la primera posición del ranking parcial que analiza las funcionalidades de las aplicaciones móviles. En el apartado de web Mutua Madrileña comanda en solitario la clasificación con tres puntos de ventaja respecto a las siguientes cuatro clasificadas, empatadas entre sí: IMQ, Santalucía, Arag y Caser. Llama la atención que tan solo una entidad mantenga la atención humana a través del chat disponible en su web.

Arag ha hecho la mejor gestión de redes sociales en el último semestre, seguida de Mapfre y Cesce. Se observa también que tan solo un 23% de las aseguradoras con cuenta en Instagram, publican diariamente *stories*.

Mutua de Propietarios destaca por mantener el blog más completo, seguida de Fiatc y Mapfre. Destaca el hecho de que sólo un 54% de las entidades comparten las entradas de sus blogs por redes sociales o correo electrónico.

Adecose traslada a los representantes españoles en Europa sus inquietudes sobre normativas

Adecose, en una delegación conformada por Julio de Santos, Borja López-Chicheri y Marta Mariño, ha viajado hasta Bruselas para asistir a la reunión semestral de Bipar, en donde trasladó las inquietudes de la asociación sobre el RIS o el FIDA.

Aprovechando la ocasión, se mantuvieron importantes reuniones con la Representación Permanente de España Ante la Unión Europea, así como con los europarlamentarios del PSOE, Jonás Fernández, y del PP, Isabel Benjumea, de la Comisión de Asuntos Económicos y Monetarios (ECON). Durante los encuentros se compartieron las preocupaciones de la mediación de seguros en los temas de actualidad, con especial hincapié en la tramitación de la Estrategia Europea de Inversión Minorista (RIS) o el Reglamento relativo a un marco para el acceso a los datos financieros (FIDA).
Precisamente estos asuntos se estuvieron tratando simultáneamente durante el meeting de Bipar, junto con otros temas regulatorios como el Reglamento de Resiliencia Operativa Digital (Dora), MiFID II, la revisión de la Directiva de Distribución de Seguros (IDD), Solvencia II y reglas de Competencia.

Por otro lado, hubo oportunidad de compartir los desafíos a los que se enfrenta la mediación de seguros y las soluciones e iniciativas con resultados positivos en los países en los que se han implementado dichas medidas.
En ese sentido, la Asociación Francesa de Brokers (Planète CSCA) presentó una plataforma para sus asociados para la adaptación de toda la normativa de sostenibilidad, la British Insurance Brokers Association (BIBA) dio a conocer su modelo de Fair Value propuesto a los políticos británicos después del escándalo del incendio de la Torre Grenfell y que tanto perjudicó al sector asegurador inglés. Y, por último, los brókeres irlandeses hicieron una presentación sobre el valor del asesoramiento de los intermediarios de seguros.
Asimismo, se creó un debate entre el CEO de Marsh McLennan en Europa, Christos Adamantiadis, la directora de la Cámara de Corredores de Seguros de Lituania, Raminta Zimkute y la responsable de legal de Brokers Ireland, Elizabeth Smith-Wright sobre los retos de los mediadores entre los que destacaron la atracción del talento joven, la diversidad en los equipos, la innovación como elemento diferenciador y de valor de cara a los clientes y la adaptación constante que la era tecnológica trae consigo.
Relacionado con esto último, tuvo lugar también una ponencia sobre Inteligencia Artificial de un experto en la materia, Bas Prins, fundador de la compañía FortyTwoAI donde quedó patente que el uso de esta herramienta y las posibilidades de explotación en el sector es aún desconocido para una gran parte de los mediadores de seguros.

En otro orden de cosas, la compañía aseguradora **Telefónica Seguros** ha consensuado el modelo de carta de condiciones propuesto por Adecose.
Por otro lado, la asociación ha anunciado la incorporación de **Jhasa** como nuevo socio, sumando ya 166 correduría.
Por último, señalar que la Fundación Adecose, ha renovado su acuerdo con la **Fundación Inspiring Girls**, institución 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. 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.

Intermundial presenta sus soluciones ante los agentes de viajes

Intermundial, el bróker especializado en soluciones de viaje del Grupo Atlantigo, ha celebrado un webinar titulado 'Descubre el nuevo Pack Plus de Intermundial' en el que ha mostrado todas las soluciones que ofrece a las agencias de viaje.

Se resaltó la propuesta de valor de Intermundial, "ofreciendo una completa gama de soluciones aseguradoras con las coberturas más amplias del mercado e imbatible relación calidad-precio. Además, contarán en todo momento con el respaldo de un equipo de profesionales a su servicio y la versatilidad de una tecnología puntera", afirman desde la correduría.
Se resaltaron coberturas exclusivas, como la de fuerza mayor o garantía frente a la quiebra de proveedores y líneas aéreas. Asimismo, se hizo referencia a la utilidad de servicios como Servihelp o Servibag, que canalizan desde notificaciones en el estado de los vuelos al seguimiento en la localización de equipajes perdidos.
Se subrayó "la atención premium que presta Intermundial a sus clientes, que se materializa en garantía de respuesta y asistencia 24/7, con una gestión híper eficiente que nace de sus potentes soportes tecnológicos". En esta línea se destacaron servicios de gran aceptación, como la asistencia con telemedicina, y el hecho que sea el equipo propio de Intermundial el que realiza el primer "triaje" en la apertura de un siniestro, inmediatamente después de que el viajero contacte para comunicar una incidencia.

Por último, Selma hizo hincapié en las facilidades para las agencias también a la hora de potenciar su negocio con soluciones digitales como el widget, que facilita la venta directa de seguros impulsando los ingresos de las agencias.

Cojebro da a conocer su estrategia comercial para este ejercicio

Cojebro ha presentado su estrategia comercial para 2024, dando a conocer los objetivos clave, las iniciativas planificadas y las estrategias a implementar este año.

La presentación se hará mediante seis reuniones presenciales, con la participación de todos sus socios, en Alicante, Barcelona, Madrid, Santiago, Sevilla y Zaragoza.
"La participación de todos nuestros socios en estas reuniones territoriales, muestra el compromiso individual de cada uno de ellos para conseguir los objetivos colectivos que nos hemos marcado. Estamos seguros de que la implementación de la estrategia comercial 2024 fortalecerá aún más nuestra posición de negocio en el mercado", ha concluido Antonio Muñoz-Olaya, presidente de Cojebro.
Por otra parte, Cojebro ha celebrado su asamblea del primer trimestre en Barcelona. En la primera jornada, Hugo Serra, CEO de **Occident**, clausuró simbólicamente la reunión de la Junta Directiva y fue el invitado protagonista del Almuerzo Cojebro de Alta Dirección Aseguradora, quien compartió su visión y perspectivas sobre el sector asegurador e interactuó con todos los socios, poniendo de manifiesto la dimensión que Occident representa en Cojebro con la integración de las tres aseguradoras del grupo.
Por la tarde, los asistentes disfrutaron de las ponencias de Xavier Marcet y de Jordi García Codina, quienes aportaron su conocimiento y experiencia sobre liderazgo y gestión empresarial.
La segunda jornada estuvo dedicada a la actualización de nuevos servicios que la organización empresarial ha puesto a disposición de sus socios y a repasar los objetivos y acciones comerciales para 2024.

Jhasa lanza Gravitas Re para reforzar su área de reaseguros

Jhasa ha presentado una nueva imagen para su consolidada área de reaseguros que, a partir de ahora, operará bajo el nombre de Gravitas Re y que, actualmente, representa un 20% del total del volumen de facturación del grupo.

Actualmente, Gravitas Re cuenta con operaciones en Europa, África, Oriente Medio y Latinoamérica, con una previsión de crecimiento del 50% de su volumen de negocio para el próximo año y con un plan ambicioso de crecimiento por el que prevé intermediar 50 millones de euros en primas a cinco años vista.

Acrisure/Summa celebra su convención de directivos

Acrisure/Summa celebró su Convención Anual de Directivos en el clúster de Innovación. Los directivos de la correduría, además de presentar sus datos, han presentado las nuevas innovaciones tecnológicas del grupo.

"Acrisure ha superado los 4.500 millones de dólares en ingresos por comisiones en el año 2023, alcanzando la quinta posición como correduría más grande del mundo. Además, es la mayor compañía por número de clientes", su presidente internacional Jason Howard se ha mostrado especialmente ilusionado con el desarrollo de Summa en España.

"La tecnología y las personas siguen siendo el eje motor de la ejecución del grupo", ha señalado su CEO, Jose Antonio Vargas. "Hay que ser conscientes de que es necesario hacer más con menos y este incremento de productividad solo puede venir asociado a nuevas inversiones en tecnología. Pero además es esencial invertir en tecnología aplicada a la venta. Los nuevos competidores ajenos al sector son donde más invierten. Aquellos corredores que no lo hagan verán su posición competitiva comprometida".

El año 2023 ha supuesto un punto de inflexión importante para el grupo en España. No solo se han superado los 25 millones de euros de comisiones, sino que se acelera la velocidad de nuevas incorporaciones.

"Nuestra esencia y diferencia es que sabemos lo que queremos y donde queremos llegar. No tenemos límites y no tenemos las prisas de tener que hacer operaciones financieras en pocos años. Esto nos permite invertir no solo en adquirir buenos negocios y equipos que desean crecer y desarrollarse, sino en tecnología, procesos y desarrollo de esas personas", añade Begoña Larrea, directora general del grupo.

En otro orden de cosas, la correduría ha mantenido un encuentro de trabajo con los directivos de las principales aseguradoras en Andalucía, para profundizar, entre otras cosas, en la estrategia del grupo para los próximos años y la oferta de valor que representa.

Bajo el posicionamiento de dejar de ser un corredor local para pensar en grande y representar, a nivel local, a la quinta correduría mundial por volumen de ingresos; Acrisure-Summa ha presentado la oferta de valor en torno a cuatro palancas: marca global (presente en veintidós países), el mayor mercado de seguros de España (con acceso a más de 150 proveedores nacionales e internacionales), el método único de gestión Summa (que permite crecer muy por encima del mercado) y la plataforma tecnológica única en el mercado.

Por último, señalar que la correduría ha presentado a todas sus oficinas de España las herramientas tecnológicas para apalancar el crecimiento orgánico en la optimización de recursos destinados a la gestión de una red mercantil.

La plataforma tecnológica Brokia, perteneciente a Acrisure-Summa, se amplía con nuevas funcionalidades basadas en softwar de última generación de automatización de procesos y herramientas de *Business Intelligence* con el objetivo de hacer crecer la red mercantil de todas las oficinas sin que exija un mayor esfuerzo humano.

El Colegio de Valencia brinda su apoyo a los damnificados por el incendio

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia se ha puesto, desde el primer momento y desinteresadamente, a disposición de todos los damnificados que requieran orientación y asesoramiento y no dispongan de agente o corredor de seguros colegiado.

La Junta de Gobierno ha expresado que "lamenta profundamente los daños personales y materiales que se han producido en el sobrecogedor incendio en la ciudad de Valencia, y desea expresar su máxima solidaridad con todos los afectados". Para ello han facilitado sus vías de contacto, bien por teléfono (963 600 769) o por mail colegio@valenciaseguros.com

En otro orden de cosas, los mediadores valencianos han realizado un taller sobre 'Inteligencia artificial en la mediación de seguros: herramientas y aplicaciones' impartido por Adolfo Ventura.

Durante el evento, los asistentes tuvieron la oportunidad de profundizar en una amplia gama de herramientas y aplicaciones de IA, incluyendo generación de textos, uso avanzado de Chat GPT, generación de imágenes, vídeos, avatares y otros contenidos por medio de inteligencia artificial.

Adolfo Ventura, responsable de la organización, dijo que: "Este taller no solo ha equipado a los mediadores de seguros con conocimientos prácticos sobre la aplicación de la IA en su trabajo diario, sino que también ha abierto puertas a nuevas formas de innovar y mejorar los servicios ofrecidos a sus clientes. La IA está transformando el sector asegurador, y estar preparados es esencial para el presente y el futuro".

La relevancia de este curso radica en su capacidad para anticipar las necesidades del mercado asegurador, ofreciendo a los profesionales herramientas prácticas y conocimientos avanzados para liderar la transformación digital en sus empresas. La participación activa y el interés demostrado por los asistentes reflejan la creciente importancia de integrar soluciones de IA en el sector, no solo para optimizar procesos, sino también para simplificar tareas y servicios de modo más eficiente.

IATI, galardonada en los Premios Gema

En esta edición de los Premios Gema (Gestión Empresarial de la Mediación Aseguradora), enmarcados en la Semana del Seguro en Madrid (organizada por Inese), IATI Seguros ha sido el ganador del galardón a la 'Mejor correduría independiente de más de 1 millón de euros de ingresos'.

Los criterios valorados para la selección de los ganadores han sido el crecimiento, la rentabilidad, la eficiencia y la liquidez. Alfonso Calzado, CEO de IATI, señaló que "ya estamos en la quinta generación y podemos decir que, actualmente, somos líderes en la contratación de seguros de Viaje online tras una importante transformación digital".

Aon y Assistcargo se alían para la gestión de riesgos asociados al transporte de mercancías

Aon ha firmado un acuerdo estratégico de colaboración con **Assistcargo**, referente en logística y transporte de mercancías, para revolucionar la gestión de riesgos del sector abordando los desafíos a los que se enfrentan las empresas en el transporte de mercancías, creando una sinergia que promete transformar la forma en que se abordan los riesgos de la cadena de suministro a través de su nuevo servicio Aon Assist.

El proyecto se basa en tres aspectos:
1. Tecnología innovadora: La colaboración aprovechará tecnologías de vanguardia para rastreo en tiempo real, análisis predictivo y monitoreo avanzado, proporcionando a las empresas una visibilidad sin precedentes sobre la seguridad y la integridad de sus envíos.
2. Soluciones personalizadas: A través de Aon Assist se trabajará con empresas del sector logístico para desarrollar soluciones de gestión de riesgos adaptadas a sus necesidades específicas, abordando tanto los riesgos tradicionales como los emergentes en transporte de mercancías.
3. Colaboración global: La red global de Aon se combinará con la presencia regional de Assistcargo, brindando a las empresas acceso a un soporte integral y una comprensión localizada de los desafíos y oportunidades en cada mercado.

Unipóliza experimenta un crecimiento del 30% de su cartera de clientes

Unipóliza ha anunciado un incremento del 30% de su cartera de clientes, con 4.500 nuevos clientes. Este aumento en la base de clientes ha impulsado a la correduría a invertir aún más en recursos y tecnología para ofrecer un servicio más ágil y personalizado.

Andrés Martín, CEO de Unipóliza, declara su compromiso "a seguir innovando y ofreciendo soluciones de seguros excepcionales a nuestros clientes, superando siempre sus expectativas".
En este sentido, ha lanzado un programa de capacitación integral diseñado específicamente para fortalecer las habilidades de atención al cliente de sus asesores de seguros. Este programa de capacitación representa un compromiso para elevar los estándares de servicio y garantizar experiencias excepcionales para sus clientes en cada interacción. El programa de capacitación contará con la participación de profesionales internos de Unipóliza, expertos en atención al cliente, quienes compartirán sus conocimientos y experiencias prácticas con los participantes. Además de las sesiones teóricas, se llevarán a cabo actividades prácticas y ejercicios de simulación para reforzar los conceptos aprendidos.
Por último, señalar que Marta Ramos se une a la correduría para fortalecer el departamento de Salud de Unipóliza.

Fecor se reúne con la DGSFP para tratar la situación normativa vigente y futura

Una representación de la Junta Directiva de Fecor, encabezada por su presidente, Alberto Ocarranza, se ha reunido con Noemí Tomás, jefa del Área de Distribución de la DGSFP dependiente de la Subdirección General de Autorizaciones, Conducta de Mercado y Distribución. El propósito de este encuentro ha sido analizar la situación normativa vigente y futura con un enfoque especial en las implicaciones para las pequeñas y medianas corredurías.

Durante la reunión se han tratado diversos temas, entre los que destacan, las principales novedades referentes a la DEC, la situación actual en materia de formación y registro de las corredurías y la futura Implementación de la Directiva de Distribución de Seguros (IDD) a nivel europeo. También se abordó la problemática de la falta de aseguramiento en diferentes sectores, y la posición estratégica de Fecor en relación a tres Proyectos de Ley (PDL) pendientes: la Creación de la Autoridad Administrativa Independiente de Defensa del Cliente Financiero, la Regulación de los Servicios a la Clientela y la Normativa de los Mercados de Valores y Servicios de Inversión.
En otro orden de cosas, Fecor ha incorporado a APSNorte, Agrupación de Profesionales del Seguro, como miembro.

Grupo Unisa establece nuevos objetivos en su convención anual

En la convención anual de Grupo Unisa Correduría de Seguros se celebraron los logros alcanzados por el grupo, al tiempo que se delinearon los ambiciosos objetivos para el próximo ejercicio, destacando la meta de continuar sumando corredurías al proyecto.

La jornada comenzó con dos formaciones de alto nivel, proporcionadas por Belén Hornella de Adeslas y por Iván González. Ambos expertos abordaron aspectos cruciales para la industria, incluyendo la adaptación de las corredurías al marketing actual y el impacto de la inteligencia artificial en la gestión eficiente de pequeñas y medianas empresas. Los participantes tuvieron el privilegio de sumergirse en conocimientos que potenciarán su desempeño en el dinámico mundo de los seguros.

Howden orienta sobre la nueva directiva europea sobre igualdad retributiva

Howden Iberia ha participado en un webinar organizado por la asociación CentRHo para clientes en el que se les ha orientado sobre las implicaciones de la Directiva UE 2023/970, que regula la igualdad de retribución entre hombres y mujeres y obliga a las empresas a ser más transparentes sobre las remuneraciones de sus empleados. El tope máximo para la transposición en nuestro ordenamiento jurídico de la Directiva es el 7 de junio de 2026.

En el seminario se ha explicado que las empresas deberán tener en cuenta que esta norma refuerza la aplicación del principio de igualdad de retribución entre hombres y mujeres por un trabajo de igual valor a través de medidas de transparencia sobre las remuneraciones y de mecanismos para su cumplimiento.

Entre las nuevas obligaciones destaca el derecho a la información de las personas trabajadoras sobre su nivel retributivo individual y sobre los niveles retributivos medios, algo que también se extiende a los posibles futuros trabajadores, que tendrán derecho a recibir información sobre la retribución inicial o la banda retributiva inicial y sobre el convenio colectivo aplicado por la empresa durante el proceso de selección.

Es importante mencionar que se rebaja al 5% la diferencia retributiva media entre trabajadoras y trabajadores. A partir de dicho porcentaje la empresa tiene que justificar que esa diferencia entre géneros obedece solo a criterios objetivos, teniendo que realizar una evaluación retributiva conjunta, en cooperación con los representantes de los trabajadores, en caso de no poder subsanarlo.

A su vez, se prevé la inversión de la carga de la prueba. Esto es, será la compañía la que tenga que demostrar que no se ha producido una discriminación directa o indirecta cuando la persona trabajadora presente indicios de haber sido perjudicada o bien por no aplicarse el principio de igualdad de retribución o por incumplimiento de las obligaciones de transparencia retributiva.

En otro orden de cosas, Howden Iberia ha promocionado a Pablo Moreno, actual director territorial Centro, a director de Negocio Corporativo. Desde este puesto se encargará de liderar y gestionar el negocio corporativo del bróker de seguros, así como de potenciar y desarrollar el modelo comercial entre las Direcciones Territoriales y de *Specialties*, para de esta manera obtener el máximo rendimiento de los diferentes equipos. Asimismo, se ocupará de fomentar y unificar las relaciones de Howden con los mercados aseguradores.

Rosillo Hermanos integra a la correduría Ómnibus

Rosillo Hermanos ha entrado en el mercado catalán a través de la integración de la correduría **Ómnibus**. Dicha operación ha sido llevada a cabo a través de la firma de la integración.

Fundada en 1999 y con sede en Barcelona, Ómnibus (Masana-Casaleiz) cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector asegurador y está muy posicionada como correduría especialista en el negocio industrial, salud y estudiantes.
Rosillo Hermanos, a su vez, es una correduría de gran tradición familiar con más de 30 años operando en el mercado nacional, y contando con oficinas propias en Madrid, Logroño, Navarra y, desde ahora, también en Barcelona. Esta integración permitirá a ambas empresas fortalecer su posición en el mercado y ofrecer un servicio más completo y eficiente a los clientes.

El Consejo General se adhiere a la iniciativa comunitaria para fomentar la presencia femenina en conferencias

El **Consejo General de Mediadores** se ha adherido a la iniciativa del Parlamento Europeo de apoyo a la presencia de mujeres en foros y debates. El objeto del manifiesto '¿Dónde están ellas?' es fomentar la participación de mujeres en conferencias, mesas redondas y paneles de expertos sobre asuntos europeos.

Al suscribir el acuerdo con el Parlamento Europeo el Consejo General adquiere el compromiso de promover la creación de redes de expertas en mediación; fomentar la presencia de mujeres como ponentes en sus actos y congresos; dar a conocer la contribución de las mujeres al progreso de la Unión Europea desde su ámbito de actuación aseguradora o establecer métricas internas que cada año permitan elaborar estadísticas de participación femenina en los eventos de la única corporación de derecho público del sector. La incorporación de mujeres a los órganos de Gobierno de los Colegios de Mediadores ha aumentado significativamente en los últimos años hasta situarse en el 31% de los cargos electos. Un porcentaje que hace tan sólo dos años llegaba al 20%. También se ha producido un aumento importante de presencia femenina en las cúpulas directivas de los Colegios donde presidentas y vicepresidentas suponen ya un 14% del total.

Multirriesgo y estrategias de reclamación centran la última jornada formativa de ACS-CV

La Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV) ha celebrado el curso 'Los Multirriesgo: cómo reclamar a las entidades aseguradoras'.

En el curso, Juan Bataller Grau, catedrático de Derecho mercantil de la Universidad de Valencia, abordó en profundidad el régimen jurídico de las pólizas Multirriesgo, así como las estrategias de reclamación ante las aseguradoras.
A lo largo de las cuatro horas de duración del curso, los asistentes pudieron adquirir conocimientos especializados sobre las diferentes clases de pólizas Multirriesgo, su interpretación y estructura, así como las claves para formular una reclamación eficaz ante las aseguradoras en caso de siniestro.

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla (Colmedse) hacogido la jornada de inteligencia artificial (IA) aplicada al sector seguros, impartida por Alfonso Linares (Correduidea). En ella se abordaron los conceptos fundamentales de la inteligencia artificial, la nueva regulación europea y su aplicación específica en el ámbito de los seguros.

Colmedse organiza una jornada sobre IA aplicada al seguro

Linares habló de la integración de la IA en diversos procesos y su impacto en la gestión de diferentes tipos de riesgos. La jornada se centró en la exposición de más de una veintena de herramientas, cada una abordando conceptos clave de la IA, con una parte práctica que destacó la utilización de las más relevantes para el sector y sus aplicaciones específicas.
Por otra parte, Comedse ha creado un chat impulsado por Chat GPT de IA, que permite a los usuarios acceder de manera rápida y eficiente a información clave sobre el colegio y el sector de los seguros. También se está utilizando ya, en el Colegio, inteligencia artificial para algunos procesos internos como la gestión en algunos casos, generación de contenidos y formación.
Por último, señalar que el Colegio ha anunciado una nueva edición de SQEUD (Seguro Que Eres Un Diez), la competición que pone a prueba los conocimientos, las habilidades y la capacidad de innovación de los profesionales del seguro. Con el lema 'Seguro que eres un 10', este concurso destaca por su enfoque en la formación y la excelencia. En esta segunda edición se incorpora una prueba de IA. Los interesados pueden inscribirse hasta el 15 de marzo de 2024 en: https://colmedse.org/formacion/sqeud/.

Newcorred se alía con L2GROUP para la externalización de la gestión de siniestros

Newcorred ha firmado un acuerdo con la empresa **L2GROUP** para que los miembros de la asociación puedan contratar el servicio de externalización de la gestión de siniestros desde todos los ámbitos: la tramitación, defensa, reclamación y asesoramiento jurídico, tanto en la propia gestión, como en acciones extrajudiciales y judiciales.

Jorge Campos, presidente de Newcorred, comenta que "un acuerdo de este tipo debe asegurarnos que se va a ofrecer un servicio de calidad a nuestros clientes y esto está garantizado con Letra2, que nos ofrece soluciones integrales con valor añadido gracias a un modelo único de gestión, comunicación y *reporting*, con cobertura a nivel nacional, centralizando la inteligencia del proceso en una sola dirección global, con técnicos de gestión, abogados y procuradores".

Por otro lado, Newcorred ha puesto en marcha el Gremio de Automoción, un panel integrado ya desde el inicio por cerca de una veintena de miembros de dicha organización que tienen como primera actividad común o como actividad indirecta a través de su grupo, sus socios y/o sus colaboradores, la de venta de automóviles, además de la de correduría de seguros.

Esta veintena de corredores y corredurías miembros de Newcorred agrupan entre todos 127 concesionarios de venta de automóviles (86 concesionarios directos participados por las propias sociedades, el grupo empresarial y/o los socios y 41 concesionarios indirectos colaboradores externos). Este Gremio de Automoción estará listo a lo largo del primer semestre del año.

Por último, señalar que Newcorred ha firmado un acuerdo con **JubilaME**, para poner a disposición de todos sus miembros las plataformas 'JubílaME' y 'ProtégeMe' con la que prestarán servicio en todo lo relacionado con la previsión social complementaria.

E2K ofrece planes de carrera a los 1.200 profesionales de sus corredurías

E2K, a través de Alta Escuela de Corredores, ha iniciado una campaña para ofrecer planes de carrera a los 1.200 profesionales que trabajan en las corredurías.

Con este enfoque formativo personalizado señala Paloma Arenas, directora general de E2K, "buscamos potenciar la actualización de conocimientos en los nichos de particulares, empresas o especialización en ciberseguridad y también fortalecer la planificación de formación de los equipos de cada correduría".

Los corredores cántabros se forman en inteligencia artificial aplicada al sector

La Asociación Cántabra de Correduría de Seguros (AC) ha organizado un acto sobre inteligencia artificial aplicada a correduría de seguros, con el objetivo de mostrar las últimas tendencias y avances en esta materia. En el acto se presentó el caso de éxito de dos empresas con experiencia en el uso de la inteligencia artificial: MelmacIA y Damantia.

El acto comenzó con las palabras de bienvenida del presidente de la AC, Néstor Díaz, quien destacó la importancia de la innovación y la transformación digital para adaptarse a las nuevas demandas y necesidades de los clientes. A continuación, dio paso a la primera ponencia, a cargo del CEO de MelmacIA, Román Mestre, que explicó las bases de la inteligencia artificial y el aprendizaje automático, y cómo se pueden aplicar a la gestión de carteras, segmentación de clientes y detección de oportunidades de venta cruzada entre otras áreas. Además, mostró ejemplos prácticos de la herramienta de gestión de carteras desarrollada MelmacIA, que permite analizar y anticipar el comportamiento de los clientes, identificar tanto pólizas en riesgo de renovación como oportunidades de venta cruzada.

La segunda parte del acto corrió a cargo de Ignacio Antón, director de operaciones y responsable de IT de la correduría Rosillo Hermanos, que explicó las ventajas de los robots de procesos automatizados (RPAs), que son programas informáticos que realizan tareas repetitivas y rutinarias de forma rápida y precisa. Antón mostró la herramienta de cotización automática que han desarrollado junto a la empresa Damantia. Antón explicó cómo gracias al robot pueden automatizar el proceso de cotización de forma rápida y sencilla.

Se trata de herramientas útiles y necesarias para las correduría ya que, entre otras cosas, permite mejoras en sus procesos internos. Esto sin duda se traslada en un ahorro de tiempo y mejor organización interna para que la correduría pueda enfocarse en aquello que genera más valor: la relación con el cliente.

Quality Brokers une a la correduría Seguros Zarzo a su red

Quality Brokers ha anunciado la integración de Seguros Zarzo a su estructura, marcando un nuevo hito en 2024 bajo el programa #IntegrityQB. Esta integración posiciona a la compañía como líder en una plaza estratégica vital: Mislata.

La incorporación de Seguros Zarzo, liderada por Cristina Arnau, subraya la determinación de Quality Brokers de comprometerse con Mislata y Valencia, ofreciendo soluciones aseguradoras de vanguardia.

Ruiz Re se expande a Islas Baleares con la adquisición de la correduría Insel Mallorca

La correduría murciana Ruiz Re continúa su plan de expansión nacional estableciéndose en las Islas Baleares con la compra de Insel Mallorca. Esta adquisición abre mercado por primera vez en Baleares, convirtiendo esta oficina en la número 78 del territorio nacional.

Juan David Ruiz, CEO de Ruiz Re, asegura que "considera un gran éxito el acuerdo de compra e incorporación de Insel a la red. Durante más de 25 años, la atención profesional y personalizada ha sido la piedra angular de su éxito, construyendo relaciones sólidas y fomentando la confianza de los clientes a lo largo de todos estos años". Helena Díez continuará al frente del proyecto Ruiz Re Mallorca. Cuenta con más 25 años de experiencia en el sector asegurador y está especializada en el segmento de particulares y empresas.

En otro orden de cosas, Ruiz Re ha estado con stand en la Semana del Seguro, organizada por Inese. Desde la correduría han querido recordar la importancia de una protección adecuada en los riesgos empresariales. Juan David Ruiz adelantó que en la convención que la correduría realiza todos los años

(que este año será en Barcelona) usarán el *leit motiv* de los riesgos empresariales para vertebrar toda la jornada. "Nos centraremos en la cobertura exclusiva de riesgos empresariales para que nuestros mediadores tengan la oportunidad de convertirse en expertos en la materia". A corto plazo tienen la apertura de una gran oficina en Barcelona capital para optimizar recursos con sus corredurías asociadas allí, así como reforzar la imagen corporativa en nuevas plazas como Mallorca, Gijón, Cádiz…

La correduría MEDS lanza una plataforma de seguros especializados para autoescuelas

La correduría MEDS, socia de Senda Vivir Seguros, ha lanzado 'Inmediatis', una nueva plataforma que nace destacando las necesidades en materia de seguros que presenta el cliente potencial, las autoescuelas: Inmediatez + Acción + Cercanía.

Una plataforma que pretende ser un núcleo de unión entre los directores de las autoescuelas y el mundo de la seguridad vial, interactuando en foros, coloquios, necesidades aseguradoras, vivencias, experiencias, etc. Esta no solo tendrá el componente de aseguramiento de las necesidades de cada una de las autoescuelas, sino que también intervendrá en todas sus preocupaciones sectoriales.

El Colegio de Asturias se reúne con el consejero de Hacienda y Fondos Europeos del Principado

El presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Asturias, Reinerio Sarasúa, se ha reunido con el consejero de Hacienda y Fondos Europeos del Gobierno del Principado de Asturias, Guillermo Peláez.

En el encuentro, al que también asistió el vicepresidente de Mediadores de Asturias, Ignacio Friera, se repasaron algunos de los principales retos a los que se enfrenta actualmente el sector, se comentó la actividad desarrollada por el Colegio y se intercambiaron puntos de vista e ideas sobre asuntos importantes de interés común.
Además, los representantes de mediadores de Asturias presentaron al consejero algunos datos objetivos sobre el peso del sector en la economía española. El sector aporta el 6% al producto interior bruto (PIB) y, a nivel regional, da empleo a un millar de personas, donde más del 95% de los contratos son indefinidos y casi el 60% es empleo femenino.

Las recientes jornadas técnicas-formativas organizadas por Aemes, enfocadas en 'El convenio colectivo de la mediación de seguro: principales novedades', han extendido su alcance a través de diversas sesiones, una en formato webinar para Inade y otra presencial en el Colegio de Mediadores de Seguros de Álava y Vizcaya.

Aemes acerca las novedades del convenio colectivo a los mediadores vascos y a través de Inade

Estas sesiones, que ya suman nueve desde octubre, reflejan el compromiso continuo de Aemes por mantener informados y actualizados a los profesionales del sector. Jorge Benítez, presidente de Aemes, y Lucía Relanzón, experta de su Departamento Jurídico, desgranaron con precisión las actualizaciones más relevantes del convenio colectivo. Temas de vital importancia como el teletrabajo, la regulación del tiempo de trabajo, las novedades en materia de vacaciones, retribuciones, y previsión social complementaria fueron abordados (para más información ver la sección In situ).

Ucoga abre nueva oficina en Vigo

La correduría **Ucoga** ha inaugurado en Vigo un nuevo punto de atención al cliente para incrementar su presencia y visibilidad en la ciudad de Vigo.

Las nuevas instalaciones estarán en Rúa Aragón número 2. Con esta apertura, la correduría reafirma su política de puntos de atención físicos para reforzar la cercanía con el cliente. Al frente de la nueva oficina estarán Maika Conde y Ramiro Arrizado, profesionales que cuentan con una amplia formación, y con años de experiencia en el sector.

Finsa estrena nueva imagen

Finsa Grupo/Senda Vivir Seguros ha cambiado de imagen, incorporando la palabra 'Grupo' a su nombre, "somos una corporación fuerte y contamos con 100 puntos de venta en toda España", explica Joaquín Tabernero, CEO de Finsa.

Este cambio de imagen, acompañado de un nuevo logotipo, se presentó en la primera convención que Finsa en Salamanca. Allí también se dio a conocer la nueva estrategia digital de la correduría. Esta incluye una herramienta de Inteligencia Artificial, "que llevamos dos años desarrollando y, tras ver la luz, está dando unos resultados muy positivos", resalta Tabernero. Asimismo, se presentó un comparador de pólizas. "Este sistema puede realizar una comparativa entre distintas pólizas de Hogar, Vida, Automóvil, Comercio... "Algunas tienen hasta 100 diferencias", añade. Sobre todo, las que son emitidas mediante entidades bancarias. También se presenta, de la mano de Internacional Web, la completa transformación digital y el avance en marketing tecnológico que va a vivir Finsa Grupo.

Asimismo, se abordó la estrategia que se ha marcado la empresa para los tres próximos años, y que incluye duplicar la facturación en intermediación de primas. Finalmente se entregaron los premios Finsa Grupo 2024 con el objetivo de "reconocer a cuatro de nuestras delegaciones por su implicación y desarrollo en los últimos años. Han empezado de cero y han llevado a cabo un gran esfuerzo para hacerse un hueco en el sector", subraya el CEO de Finsa.

En otro orden de cosas, Finsa Grupo ha comunicado la incorporación a su red de dos correduría: **Juan Mangas** de Lucena (Córdoba) y **JCA Mediación** de Málaga. Estas incorporaciones simbolizan un fortalecimiento significativo de la presencia en Andalucía.

Los colegiados de Castellón reciben formación sobre Decesos

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón ha acogido un curso para aprender a orientar y enfocar el seguro de Decesos a los clientes. El objetivo fue ayudar a los mediadores a desarrollar sus habilidades comerciales en este ramo, conocer las características del mismo y la oferta de productos disponible.

La presentación del acto estuvo a cargo de Fernando Solsona e Inma Fabregat, vicepresidente y responsable de Formación del Colegio de Castellón, respectivamente. Ambos valoraron positivamente la iniciativa subrayando que "este tipo de cursos son fundamentales para que los mediadores puedan ofrecer un servicio de calidad a sus clientes y ayudarles a tomar las mejores decisiones en materia de seguros".

El curso contó con la participación de Joan Sebastià Rodríguez, formador del departamento de formación de Fiatc Seguros.

En otro orden de cosas, el Colegio de Castellón ha celebrado su tradicional encuentro con las entidades colaboradoras que apoyan su labor. En el encuentro se trataron varios temas de actualidad del sector asegurador, como la evolución del mercado, las

nuevas tendencias y los retos a los que se enfrenta la mediación. Se elaboró un plan de formación estructurado que proporciona herramientas al mediador, destacando estrategias para enfocarse en la calidad del servicio y la retención del cliente, explorar oportunidades de negocio, ampliar habilidades y adoptar innovación tecnológica.

NB21 creció un 13,4% en 2023

NB21 Correduría de Seguros cerró el ejercicio 2023 con una facturación de 8,5 millones de euros, lo que supone un incremento del 13,44% respecto al año anterior. En relación con las primas intermediadas se ha superado la cifra de 40 millones de euros, un 18% de incremento con respecto 2022.

En términos de expansión, y en desarrollo continuado con su plan de integración de nuevas correduría, NB21 ha ampliado su presencia nacional al alcanzar los 60 puntos de venta, de los cuales 34 se encuentran en Galicia.

El Consejo Gallego presenta alegaciones a la nueva DEC ante la Dirección General de Política Financiera

El Consejo Gallego de Mediadores de Seguros se ha reunido con la Dirección General de Política Financiera para tratar los temas más relevantes de la actualidad de la mediación de seguros en la comunidad autónoma de Galicia.

Durante la reunión se presentó un informe con comentarios y alegaciones sobre los nuevos modelos de formularios para la presentación de la Declaración Estadístico Contable (DEC) anual, buscando que las modificaciones que se recojan se enfoquen hacia el beneficio del consumidor final, en lugar de recopilar datos estadísticos.
La Dirección General ha mostrado su acuerdo por la exposición del Consejo, ya que, como organismo supervisor, su interés es controlar que se cumpla la legislación vigente. En esta línea, se planteó la posibilidad de recoger en próximas ediciones de la DEC, los certificados que acrediten el cumplimiento de las horas de formación continua obligatoria, así como la memoria anual de reclamaciones.
Un segundo tema importante que se puso sobre la mesa fue el de la problemática aseguradora en cuanto a ciertos riesgos puntuales, abordando y planteando diversas soluciones, como pueden ser ayudas para la gestión del riesgo o la creación de un pool asegurador.
Por último, la Dirección General ha propuesto la coordinación conjunta de dos actividades formativas, una sobre la presentación de la DEC y otra sobre la explicación y funcionamiento de la cuenta de clientes.

Senda Vivir Seguros instruye sobre gerencia en riesgos

En febrero se inició el curso de Gerencia en Riesgos, por tercer año consecutivo, ofrecido por Senda Vivir Seguros a sus socios a través de CEA órgano de investigación y formación de la metodología científica de la gerencia de riesgos y seguros, creado por Agers.

"Nuestros socios, a través de esta formación, podrán potenciar sus capacidades, conocimientos y competencias técnicas en riesgos y profesionalizar, de forma continua, el asesoramiento a sus clientes", indican los responsables de Senda Vivir Seguros.

El 70% de las empresas cuenta con una norma mínima global para los beneficios de empleados

En torno al 70% de las empresas han establecido un estándar mínimo global para los beneficios de los empleados, un 34% más que la cifra registrada en 2019. Así se desprende de la última encuesta 'Prioridades de las prestaciones a empleados: una perspectiva global', llevada a cabo por WTW a nivel mundial.

El estudio confirma que, a medida que las multinacionales cambian las prioridades de los beneficios, aceleran el uso de normas mínimas globales en materia de estas prestaciones, y adoptan una filosofía global, haciendo un mejor uso de la tecnología y diseñando prestaciones que se ajusten mejor a los deseos y necesidades de los empleados.

Aunque ser competitivo en el mercado sigue siendo la prioridad para la mayoría de las organizaciones (67%), el estudio de WTW afirma que las empresas se centran cada vez más en el bienestar (61%) y en los beneficios equitativos e inclusivos (56%) para su plantilla. En los últimos cinco años, se ha observado que existe una tendencia que utiliza estos beneficios sociales para atraer y retener el talento clave y como medio para apoyar el bienestar de los empleados. Sin embargo, la gestión del coste de los programas de beneficios sigue siendo una de las prioridades principales para los próximos dos años, tal y como aseguran casi dos tercios de las organizaciones (68%).

Gema Jiménez, directora de desarrollo de negocio de Health & Benefits de WTW España, ha afirmado que "nuestra recomendación a clientes pasa por coordinar bienestar, beneficios y DEI (implementación de la diversidad, la equidad y la inclusión); maximizar la eficiencia en financiación y operativa; analizar el horizonte para anticiparse al futuro; y mejorar la digitalización de los beneficios como elemento facilitador para alinear la experiencia de los empleados con el propósito, la cultura, la visión y los valores de la compañía".

En otro orden de cosas, WTW ha estrenado una oficina en Málaga, en un edificio histórico del siglo XIX en la calle Marqués de Larios, 1.

Albroksa abre una nueva oficina en Sevilla

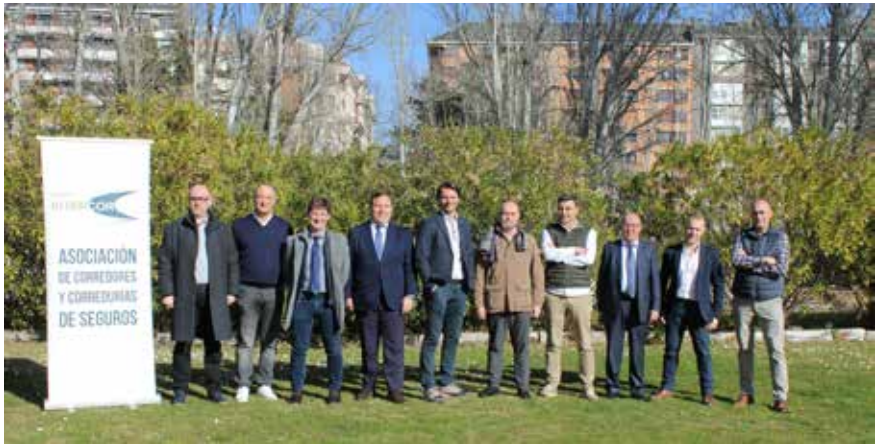
La correduría Albroksa ha inaugurado una oficina en Sevilla, ubicada en el Edificio Renta Sevilla en la avenida de la Innovación s/n.

"Esta apertura complementa a la de los Servicios Centrales de Cáceres y nos acercan, aún más, a nuestras delegaciones franquiciadas", han manifestado desde la correduría.

Grupo Intercor incorpora dos nuevas correduría a su estructura

Grupo Intercor ha celebrado una reunión mensual en la que se ha formalizado la incorporación de nuevos colaboradores: Carlos Valentín Correduría de Seguros, representada por Carlos Valentín Cebrián; y García Abellón Correduría de Seguros, representada por Mario García Abellón, ambos provenientes de Valladolid.

Durante la reunión, se llevó a cabo una exhaustiva revisión de las cifras de evolución del negocio con las diferentes aseguradoras, evaluando también los protocolos actuales y aquellos en proceso de renovación inmediata para el ejercicio 2024. La jornada se completó con una presentación de los productos de Previsión Mallorquina.



Después del acuerdo de colaboración alcanzado en enero el pasado año entre **Apromes** y la Federación Nacional de Cámaras de Comercio y Asociaciones Empresariales de Costa Rica (Fedecámaras), se ha incorporado como federada, con carácter internacional, siendo la primera asociación que se incorpora en dicha condición corporativa.

Apromes se une a Fedecámaras de Costa Rica

Se trata de una federación de cámaras empresariales del sector privado, que reúne a todas las cámaras y asociaciones empresariales de las siete provincias del país y cuyo objetivo es defender los principios de libre comercio y democracia, fortaleciendo el crecimiento de sus miembros.

Javier García-Bernal, presidente de Apromes, valora muy positivamente esta incorporación federativa, porque abrirá la posibilidad de sus asociados para conocer e incursionar profesionalmente en dicho país.

Por otro lado, Apromes y la **Escuela Internacional de Seguros y Finanzas** ha iniciado un nuevo programa de Diplomado Internacional de Seguros, para 25 correduría de seguros de Costa Rica, cuyos participantes son gerentes generales y gerentes de negocio.

Rafael Barrilero dirigirá la oficina de Madrid de RibéSalat

RibéSalat ha incorporado a Rafael Barrilero como director de la oficina de Madrid. El directivo, que cuenta con más de 30 años de experiencia en el sector, tomará las riendas de una de las oficinas más relevantes de la compañía.

Licenciado en Derecho por la Universidad de Deusto y con dos másteres en Economía Financiera y Recursos Humanos, empezó su trayectoria profesional en el despacho de abogados Saenz-Cortabarria. Posteriormente, dio el salto a la consultoría incorporándose a Watson Wyatt como consultor senior. Más tarde, se ingresó en el comité de dirección Mercer, compañía en la que durante los últimos años ha desarrollado su carrera como socio director del área de Talent, con responsabilidades en EMEA y finalmente asumiendo el cargo de director de Grandes Cuentas y Relaciones Institucionales en España. Además de la gestión y de la dirección de equipos, Barrilero cuenta con un gran conocimiento del área comercial, ya que ha desempeñado a lo largo de su carrera diferentes posiciones relacionadas con la gestión de clientes.

Aunna Asociación adhiere tres nuevas correduría a su organización

Aunna Asociación ha incorporado tres nuevos socios: ICM, Aragonés y Cemborain y B.F. Correduría de Seguros.

ICM tiene su oficina en Valencia y aunque llevan ya unos cuantos años en el sector son un equipo joven, en constante evolución y cambio con Javier Cosín como gerente.
Aragonés y Cemborain tienen su sede en Madrid y cuentan con una trayectoria de más de dos décadas, con Borja Aragonés como gerente.
B.F. Correduría de Seguros, con domicilio también en Madrid, tiene una amplia trayectoria como corredores, pero siempre innovadores. Suilem Fernández, su gerente, puntualiza: "Somos innovadores, hemos posicionado productos aseguradores totalmente diferentes en el mercado".
En los próximos meses, la asociación va a continuar su crecimiento, ya que seguirá realizando nuevas incorporaciones.

El Colegio de Madrid amplía este año los beneficios de ser colegiado

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid continúa ampliando los servicios y beneficios para los colegiados. En los dos primeros meses de 2024, los colegiados se han beneficiado de nuevos acuerdos alcanzados para aumentar las ventajas profesionales, personales y familiares.

En lo que llevamos de año, la Junta de Gobierno ha alcanzado dos importantes acuerdos para mejorar los servicios al colegiado. Ángel Corada, gerente del Colegio de Madrid, explica que, en ellos, "además de beneficiarse los colegiados con descuentos y promociones, se han ampliado los beneficios a familiares hasta el segundo grado. Lo mismo sucede con el acuerdo con la Universidad Internacional de La Rioja, que amplía sus beneficios a familiares de segundo grado y eleva su descuento al 35%".

Existe un catálogo de servicios colegiales continuamente actualizado para ver los servicios que aportan.

Por otro lado, Mar Romero, directora de Distribución, Ventas y Organización Territorial de AXA España se ha reunido con Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Madrid para repasar los principales retos que ha de afrontar la distribución profesional en un entorno como el actual.

Alpha Brokers designa a Delia Guerras nueva directora general

Alpha Brokers ha nombrado a Delia Guerras nueva directora general. Cuenta con más de 10 años de experiencia en el sector, habiendo formado parte de la multinacional AXA, desempeñando diferentes roles de manera transversal en las principales áreas de la compañía, Distribución y Ventas, Área Técnica, Marketing Cliente o Finanzas, entre otras.

Posteriormente y tras incorporarse a Alpha Brokers a mediados del pasado año, ha desempeñado roles clave en el desarrollo de la estrategia empresarial, gestión de riesgos y relaciones con clientes, donde ha demostrado habilidades en la toma de decisiones estratégicas y el liderazgo efectivo.

Confluence Group creció un 40% en primas en 2023

Los datos de cierre de 2023 de la correduría Confluence Group arrojan un aumento de un 40% en primas netas y un ingreso neto del 32%, generando más de 3 millones de euros en comisiones.

La política de expansión, centrada en potenciar la línea de negocio de integración de mediadores de un perfil muy definido, ha supuesto un acierto para lograr estos hitos.
Este año, también ha servido para hacer el primer lanzamiento con las iniciales versiones del proyecto pionero de inteligencia artificial, un asistente virtual creado por un equipo de ingenieros que conforman el departamento de I+D de Confluence Group, y que ya está operativo evolucionando en actualizaciones de su primera versión cada dos semanas, sirviendo de apoyo para los integrantes de la red.
Como broche de cierre de año, cabe destacar que se integraron tres corredurías que refuerzan la posición empresarial en la zona de Levante y Baleares: Herrero Brokers, Soledad Muñoz y Pilar Garcés.
Para 2024 se seguirá en la misma línea de crecimiento que vienen teniendo en los últimos años.
En otro orden de cosas, IMeureka, marketplace colaborativo para corredores de seguros, ha creado una alianza con la correduría para aumentar la eficiencia en la gestión a través de esta plataforma digital. De esta forma se aportan soluciones efectivas para colocar seguros, comparar ofertas y una mayor capacidad para gestionar riesgos, contando siempre con el respaldo tecnológico de última generación e innovación que permiten potenciar la eficiencia en los procesos.

Alejandro Izuzquiza ha recibido el homenaje de los mediadores en un almuerzo organizado por el Consejo de Colegios de Mediadores de Cataluña. Este evento sirvió para agradecer al hasta ahora director de Operaciones del Consorcio de Compensación de Seguros la labor realizada en este organismo durante su larga carrera de 43 años.

La mediación catalana agradece a Alejandro Izuzquiza su trayectoria en el sector asegurador

Izuzquiza dijo que "los mediadores son la sal del seguro. Son las personas que están junto al asegurador durante todas las fases del contrato: oferta, contratación y gestión del siniestro". Y añade que "si en esta época de digitalización, inteligencia artificial y cierta deshumanización, alguien puede ganar y ver reforzado su papel en el mercado ese es el mediador porque aporta la humanización necesaria en este mundo actual. Somos personas y no robots".

La red de distribución de Coseba creció un 16% en 2023

Coseba 1986 ha anunciado un incremento del 16% del total de sus oficinas de distribución repartidas en toda España a cierre de 2023.

De esta forma, la compañía sumó el año pasado 12 nuevas oficinas: siete correspondientes a su Red Premier y cuatro a la Red Connexta, a las que se añadió una oficina de la Red Inicia. Esta cifra supone un récord histórico para la correduría, que estima que se traducirá en un incremento aproximado del 8% en su volumen de primas intermediadas.

Este crecimiento ha superado los objetivos planteados en el Plan Estratégico previsto para el año 2023, permitiendo a Coseba colocarse de forma ideal para la consecución de hitos establecidos en la segunda fase de su Plan Estratégico 2027-2030, cuyo objetivo último es triplicar el volumen de negocio.

Por otro lado, a principios del mes de enero se celebró en Córdoba una reunión de la Junta Directiva de Coseba con el fin de plantear las bases sobre las que la compañía trabajará durante los años 2024 y 2025.

Esta cita sirvió para analizar el grado de cumplimiento del actual Plan Estratégico 2023-2024, así como para definir los objetivos que se plantean para el siguiente bienio y desarrollar la estructura necesaria para poder cumplir con las expectativas de la compañía.

Los colegiados de Zaragoza y Teruel se forman sobre la documentación a entregar a los clientes

Los mediadores de **Zaragoza y Teruel** han participado en el webinar 'La documentación que el mediador de seguros debe entregar a su cliente' a cargo de Adolfo Campos, director de **Inade**.

De manera telemática, los asistentes han repasado, en una jornada técnica, las diferentes fases en las que se estructura la actividad de distribución de seguros y la documentación que los mediadores de seguros deben entregar a sus clientes.

Asimismo, Campos ha explicado si se debe o no recabar la firma del cliente para cada uno de los diferentes documentos y las obligaciones de conservación.

En el transcurso de la sesión también se ha prestado atención a las obligaciones a este respecto de los colaboradores externos. Para todo ello, "no solo se tendrá en cuenta la normativa de distribución de seguros, sino también la Ley de Contrato de Seguros y la normativa de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico", ha manifestado el director de Inade.

La correduría Mutuarisk presenta su plan de crecimiento en su convención de ventas

La correduría Mutuarisk ha presentado en su última convención de ventas sus retos y objetivos comerciales para 2024.

Estos objetivos recogen los planes de expansión tanto en facturación como en número de oficinas, donde destaca la apuesta por una mayor presencia en las zonas clave del negocio, así como su expansión geográfica a Madrid o la costa de Andalucía.
Asimismo, contempla la adopción de la propuesta de un nuevo modelo de relación con los colaboradores de la entidad y una nueva política de captación y fidelización de colectivos.
Además, se presentaron diversas iniciativas para aprovechar las oportunidades de mercado, fomentar la innovación y mejorar la experiencia de cliente.
Se dio a conocer el plan estratégico de la correduría para los próximos tres años, en el que se detallaron las iniciativas clave en distintos pilares tales como negocio, rentabilidad, calidad de servicio, digitalización e innovación y cultura, personas y talento.

La correduría VNL Lascorz se integra en CSA

CSA (Corredors d'Assegurances Associats) incorpora a su organización, desde este 1 de marzo de 2024, a la correduría VNL Lascorz, de Esplugues de Llobregat (Barcelona).

La asociación de corredores CSA cuenta con 27 años de historia, con la finalidad de negociar juntos con las compañías, tener más voz en el sector y obtener mejores condiciones para nuestros asegurados.

Grupo10 intermedia un 15% más de primas en 2023

Grupo 10 ha cerrado 2023 con un crecimiento del 15% en primas mediadas y casi 70 puntos de venta directa. La dirección de la correduría se encuentra muy satisfecha con el comportamiento del negocio y de la expansión.

El año 2024 será un gran reto, dadas las actuales circunstancias sociales y económicas, al que están dispuestos a enfrentarse. Y en el que Grupo10, tiene previsto abrir nuevos puntos de venta, continuando con el crecimiento y expansión.

La mediación asturiana reconoce la labor de la Asociación Salud Mental Oviedo

El Brindis Solidario 2023, organizado por el **Colegio de Mediadores de Seguros de Asturias**, superó un año más, la cuestación de la edición anterior, recaudando más de 4.000 euros. Por primera vez, hubo que colgar el cartel de "aforo completo" en el salón de actos de la organización colegial asturiana que se quedó "pequeño" para acoger a todos los asistentes.

La cuantía alcanza (4.100 euros) se destinará a financiar actividades educativas, culturales, deportivas, ocio y tiempo libre que mejorarán la calidad de vida de quienes luchan contra enfermedades mentales en Asturias.

La Asociación Salud Mental Oviedo (**Asociación SAMO**), entidad distinguida en el XI Brindis Solidario de Mediadores Asturias, es una organización sin ánimo de lucro integrada por personas con discapacidad y/o enfermedad mental, que tiene como objetivo promover la salud, integración y recuperación de las personas con enfermedad mental a través del deporte. La asociación cuenta con diferentes modalidades deportivas, compitiendo a nivel autonómico, nacional e internacional.

El presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Asturias, Reinerio Sarasúa, entregó al presidente de la Asociación SAMO, Salvador López, un cheque con el importe íntegro recaudado.

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

PymeSeguros
Revista online para corredores y corredurías

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

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

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**

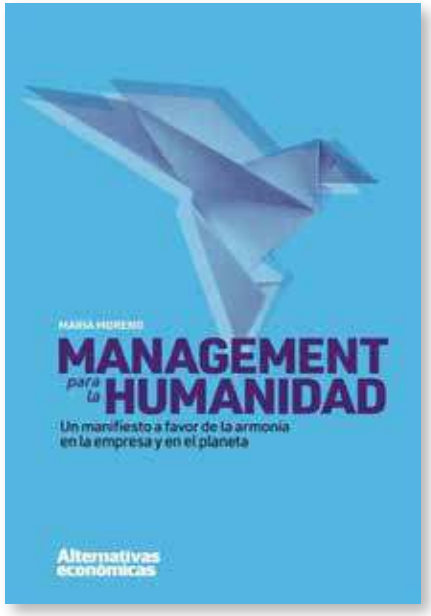
Buena estrategia / Mala estrategia

Cómo definir y ejecutar una estrategia de éxito en la vida real

Richard P. Rumelt
Traducción: Rut Abadía

Editorial: Arpa editores
Precio: 20,81 € libro impreso

En este libro se proporciona un método claro y sumamente eficaz para alcanzar el objetivo clave de cualquier liderazgo: concebir y ejecutar una estrategia de éxito en el mundo real. Basándose en ejemplos de éxito o fallidos de todos los sectores (Nvidia, Apple, Cisco, Wal-Mart, General Motors, Getty Trust, las guerras de Iraq y Afganistán, la gran crisis financiera de 2008, etc.), muestra cómo puede cultivarse esta destreza con una amplia variedad de herramientas que permiten pensar mejor. Aporta ideas originales y pragmáticas, y sigue proporcionando una clave intemporal para desarrollar y aplicar una estrategia de éxito.



Management para la humanidad

Un manifiesto a favor de la armonía en la empresa y en el planeta

Marià Moreno

Editorial: Alternativas Económicas
Precio: 9,90 € libro impreso

'Management para la humanidad' no es un libro de gestión empresarial al uso. Se aboga, a modo de manifiesto, por una transformación radical del comportamiento, visto que los cambios cosméticos no sirven. Su autor, Marià Moreno, con larga experiencia en el mundo empresarial, augura que, en el futuro, solo lograrán sobrevivir aquellas compañías que comprendan y asuman el alcance que requiere el compromiso con el progreso social, ambiental y de gobernanza. Si se consideran los retos planteados, ya solo cabe un único *stakeholder*: la especie humana en su conjunto, en armonía con la naturaleza.

fundación tengo hogar
Reimpulsando vidas

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

síguenos en redes sociales para enterarte de nuestras novedades

www.fundaciontengohogar.org

@tengohogar

¡Tú también puedes colaborar!

Su chófer privado

byCAR

- Servicio personalizado a particulares y empresas
- Solución integral de sus necesidades
- Gestión y planificación de eventos
- Tarifa competitiva predefinida

Servicio de atención **24 horas al día,** los 365 días del año

Operamos de forma inmediata en toda la **Comunidad de Madrid**

Vehículos de diferentes gamas y **con medidas de desinfección**

www.bycar.limo

653 782 028

reservas@bycar.limo