Premio San Francisco Javier
de Anacose en 2012

# PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

10 ANIVERSARIO

Número 108 Octubre 2021

www.pymeseguros.com

**Visión de experto**
Francisco de Miguel Uceta, director gerente de la Correduría de Seguros Miguel y Uceta: Decesos, importante instrumento de crecimiento y fidelización del cliente

**Punto de encuentro**
Garantizar el estilo de vida, reto del seguro de Protección de Pagos

**Más a fondo**
Los corredores ralentizan su avance en Vida

**In situ**
¿Se puede dejar de pagar el IVA del 'avisador'?

**Jaime Ortiz**, director Comercial y Marketing de Asisa

## **DECESOS** fortalece su imagen tras la pandemia

# Autoconfianza

## La seguridad de sentirse bien acompañado en cada trayecto.

Con el Seguro de Allianz auto, además de las coberturas que necesitas, te ofrecemos una extensa red de talleres excelentes, la recogida y entrega de tu vehículo a domicilio, la peritación 100% digital y el acompañamiento personalizado de nuestros más de 8.500 agentes y corredores. Esto es... Autoconfianza.

ALLIANZ **auto**. Déjanos apoyarte.

allianz.es

# ¿Es conveniente que los corredores salgan de su círculo de confort?

El último informe 'Seguros y planes de pensiones', elaborado por la DGSFP con los datos de la DEC de 2019, desvela un corto retroceso en el negocio de los corredores en Vida. Sin embargo, en No Vida la situación ha ido mejor, con un pequeño repunte en las primas gestionadas, tanto en el volumen total de la cartera, como en la nueva producción (Ver **Más a fondo**).

Parece que los corredores prefieren seguir potenciando su negocio de No Vida. Pero la pregunta es: ¿Sería conveniente que salieran de su círculo de confort? ¿Es hora de buscar otros negocios que no están en su cartera, pero que son rentables?

Es el caso del seguro de Protección de Pagos, que históricamente ha estado vinculado a los préstamos hipotecarios y personales. Pero que, desde hace unos años, se están empezando a interesar por él las personas que quieren mantener su nivel de vida, aunque se produzcan reveses económicos. Así, ha ido ganando terreno para asegurar los pagos de todo tipo de recibos. El problema es que aún adolece de cierto desconocimiento por parte de los distribuidores y de insuficiente peso entre las compañías generalistas (ver **Punto de encuentro**).

Otro negocio interesante para los corredores es el ramo de Decesos. Este año ha empezado a recuperar tasas de crecimiento por encima del 3% y su siniestralidad se ha estabilizado. Aunque es un ramo que cuenta con una pequeña penetración entre los corredores de seguros (apenas un 2,5% del total de primas), es uno de los canales que más aumentaron su facturación en 2020 (casi un 10%). Se trata de un seguro muy rentable para los corredores, con costes de gestión muy bajos, carteras de clientes muy estables y fidelizadas y prestaciones que gestiona directamente la compañía (ver **Hablando claro**).

Además, lo vivido con la Covid-19 ha estimulado el interés por el seguro de Decesos y su contratación. Las personas que no contaban con una póliza se plantean muy seriamente su compra, porque hay una percepción mucho más acentuada del riesgo y la vulnerabilidad. Sin embargo, todavía no hay muchos corredores que vean en este ramo un importante instrumento de crecimiento y herramienta de fidelización de los clientes (ver **Visión de experto**).

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

## Staff

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

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

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

**Diseño y maquetación**
Estudio 9C

**Fotógrafa**
Irene Medina

**Banco De Imágenes**
Fotolia

**06 Hablando claro**
Jaime Ortiz, director Comercial y Marketing de Asisa. Decesos fortalece su imagen tras la pandemia

**12 Visión de experto**
Francisco de Miguel Uceta, director gerente de la Correduría de Seguros Miguel y Uceta. Decesos, importante instrumento de crecimiento y fidelización del cliente

PymeSeguros Revista online para corredores y correduría
Número 108 { Octubre 2021 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

03 **Editorial**
¿Es conveniente que los corredores salgan de su círculo de confort?

38 **Productos**
Los últimos seguros del mercado

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

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

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

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

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

16 **Punto de encuentro**
Garantizar el estilo de vida, reto del seguro de Protección de Pagos

22 **Más a fondo**
Los corredores ralentizan su avance en Vida

28 **In situ**
¿Se puede dejar de pagar el IVA del 'avisador'?

32 **Claves de empresa**
Seguros y Big Data, ¿qué podemos aprender de los datos?

34 **Empresa segura**
'Safe Travels', un concepto de vital importancia, hoy más que nunca

36 **Cubriendo necesidades**
DKV Seguros, el partner de salud perfecto para tener nuevos clientes de empresas

**Jaime Ortiz,** director Comercial y Marketing de Asisa

# Decesos FORTALECE su imagen tras la pandemia

Este año, el seguro de Decesos ha empezado a recuperar tasas de crecimiento por encima del 3% y la siniestralidad se ha estabilizado. Aunque es un ramo que cuenta con una pequeña penetración entre los corredores de seguros (apenas un 2,5% del total de primas), es uno de los canales que más aumentaron su facturación en 2020 (casi un 10%). Por eso, se puede decir que los corredores tienen margen para seguir creciendo en este ramo. Se trata de un seguro muy rentable para ellos, con costes de gestión muy bajos, carteras de clientes muy estables y fidelizadas y prestaciones que gestiona directamente la compañía.

**¿Qué valoración hace de la actuación que está teniendo el ramo de Decesos en esta pandemia?**

La pandemia ha creado un escenario de gran incertidumbre y las aseguradoras en el ramo de Decesos hemos tratado de aportar seguridad y tranquilidad a nuestros asegurados. Para ello, hemos renunciado a aplicar las cláusulas que excluyen las coberturas en caso de pandemia, hemos mantenido todas nuestras coberturas y servicios y hemos reforzado nuestros equipos de atención. Creo que el sector se ha comportado con una gran responsabilidad y ha sabido transmitir a los asegurados la tranquilidad de saber que, pase lo que pase, cuentan con el respaldo de su aseguradora para informarles, realizar las gestiones necesarias y asistirles en todos los trámites.

**¿El año pasado fue un año complicado en términos de rentabilidad? ¿Qué se ha hecho para intentar compensarla?**

En 2020, las defunciones en España se incrementaron casi un 18%. En el caso del seguro de Decesos, ese incremento de la mortalidad provocó un deterioro de los márgenes de rentabilidad debido al incremento de la siniestralidad, cuyos gastos crecieron casi un 16%. En todo caso, se trata de un incremento puntual, vinculado con la Covid-19, que el sector ha asumido gracias a la fuerte solvencia de las aseguradoras y su capacidad de adaptación para hacer frente a las consecuencias de la pandemia y continuar prestando sus servicios. En el caso de Asisa, aunque somos muy "jóvenes" en este ramo, hemos estado a la altura y hemos sido capaces de dar respuesta a todas las situaciones que se nos han planteado.

**¿Cómo se prevé que se va a comportar Decesos este año?**

El seguro de Decesos ha empezado a recuperar tasas de crecimiento por encima del 3% y la siniestralidad se ha estabilizado. La evolución del proceso de vacunación y la consolidación de la recuperación económica nos permitirán cerrar el año con buenos datos en este ramo.

**¿Ha salido reforzado el ramo debido a que ha tomado protagonismo?**

**Los gastos en siniestralidad en Decesos crecieron casi un 16% en 2020**

El seguro de Decesos ha demostrado una gran responsabilidad durante la pandemia y ha fortalecido su imagen en una sociedad como la española, donde este producto tiene una alta penetración. La actitud de las aseguradoras ha generado confianza en muchos ciudadanos que aprecian el nivel de servicio que ofrecemos para afrontar una situación que siempre es complicada.

**Las nuevas tendencias van a la personalización del producto ¿esa es la clave del crecimiento?**

Los clientes buscan pólizas ajustadas en precio y que les garanticen la tranquilidad de que sus familias tendrán todos los gastos cubiertos en el momento del deceso. A partir de ahí, demandan servicios que les aporten algún valor y cubran necesidades en su vida cotidiana (telemedicina chat médico, garantías dentales, etc.). Personalizar el producto de manera que sea útil para el cliente en ámbitos de su vida cotidiana nos permite dar mucho más valor percibido a este seguro.

**Cada vez se ve más oferta de seguros de Decesos combinados**

**con otros seguros. ¿Qué opina de ello?**

La tendencia de compañías como Asisa es ofrecer a sus asegurados una cobertura total que garantice su tranquilidad en todos los aspectos de su vida cotidiana mediante una gran variedad de seguros personales: Salud, Dental, Accidentes, Vida, Decesos, Mascotas… En el caso del seguro de Decesos, el cliente más habitual es una unidad familiar, lo que encaja muy bien con esa cobertura total y personalizada. En este sentido, combinar seguros nos permite desarrollar la relación del cliente con la compañía y fidelizarle. Sin duda, seguiremos trabajando en este tipo de venta combinada.

**¿Asisa tiene pensado conectar el ramo de Salud con el de Decesos?**

En los últimos meses, hemos reforzado los servicios añadidos que ofrecemos a los asegurados de Decesos con algunas coberturas de salud. En este marco, hemos potenciado el uso de la telemedicina añadiendo a nuestra cartera de servicios el acceso de los clientes del seguro de Decesos al 'Chat Médico' de Asisa, una app que permite contactar con médicos de diferentes especialidades en cualquier momento. En el futuro seguiremos incorporando al seguro servicios que proporcionen un valor añadido claro, tangible y útil.

**¿Con qué problemas o retos se está encontrando el ramo de Decesos?**

Desde Asisa observamos dos grandes retos, muy interconectados entre sí. Por un lado, la necesidad de captar clientes más jóvenes que garanticen la viabilidad de un modelo que se basa en la calidad a la hora de prestar el servicio. Si avanzamos en este ámbito, estaremos en mejores condiciones para afrontar el segundo reto: la evolución del precio del seguro a medida que aumenta la edad del asegurado y, por lo tanto, su riesgo.

**Personalizar el producto para que sea útil al cliente en ámbitos de su vida cotidiana nos permite dar más valor percibido a este seguro**

**¿Cree que sigue existiendo la percepción de que se trata de un seguro antiguo, tradicional y poco innovador?**

Decesos es un ramo muy maduro, con una elevada implantación en la sociedad. Sin embargo, existe la percepción de que se trata de un seguro antiguo, tradicional y poco innovador. Esta idea tiene mucho que ver con que sea un producto con una larga tradición que muchos hemos visto que ya tenían nuestros padres o incluso nuestros abuelos… A ello se añade que, hasta hace unos años, los servicios de este seguro se restringían a la garantía principal, lo que limitaba enormemente la percepción sobre la utilidad del seguro.

**En el II Informe de Tendencias en Decesos, elaborado por Icea se indica que las aseguradoras aprecian un cambio en el perfil de cliente de Decesos. ¿Es así?**

Poco a poco, el perfil del cliente está cambiando y se está reduciendo la edad de contratación. Esto está relacionado con la evolución en los productos, que ofrecen muchos más servicios complementarios muy útiles para estos nuevos asegurados.

Igualmente, la digitalización de los procesos de contratación facilita la penetración del sector en nuevos segmentos de clientes más jóvenes.

**¿Hacia dónde están yendo las innovaciones en este ramo?**

Las innovaciones pasan por tres aspectos básicos. Por un lado, la digitalización de todos los procesos relacionados con el seguro, desde la contratación de la póliza hasta el contacto con la aseguradora en el momento del fallecimiento. Por otro lado, el desarrollo de nuevas coberturas y garantías complementarias vinculadas a la garantía principal, como pueden ser la elaboración de testamentos, el borrado digital, etc. En tercer lugar, el sector apuesta por tangibilizar el seguro durante la vida del cliente, incluyendo algunos servicios opcionales (chat médico, garantías dentales, etc.) que aportan valor a la contratación de una póliza de Decesos.

**¿Cuáles son los objetivos de Asisa en Decesos para este año y un futuro próximo?**

Asisa tiene una experiencia relativamente corta en este ramo y nuestro objetivo principal es consolidar nuestra cartera de clientes, que ya supera los 50.000 asegurados; mejorar nuestro producto para que siga siendo competitivo y atractivo para nuevos clientes; y fortalecer nuestros márgenes de rentabilidad. Decesos es un ramo esencial en la estrategia de diversificación multirramo que impulsa Asisa.

**¿Asisa tiene previsto sacar alguna nueva prestación en el producto de Decesos próximamente?**

Sí, próximamente nuestro seguro de Decesos incorporará una nueva cobertura de revisión y limpieza dental anual. Para prestar esta cobertura, Asisa dispone de una amplia red de clínicas dentales distribuidas por todo el territorio nacional, por lo que el asegurado podrá elegir la que desee.

**¿Cuál es la estrategia de Asisa para subir en el ranking en el ramo de Decesos?**

Seguiremos desarrollando nuestra cartera de clientes y buscando sinergias entre los diferentes seguros personales con los que cuenta Asisa. Nuestro objetivo es cuidar de manera integral a nuestros asegurados e intentar que clientes de otros ramos, que ya confían en nosotros, sigan haciéndolo y contraten también nuestro seguro de Decesos. Por otro lado, vamos a seguir apostando por la personalización de nuestros productos para adaptarlos a las demandas de cada cliente y añadiendo nuevos servicios complementarios.

**En los últimos meses, hemos reforzado los servicios añadidos que ofrecemos a los asegurados de Decesos con algunas coberturas de salud**

**¿Cómo va a influir en el ramo el hecho de que haya entrado Decesos en los comparadores, cuando tradicionalmente se distribuía por mediadores?**

El papel de la mediación ha sido esencial para el desarrollo del ramo de Decesos en España. Con los comparadores, damos un paso más para seguir fortaleciendo la presencia de la mediación en la evolución futura del ramo. Los comparadores se han convertido en un elemento central en la venta del seguro y conectan con las demandas

# HAY UN INTERÉS CRECIENTE DE LOS CORREDORES POR DECESOS

**Los corredores, como el resto de profesionales de la mediación, han realizado un gran esfuerzo para seguir desarrollando su labor en unas circunstancias muy complicadas y atender a sus clientes con el mismo nivel de calidad. "Durante la Covid-19 han multiplicado su capacidad para atender a las demandas y necesidades de sus clientes y, sobre todo, para adaptar los productos a las nuevas circunstancias del mercado y de los asegurados, que en muchos casos han tenido dificultades para mantener sus pólizas. En este sentido, ha sido esencial su esfuerzo para transmitir confianza y seguridad a sus clientes en unos momentos de gran incertidumbre", explica Jaime Ortiz, director Comercial y Marketing de Asisa Para contribuir a que eso siga siendo así, desde la aseguradora se les aporta las herramientas necesarias para ofrecer a sus clientes un producto de Decesos "de alta calidad, con las coberturas que más se demandan en el mercado y que complementa perfectamente a otros seguros, como pueden ser los de Salud, Vida o Ahorro".**

**A cambio piden desde Asisa: "una labor de asesoramiento previo al cliente, en la que es muy importante el conocimiento de nuestros productos; transparencia en los procesos; y un seguimiento a lo largo de toda la vida de la póliza para que el asegurado se sienta cuidado tanto por el corredor como por la compañía".**

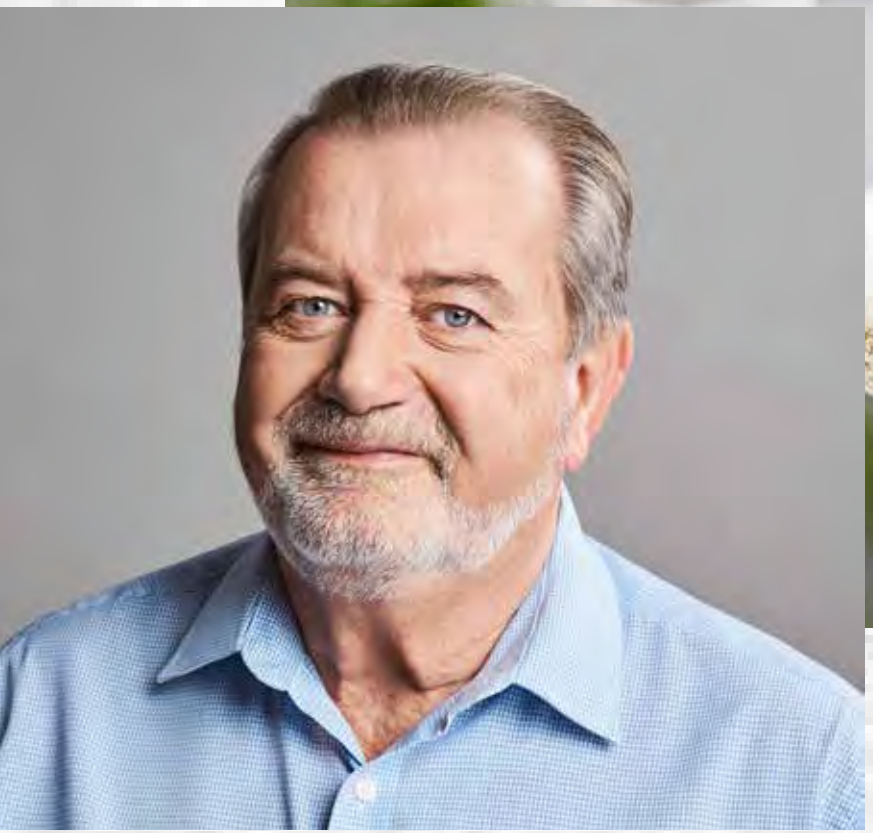
**En la actualidad, el volumen de negocio de Asisa en Decesos, mediado por corredores, está en torno al 15%, y la previsión es que este porcentaje se vaya incrementando por tres razones principales: "la apuesta de Asisa por este canal, el creciente interés de las propias correduría en este ramo (uno de los que ofrece mayor rentabilidad) y la capacidad de vender este producto de forma conjunta con otros seguros personales, ofreciendo así una protección global al asegurado", sentencia Ortiz.**

de un segmento clientes que quieren realizar sus gestiones online de manera sencilla, analizando varias ofertas y eligiendo aquella que mejor se adapta a sus necesidades.

**¿Se puede decir que es importante el crecimiento del canal corredor en este seguro?**

La penetración del canal de corredores en el seguro de Decesos es muy pequeña (apenas un 2,5% del total de primas), pero es uno de los canales que más aumentaron su facturación en 2020 (casi un 10%). Por lo tanto, los corredores tienen margen para seguir creciendo en este ramo. La combinación con otros seguros y la tendencia a la personalización de las pólizas son dos elementos que, junto al gran conocimiento que los corredores tienen de sus clientes y del mercado, pueden ayudar a ese crecimiento. Además, este es un ramo muy rentable para los corredores, con costes de gestión muy bajos, carteras de clientes muy estables y fidelizadas y prestaciones que gestiona directamente la compañía.

*Carmen Peña*
*Fotos: Irene Medina*



## ¿Qué es VIVO?

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

**Infórmate en el 900 20 30 10**

Preventiva Seguros | preventiva.com

Preventiva Seguros | VIVO DECESOS

# DEJAR UNA RECETA FAMILIAR

*Ese es Tu legado*

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

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

**Francisco de Miguel Uceta,** director gerente de la Correduría de Seguros Miguel y Uceta

# Decesos, importante instrumento de **CRECIMIENTO** y fidelización del cliente

Lo vivido con la Covid-19 ha estimulado el interés por el seguro de Decesos y su contratación. Las personas que no contaban con una póliza se plantean muy seriamente su contratación, porque hay una percepción mucho más acentuada del riesgo y la vulnerabilidad. Para el corredor, se trata de un producto rentable y, sobre todo, un seguro que genera mucha fidelización. Sin embargo, "todavía no son muchos los compañeros que ven en este ramo un importante instrumento de crecimiento y herramienta de fidelización de los clientes", afirma Francisco de Miguel Uceta, director gerente de la correduría de seguros Miguel y Uceta.

Las aseguradoras que operan en el ramo de Decesos han jugado un papel fundamental en la crisis sanitaria provocada por la pandemia de la Covid-19. Francisco de Miguel Uceta, director gerente de la correduría de seguros Miguel y Uceta, explica que "las compañías, sobre todo las especialistas, se centraron en optimizar la calidad de la atención en el servicio, ya de por si con estándares enormemente altos, potenciando la cercanía con el asegurado y optimizando los tiempos de respuesta en un escenario nada favorable. Además, algunas compañías, han emprendido acciones como la 'venta digital' y una formación específica a los corredores, que han sido de vital importancia a la hora de mantener nuestros estándares habituales en lo que a capacidad de distribución se refiere".

Los corredores de seguros, por su parte, están asesorando en todo momento a sus clientes, y se están adaptando a la nueva forma de comunicarse con ellos, que se ha visto transformada.

De eso saben mucho en la correduría Miguel y Uceta, que comenzó a distribuir seguros de Decesos en el año 1958 de la mano de la compañía Patria Hispana. A lo largo de estos años, se han dado cuenta de que "el seguro de Decesos siempre obtiene una muy buena nota en los índices de satisfacción de los clientes y conlleva escasa carga administrativa".

**DECESOS AYUDA A LA VENTA CRUZADA**

Aunque este ramo supone un 5% del volumen de primas de negocio No Vida de la correduría, el director gerente de Miguel y Uceta explica que "nos proporciona una muy buena rentabilidad y contribución al beneficio societario. Queremos duplicar en el plazo de dos años el actual volumen y, para ello, vamos a aprovechar tanto nuestros propios medios de venta, como las estructuras que compañías como Preventiva nos facilitan a través de su call center, para llegar de forma masiva a nuestros clientes en operaciones de venta cruzada".

**La frecuencia siniestral del ramo de Decesos se incrementó un 65% en 2020**

Con el cambio de denominación de Miguel y Uceta a Senda, Francisco de Miguel Uceta afirma que "conseguiremos llegar a más clientes y disfrutaremos de los importantes acuerdos a los que se está llegando con las compañías que trabajan este ramo, buscando la mejor combinación de precio y garantías para nuestros clientes".

En su opinión, "esta pandemia ha provocado un cambio drástico en todo lo que se percibía como inamovible. Las personas que no contaban con un seguro de Decesos se plantean muy seriamente su contratación, hay una percepción mucho más acentuada del riesgo y la vulnerabilidad. La edad del perfil del contratante en este seguro ha bajado. Las compañías, sobre todo las especialistas en este ramo, han sabido adaptarse de forma rápida a esta situación nueva e inesperada. Han transmitido el valor de este seguro en esta coyuntura tan difícil, reforzando los equipos de siniestros, adecuando los servicios funerarios a esta situación".

Lo vivido con la Covid-19 ha estimulado el interés por este tipo de seguro y su contratación. "Esperamos que en 2021 y los años sucesivos, el ritmo de ventas supere al crecimiento de las consultas sobre las coberturas de este tipo de póliza", comenta Francisco de Miguel.

**UN AÑO COMPLICADO EN RENTABILIDAD**

El año pasado fue un año complicado en términos de rentabilidad para el ramo de Decesos. Su frecuencia siniestral se incrementó un 65%. Para mitigar este impacto, "las compañías están emprendiendo acciones para entender y fidelizar mejor a sus clientes y mediadores. Protegiendo el talento para una rápida recuperación. Analizando los cambios del perfil de los consumidores para adaptar productos y canales a esta nueva demanda. Creando nuevas coberturas que representen un verdadero valor añadido. Las pólizas de seguro se rediseñarán y se abordarán las brechas reveladas por los clientes durante la crisis", afirma el director gerente de Miguel y Uceta.

El ramo de Decesos ha sido tradicionalmente un negocio de 'especialistas'. Pero esa realidad ha cambiado en los últimos 7 o 8 años con la llegada de entidades generalistas que, bien directamente o a través de acuerdos de colaboración, han descubierto las bondades de este ramo. "No obstante, muchas compañías se han visto sorprendidas por la complejidad del ramo, ya que es vital el conocimiento del sector funerario, y eso ha provocado que algunas generalistas hayan abandonado o hayan optado por acuerdos con especialistas", apunta De Miguel.

**Con el cambio de denominación de Miguel y Uceta a Senda, se conseguirá llegar a más clientes**

En cuanto a las coberturas, se ha visto una evolución, además del puro servicio funerario se han ido desarrollando garantías enfocadas a la asistencia familiar en múltiples contextos, incluyendo la salud familiar integral, incluso aquellas que pasan por estudios del genoma o material genético de los asegurados. "El seguro de Decesos ha ido evolucionando hasta convertirse en un seguro de Asistencia Familiar, en este contexto se han ido incluyendo garantías novedosas y de usabilidad que aportan al cliente un importante servicio de valor añadido", añade el director gerente de Miguel y Uceta.

En su opinión, "la estrategia, y en lo que se refiere al siniestro, pasa por dar cobertura a todas y cada una de las situaciones posibles con las que la familia se pueda encontrar a la hora de un fallecimiento. El mero servicio en sí, cuestiones jurídicas o tecnológicas (presencia digital del fallecido), ayuda en todo tipo de tareas domésticas, la salud psicológica de los familiares o un memorial homenaje para el fallecido, son para nosotros el día a día en la búsqueda del servicio perfecto. Más allá de todo eso, es necesario generar usabilidad en vida al producto en base a garantías de demanda y acordes a necesidades actuales, a la vez muy cambiantes, lo que requiere un continuo análisis del perfil y la experiencia cliente".

Por otro lado, el incremento del uso de los canales digitales debido a la crisis y el confinamiento, ha propiciado la oferta de nuevos servicios y la redefinición de procesos clave (ventas, suscripción, reclamación, atención al cliente) para poder adaptarlos a un nuevo modelo de relación con los nuevos clientes digitales.

La realidad es que cada vez se ve más oferta de seguros de Decesos combinados con otros seguros. Pero Francisco de Miguel Uceta no se muestra muy partidario de "ofertar distintos ramos en un mismo producto, intentamos dar la mayor trasparencia al cliente y además separamos la incidencia de la siniestralidad que cada ramo tiene".

**INNOVACIÓN CONSTANTE**

El principal reto al que se enfrenta el seguro de Decesos, en opinión del director gerente de Miguel y Uceta, es "establecer la mejora e innovación constante en cuanto a la diversidad de garantías y coberturas que tienen las actuales pólizas. Estas han pasado de ser un seguro tradicional de sepelio a ser un seguro Multirriesgo personal, donde destacan otras garantías como asistencia médica, jurídica, asistencia en viajes, etc. Esta nueva dinámica de póliza configura y hace este producto más atractivo para los clientes, dotándolo de un valor más allá del producto tradicional". Además, incide en la "adaptación a todos los canales de distribución. No obstante, habrá que tener en cuenta la siniestralidad que este tipo de nuevas coberturas puedan perjudicar la rentabilidad de este ramo".

Parece ser que el seguro de Decesos sigue creciendo en volumen de primas y ganado relevancia en canales donde históricamente tenía menos importancia, como en el canal corredor. Esto se está produciendo porque es una gran oportunidad para el corredor, puesto que "se trata de un producto rentable y, sobre todo, un seguro que genera mucha fidelización. El corredor es un actor clave en la distribución ya que, entre otras cosas y por su profesionalidad implícita, se mueve cada día más en base a parámetros de calidad del producto y en clave de servicio", apunta De Miguel.

**El ramo de Decesos proporciona a Miguel y Uceta buena rentabilidad y contribución al beneficio societario**

Sin embargo, "todavía no son muchos los compañeros que ven en este ramo un importante instrumento de crecimiento y herramienta de fidelización de los clientes".

Es rentable por muchos motivos, "es un seguro muy sencillo en su concepción, con un público objetivo muy amplio, que lo conoce, lo que hace más fácil la venta. No genera cargas administrativas, sobre todo en lo referente a siniestros, todo esto hace que puedas dedicar más tiempo a otros seguros. Además, al ser un seguro con primas mensuales bajas, te permite hacer venta cruzada en tu cartera. Fideliza, ya que estas pólizas tienen una duración media de 15 años y provoca que tu cliente multi-póliza mantenga el resto de seguros más tiempo contigo".

Sin embargo, Francisco de Miguel Uceta se queja de que "falta formación y conocimiento de este ramo y no se están dotando de estructuras de venta".

*Carmen Peña*

# Garantizar el estilo de vida, reto del seguro de **PROTECCIÓN** de Pagos

Históricamente el seguro de Protección de Pagos ha estado vinculado a los préstamos hipotecarios y personales. Pero, desde hace unos años, los profesionales del sector aprecian un cambio, ligado al interés de la gente por mantener el mismo nivel de vida, aunque se produzcan reveses económicos. De este modo, ha ido ganando terreno para asegurar los pagos de todo tipo de recibos. Sin embargo, parece que aún adolece de cierto desconocimiento por parte de los distribuidores y de insuficiente peso entre las compañías generalistas.

Y eso que, como asegura José Luis García Ortells, director de Negocio de Protección de Pagos y Grupos de Afinidad de **CNP Partners**, al tratarse de un producto cíclico, cuando vienen mal dadas es cuando se pone más foco en él. "Ahora estamos en uno de esos momentos de incertidumbre y hay mucho interés en el seguro de Protección de Pagos por parte del mercado", indica.

Efectivamente, Teresa Archaga, directora de Corporate Business de **Metlife**, confirma que "la pandemia ha reforzado la necesidad de asegurarse ante los imprevistos". En concreto, la Protección de Pagos mitiga una incertidumbre que puede sobrevenir para hacer frente a unas cuotas de préstamo en caso de pérdida de salud o de trabajo. "Actualmente, este seguro está siendo más demandado y más flexible, adaptándose a las necesidades de nuestros clientes", concluye.

## MEJORAR EL CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO

Desde el lado de la mediación, están de acuerdo en que se trata de un producto con gran futuro, "siempre y cuando se aplique la cobertura a nichos específicos o no generalistas,

ya que estos podrían aumentar la siniestralidad y limitar la cobertura", matiza Agustín Daza, CEO de **HD Daza Correduría de Seguros**.

José Antonio Buzón, CEO de la correduría **Cohebu**, cree "firmemente" que es un producto que hay que mejorar, porque, entre otras cosas, es muy desconocido entre los mediadores y muchos de ellos ni siquiera lo trabajan. Además, hay aseguradoras que ni lo llevan en cartera, lo que dificulta la accesibilidad para conocerlo y trabajar con él.

Efectivamente, como confirma Teresa Archaga, las compañías multirramo apuestan por los seguros más de masa, como Autos u Hogar. "Es algo complementario a sus otras líneas de negocio y, por eso, es más desconocido para los corredores", asevera. Además, Protección de Pagos, tradicionalmente, se ha vinculado más al préstamo bancario, con mayor dificultad de acceso para los corredores".

"Es un producto muy de nicho y somos muy pocas las compañías a las que se nos considera especialistas en este tipo de riesgo", ratifica José Luis García Ortells. Al estar vinculado históricamente a préstamos hipotecarios y personales, ha estado más focalizado en otros canales distintos a la mediación, añade. Sin embargo, cree que eso está cambiando en los últimos años y ya se hacen otro tipo de programas, más enfocados a la protección de recibos.

## CONTROLAR LA SINIESTRALIDAD

En cualquier caso, Agustín Daza no aprecia "escenarios de coberturas masivas sin relación laboral formal", por lo que, para controlar la siniestralidad, la mayoría de los asegurados tendrían que tener un contrato indefinido: "En países con informalidad laboral estas coberturas no están disponibles", comenta.

Efectivamente, García Ortells aprecia que tiene un alto componente de antiselección que hace que haya que vigilar la siniestralidad con algo más de atención. Aun así, cree que tiene más importancia el cómo y cuándo vendes el producto que, a quién se lo vendes. Por eso, en CNP trabajan un producto universal, que no solo cubre al trabajador con contrato indefinido por cuenta ajena, sino también los contratos temporales y a los autónomos, incluso a amas de casa o jubilados, protegiendo a cada uno con garantías adecuadas a su situación laboral.

Para Archaga, la interpretación del seguro de Protección de Pagos es más amplia que solo el riesgo de desempleo, ampara la incapacidad de pago en caso de fallecimiento, invalidez permanente, incapacidad temporal y hospitalización, "muchas circunstancias ante las que tu situación personal y económica no pueda hacer frente a cubrir las cuotas de un préstamo". Ahora bien, en el caso de los contratos temporales, el desempleo no se puede cubrir, existiendo coberturas alternas para que cada cliente esté asegurado dependiendo de su situación laboral.

## ABRIR EL PRODUCTO

Con todo, José Antonio Buzón se queja de que actualmente es un producto que es muy selectivo, está muy enfocado a la cobertura de pérdida de empleo, cuando hay masas de público que requieren un seguro de Protección de Pagos. En este sentido, considera que hay sectores que se les aísla por no ser muy rentables, como los funcionarios o los empleados fijos discontinuos. "El producto

está muy limitado, muy encorsetado y muy paquetizado", lamenta. Por lo que insta a las aseguradoras a abrir la contratación a otros nichos profesionales.

En este sentido, Daza aprecia que se podrían configurar coberturas modernas '*tailor made*' para profesiones o sectores específicos. "Este es el desafío de las compañías de seguros", concluye.

Aunque el caso de los funcionarios es particular, con unas condiciones laborales y contractuales distintas, la directora de Corporate Business de MetLife confirma que en las pólizas que comercializan, los funcionarios están cubiertos por la incapacidad temporal, "porque es lo más adecuado a su situación laboral", al igual que los autónomos, que les cubre en caso de ILT por una enfermedad o un accidente, actúa como un complemento. En cualquier caso, al tener un nicho muy específico, hay que buscar una forma de comercialización sencilla, por lo que se apuesta por un precio único para poder facilitar su venta.

Un autónomo o un asalariado, defiende Buzón, aprecia que el seguro de Protección de Pagos "es como una garantía del producto de Vida o Accidentes, ya que va vinculado a una protección financiera porque se tiene un préstamo, una necesidad de proteger a su familia. En cualquier caso, cree que "no se debe mirar este seguro solo por la parte de autónomo, hay que hacerlo un poco más extensivo y llegar al público en general, que no sabe que existe".

**"Hay que apostar por la formación y asegurarse de que se explica a los asegurados exactamente las características del producto: coberturas, prestaciones, duración...".**
**José Luis García Ortells**

## MALA PRAXIS DE BANCASEGUROS

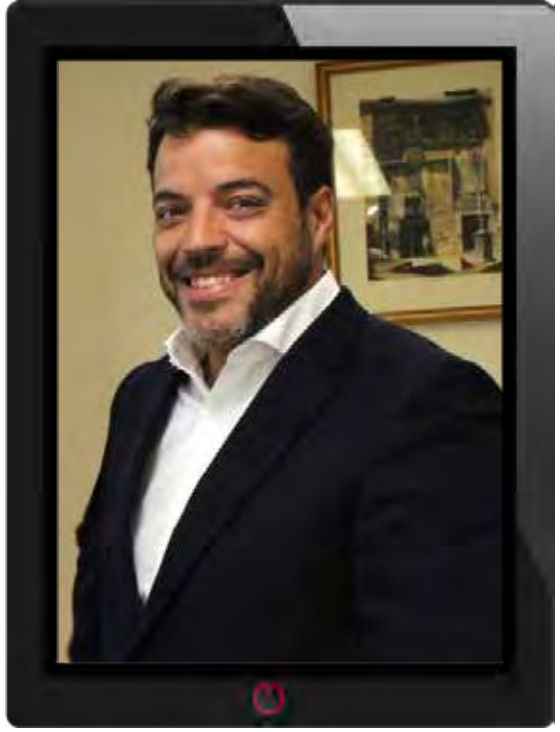
Precisamente, respecto a la vinculación de este tipo de seguros a los créditos personales e hipotecarios y la mala praxis de algunas entidades, ofreciendo coberturas por encima de las necesitadas y con primas mucho más altas, el CEO de HD Daza Correduría de Seguros opina que cada canal de comercialización tiene sus condiciones y esquemas comisionarios, por lo que no se trata tanto de denunciar a un canal concreto, sino de que la propia competencia "deje fuera del mercado a los que tengan peores condiciones".

Para el director de Negocio de Protección de Pagos y Grupos de Afinidad de CNP Partners, además, la evolución del producto ha hecho que históricamente estuviera vinculado a este tipo de préstamos. Pero reitera que, en la actualidad, eso ha cambiado, aunque existan algunos casos de mala praxis. Piensa que muchas veces se trata "de falta de formación por parte de quien vende el producto", lo que al final redunda en reclamaciones y quejas para el distribuidor y mala imagen para la aseguradora que hay detrás. "Para evitar este tipo de prácticas hay que apostar por la formación y asegurarse de que se explica exactamente las características del producto; coberturas, prestaciones, duración…", zanja.

Teresa Archaga piensa que no se trata tanto de un problema del producto, como del proceso de venta, aunque cree que actualmente está más vigilado para evitar malas prácticas: "Es algo que poco a poco tendrá

que ir cambiando, porque afortunadamente los clientes cada vez tenemos más información", aprecia.

El CEO de la correduría Cohebu sí considera que existe bastante imposición del seguro por parte de la banca: "Seguimos viendo pólizas que no tienen cuestionarios, que no hay análisis previo, que no hay estudio de necesidad", critica. Por lo que "el efecto que produce al asegurado es una mala experiencia". Coincide en apostar por la formación para evitar estos casos, algo que a la mediación se le exige con más requisitos desde la entrada en vigor de la IDD. No obstante, les "salpica" como mediadores, como profesionales del sector de la protección que los clientes tengan una mala experiencia con una entidad que haya impuesto un seguro sin explicar bien las garantías.



**"Es un producto con gran futuro, siempre que se aplique la cobertura a nichos específicos o no generalistas, ya que estos podrían aumentar la siniestralidad y limitar la cobertura". Agustín Daza**

## SEGURO FLEXIBLE

Con todo, valora que la banca haya creado la necesidad de que todo el mundo debe de tener esa protección "y creo que la tarea por parte de los mediadores es continuar esta labor", para lo que insta a las compañías a poner al servicio estos productos "que son demandados y necesarios".

"La labor que hacen los mediadores de intentar educar a la sociedad en esa cultura aseguradora es muy importante y las compañías tenemos la obligación de apoyarles en este cometido", confiesa García Ortells.

"Afortunadamente no es un producto ya exclusivo de la banca ni de hipoteca ni de préstamos personales, ha evolucionado y es mucho más flexible", reconoce Teresa Archaga, quien afirma que en gran parte de su cartera este producto va vinculado a recibos, porque la preocupación de la gente es un pago periódico para cubrir sus necesidades, pero esto tiene un sentido mucho más amplio, no tiene por qué ser solo una hipoteca, sino cubrir el colegio de los hijos o el pago del teléfono. "Nosotros a ese nuevo diseño de producto no solamente vinculado a los préstamos, lo llamamos '*life style*', porque sirve para asegurar tu estilo de vida", añade.

Efectivamente, José Luis García Ortells coincide en que el peso se ha redistribuido y ya no solo está el canal bancaseguros con las pólizas vinculadas a préstamos hipotecarios y personales: "Hay mucho campo. Donde haya una obligación de pago tenemos que pensar cómo podemos darle cobertura con un seguro de Protección de Pagos", reflexiona. "El gran cambio es pasar de un seguro totalmente relacionado con los préstamos, a un seguro que puede cubrir casi cualquier circunstancia, cualquier obligación de pago: la mensualidad del gimnasio, internet, la cuota de una colegiatura profesional…", aprecia.

## SERVICIOS QUE MEJORAN LA OFERTA

En cualquier caso, para propiciar esa demanda muchos seguros de Protección de Pago ofrecen servicios adicionales que mejoran la oferta. "Este producto es muy flexible y los servicios que acompañan a las coberturas principales se pueden adaptar

en función de cada programa", explica Archaga, quien señala que entre los vinculados al desempleo destacan la preparación de currículum, el asesoramiento en la búsqueda de trabajo, el cálculo de indemnización…

Como recuerda García Ortells, es labor de las compañías mejorar el producto, añadiendo servicios que lo enriquezcan. El más evidente es el de empleabilidad, pero hay otros servicios que actualmente son muy demandados como el videochat médico o legal, que se puede incorporar como servicios adicionales al producto para incrementar su usabilidad.

José Antonio Buzón valora que haya componentes de asistencia legal, chat online médico y servicios de apoyo a la empleabilidad, que ayudan en el proceso de la persona cuando está en ese momento de baja.

"Es una obligación también que comuniquemos a nuestros clientes que existen estos servicios para que hagan uso de ellos porque si no, tener servicio *per se* no tiene valor", insiste la directora de Corporate Business de MetLife, para quien la comunicación al cliente es algo que hay que mejorar, para que el cliente tenga una buena experiencia.

En cualquier caso, los profesionales del sector tampoco creen que la evolución de este seguro esté íntimamente ligada a los servicios que se vayan incluyendo. De hecho, Agustín Daza cree que su desarrollo "debe llegar de la mano de productos específicos, digitales y *on demand*".

Coincide el director de Negocio de Protección de Pagos y Grupos de Afinidad de CNP Partners en que la digitalización marcará un punto de inflexión en el mercado. De hecho, ya se está digitalizando el producto, gracias al reto lanzado por las fintech y las insurtech, lo que permite adaptarlo a las nuevas necesidades y a estos nuevos *players* del ecosistema financiero y asegurador.

**"El seguro de Protección de Pagos puede complementar gran número de las necesidades que tenemos actualmente, sirve para cubrir tu estilo de vida".**
**Teresa Archaga**

**FACTOR DE DIFERENCIACIÓN**

Buzón cree que hay que apostar por Protección de Pagos y darlo a conocer, porque aporta un valor añadido al proceso de la especialización y de la diferenciación de los mediadores con otros canales de distribución. Pero insiste en el inconveniente de que esté paquetizado y que sea poco accesible para un público de forma general.

José Luis García Ortells coincide en que este seguro es clave para diferenciarse de la competencia, ya que aporta al cliente un producto con cierto valor percibido, especialmente en tiempos de crisis. Además, ayuda a fidelizar, dando solución a la principal preocupación que tiene la sociedad española en general, que es el paro y los temores a una pérdida económica. Y, por otro lado, reduce el riesgo de impago. Una vez más resalta el papel determinante que juega la formación en la comercialización de este tipo de productos, donde los mediadores tienen una labor fundamental.

Para Agustín Daza las ventajas de este seguro son muy claras: la retención de los clientes y la percepción de beneficio por parte del cliente. Mientras que destaca una importan-

te desventaja: la siniestralidad que puede existir en estas épocas de incertidumbre.

"Es un seguro que, claramente hoy por hoy, cubre una gran preocupación de los clientes ante circunstancias inesperadas", sentencia Teresa Archaga, directora de Corporate Business de MetLife, para quien el gran reto es "comunicar más, formar más, hacer más conocedores del seguro a todos los clientes". Además, destaca su flexibilidad "para adaptarlo a diferentes canales de venta".

En cualquier caso, García Ortells alaba la apertura de este producto, que solo es inoperativo ante enfermedades preexistentes siempre y cuando exista un conocimiento anterior: "Si existe un diagnóstico previo a la contratación del seguro, evidentemente ese es un evento que no debemos cubrir, porque ahí realmente no hay un riesgo al que dar cobertura, lo que hay es una certeza", señala.

**"El producto actualmente está muy limitado, muy encorsetado y muy paquetizado".**
**José Antonio Buzón**

## PRIMA ÚNICA VS. TEMPORAL RENOVABLE

Otro de los aspectos interesantes sobre este seguro es cuándo resulta mejor elegir una prima única o una temporal renovable: "No es una cuestión de si una es mejor que la otra, sino que depende de lo que estás cubriendo", asevera García Ortells, ya que si se trata de un préstamo financiero a largo plazo puede que lo que más sentido tenga sea una prima única, mientras que si lo que se está cubriendo es la protección de un recibo pequeño, tiene más sentido que sea una prima mensual.

Teresa Archaga aclara que la prima única surge cuando realmente hay un préstamo y es habitual incluir esta prima única dentro del préstamo "en muchos préstamos hipotecarios, la prima única no te cubre toda la duración de la hipoteca. Pasados unos años, el cliente comienza a pagar una prima periódica", comenta. Como cliente, ambas opciones tienen sentido y el comercializador, con la prima única garantiza una mayor cobertura de impago durante unos años. En cualquier caso, Archaga recuerda que, en el caso de contratarse una prima única, si las circunstancias del préstamo a corto plazo cambian o se amortiza, el cliente tiene derecho a la devolución correspondiente y a adaptar el seguro a las nuevas circunstancias.

Como mediador, Buzón afirma que de cara a dar un valor añadido al cliente, él es más fiel devoto de la prima anual renovable, "porque las circunstancias y las posibles contingencias en un cliente varían". "Una prima a 10, 15 o 20 años lo que me está garantizando es una cosa muy concreta, como préstamos de hipoteca, pero ese préstamo se puede ver alterado, modificado o incluso cancelado", aprecia.

"Las circunstancias de los préstamos también cambian, los tipos de interés pueden variar y creo que es un producto que hay que estar continuamente revisando, actualizando y, del lado del cliente, asesorándole bien", concluye el CEO de la correduría Cohebu.

*Aitana Prieto / Carmen Peña*

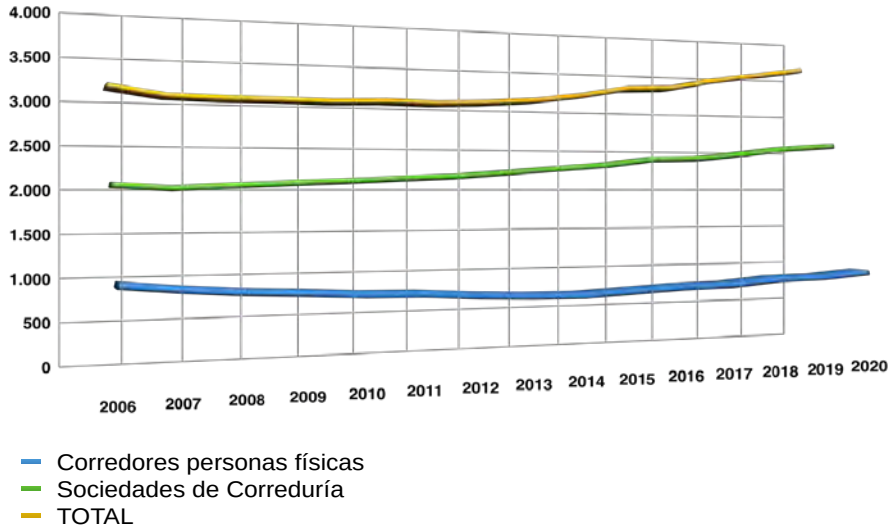
Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

# Los corredores **RALENTIZAN** su avance en Vida

El último informe 'Seguros y planes de pensiones', elaborado por la DGSFP con los datos de la DEC de 2019, desvela un corto retroceso en el negocio de los corredores en Vida, que intermediaron el 7,92% de las primas, frente al 8,42% del año anterior, disminución que también se ha notado en la nueva producción (del 8,44% al 7,77%). En No Vida la situación ha ido mejor, con un pequeño repunte en las primas gestionadas, tanto en el volumen total de la cartera (del 24,40% al 24,63%), como en la nueva producción (del 34,44% al 34,84%).

El análisis elaborado por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), que solo recoge la información de los corredores y correduría registrados en ese organismo, muestra que el número efectivo de corredores de seguros, personas físicas, se ha incrementado notablemente respecto al ejercicio anterior, hasta alcanzar los 1.008 profesionales al cierre de 2020, superando por primera vez la barrera del millar desde 2007. El número de inscripciones concedidas fue de 68, ligeramente por encima de las 62 de un año antes, por apenas 24 cancelaciones, muy por debajo de las 53 del ejercicio anterior.

## EVOLUCIÓN NÚMERO TOTAL DE CORREDORES DE SEGUROS




El crecimiento (+4,37%) supone un importante repunte en los últimos doce meses y el quinto año al alza del número de corredores personas físicas. Además, por cuar-

to año consecutivo se supera la barrera de los 900 corredores inscritos.

Las correduría prolongan su avance, con 2.544 sociedades inscritas, frente a las 2.506 de un año antes, lo que supone una subida del 1,49%, por debajo del ejercicio pasado (2,58% en 2019), con 83 nuevas altas y 43 bajas en el Registro.

En términos absolutos, el número efectivo de corredores de seguros, personas físicas y jurídicas registrado en la DGSFP, ha aumentado en un 2,36%, por encima del 2,12% que se experimentó en 2019. En total, el ejercicio pasado cerró con 3.552 corredores y correduría, frente a los 3.470 de doce meses antes. Mientras que en los registros de las distintas comunidades autónomas (a excepción de la Comunidad de Valencia y La Rioja, que no comunicaron sus datos a fecha de realización del informe) se consolidó la tendencia bajista de los últimos años, con 1.693 corredores y correduría inscritos, respecto a los 1.713 de 2019 (552 personas físicas y 1.141 personas jurídicas).

## CORREDORES DE SEGUROS, INSCRITOS EN EL REGISTRO DE LA DGSFP EN 2020

| | Inscritos a | 2020 | | Inscritos a |
|---|---|---|---|---|
| | 31/12/2019 | Altas | Bajas | 31/12/2020 |
| Personas físicas | 964 | 68 | 24[7] | 1.008 |
| Personas jurídicas | 2.506 | 83 | 45 | 2.544 |
| **TOTAL** | **3.470** | **151** | **69** | **3.552** |

En 2020, tal y como ocurrió un año antes, no se tramitaron solicitudes de uniones temporales de empresas de correduría de seguros, pero sí hubo una cancelación, por lo que el número total disminuyó a los 36. También se conservaron las 14 agrupaciones de interés económico de empresas de correduría de seguros, al no producirse ni altas ni bajas a lo largo de los 12 meses.

Respecto a los mediadores en libre prestación de servicios en los Estados del Espacio Económico Europeo, 2019 cerró con 6.167 frente a los 6.015 de un año antes. Nuevamente, Reino Unido fue el país que más mediadores en LPS aportó, con 2.189, seguido a gran distancia por Francia (713) y Austria (689). En cuanto a los mediadores con derecho de establecimiento, se situaron en 163, cinco más que en 2019.

En referencia a los corredores de seguros domiciliados en España que realizaron su actividad en libre prestación de servicios o en libre establecimiento en otros Estados del Espacio Económico Europeo, continuó la tendencia al alza de los últimos años, pasando de 207 a 219 a finales de 2020.

**El negocio de Vida para los corredores retrocede ligeramente hasta los 7,92%, mientras que No Vida aumenta (del 24,40% al 24,63%)**

### AVANCE EN NO VIDA

Según los datos recogidos en la DEC (Documentación Estadístico Contable) de 2019 remitida a la DGSFP (no incluye la de los corredores y correduría que tienen la autorización en las diferentes comunidades autónomas con transferencia), los corredores han sufrido un ligero retroceso en Vida, pasando del 8,42% de las primas en 2018 al 7,92% un año después. Por el contrario, en No Vida ha experimentado un pequeño avance, del 24,40% al 24,63%, revirtiendo la tendencia de los últimos ejercicios.

También las primas de nueva producción de Vida se han retrotraído notablemente (del 8,44% al 7,77%), mientras

## DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE PRIMAS POR CANALES SEGÚN NEGOCIO VIDA O NO VIDA

| | Vida | | | | No vida | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Cartera | | Nueva producción | | Cartera | | Nueva producción | |
| | 2018 % | 2019 % | 2018 % | 2019 % | 2018 % | 2019 % | 2018 % | 2019 % |
| Agentes exclusivos | 15,84 | 15,88 | 15,66 | 15,71 | 33,69 | 33,09 | 29,49 | 27,80 |
| Agentes vinculados | 0,46 | 0,76 | 0,19 | 0,35 | 2,47 | 2,95 | 4,39 | 4,57 |
| OBS-exclusivos | 34,88 | 32,38 | 32,93 | 28,84 | 5,94 | 5,97 | 8,42 | 8,34 |
| OBS-vinculados | 29,23 | 26,86 | 31,97 | 28,57 | 7,14 | 7,18 | 9,97 | 9,55 |
| Corredores | 8,42 | 7,92 | 8,44 | 7,77 | 24,40 | 24,63 | 34,44 | 34,84 |
| Oficinas de la entidad | 9,98 | 14,61 | 10,66 | 18,39 | 19,74 | 19,45 | 7,64 | 7,38 |
| Portal de Internet | 0,22 | 0,35 | 0,01 | 0,02 | 1,90 | 1,48 | 1,72 | 1,97 |
| Otros canales | 0,98 | 1,24 | 0,15 | 0,36 | 4,72 | 5,27 | 3,93 | 5,55 |
| **TOTAL** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** | **100** |
| Agentes de seguros+ corredores | 24,72 | 24,56 | 24,29 | 23,83 | 60,57 | 60,66 | 68,31 | 67,21 |
| OBS(exclusivos + vinculados) | 64,11 | 59,24 | 64,89 | 57,41 | 13,08 | 13,15 | 18,40 | 17,89 |

que las de No Vida, han crecido un 0,4%, del 34,44% al 34,84%.

Con la entrada en vigor del RD 764/2010 se introdujeron importantes cambios tanto en los modelos a analizar como en alguno de los conceptos tradicionales que venían reflejándose en la información remitida. En concreto y más importante es el que se refiere a primas devengadas intermediadas en el ejercicio, que serán las correspondientes a contratos perfeccionados o prorrogados en el periodo de referencia, en relación con las cuales, el derecho del asegurador al cobro de las mismas surge durante el mencionado periodo, netas de anulaciones y que han sido mediadas por el corredor de seguros. No se incluirán aquellas primas en que el corredor de seguros hubiera intervenido bajo la dirección de otro corredor de seguros o de reaseguros. Por prima, debe entenderse la prima comercial, neta de anulaciones, excluidos recargos e impuestos.

De acuerdo con esto, y según la documentación estadístico contable remitida por las aseguradoras, los corredores y sociedades de correduría han intermediado un volumen total de cartera de 13.316.573.752 de euros en 2019, muy por encima de los 11.840.224.998 de un año antes. Si se descuenta el negocio de los corredores de reaseguros, se queda en 12.295.599.111 de euros (11.892.684.619 las corredurías y 402.914.491 los corredores), lo que supone un notable incremento respecto a los 10.828.036.813 de euros del ejercicio precedente.

**Los corredores personas físicas siguen creciendo y superan por primera vez el millar desde 2007, hasta alcanzar los 1.008 inscritos**

## CARTERA DE SEGUROS INTERMEDIADA VOLUMEN TOTAL DE NEGOCIO 2019

| | Primas intermediadas | % Vida | % No vida | Red propia | Red de Colaboradores | | Comisiones |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Colaboradores externos | Otros corredores | |
| Corredores SG. | 402.914.491 | 17,45 | 82,55 | 365.643.474 | 36.067.185 | 1.203.832 | 52.605.123 |
| Corredurías SG. | 11.892.684.619 | 26,70 | 73,30 | 8.382.549.598 | 3.093.409.698 | 416.725.324 | 1.447.344.286 |
| C. de Reaseguro | 1.020.974.641 | 5,76 | 94,24 | 981.999.996 | 25.192.255 | 13.782.391 | 64.082.981 |
| **TOTAL** | **13.316.573.752** | **24,82** | **75,18** | **9.730.193.068** | **3.154.669.137** | **431.711.547** | **1.564.032.390** |

En nueva producción, se mantuvo la senda alcista de 2018, con un importante ascenso de los seguros intermediados por estos mediadores, alcanzando los 3.524.753.750 de euros (3.427.876.120 las corredurías y 96.877.631 los corredores, que un año más sufrieron una acusada caída), frente a los 3.116.142.149 del año anterior.

## EL NEGOCIO DE LOS CORREDORES

La actividad de los corredores se concentra en el negocio de No Vida, especialmente en Resto Otros Daños (gestionan el 88,82% de las primas), Transportes (82,79%), Multirriesgos Industriales (65,25%), RC Otros Riesgos (62,33), Caución (58,98%), Otros Multirriesgos (54,66%), Asistencia (53,54%), Crédito (51,30%), OD Robo u otros (44,58%) y Autos (desbancando este año la hegemonía de los agentes al copar el 40,83% de las primas), ramos en los que lideran el volumen de primas comercializadas. Ocupan la segunda posición en la intermediación de primas de Multirriesgo Comunidades (40,01%), Incendios y Elementos Naturales (29,00%), Pérdidas Pecuniarias Diversas (26,90%), Accidentes (24,38%) y Multirriesgo Comercio (23,70%). Excepto en Enfermedad, Asistencia Sanitaria, Dependencia, Seguros Agrarios, RC Riesgos Nucleares, Defensa Jurídica, Decesos y Multirriesgo Hogar, los corredores copan las dos primeras posiciones en la distribución de seguros por primas.

En el total de ramos No Vida, las corredurías registradas en la DGSFP intermediaron 8.717.021.171 euros en primas y obtuvieron unas comisiones de 1.257.613.483; mientras que los corredores consiguieron 332.611.830 euros en primas, con 49.517.416 euros en comisiones. En el ramo de Vida, las corredurías alcanzaron 3.175.663.447 euros y los corredores lograron 70.302.660 euros. Las comisiones tota-

## CUOTA DE MERCADO. VOLUMEN TOTAL DE NEGOCIO DESGLOSE POR RAMOS NO VIDA 2019

| POR RAMOS | Agentes exclusivos | | Agentes vinculados | | OBS-exclusivos | | OBS-vinculados | | Corredores | | Oficinas de la Entidad | | Portal de Internet | | Otros Canales | | Total | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Pólizas % | Primas % | Pólizas % | Primas % | Pólizas % | Primas % | Pólizas % | Primas % | Pólizas % | Primas % | Pólizas % | Primas % | Pólizas % | Primas % | Pólizas % | Primas % | Pólizas % | Primas % |
| ACCIDENTES | 26,45 | 24,05 | 11,68 | 4,47 | 21,56 | 30,22 | 10,31 | 12,12 | 21,82 | 24,38 | 6,03 | 2,74 | 0,03 | 0,04 | 2,13 | 1,99 | 100 | 100 |
| ENFERMEDAD | 32,75 | 43,41 | 2,18 | 0,48 | 1,22 | 1,05 | 41,70 | 21,25 | 9,55 | 21,11 | 10,90 | 11,72 | 0,48 | 0,26 | 1,22 | 0,73 | 100 | 100 |
| ASISTENCIA SANITARIA | 33,26 | 32,46 | 7,06 | 4,17 | 17,71 | 9,36 | 10,90 | 10,12 | 11,79 | 20,00 | 14,89 | 20,24 | 0,46 | 0,32 | 3,92 | 3,34 | 100 | 100 |
| DEPENDENCIA | 68,55 | 99,21 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1,89 | 0,04 | 29,56 | 0,74 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 100 | 100 |
| TRANSPORTES | 14,97 | 10,41 | 1,63 | 0,47 | 0,04 | 0,46 | 0,23 | 0,40 | 82,50 | 82,79 | 0,57 | 5,22 | 0,02 | 0,01 | 0,05 | 0,24 | 100 | 100 |
| INCENDIOS Y ELEMENTOS NATURALES | 26,12 | 15,90 | 0,69 | 1,20 | 0,12 | 0,05 | 49,31 | 33,48 | 23,14 | 29,00 | 0,59 | 20,37 | 0,00 | 0,00 | 0,01 | 0,01 | 100 | 100 |
| O.D.: ROBO U OTROS | 8,08 | 9,78 | 23,80 | 2,52 | 44,16 | 22,55 | 12,82 | 10,03 | 8,79 | 44,58 | 1,34 | 4,29 | 0,52 | 0,06 | 0,48 | 6,19 | 100 | 100 |
| O.D.: SEGUROS AGRARIOS | 23,10 | 16,74 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 53,82 | 25,73 | 21,78 | 19,06 | 0,00 | 33,11 | 0,00 | 0,00 | 1,29 | 5,36 | 100 | 100 |
| RESTO OTROS DAÑOS | 8,12 | 4,28 | 0,22 | 0,45 | 0,00 | 0,03 | 21,99 | 6,03 | 69,60 | 88,82 | 0,07 | 0,38 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 100 | 100 |
| AUTOS | 37,27 | 29,70 | 8,76 | 7,45 | 1,24 | 3,37 | 3,51 | 3,23 | 37,04 | 40,83 | 2,86 | 3,82 | 3,12 | 4,95 | 6,22 | 6,64 | 100 | 100 |
| R.C.: OTROS RIESGOS | 48,45 | 23,15 | 4,61 | 1,30 | 2,48 | 2,74 | 9,60 | 5,05 | 30,70 | 62,33 | 3,80 | 5,33 | 0,23 | 0,05 | 0,12 | 0,06 | 100 | 100 |
| R.C.: RIESGOS NUCLEARES | 14,29 | 91,59 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 28,57 | 0,00 | 57,14 | 8,41 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 100 | 100 |
| CRÉDITO | 39,07 | 25,07 | 1,26 | 1,36 | 0,00 | 0,00 | 21,09 | 19,78 | 36,29 | 51,30 | 2,28 | 2,48 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 100 | 100 |
| CAUCIÓN | 26,34 | 27,04 | 0,10 | 0,21 | 2,50 | 0,59 | 2,34 | 3,41 | 53,68 | 58,98 | 11,00 | 7,60 | 0,00 | 0,00 | 4,03 | 2,17 | 100 | 100 |
| PÉRDIDAS PECUNIARIAS DIVERSAS | 4,67 | 5,22 | 27,67 | 13,67 | 2,42 | 6,33 | 23,69 | 45,58 | 33,65 | 26,90 | 0,20 | 0,53 | 0,00 | 0,00 | 7,71 | 1,77 | 100 | 100 |
| DEFENSA JURÍDICA | 15,84 | 13,81 | 47,88 | 4,61 | 12,33 | 54,71 | 9,43 | 8,83 | 10,34 | 11,75 | 2,60 | 3,55 | 0,01 | 0,02 | 1,57 | 2,72 | 100 | 100 |
| ASISTENCIA | 3,00 | 5,89 | 5,09 | 2,39 | 0,01 | 0,99 | 0,17 | 0,25 | 27,80 | 53,54 | 0,29 | 1,26 | 0,01 | 0,02 | 63,62 | 35,66 | 100 | 100 |
| DECESOS | 56,21 | 44,46 | 1,45 | 1,00 | 4,01 | 28,97 | 22,98 | 18,29 | 5,91 | 2,54 | 7,06 | 4,08 | 0,19 | 0,05 | 2,19 | 0,62 | 100 | 100 |
| MULTIRRIESGO HOGAR | 40,01 | 34,15 | 5,72 | 4,10 | 9,81 | 23,36 | 17,53 | 17,33 | 18,19 | 14,61 | 3,22 | 2,86 | 0,72 | 0,58 | 4,80 | 3,02 | 100 | 100 |
| MULTIRRIESGO COMERCIO | 28,59 | 48,04 | 36,88 | 4,04 | 5,72 | 8,65 | 9,45 | 12,57 | 17,20 | 23,70 | 1,98 | 2,87 | 0,04 | 0,03 | 0,14 | 0,10 | 100 | 100 |
| MULTIRRIESGO COMUNIDADES | 55,91 | 54,58 | 1,62 | 1,39 | 0,71 | 0,56 | 2,23 | 1,52 | 37,41 | 40,01 | 1,45 | 1,66 | 0,01 | 0,01 | 0,66 | 0,28 | 100 | 100 |
| MULTIRRIESGOS INDUSTRIALES | 49,29 | 19,80 | 1,66 | 0,70 | 3,62 | 1,77 | 10,15 | 6,40 | 34,03 | 65,25 | 1,18 | 6,07 | 0,02 | 0,00 | 0,04 | 0,02 | 100 | 100 |
| OTROS MULTIRRIESGOS | 49,96 | 28,89 | 2,01 | 0,92 | 0,11 | 0,85 | 3,63 | 9,81 | 39,35 | 54,66 | 3,15 | 3,79 | 0,64 | 0,70 | 1,15 | 0,39 | 100 | 100 |

## PUNTO ÚNICO DE INFORMACIÓN

**La DGSFP sigue contando con un Punto Único de Información en su web oficial (http://www.dgsfp.mineco.es/es/Distribuidores/PUI/Paginas/default.aspx), en el que se incluye la información procedente de su Registro Administrativo Especial de mediadores de seguros, corredores de seguros y de sus altos cargos, y la relativa a los mediadores de seguros y de reaseguros inscritos en los Registros que llevan las Comunidades Autónomas con competencias administrativas en control y supervisión de mediación de seguros y de reaseguros.**
**El principal objetivo de este Punto Único de Información, según el organismo supervisor, "es facilitar a los consumidores el acceso a los datos registrales del mediador que les oferta o intermedia un contrato, de manera que se pueda comprobar que se trata de un mediador supervisado y, por tanto, que cumple todas las garantías que exige la Ley para el ejercicio de esta actividad".**

**Corredores y corredurías han intermediado primas por valor de 12.295.599.111 euros, muy por encima de los 10.828.036.813 del ejercicio anterior**

| Volumen total de negocio | | |
|---|---|---|
| Nº aseguradoras | Nº corredores/sociedades | |
| | 2018 | 2019 |
| Tres aseguradoras o menos | 204 | 176 |
| Entre 4 y 6 aseguradoras | 443 | 422 |
| Entre 7 y 15 aseguradoras | 1.331 | 1.295 |
| Más de 15 aseguradoras | 1.195 | 1.217 |
| Nº Total de corredores/sociedades con actividad de cartera | 3.173 | 3.110 |

les para las corredurías alcanzaron los 189.730.802 euros y para los corredores 3.087.706 euros.

### MÁS CORREDORES QUE TRABAJAN CON MUCHAS ASEGURADORAS

Respecto de la distribución de la cartera de seguros intermediada por número de aseguradoras hay que distinguir entre volumen total de cartera y nueva producción. En cuanto al volumen total del negocio, siguen siendo gran mayoría los corredores y sociedades de correduría de seguros que trabajan con un número alto de compañías; en 2019 se ha incrementado un poco el porcentaje entre quienes operan con 7 o más entidades (un 80,77% frente al 79,61% de 2018). Un 13,57% tiene colocado su negocio entre 4 y 6 entidades, y un 5,66% trabajan con tres o menos compañías.

En la nueva producción, el 73,64 de los corredores y sociedades de correduría de seguros tienen puesto su negocio en 7 o más compañías (porcentaje ligeramente superior al 73,62% del ejercicio anterior), un 17,46% entre 4 y 6 aseguradoras, y un 8,91% trabajan con tres o menos entidades.

*Aitana Prieto*

ASISA **VOCACIÓN PYMES**

# Aseguramos la tranquilidad de tu empresa

Por eso, si eres pyme o autónomo, ponemos a tu disposición los seguros que mejor se adaptarán a ti y a tu empresa.

## ASISA **SALUD PYMES / SALUD PYMES PLUS**

**Todas las coberturas de Asisa para los empleados y los familiares del empresario.**

Tarifa única hasta los 64 años. Con la posibilidad de contratarlo con o sin copagos.

Desde
**38,90 €**
persona/mes*

Desde
**45,90 €**
persona/mes*

* Primas válidas para 2021 y para hombre o mujer de hasta 64 años. Las primas tendrán un incrementodel 5% en Barcelona, Baleares y Gerona.

TEATRO REAL
CERCA DE TI

**asisa.es/pymes**
**900 10 10 21**

asisa

# ¿Se puede dejar de pagar el IVA del '**AVISADOR**'?

Tras la entrada en vigor de la Ley de Distribución, la figura del 'avisador' está fuera de los distribuidores de seguros y, por lo tanto, su actividad no está exenta de IVA. Eso supone para el corredor un encarecimiento del 21% en la cadena de distribución. Para evitarlo, se propone llamarles 'captadores' y que realicen algunas actividades accesorias a la contratación del seguro.

A mediados de septiembre, el Instituto e-Learning del Seguro organizó una jornada sobre el 'Análisis de la problemática del IVA en el pago a los colaboradores externos ('avisadores') que quedan fuera de la Ley de Distribución de Seguros'. Una problemática que se ha suscitado a raíz de que el Real Decreto Ley 3/2020 de distribución de seguros (que entró en vigor en febrero del año pasado) dejara fuera del concepto de distribución de seguros a la figura del llamado 'avisador'. Una figura que -según Jorge Campos, director del Instituto e-Learning del seguro- "es muy conocida en el sector asegurador y que posiblemente supone el 75% de los colaboradores de los mediadores".

Para analizar la situación en la que se encuentran los distribuidores de seguros que utilizan esta figura, se contó con dos especialistas de Hogan Lovells: Pablo Muelas, socio del área de Seguros; y Javier Gazulla, socio del área Fiscal.

Según explicó Muelas, "el colaborador externo actualmente se regula por el artículo 137.1 del Real Decreto Ley 3/2020, en donde se señala que los mediadores podrán celebrar contratos mercantiles con colaboradores externos que realicen actividades de distribución por cuenta de esos mediadores. Aunque la actividad de estos colaboradores externos es la distribución, no tienen la condición de distribuidores de seguros".

Además de este cambio, Pablo Muelas apunta que "los colaboradores externos ahora sí podrán colaborar con otros colaboradores que no necesariamente sean de corredores distintos o alternativamente los colaboradores podrán serlo de distintos agentes de diferentes

**De izquierda a derecha, Jorge Campos, Javier Gazulla y Pablo Muelas.**

compañías de seguros (es decir, ya no tendrán que estar constreñidos a colaborar con los agentes de la misma aseguradora)".

**FUERA DE LA DISTRIBUCIÓN DE SEGUROS**

Aunque la figura del 'avisador' como tal, no se regula en ningún sitio, el artículo 129.3 del actual Real Decreto Ley indica que no se considera entidad de distribución el mero suministro de datos e información sobre tomadores potenciales a los mediadores de seguros o reaseguros o a las aseguradoras o reaseguradoras si no se efectúa ninguna actividad adicional para ayudar a celebrar un contrato de seguros o de reaseguros. Por lo tanto, los 'avisadores' dejan de tener la condición de colaborador externo en el nuevo Real Decreto.

**Según Tributos, como el 'avisador' queda fuera de la Ley de Mediación, los servicios que este presta también quedarían fuera de la exención del IVA**

Al quedar el 'avisador' fuera de los distribuidores de seguros, Jorge Campos apunta ciertas connotaciones favorables que conlleva este hecho como "que ya no tendrán que estar sujetos a inspecciones y supervisión de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP). Por tanto, tampoco están sujetos a unos requisitos de incompatibilidad. En cuanto a su formación, ya no hay una exigencia formativa para ellos. Eso significa que queda fuera del presupuesto de gasto de formación que tenga la correduría. Además, hay una exigencia desde el punto de vista del supervisor de tener una relación contractual, y no tenemos la necesidad de llevar el registro sobre ellos".

# CÓMO CONVERTIR AL 'AVISADOR' EN 'CAPTADOR'

**Desde el Instituto e-Learning del Seguro plantean a los mediadores realizar 6 modificaciones para no tener que pagar el 21% de IVA a ningún colaborador:**

1. **Aprovechar el momento para hacer una limpieza de la red de colaboradores que no sean efectivos y dejar de trabajar con los que no son rentables.**
2. **Cambiar el rol de los colaboradores, de manera que, además de captar (no hablar de presentar o avisar) clientes, efectúen realmente alguna acción adicional para ayudar a celebrar un contrato de seguro o de reaseguro.**
3. **Definir internamente su intervención y su papel en el proceso de celebración del contrato de seguro. Establecer las acciones concretas que deben realizar en la "captación de clientes".**
4. **Tener un contrato y que recoja este aspecto (trabajos adicionales que ayuden a la firma de la póliza) y que esté bien claro en su redactado.**
5. **Cambiar el concepto de la factura dejando constancia expresa de las "Acciones adicionales de captación de clientes y servicios auxiliares de ayuda a celebrar los contratos de seguros". Este es el concepto del servicio que está haciendo.**
6. **En formación, se les pasaría del Grupo C anterior, al nuevo Nivel 3. Deben hacer un curso puente de 100 horas, que podría ser menor en función del tipo de seguros en los que intervengan.**

**La figura del llamado 'avisador' supone el 75% de los colaboradores de los mediadores**

**EXENCIÓN DEL IVA**

La perspectiva fiscal la aportó Javier Gazulla, que dijo que "para aplicar la exención del IVA no es necesario que el prestador del servicio tenga que ser agente o corredor, a efectos regulatorios".

Para argumentarlo, analizó tres puntos principales que establece el Tribunal de Justicia europea, que posteriormente recoge la Dirección General de Tributos, en donde se indica la delimitación del alcance de la exención del IVA de los servicios prestados por colaboradores externos:

**1.–** La exención tiene un carácter objetivo. Es decir, no es relevante que el intermediario o prestador de servicio sea un agente o corredor o que su actividad esté regulada. Por lo tanto, hay que atender al contenido del servicio y no al carácter regulatorio.

**2.–** El prestador del servicio debe tener una relación con el asegurador y el asegurado. Esta relación puede ser indirecta, a través de un contrato con el corredor o el agente. Por lo tanto, es necesario que haya una relación contractual para que se esté exento del IVA.

**3.–** Se confirma que para beneficiarse de la exención del IVA, la actividad debe cubrir aspectos esenciales de la función del mediador de seguros cómo buscar o poner en relación al asegurador y al cliente o que se implique en la preparación de la celebración del contrato de seguro.

Por lo tanto, para la aplicación de la exención del IVA es necesario que haya una captación de cliente. Por eso, apunta Gazulla, "es necesario ver qué tipo de servicio está realizando el colaborador para ver si está exento o no de IVA. Para estar exento, tiene que cumplir acciones esenciales del mediador de seguros cómo es la captación de clientes o poner a los clientes en relación con el asegurador. Los servicios de back office pueden estar exentos de IVA, pero siempre que sean una actividad accesoria a la de captación de clientes y siempre que esos servicios de back office sean prestados por el mismo colaborador que haya captado al cliente".

Entre los servicios que estarían dentro de la exención del IVA se encuentran todos los servicios previos al contrato de seguros, como presentación, propuesta, etc. incluyendo la captación de clientes. Sin embargo, no se considera captación de clientes y, por lo tanto, no estaría dentro de esa exención del IVA, los servicios que sean meros suministro de datos o información sobre los posibles tomadores de seguros, siempre y cuando no se realice ninguna acción adicional para la ayuda de la firma del contrato.

"El tratamiento del siniestro, si el colaborador ha captado al cliente estaría dentro de la exención del IVA, pero si el colaborador no ha captado a ese cliente, no lo estaría", afirma Javier Gazulla.

**Hay que estar atentos a la evolución de la directiva del IVA para ver si se abre alguna posibilidad de recuperar ese coste de IVA**

## POSIBILIDADES PARA RECUPERAR EL COSTE DEL IVA

Según Tributos, como el 'avisador' queda fuera de la Ley de Mediación, los servicios que este presta también quedarían fuera de la exención del IVA. Por lo tanto, en todas las comisiones que pague el mediador al avisador tendrá que aplicar el 21% de IVA, que no será deducible para él. No obstante, Gazulla señala que "hay que estar atentos a la evolución de la directiva del IVA para ver si se abre alguna posibilidad de recuperar ese coste de IVA".

Una vez expuesta la situación en la que se encuentran los llamados 'avisadores', Jorge Campos propuso una solución para no abonar el IVA. "Si queremos evitar pagar el 21% de IVA, tendremos que empezar a usar el término 'captación de clientes' o 'captador de clientes' y dejar de usar el de 'avisador'. Tributos considera que el término captar ya supone una búsqueda de clientes". Además, este colaborador tendrá que realizar una serie de acciones adicionales a la celebración del contrato: la recogida de datos de los tomadores, entrega de la nota informativa al cliente, entrega de las condiciones generales al tomador, entrega del documento de información previa al tomador… "Realmente son acciones de back office pero que tienen que tener como objetivo ayudar a la celebración del contrato de seguros. Este cambio supone que estaría exento del IVA", apunta Campos.

# Seguros y Big Data, ¿qué podemos **APRENDER** de los datos?

**Héctor de la Huerta, responsable de Líneas Financieras y RC Profesional**
Berkley España

Establecer un sistema científico de tratamiento de datos permite a las organizaciones adelantarse a las necesidades de sus clientes, de manera que puedan optar, no solamente a retenerles, si no a captar a los mejores o a los más interesantes.

El sector asegurador hace años que ha adoptado la innovación tecnológica como uno de sus mantras para la mejora de la gestión de su cartera de clientes y, quizá una de las tecnologías que más importancia está teniendo al respecto de la gestión es el Big Data.

La cantidad de datos que el sector Seguros es capaz de recabar sobre un cliente provienen de diversas fuentes como formularios realizados a través de la web o redes sociales, acciones de telemarketing, campañas publicitarias, o incluso pueden llegar a través de lo que denominamos el Internet de las Cosas (IoT en sus siglas en inglés), que no es otra cosa que los datos recibidos a través de dispositivos móviles. Sin embargo, el volumen de datos conseguidos no será tan importante como lo es la forma en que se almacenen y, sobre todo, su tratamiento.

## LA MAGIA DEL ANÁLISIS PREDICTIVO

Establecer un sistema científico de tratamiento de datos, permitirá a los gestores resolver problemas complejos, realizar consultas y cruces de los mismos, de manera que se identifiquen patrones que permitan establecer un sistema de análisis predictivo. Esta forma de analizar los datos permite a las organizaciones adelantarse a las necesidades de sus clientes, de manera que puedan optar, no solamente a retener a sus clientes, si no a captar a los mejores o a los más interesantes, dependiendo de los ramos de seguros que tengan en su cartera de negocio.

El tratamiento predictivo de datos permitirá, tanto a las aseguradoras, como a los mediadores de seguros, interpretar los comportamientos de los clientes y conocerles en profundidad, lo que supone una de las principales ventajas de este sistema: la posibilidad de ofrecer ofertas personalizadas a cada uno de ellos y hacerlo además adelantándose incluso a esa necesidad. Esta oferta personalizada podrá redundar además en la reducción de costes para el cliente, ya que la póliza recogerá las coberturas necesarias para el asegurado. A la vez, esta optimización de coberturas y, por tanto, de precio, logrará la fidelización del cliente. La experiencia del consumidor mejora exponencialmente cuanto mejor uso se da de sus datos.

Por poner un ejemplo, vender una póliza de Responsabilidad Civil, dejará de ser algo mecánico si además de los principales datos del titular, conocemos su estado civil, el lugar donde

desarrolla su actividad, su patrimonio, la tipología de su profesión, el riesgo que entraña el sector en el que trabaja, etc.
Una ventaja más de este sistema es que podemos desarrollar nuevos productos, analizando las preferencias, estableciendo grupos de población por edades, actividades, etc., que reclamen coberturas específicas.

## GESTIÓN DEL RIESGO A TRAVÉS DE LOS DATOS

El estudio de los macrodatos en el sector seguros tiene como uno de sus principales beneficios la visión 360 grados que se obtiene de este análisis en cuanto al riesgo, es decir, un escenario predictivo de lo que puede ocurrir con cada cliente y las consecuencias que puede tener para la aseguradora. Adelantarse a los hechos, a través del establecimiento de patrones, puede reducir considerablemente la incursión en un riesgo desmedido, mitigando de esta forma, daños futuros.
Estas nuevas tecnologías y las nuevas formas de almacenar y analizar los datos, han hecho que la demanda de personal cualificado para ello, se dispare en los últimos años. Consultores informáticos, desarrolladores de software, personal especializado en venta, instalación y mantenimiento de hardware, son los perfiles más buscados por las empresas.

**El tratamiento predictivo de datos permitirá, tanto a aseguradoras como a mediadores de seguros, interpretar los comportamientos de los clientes y conocerlo en profundidad**

Es por eso que debemos destacar la importancia de contar con un buen seguro de RC Profesional que cubra todos los siniestros y reclamaciones a los que puedan verse expuestos estos profesionales, ya que la cuantía de estas puede alcanzar cifras astronómicas.
Algunos de los siniestros más comunes pueden ser: un error en el diseño del software que gestiona el tráfico y puede ocasionar accidentes personales y daños materiales; los daños a expedientes como el borrado accidental de la contabilidad de una empresa almacenada en un servidor de la consultora informática; un mantenimiento inadecuado del software que pueda paralizar la producción y la pérdida de beneficios.
En Berkley España contamos con 'Berkley Responsabilidad Civil Profesional Informática y Tecnología', un producto diseñado específicamente para los profesionales de este sector, con coberturas adaptadas a las necesidades y consecuencias reales, a las que se pueden ver expuestos si cometen un error durante el desarrollo de su profesión.

# ‘SAFE TRAVELS’, un concepto de vital importancia, hoy más que nunca

Carlos Nadal, director del Negocio Asegurador en Iris Global

Ahora más que nunca, ha cobrado relevancia la seguridad en todos los viajes que realizamos. Por eso, los seguros de Asistencia en Viaje de Iris Global incorporan una App que ayudan a controlar los riesgos a los que estamos expuestos cuando viajamos. Las empresas tienen “el deber de protección” respecto a sus empleados y nosotros, cuando nos movemos por ocio, también lo necesitamos.

Qué importante es sentirnos seguros en todos los ámbitos, especialmente en estos momentos donde los riesgos se han puesto de relieve de una forma muy clara y patente. Desde que estalló la emergencia sanitaria los riesgos derivados de la misma, en cualquier tipo de viaje, han supuesto un gran reto para el sector asegurador. Pero ya anteriormente los riesgos a consecuencia de turbulencias políticas y catástrofes de la naturaleza podían afectar de manera determinante al viajero de negocios o de ocio.

En esta línea, en Iris Global, impulsamos la seguridad global, y como especialistas de amplia trayectoria en seguros y asistencia en viajes, creemos que hemos de ayudar a generar un entorno de seguridad en el ámbito de los viajes de empresa y de turismo. ¿Y cómo denominar este concepto? *‘Safe Travels’* es nuestra apuesta.

Para impulsar ese entorno nos hemos aliado, como no puede ser de otro modo, con la tecnología. De la mano de una compañía internacional especialista en el desarrollo de aplicaciones, hemos diseñado una app que, a golpe de índice sobre la pantalla de nuestro teléfono móvil, nos aproxima a la experiencia de *safe travels*.

Se trata de una aplicación para nuestro seguro de Viaje que incorpora diversos servicios relacionados con la seguridad personal en los viajes, así como una amplia información médica necesaria para la seguridad integral del viajero.

Esta app cuenta con datos de más de 220 localizaciones alrededor del mundo. Incluye una descripción general del país, alertas e información de seguridad en el lugar de destino, orientaciones sobre qué hacer durante el viaje, contenidos culturales, así como información actualizada en torno a la evolución de la emergencia sanitaria y orientaciones médicas en sentido amplio, no solo del Covid19.

## INFORMACIÓN INMEDIATA

Conforme el asegurado cruza la frontera de un país, la aplicación envía una notificación con un mensaje de bienvenida que contiene un enlace a la información concreta de ese país. Igualmente, según el viajero cambie de ubicación, recibirá

notificaciones con información relativa a cada nueva localización, enviando también alertas en la medida que el usuario se aproxime a zonas de riesgo. Para alertas de alto nivel, la notificación será enviada por mensaje de texto.
Igualmente, respecto al cuidado de nuestra salud, la app dispone de una base de datos con afecciones médicas y medicamentos. Para cada afección médica, el contenido incorpora una descripción, una enumeración de los síntomas e indicaciones en cuanto a medidas de prevención. En el caso de los medicamentos, el contenido incluye descripción, efectos secundarios, interacciones significativas con otros medicamentos, contraindicaciones en caso de embarazo y denominaciones de marca en varios idiomas.
A través de la APP el viajero puede contactar directamente con los números de emergencia locales o con la central de asistencia de Iris Global.
Por último, la aplicación incluye opciones de eLearning, con 12 módulos de aprendizaje en formato vídeo sobre temas en torno a cómo prepararse para el destino, seguridad en el transporte, seguridad en el destino, seguridad cibernética, riesgos para la salud en los viajes, seguridad en concentraciones multitudinarias de personas, viajeras-viajeros LGTBIQ, terrorismo o ataque masivo de víctimas, robo de vehículos, ubicaciones de alto riesgo y concienciación sobre los riesgos de viaje.

**Safe Travels**

**Seguridad integral para los nuevos viajes.**

Los servicios de esta aplicación se ofrecen tanto en los productos para particulares como empresas, manteniendo las actuales primas.
En un seguro de Viaje siempre serán muy importantes las garantías que justifican su existencia: gastos médicos, repatriación sanitaria y del fallecido, equipajes, accidentes, responsabilidad civil etc. pero es necesario añadir nuevos servicios relacionados con la seguridad personal durante el viaje.
Y esto es lo que hemos hecho con la nueva app 'Safe Travels'.
Las empresas tienen "el deber de protección" respecto a sus empleados y nosotros, cuando viajamos por ocio, también lo necesitamos.
Esta es nuestra apuesta: la seguridad integral para los nuevos viajes.

# DKV Seguros, el partner de salud perfecto para tener nuevos clientes de **EMPRESAS**

**Jordi Rubio, responsable nacional de Red de Corredores DKV Seguros**

La salud es un bien preciado intangible muy deseado para todo el mundo. La pandemia mundial en la que aún estamos inmersos ha hecho que valoremos aún más los servicios de salud ágiles y de calidad. Por eso, muchas personas buscan, tener una póliza de Salud privada y esto hace que sea el momento de que los corredores aprovechen esta oportunidad de negocio.

En DKV son 'Activistas de la Salud' y trabajan para defender causas como el cuidado del medio ambiente, la inclusión de las personas con discapacidad, la alimentación saludable, la lucha contra la obesidad infantil y el bienestar de la mujer.

Esta aseguradora es la cuarta de salud española, una cuota de mercado de salud del 6,9, con 1,9 millones de clientes, más de 40.000 profesionales, 1.000 centros médicos, cuentan con 39 sucursales y tienen 4.169 mediadores de la red comercial.

## LOS SEGUROS DE SALUD DE DKV PERFECTO PARA LAS EMPRESAS

Cada vez más empresas deciden contratar un seguro colectivo de salud para sus trabajadores, ya que supone beneficios para la compañía y para sus empleados.

Algunos son que las personas estén sanas y motivas en el puesto de trabajo, fidelización y mejora del clima laboral, reducción de desplazamientos y ausencias, conciliación con la vida laboral y familiar o prevención de enfermedades de largo desarrollo.

DKV es la mejor opción para las empresas, ya que entre otras cosas: Somos expertos y ofrecen flexibilidad en las condiciones de contratación; ayudamos a las empresas a hacer negocio, detectando las oportunidades, arrancando con la activación, haciendo un seguimiento comercial continuado y ofreciendo apoyo adicional en la cotización y/o negociación; la salud digital va incluida en todas las pólizas colectivas; DKV ofrece un producto específico para pymes, con grandes ventajas como la no consideración de la siniestralidad en las subidas, la contratación hasta los 67 años o la póliza vitalicia hasta el año 3, entre muchas otras; somos una empresa responsable que ha ofrecido ayuda a todos los colectivos afectados por la crisis de la Covid-19.

Esta modalidad de seguro médico ofrece a los miembros de colectivos las máximas coberturas, tanto hospitalarias

como extrahospitalarias: medicina general y pediatría, todas las especialidades, medios de diagnóstico, hospitalización e intervenciones quirúrgicas, urgencias y asistencia sanitaria en el extranjero, entre otras.

Los seguros de Salud para empresas de DKV presentan unas primas especiales más económicas debido al volumen de personas que forman el colectivo.

## 'DKV GESTIONA', LA HERRAMIENTA A MEDIDA PARA LAS EMPRESAS

En DKV quieren ser el partner de Salud para las empresas y por eso han creado la herramienta 'DKV Gestiona' con la que las compañías tienen acceso a todas las pólizas en tiempo real permitiendo: Consultar y modificar los datos; hacer gestión documental; consultar coberturas y cuadro médico; gestión de la póliza: altas y bajas de asegurados, estado de gestiones, duplicados, justificantes…; informe de siniestralidad y comportamiento del colectivo; consulta de recibos y facturas; y formulario y contacto con la empresa.

**Cada vez más empresas deciden contratar un seguro colectivo de salud para sus trabajadores, ya que supone beneficios para la compañía y para sus empleados**

Además, este servicio se adapta a las necesidades de las empresas y ayuda a cuidar de los trabajadores.

La innovación, prioridad principal de los seguros DKV con la app 'Quiero cuidarme Más DKV' ofrece a los usuarios la posibilidad de ahorrar tiempo y desplazamientos realizando videoconsultas con especialistas en pediatría, dermatología, psicología, entre otros, además de poder contactar con un médico vía teléfono, chat o videollamada. Otras funcionalidades de esta app son el chequeador de síntomas; coach, que permite chatear con un profesional con el objetivo de incorporar y mantener hábitos saludables a la vida diaria; comadrona digital; consulta de cuadro médico; diario de salud, con una agenda personal para registrar las citas médicas y otras actividades de salud; receta electrónica o carpeta de salud para recibir y almacenar informes médicos o resultados.

Las coberturas, el servicio y la innovación constatan que DKV es el mejor partner de salud para las empresas.

# Ciber para proteger a pymes y autónomos

**Mapfre** ha desarrollado el seguro 'Ciber On' para autónomos y Pymes. Un producto destinado a proteger los negocios y empresas con una facturación de hasta 10 millones de euros.

'Ciber On' protege a la empresa de daños a los sistemas informáticos, interrupción del negocio, amenaza de extorsión cibernética, responsabilidad civil y cobertura de soporte tecnológico, 24 horas los 7 días de la semana, entre otros. El seguro incluye también servicios tecnológicos imprescindibles para recuperar la normalidad en la actividad.

Además, con el seguro 'Ciber On' se aporta el soporte tecnológico, el asesoramiento y los servicios necesarios para evitar brechas de seguridad, así como la cobertura de los gastos generados por la vulneración de la normativa de protección de datos: multas y sanciones, gastos derivados de la notificación por violación de la privacidad y gastos de restitución de imagen por sanciones de la Agencia de Protección de Datos.

Para disfrutar de la cobertura deseada es necesario disponer de un antivirus instalado.

# RC Profesional individual para abogados

**Aon** ha presentado un nuevo seguro de Responsabilidad Civil Profesional para abogados. Sus principales novedades son la posibilidad de contratar esta cobertura de forma individual y online, con límites de indemnización de hasta 1.500.000 euros y la opción de franquicias variables o incluso sin franquicias.

Además de cubrir las actividades propias de la profesión, reguladas por el Estatuto General de la Abogacía y otras normativas, se cubre la responsabilidad civil derivada de actividades habituales de muchos despachos y bufetes como la administración de fincas, la actuación como agente de la propiedad inmobiliaria, el asesoramiento fiscal, laboral, arbitral, jurídico, la mediación civil y mercantil, el asesoramiento en materia de protección de datos o la actividad como perito judicial.

Asimismo, ofrece coberturas complementarias como la responsabilidad civil de explotación, la responsabilidad civil patronal, la responsabilidad civil por daños a documentos y expedientes, la inhabilitación profesional, la infidelidad de empleados, la cobertura de protección de datos o la reclamación a contrarios.

La póliza se dirige tanto a abogados como a sociedades profesionales y su contratación individual se puede realizar de forma online.

# Nuevos seguros de Accidentes

**Plus Ultra Seguros** ha renovado su gama de seguros de Accidentes para que la póliza sea lo más personalizada posible: Accidentes individual, Accidentes colectivos y Accidentes convenio.

Los nuevos seguros incluyen coberturas y servicios comunes en todos los productos como: los gastos de asistencia sanitaria tras un accidente y los gastos no sanitarios derivados del mismo.
Además, en el seguro de Accidentes individual se han añadido garantías dirigidas a colectivos profesionales con inquietudes concretas, como los autónomos, entre las que destacan el reembolso de la cuota y las prestaciones económicas diarias cuando el asegurado se encuentra de baja por accidente o enfermedad. Asimismo, cuenta con dos modalidades: Accidentes, que permite limitar la cobertura a contratiempos laborales o ampliarlo a extraprofesionales, y seguros de Viajes, que garantiza la asistencia en cualquier ámbito geográfico.
En el seguro de Accidentes colectivos se han desarrollado once tipologías distintas con garantías específicas en función del vínculo común de los miembros del grupo: Profesionales, Empresas (no convenios), Viajes, Familiar, Educación, Ocio, Asociaciones y voluntariado, Asistencia a actos y Deportistas, SOVI (Seguro Obligatorio de Viajeros) y Ocupantes de vehículos,

El seguro de Accidentes convenio tiene dos modalidades: una para proteger los acuerdos sectoriales nacionales, autonómicos o provinciales, en función del convenio colectivo; y otra, para los de carácter privado.

# Unit linked de inversión socialmente responsable

**Mapfre** ha ampliado su línea de productos orientados al ahorro-inversión a medio y largo plazo con el lanzamiento de 'Multifondos Compromiso ESG'. Con él, los clientes pueden obtener interesantes rentabilidades a la vez que invierten en fondos con criterios ESG (Medioambientales, Sociales y de Buen Gobierno).

'Multifondos Compromiso ESG' es un unit linked, a prima única y periódica, en el que además se podrán realizar aportaciones adicionales.
El producto consta de una cesta de fondos, y contará con la posibilidad, a futuro, de disponer de distintas cestas, catalogadas por perfiles de riesgo o temáticas, todas ellas compuestas por fondos que cumplan con criterios ESG.
Los clientes que contraten este nuevo producto tienen la posibilidad de disponer del ahorro desde el efecto de la póliza, a través del rescate total o parcial. Además, proporciona una garantía adicional a su ahorro acumulado, para el caso de fallecimiento.

# Protección Digital para la familia

**Arag** ha creado 'Protección Digital' pensando en el ámbito familiar. Hace hincapié en la defensa legal de la vida digital, la protección de los datos personales, el acoso digital (ciberbullying) y el uso fraudulento de tarjetas de crédito, así como a la ciberseguridad y la asistencia informática.

'Arag Protección Digital' garantiza servicios de asistencia jurídica y extrajudicial, así como los gastos en que pueda incurrir el asegurado en caso de que deba afrontar un procedimiento judicial, administrativo, arbitral o de mediación derivado de la cobertura del seguro.
Las coberturas legales de este seguro abarcan cuestiones como la publicación de imágenes o videos sin previa autorización. Un problema frecuente puede darse cuando se solicita la modificación o eliminación de los datos personales previamente facilitados a una web o APP. En caso de no conseguirlo, Arag interpondrá en nombre del asegurado la reclamación ante la AEPD o su equivalente autonómico.
El producto incluye servicios de ciberseguridad como la ayuda en la instalación del control parental, que permite limitar el acceso a los contenidos en función de la edad de cada usuario.
También ofrece la asistencia relacionada con la recuperación de datos y la creación de copias de seguridad, la geolocalización y bloqueo de smartphones y ordenadores, el seguimiento y eliminación de información digital sensible y de la huella digital, y las alertas por filtración de datos y de información de cuentas de usuarios.

# Protege tus derechos y los de tu familia en Internet

## ARAG Protección Digital

- Ciberseguridad
- Teleasistencia informática
- Compras online
- Protección de datos
- Asistencia Jurídica telefónica y por videollamada

Para más información:
Consulta a tu mediador
93 485 89 05 - 91 599 82 87 | www.ARAG.es

# Los autónomos societarios no podrán compatibilizar la totalidad de la pensión con su actividad

Los autónomos societarios no podrán compatibilizar el 100% de la pensión con su actividad. Así lo dicta una sentencia del Tribunal Supremo, que diferencia a los autónomos societarios de los autónomos clásicos.

Según la sentencia, el régimen de jubilación es especial en el caso de los autónomos societarios porque los autónomos clásicos sí que pueden compatibilizar la pensión con su jubilación cuando al menos contraten un trabajador por cuenta ajena.

El Instituto Nacional de la Seguridad Social advierte de que, aunque el autónomo societario está dado de alta en el RETA, no puede cumplir con el requisito de contratar al menos a un trabajador porque lo hace la sociedad, que tiene personalidad jurídica.

# Trabajo y sindicatos aprueban que el salario mínimo suba 15 euros

El Salario Mínimo Interprofesional (SMI) ha subido 15 euros. El Ministerio de Trabajo y Economía Social y los responsables de CC.OO. y UGT han alcanzado un acuerdo para incrementar el Salario Mínimo Interprofesional este año.

La subida que se ha acordado supone un incremento del 1,6% que se aplica desde el 1 de septiembre. Se trata de la segunda subida desde el inicio de la legislatura. El objetivo de este incremento es que se produzca una progresiva revisión del SMI tanto en 2022 como en 2023 y que éste alcance el 60% del salario medio antes de fin de legislatura. El objetivo es que en el año 2023 el SMI sea de 1.049 euros.

Según ATA, la subida del salario mínimo interprofesional (SMI) supondrá para los trabajadores autónomos un aumento de entre 3 y 12 euros de la cuota mensual a la Seguridad Social. Esto supondrá un "sablazo" para los profesionales que trabajan por cuenta propia.

# Bruselas creará un Erasmus laboral para jóvenes desempleados

La presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, ha anunciado la creación de un nuevo programa juvenil llamado ALMA, un Erasmus laboral para quienes no tienen trabajo ni estudian. La iniciativa pretende "brindar una experiencia profesional temporal en otro Estado miembro".

El proyecto ALMA se suma a otras medidas que ya tiene la Unión Europea para combatir el desempleo entre las personas menores de 30 años, como Garantía Juvenil, dirigida a personas que no se encuentran en situación de estudiar o trabajar. Incluye un periodo de prácticas o la formación de aprendiz y garantiza que cada joven pueda recibir una oferta en un periodo de cuatro meses a partir de su inscripción.

# Las ayudas directas a empresas podrán usarse para cubrir pérdidas contables

El Gobierno finalmente aprobó, a mediados de septiembre en el Consejo de Ministros, un cambio en el decreto publicado en marzo, que contenía un paquete de 7.000 millones de euros de ayudas directas para empresas y autónomos golpeados por la pandemia, con el cual introduce de manera más clara que el dinero puede ser utilizado para cubrir pérdidas contables y no solo para el pago de deudas con proveedores.

Mediante esta modificación se introduce que "se puedan destinar estas ayudas a aquellas pérdidas que aparezcan contablemente", ha dicho este martes la ministra de Política Territorial y Portavoz del Gobierno, Isabel Rodríguez. Además, se podrá utilizar el dinero para el pago de deudas y costes fijos incurridos hasta el 30 de septiembre de 2021, ampliando así el plazo anterior en cuatro meses.

Desde el Ejecutivo han insistido en que con esta modificación "el concepto de costes fijos incurridos incluye las pérdidas contables generadas durante el período de cobertura. Así, los autónomos y empresas podrán destinar las ayudas a satisfacer deudas y realizar pagos a proveedores y otros acreedores, financieros y no financieros, así como a compensar los costes fijos incurridos, incluidas las pérdidas contables, siempre que se hayan generado en el plazo establecido".

De esta forma, el ministerio de Economía quiere desbloquear la situación en la que se encuentran actualmente estos fondos, de los que ni siquiera se han llegado a solicitar la mitad por parte de las empresas, según alerta UPTA (la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos).

# Pymes y autónomos podrán acceder al primer hub de fondos públicos

La CEOE y Bankinter han firmado un acuerdo para que sus clientes puedan acceder al primer hub completo de fondos públicos dirigidos a estos colectivos.

El servicio está disponible desde la página web de Bankinter y dentro de la plataforma digital CEOExEuropa se encuentra toda la información para poder acceder a las licitaciones y convocatorias con cargo a fondos públicos. En dicho portal también aparece información sobre los fondos europeos ordinarios, fondos Next Generation y presupuestos de las Administraciones Públicas.

Los usuarios que accedan a estas ayudas podrán contar con una bonificación del 54% respecto al precio estándar del servicio. Además, podrán disponer de toda la información actualizada sobre las más de 75.000 licitaciones de contratos y 18.000 convocatorias de subvenciones al año.

La herramienta que se ha puesto a disposición de las pymes y de los autónomos cuenta con un sistema de alertas vía correo electrónico en función de las características de cada empresa.

# Nace un plan de digitalización especializado en pymes y autónomos

Cosmomedia y Serdata han creado el primer Plan de Digitalización Especializado para Pymes y Autónomos. Está diseñado especialmente para empresas y profesionales con poco tiempo, que buscan mejorar su autonomía digital, de una forma flexible, adaptada a distintos niveles y que les ayude en las tareas habituales de su trabajo.

Con un programa de suscripción anual que supone menos de 20 euros al mes, el alumno puede acceder a todo un amplio listado de contenidos formativos, para adquirir habilidades digitales prácticas, que podrá aplicar desde el primer día.

Ya sea transformar un PDF en Word y darle formato, así como realizar búsquedas efectivas en Internet, conocer aspectos esenciales de ciberseguridad, redes sociales o teletrabajo, este plan aborda un aprendizaje con una aplicación práctica inmediata.

# 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**

# Mapfre tiene más de un millón de asegurados en Salud

**Mapfre ha superado el millón de asegurados en el ramo de Salud, que ha mantenido un crecimiento constante en los últimos años. En ese tiempo, la aseguradora ha incluido nuevos servicios y productos y ha apostado por la innovación, la digitalización y la mejora de la experiencia del cliente.**

Mapfre cuenta con una gama de seguros de salud amplia, desde los que permiten libre elección de facultativo, a través de la modalidad de reembolso, hasta los más asequibles, como 'Tú eliges', con acceso a los mejores especialistas médicos, pruebas diagnósticas y lo último en telemedicina.

Por otro lado, hay que comentar que Mapfre ocupa la sexta posición en el ranking de las compañías con mejor reputación de España, según el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco). La compañía, que consigue su mejor posición en la historia de este ranking, es, asimismo, la única aseguradora en el top 10 de esta clasificación. En concreto, ha mejorado dos posiciones respecto al ranking del año pasado, escalando hasta el puesto número 6, con un total de 7.705 puntos (271 puntos más que en 2020).

Por su parte, Antonio Huertas, presidente de Mapfre, se mantiene en el puesto número 11 de líderes mejor valorados, con un total de 5.580 puntos.

En otro orden de cosas, en los seis primeros meses del año, la aseguradora ha alcanzado un volumen de primas de 1.278 millones de euros en la Comunidad de Madrid, experimentando un crecimiento del 7%. Esta es la región que más volumen de negocio representa sobre el total de la aseguradora en España, con un 32%.

Desde la entidad se destaca el compromiso que tiene con los asegurados madrileños, algo que quedó especialmente patente cuando la borrasca Filomena azotó la región, causando grandes estragos. Solo en esta comunidad se declararon casi 34.000 siniestros, siendo Hogar el ramo que más expedientes ha registrado con más de 25.000. La valoración económica de los siniestros en Madrid supera los 49 millones de euros.

En toda España, la aseguradora ha contabilizado un total de 55.000 incidentes de clientes derivados de Filomena, que han generado más de 86.900 intervenciones en domicilios, locales comerciales, comunidades de propietarios, instalaciones industriales y vías públicas. En total, a fecha de cierre de agosto, Mapfre cifra el impacto de los siniestros de sus clientes en 83,8 millones de euros. Madrid y Castilla-La Mancha son las comunidades autónomas más afectadas por el paso de Filomena. Entre ambas suman un 79% de los siniestros y el 93% del importe total.

El refuerzo de la aseguradora en la comunidad de Madrid ha tenido reflejo en sus resultados, que han mejorado a pesar de la pandemia. La compañía cuenta ya con una

cuota de mercado del 18% en Madrid, donde tiene más de 1.350.000 clientes.

Por otro lado, Mapfre AM, la gestora de activos de la aseguradora, ha sido reconocida por parte de Capital Finance International (CFI) como la 'Mejor Gestora de Activos ASG (ESG, por sus siglas en inglés) de España'. El jurado de CFI reconoce el desarrollo de productos por parte de Mapfre AM, en los que se tiene en cuenta no sólo la rentabilidad financiera, sino también la rentabilidad social.

Por último, señalar que Mapfre lanza una app, B-Bites, de ahorro digital adaptado al estilo de vida del usuario, proponiéndole las opciones de ahorro que más le encajen.

En un principio, los usuarios podrán elegir entre cinco bites diferentes, Bbites, Lisa Bite, Curro Bite, Indiana Bite y Chas Bite, todos ellos con distintas estrategias de ahorro, pero se irán incluyendo más opciones progresivamente. Sea cual sea el objetivo (un viaje, un ordenador, cambiar de coche, una casa…), el usuario vinculará una tarjeta de crédito o débito y sus credenciales bancarias y B-Bites automatizará su ahorro cumpliendo con la nueva normativa PSD2. Pueden acceder a esta forma de ahorrar todos los usuarios, sean o no clientes de Mapfre, siempre que tengan una cuenta bancaria con tarjeta de débito o crédito asociada.

# Arag explica el papel del Consorcio en la indemnización por fenómenos naturales

**Arag ha explicado el papel del Consorcio de Compensación de Seguros y su papel en la indemnización por fenómenos naturales. Asimismo, ha insistido en que lo mejor para tramitar este tipo de siniestros es contar con una póliza de Defensa Jurídica y la ayuda de los mediadores.**

Desastres naturales como la erupción del volcán Cumbre Vieja en la isla de La Palma o fenómenos atmosféricos extremos como el temporal DANA son cada vez más habituales. Este tipo de fenómenos provocan siniestros a muchos particulares. Algunos de ellos estarán cubiertos por las aseguradoras, pero los más graves suelen estar excluidos de sus condiciones generales. Es en ese momento cuando existe la posibilidad de reclamar al Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) cuando ocurra alguno de los siguientes eventos garantizados:

- Fenómenos de la naturaleza: como los terremotos, maremotos, inundaciones extraordinarias, erupciones volcánicas, tempestad ciclónica atípica (con vientos extraordinarios con rachas superiores a 120 km/h y tornados) y caídas de meteoritos.
- Terrorismo.
- Actuaciones de las Fuerzas Armadas y Cuerpos de Seguridad.

Para poder cobrar esa indemnización, se ha de tener contratado previamente un seguro en cualquier aseguradora que incluya el bien dañado (la vivienda, por ejemplo). Evidentemente, la póliza debe estar en vigor en el momento de producirse los daños y el asegurado tiene que estar al corriente de pago. Por último, la póliza contratada debe excluir la cobertura de riesgos extraordinarios.

El mediador juega un papel muy importante en este aspecto, pues es el profesional que puede aclarar las dudas sobre coberturas y límites al asegurado.

# Santalucía implementa una solución de prevención de riesgo para agilizar la gestión de las pólizas

**Santalucía Seguros** ha seleccionado a Friss como solución de prevención de riesgo y detección de fraude. La implementación de la herramienta forma parte del plan de transformación de la compañía y tiene como objetivo mejorar el servicio al cliente.

Con los servicios y soluciones Friss, impulsados por IA avanzada, Santalucía incorpora una solución completa de extremo a extremo para combatir el fraude proporcionando un servicio de alta calidad al permitir a sus clientes acceder más rápido a la aceptación de pólizas y reducción de tiempos en el proceso de gestión de siniestros.

En otro orden de cosas, la entidad se ha consolidado en la quinta posición entre las aseguradoras españolas con mayor reputación y prestigio, según el ranking Merco. Además, como novedad, entra en la lista de las 100 mejores empresas españolas en el puesto 71.

Por último, señalar que Santalucía ha incorporado a Laia Prunera como nueva directora de Marketing y Eventos. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas con Programa MBA por Esade y con programa ejecutivo de negocios digitales por ISDI, cuenta con más de 18 años de experiencia vinculada al mundo del marketing estratégico y operativo.

# Gocleer asegurará las motos eléctricas de Velca

La insurtech **Gocleer** se ha aliado con **Velca**, de modo que todo el que adquiera una moto eléctrica de esta compañía contará con un año de seguro básico incluido. Los clientes de Velca podrán optar por planes con coberturas más completas a través de una contratación 100% digital.

Según los directivos de Velca y Gocleer, esta colaboración representará el punto de partida de una relación empresarial a largo plazo. La característica más diferencial de estas motos 100% eléctricas son sus baterías extraíbles, que el usuario puede cargar en casa o en la oficina. Velca ya ha vendido más de 250 motos eléctricas en 10 meses y cuenta con 15 puntos de venta.

Para adaptarse a las nuevas formas de movilidad en las ciudades, en julio de 2021 Gocleer añadió a su oferta de seguros de coches las coberturas de motos eléctricas, bicis y patinetes.

# Las soluciones para empresas y profesionales en los webinars para corredores de Hiscox

**Hiscox ha iniciado una nueva temporada de formaciones online de libre acceso, para transmitir conocimiento a sus corredores sobre los productos y servicios de la compañía y que puedan ofrecer un asesoramiento experto a sus clientes. Estos juebinars se celebran algunos jueves hasta mediados de diciembre.**

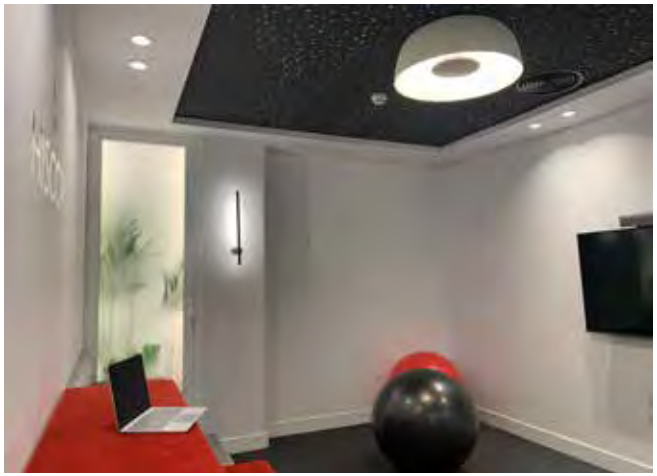
Las jornadas del Campus Hiscox estarán orientadas a profundizar en las 'Soluciones Aseguradoras para Empresas y Profesionales'. Esta nueva temporada comenzó el jueves 23 de septiembre con el webinar 'Hiscox CyberClear 360º', en donde se explicó las principales coberturas, características y exclusiones de la solución que ofrece la compañía. El jueves 30 de septiembre, fue el turno de la Responsabilidad Civil Profesional.

En el mes de octubre se realizan dos formaciones online más: el día 7, tuvo lugar el webinar 'Hiscox D&O', desarrollando sus principales características, coberturas y casos reales en los que estas pólizas han podido enfrentarse. Para la formación en Responsabilidad Civil General, el 14 de octubre, se conocerá todo sobre 'Hiscox Negocios RC General Empresas y Autónomos', incidiendo en las principales características del producto.

Además de las formaciones ya planificadas, la aseguradora tiene previsto organizar, antes de que acabe el año, varias sesiones de formación centradas en las tecnologías que ayudan a impulsar el intercambio de información entre correduría y aseguradoras.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha presentado su nuevo programa de satisfacción para su departamento de siniestros. Una vez finalizado el expediente, tanto los corredores como los asegurados de las pólizas de Hiscox,, recibirán una encuesta de satisfacción. En el caso de que el siniestro haya sido gestionado por un corredor tanto él como su cliente podrán participar en el programa.

Las encuestan han sido diseñadas para medir la satisfacción general pero también aspectos como la rapidez, procesos, transparencia, empatía, así como la



labor de agentes externos que hayan participado en la resolución como abogados, peritos y otros.

Por último, señalar que la aseguradora ha presentado el Decálogo para el Buen Directivo 2.0, para que los líderes de las empresas sean conscientes y estén preparados para hacer frente a los grandes retos, minimizando los riesgos de sufrir una demanda por una gestión negligente.

"Con la actualización de nuestro decálogo, pretendemos concienciar sobre los nuevos desafíos y prevenir los riesgos personales que puedan sobrevenir de posibles faltas", señala David Heras, director general de Hiscox Iberia. Para hacer frente a estos riesgos, la renovada 'Hiscox D&O', añade más de 10 nuevas coberturas con más de 20 extensiones de cobertura adicionales.

# Los seguros de Vida Riesgo facturan un 5,16% más en el primer semestre

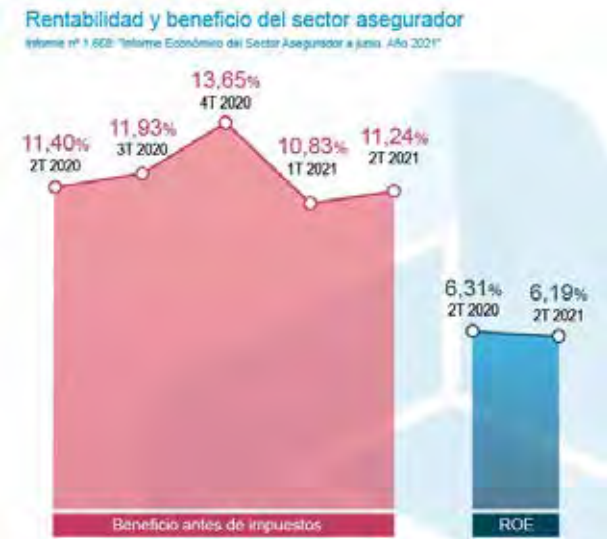
Las aseguradoras gestionaban 245.889 millones de euros de sus clientes a cierre del pasado junio. O lo que es lo mismo, un 0,75% más que un año atrás. El incremento del negocio es del 0,33% si se toma como punto de referencia el arranque de 2021. La conclusión es que el seguro logra mantener el ahorro a su cargo a pesar de la pandemia y de los tipos bajos de interés persistentes.

De la cantidad que manejan las entidades en nombre de sus clientes, 194.741 millones corresponden a productos de seguro. Es decir, un 0,74% más que hace 12 meses. Los restantes 51.148 millones constituyen el patrimonio de los planes de pensiones cuya gestión ha sido encomendada a aseguradoras.

Los seguros unit-linked registran un comportamiento más positivo en términos interanuales. Aumentan el patrimonio bajo gestión un 28,55%, hasta los 18.285 millones de euros. Les siguen los planes individuales de ahorro sistemático (Pias). Estas pólizas movían 14.602 millones al acabar junio y crecen un 3,27% de un ejercicio para otro. Mientras, el ahorro generado a través de la transformación de patrimonio en rentas vitalicias sube un 1,81% y se sitúa en 2.446 millones.

La paralización de la actividad económica por la pandemia del coronavirus y la situación prolongada de bajos tipos de interés se hacen sentir en otros epígrafes del negocio de Vida. Registran descensos los planes de previsión asegurados (-3,16%), los capitales diferidos (-2,79%), así como las rentas vitalicias y temporales (-1,82%). Los seguros individuales de ahorro a largo plazo (Sialp) se mantienen prácticamente estables (-0,60%) cuando se comparan los datos al cierre del primer semestre con los de un año atrás.

Los ingresos por primas del negocio de Vida riesgo se situaron en 2.875 millones de euros, un 5,16% más que un año atrás. Una actividad muy ligada a la compraventa de viviendas.




## El beneficio antes de impuestos del sector se sitúa en el 11,24% de las primas

En el primer semestre de 2021, el beneficio antes de impuestos sobre primas imputadas se situó en el 11,24%, 0,16% menos respecto al mismo periodo del año anterior, según Icea.

Por su parte, la rentabilidad sobre recursos propios (ROE) fue del 6,19%, 0,12% por debajo respecto al primer semestre de 2020.

En cuanto a la solvencia, el ratio de Solvencia (SCR) se situó en el 240,8%.

# El sector asegurador facilita apoyo psicológico al personal de centros sanitarios y de residencias

Los trabajadores de centros sanitarios, así como de residencias de mayores y de personas con discapacidad disponen de apoyo psicológico gratuito gracias al sector asegurador. Un grupo de 107 aseguradoras ha donado a la Fundación Salud y Persona 354.200 euros para poner en marcha una línea de atención telefónica para quienes han cuidado de todos durante la crisis sanitaria generada por la Covid-19.

Se estima que más de 4 millones de personas podrán beneficiarse de esta medida, que estará disponible tanto para los profesionales sociosanitarios como para sus familiares más próximos.

La Fundación Salud y Persona coordinará un servicio telefónico gratuito de apoyo y atención psicológica y emocional. La línea estará operativa 24 horas los 365 días del año. La atención será prestada por psicólogos clínicos titulados y con experiencia. El servicio es anónimo y confidencial. Las personas que hagan uso del mismo podrán realizar tantas llamadas como necesiten y de la duración que haga falta. El teléfono al que pueden llamar estos profesionales es el 900 293 162. El servicio estará vigente durante, al menos, un año.

Las personas que tendrán acceso al nuevo servicio de atención telefónica gratuita serán las mismas que figuraban en la póliza colectiva creada en 2020. Es decir, todo el personal que trabaje en centros hospitalarios públicos, hospitales de campaña dependientes de hospitales o de las comunidades autónomas; centros de salud y consultorios de atención primaria públicos; servicios públicos de urgencias y emergencias (112/061); hospitales y clínicas privadas, así como los servicios de urgencias y emergencias dependientes de estos. Igualmente, pueden acceder a la atención psicológica telefónica gratuita quienes prestan sus servicios en residencias de mayores o en residencias para personas con discapacidad intelectual, discapacidad física, parálisis cerebral o autismo, así como en residencias de salud mental, tanto públicas como privadas. Adicionalmente, pueden acceder a este servicio de atención psicológica telefónica gratuita los familiares más cercanos del personal anteriormente mencionado y de los trabajadores sociosanitarios que hayan fallecido a causa del coronavirus. En concreto, el servicio está abierto para los padres, los cónyuges o parejas, así como los hijos.

# Proyecto de *big data analytics* para que los corredores mejoren la retención de su cartera

Con el nombre de 'Protos', **AXA** y **E2K** han firmado un acuerdo para desarrollar un proyecto *big data analytics* con el objetivo de mejorar los niveles y resultados de retención de cartera en el canal de corredores de seguros.

En este primer proyecto en cooperación, 'Protos', los equipos de AXA y E2K trabajarán en estrecha colaboración para la obtención de conclusiones y resultados aplicables a la mejora de los índices de renovación de cartera y su implementación mediante funcionalidades específicas de conectividad a través de la plataforma tecnológica Ebroker.

"Es un primer gran paso para la cooperación entre aseguradoras y corredores en torno al poder del dato en beneficio del canal; y que mejor forma de comenzar a trabajar en ello que hacerlo en la mejora de los niveles de retención de cartera, uno de los principales activos empresarial del corredor de seguros", declaró Higinio Iglesias, consejero delegado de E2K en el acto de firma del acuerdo.

En otro orden de cosas, **Igualatorio Cantabria** y AXA estrenan una nueva identidad de marca conjunta con la campaña 'Juntos para asegurar tu salud'. Este lanzamiento llega después de que la aseguradora cerrara la compra del Grupo Igualatorio tras recibir el visto bueno de las autoridades regulatorias el pasado 6 de mayo.

# MGC Mutua nombra a Xavier Plana director general adjunto

**MGC Mutua** ha nombrado a Xavier Plana como director general adjunto. Desde su nuevo cargo se responsabilizará de la ejecución de los planes estratégicos, potenciar el área de innovación tecnológica, así como del proceso de expansión que está llevando la compañía en todo el territorio nacional.

Plana es actuario, licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales y Analista Financiero. Con larga trayectoria internacional, ha demostrado su capacidad de liderazgo en diversas empresas, entre ellas, la consultora internacional AV Group donde, desde su fundación, ha ejercido de CEO durante más de 10 años, y también como Managing Partner de la multinacional de Países Bajos Triple A - Risk Finance en España.

# La integración de Crédito y Caución con Atradius se consolida con un nuevo nombramiento

El Management Board de Atradius N.V. ha anunciado la incorporación de Carlos Muniesa a Atradius Leadership Team (ALT) como director de Estrategia y Desarrollo Corporativo.

Carlos Muniesa se incorporó a **Crédito y Caución** en 1990 tras finalizar sus estudios de Derecho. En sus más de 30 años de experiencia ha pasado por la mayoría de las funciones directamente relacionadas con el negocio, incluyendo la suscripción de riesgos, comercial, siniestros, recobros, legal, mejora de procesos y calidad, aunque principalmente ha estado involucrado en el desarrollo de productos y la suscripción de pólizas, tanto en Crédito como en Caución. En 2010, fue nombrado miembro del Comité de Dirección de Crédito y Caución, como director de Negocio y Estrategia Corporativa, con responsabilidad sobre los mercados de España, Portugal y Brasil, función que desarrollaba hasta su integración en el equipo directivo de Atradius a nivel mundial.

David Ruiz sustituye a Carlos Muniesa al frente de la Dirección de Negocio de Crédito y Caución, pero el área de Estrategia Corporativa de la compañía queda incorporada a Atradius. Licenciado en Derecho y Economía por la Universidad San Pablo CEU y MBA por el IE Business School, David Ruiz se incorporó al área de Recobros de la compañía en 2014, de la que era su actual responsable.

La aseguradora también ha nombrado a Francisco Castrillo como nuevo director de Desarrollo Comercial. Desde esta nueva posición, quedan bajo su responsabilidad las áreas de Gestión y Planificación Comercial, Relación con Corredores y Brokers, Innovación y Servicios de Valor Añadido y Corporativa Grandes Cuentas. Se refuerza de este modo la Dirección Comercial tras la reciente integración de Marta Nodal, hasta entonces directora Comercial de Crédito y Caución, en el equipo directivo de Atradius como Regional Director en España, Portugal y Brasil.

Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad San Pablo CEU, Francisco Castrillo se incorporó a la compañía en 1999 iniciando su trayectoria en Riesgos. Ya en la Dirección Comercial, ha sido director de las Sucursales de Bilbao y de Madrid y, hasta la actualidad, responsable del área Gestión y Planificación Comercial.

# Gecose presenta su plataforma de crecimiento de negocio a los mediadores barceloneses

**Gecose Software** ha dado a conocer las principales características de su nueva plataforma fast360 en un webinar organizado por el **Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona**.

Joan Benet, CEO de Gecose, afirma que fast360 es "una plataforma web especializada que incorpora las herramientas y los recursos necesarios para garantizar el crecimiento del negocio".

En el webinar se presentaron los aspectos más relevantes de fast360. Desde la seguridad, a la estabilidad y robustez, pasando por el uso de tecnología de última generación, la apuesta por la nube, y la capacidad de adaptación a diferentes modelos y tamaños de negocio, entre otros aspectos que definen a esta plataforma. La demostración ha servido para destacar el enfoque claramente comercial de esta solución, que permite identificar a los clientes a partir de sus riesgos tanto si están cubiertos como si no lo están.

# Los mediadores, el canal de distribución que más creció en 2020

Durante el año 2020, los agentes y corredores han intermediado el 48% del negocio y los operadores de bancaseguros el 33%, según datos de **ICEA**.

En la distribución de las nuevas ventas, juegan un papel importante los operadores de bancaseguros, con el 53% del total de primas, seguido de agentes y corredores con un 36% de las primas totales del nuevo negocio.

El negocio de Vida y No Vida se mantiene estable en cuanto a su comercialización a través de los diferentes canales de distribución. En Vida, el 62% del negocio esta intermediado por los operadores de bancaseguros, si bien en los últimos años adquieren mayor relevancia los agentes y corredores. En el total de No Vida se aprecia un crecimiento en la cuota de mercado de agentes y corredores, aunque se viene observando un descenso de este canal desde el año 2000.

# Fiatc incluye nuevas coberturas en Salud

**Fiatc** ha reforzado su gama de seguros de Salud 'Medifiatc' con nuevas coberturas como: pruebas de antígenos y rehabilitación respiratoria post-covid; prueba de esfuerzo específica para la práctica del deporte; planes de nutrición con seguimiento personalizado vía App con el servicio Nootric.; y refuerzo de los servicios de psicología.

El seguro destaca por ofrecer primas altamente competitivas, a partir de una fórmula de copagos reducidos y hasta tres servicios al año por asegurado exentos de copago, además de facilidades en la contratación.

Para reforzar la labor comercial de los mediadores que colaboran con la entidad, Fiatc ofrece a las personas que contraten sus seguros de Salud antes del 14 de febrero de 2022 un obsequio a elegir entre 2 meses gratis o un estudio molecular de Made of Genes.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha incorporado la opción de pago con Bizum en el abono de recibos online, además del pago con tarjeta, que ya ofrecía.

Por último, señalar que la entidad ha iniciado su campaña de ahorro para final de año con la promoción de su plan de previsión asegurado con una rentabilidad del 2% técnico garantizado hasta el 31 de marzo de 2022. La campaña se complementa con tarjetas regalo de Amazon, Corte Inglés o Repsol a elegir, por distintos importes en función del traspaso o aportación que realice el cliente antes del 31 de diciembre.

# Generali, reconocida en el ranking anual All-Europe Executive Team

**Generali** ha sido reconocida entre las compañías del sector asegurador en el ranking anual All-Europe Executive Team de Institutional Investor, la revista especializada y empresa de investigación independiente en el ámbito de las finanzas internacionales.

Institutional Investor ha premiado al Group CEO de Generali, Philippe Donnet, que ha obtenido el segundo puesto en la categoría de 'Mejor consejero delegado'. El Group Chief Financial Officer de Generali, Cristiano Borean, y la directora de Relaciones con los Inversores y las Agencias de Calificación, Giulia Raffo, ocuparon los primeros puestos en las categorías de 'Mejor director financiero' y 'Mejores profesionales de relaciones con los inversores', respectivamente.

# Grupo DAS presenta su programa de aceleración de ámbito legal del sector asegurador

La revolución del legaltech está por llegar, ya que en la actualidad el sector legal es uno de los que más posibilidades presenta, y España tiene grandes probabilidades de convertirse en referente mundial del legaltech. Esta es una de las principales conclusiones de la mesa redonda celebrada en la presentación oficial del DAS Innovation Lab, el programa de aceleración de Grupo DAS que nace para impulsar la transformación del sector legal.

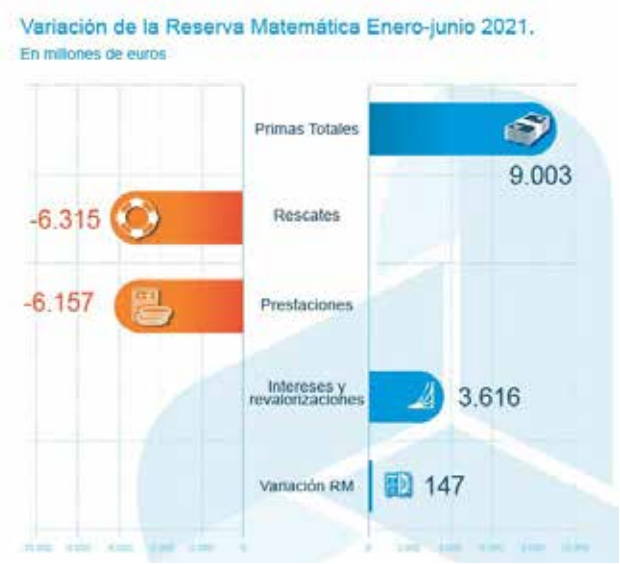
El evento dio comienzo con la presentación del programa de aceleración por parte de sus responsables donde explicaron las características de este y destacaron el alto perfil de los mentores con los que cuenta el programa. A continuación, tuvo lugar una mesa redonda moderada por Jordi Rivera, CEO de Grupo DAS, y en las que cuatro ponentes referentes del ecosistema emprendedor ofrecieron sus puntos de vista sobre las tecnologías disruptivas en el sector legal, el futuro de éste y la importancia de ecosistemas de innovación abierta en el mercado español.

Rivera planteó a los ponentes que dieran algún consejo a las personas que actualmente se están planteando emprender. La conclusión fue unánime: "es básico tener compañeros de viaje adecuados. Deben poner atención en la comunicación, que difundan sus ideas en todos los foros posibles y sepan escuchar. Ahora es un buen momento para emprender, con mucho *mentoring* y capacidad de inversión, no hay que tener reparos en explicar una idea a diferentes actores del sector y así testear si el modelo de negocio que se plantea da respuesta a una necesidad real".

# Laura Ráez refuerza el área de Responsabilidad Civil de QBE

El pasado 6 de septiembre, Laura Ráez se incorporó a QBE como suscriptora de Responsabilidad Civil General y Profesional.

Licenciada en Derecho y Ciencias Empresariales por la Universidad San Pablo CEU, comenzó desarrollando su carrera profesional en diferentes departamentos de AON y Marsh. Su camino en el sector asegurador continuó en Segurcaixa, como suscriptora senior, donde se especializó en la suscripción de grandes riesgos tanto de clientes privados como públicos, siendo especialista en Responsabilidad Civil de Administraciones Públicas y Ciberriesgos.




# Las reservas matemáticas en Vida alcanzan los 194.741 millones

A 30 de junio de 2021, la reserva matemática de los seguros de ahorro era de 194.741 millones, ha aumentado en 147 millones respecto al año anterior, según datos de Icea.

Esta subida se debió en su totalidad a los seguros vinculados a activos, que crecieron 2.269 millones, mientras que los seguros con garantía de interés disminuyeron 2.122.

# Agroseguro indemniza con 6,3 millones a productores de tomate en Extremadura

Agroseguro ha abonado 6,3 millones de euros a los productores asegurados de tomate de Extremadura para compensar los daños de la última cosecha, que se estiman en 8,2 millones de euros en total. El resto de los pagos se completarán una vez se cierren las tasaciones definitivas de los siniestros más recientes.

Los horticultores de Badajoz –principal zona productora de tomate en la región- registran 7,6 millones en daños. Los principales riesgos han sido las lluvias (3,8 millones en daños) y el pedrisco (3,4 millones). En el caso de los productores de Cáceres, las indemnizaciones se sitúan en 0,6 millones de euros. La superficie afectada total en Extremadura supera las 10.000 hectáreas, en su mayoría por las trombas de agua y pedrisco sufridas durante la segunda semana de junio.

En 2021, Extremadura acumula una estimación global de indemnizaciones de 35,1 millones de euros, en su mayoría por daños por pedrisco, lluvias y heladas. Por cultivo, destacan los 9,5 millones para fruticultores (4,3 millones ya abonados), 5,1 millones para viticultores y 4,3 millones en líneas de seguros pecuarios. En el caso de la cereza, las indemnizaciones pagadas durante julio y agosto han alcanzado los 2 millones de euros.

Por otro lado, las indemnizaciones abonadas por Agroseguro a productores asegurados de fruta (albaricoque, ciruela, manzana de mesa y de sidra, melocotón, nectarina, paraguayo, platerina y pera) por los siniestros ocurridos durante el verano alcanzan los 65 millones de euros, tras un abono de 19,5 millones tramitado en agosto y un nuevo pago de 7,6 millones a primeros de septiembre. Con estas cifras, la entidad ha transferido el 45% de la previsión total de indemnizaciones de la última campaña de fruta, que asciende a 144,4 millones de euros, un 8,8% más que en la pasada cosecha. Del total de estas indemnizaciones, 54,9 millones de euros corresponden a daños ocasionados por las heladas, y otros 49 millones a tormentas de pedrisco.

# Codeoscopic lanza dos cursos sobre gestión de corredurías

**Codeoscopic** ha lanzado los cursos 'Te-sis Conectividad' y 'Te-Sis Procesos', enfocados a conseguir una mayor eficiencia en la gestión de las corredurías por medio de la conectividad y la creación de procesos automatizados.

Estas formaciones están orientadas a administradores y gerentes de las corredurías, para potenciar una gestión planificada y automatizada, y completan la oferta formativa de la Codeoscopic Academy alrededor del ERP para corredurías.

El curso Te-sis Conectividad muestra cómo establecer una comunicación bidireccional de datos entre el ERP y las aseguradoras. Por su parte, el curso Te-sis Procesos analiza todas las operaciones recurrentes que se llevan a cabo en la correduría y explica cómo automatizarlas.

Por otra parte, ha creado, bajo el nombre de Canal de Tecnología by Codeoscopic, un canal de formación especializado en contenidos formativos sobre tecnología para mediadores y aseguradoras dentro del **Instituto e-Learning del Seguro.**

# Seguros Bilbao lanza un servicio para aumentar la protección en la carretera

**Seguros Bilbao** ha lanzado un nuevo servicio denominado Emergencia e-car que proporciona mayor seguridad en la carretera y más protección para las personas que se desplazan en coche. Entre sus prestaciones destaca el sistema de llamada automática al servicio de emergencias tras una colisión, denominado eCall.

El eCall permite reducir los tiempos de respuesta para prestar ayuda, cobrando especial importancia en aquellas situaciones en las que el conductor y sus acompañantes se encuentran inconscientes. Otra de sus prestaciones es Car-Finder, para, a través de la app, consultar la ubicación exacta del vehículo. Es una función muy útil en caso de robo, ya que permite hacer seguimiento en tiempo real. O bien, facilita localizar el coche si no se recuerda dónde está aparcado.

Seguros Bilbao ha puesto en marcha una campaña con la que regala 1.500 dispositivos a aquellos clientes que contraten o renueven su póliza de Automóviles.

# Caser Asesores Financieros lanza una gama de fondos con diferentes perfiles de riesgo

**Caser Asesores Financieros** ha lanzado Fondo Selección, un fondo de fondos con tres compartimentos, Caser AV 20, 60 y 80, con diferentes perfiles de riesgo, que apuestan por la gestión activa y flexible con el objetivo de obtener rentabilidades positivas a medio plazo.

Caser Valores e Inversiones AV será el asesor de inversión de esta nueva gama de fondos, mientras que Inversis Gestión es la gestora del fondo.

Fondo Selección/Caser AV 20, es un fondo de renta fija mixta internacional que, con un objetivo de volatilidad inferior al 5% anual, puede contar con un 20% de su exposición total en renta variable. Se trata del compartimento más conservador. Por su parte, Fondo Selección/Caser 60, pertenece a la categoría de renta variable mixta internacional y cuenta con un objetivo de volatilidad inferior al 15% anual y su política de inversión prevé una exposición en renta variable de entre el 40% y el 60%. Por su parte, Fondo Selección/Caser AV 80, diseñado para los perfiles de riesgo más elevados, pertenece a la categoría de renta variable internacional, contará con una exposición en renta variable que oscila entre el 60% y el 80%, con un objetivo de volatilidad inferior al 25% anual. Tiene una comisión de gestión para las participaciones para minoristas que oscila entre el 0,9% y 1,55%.

# Virginia Galdeano, nueva gerente de Recursos Humanos de AXA XL

**AXA XL** ha anunciado el nombramiento de Virginia Galdeano como Human Resources Manager, Spain & Portugal, con sede en Madrid. Será responsable, junto con el Comité de Dirección local, de continuar con la implementación de la estrategia local, dando continuidad a la transformación cultural de la compañía basada en el desarrollo de las capacidades de liderazgo, bajo un enfoque ágil, y definiendo una estrategia de Gestión de Talento enfocada a la inclusión y a la diversidad.

Licenciada en Psicología por la Universidad de Deusto y con más de 20 años de experiencia, tras su paso por PwC, Deloitte o MetLife, en su trayectoria más reciente, Galdeano ha desarrollado una amplia experiencia en transformación cultural y desarrollo de talento.

# Allianz prepara el último trimestre de la mano de sus mediadores

**Allianz Seguros** ha mantenido encuentros virtuales con más de 200 corredores y asociaciones para establecer las bases y objetivos para el último trimestre e intensificar el apoyo y respaldo de la compañía a su red de mediación. Al encuentro asistieron José Luis Ferré, consejero delegado, y Francisco García Vegas, director general Comercial.

Además, se entró en detalle de la estrategia de Automóviles y Particulares de la mano del subdirector general Jaime de Argüelles, quien destacó el nuevo producto de Autos y la importancia de potenciarlo, ya que aúna amplias coberturas, adaptables a la necesidad del cliente, incorporando además la cobertura de Responsabilidad Civil para bicicletas y patinetes eléctricos. Por su parte, Agustín de la Cuerda, subdirector general de Empresas y Reaseguro, puso de relevancia el impulso que se está dando y se dará a la propuesta para clientes MidCorp. Además, Susana Mendia, subdirectora general de Vida y Asset Management, expuso la amplia oferta para la mediación, "de cara a convertirnos en un actor de relevancia en la gestión de los ahorros de los españoles".

García Vegas expuso las líneas de acción previstas para esta última parte del año y ahondó en la intención de la compañía de respaldar, apoyar y facilitar más la gestión y la labor de agentes y corredores. En esa misma línea ahondó Ferré: "Queremos seguir creciendo con la mejor mediación del mercado, potenciando su digitalización para seguir siendo referentes para ellos y para los clientes".

En otro orden de cosas, Allianz ha estrenado una campaña para acercar al gran público las inversiones financieras que, hasta el momento, parecían reservadas a expertos y grandes inversores.

# Beazley, nuevo asociado del Barcelona Health Hub

**Beazley España** y **Barcelona Health Hub** han firmado un acuerdo de colaboración por el que la aseguradora se convierte en un nuevo asociado del mayor Hub de salud digital de España. El objetivo es colaborar con la institución en el proceso de gestión y prevención de riesgos en el sector de la telemedicina.

El acuerdo de colaboración permitirá a Beazley convertirse en contacto de referencia para las diferentes startups y compañías que forman parte del hub de múltiples áreas: *wearables*, telemedicina, *wellness*, monitorización remota, etc. Empresas que en algún momento necesitarán conocer sus riesgos y asegurarlos.

# Massimo Reale, nuevo director general en España de Solunion

**Solunion** ha incorporado a Massimo Reale como director general de la compañía en España, a partir del próximo 1 de noviembre de 2021.

Massimo Reale se incorporó al equipo de riesgos de Euler Hermes Italia en 2001. Después de ocupar distintas posiciones de responsabilidad en la compañía, en 2015 asumió el puesto de director de Inteligencia de Crédito y miembro del Consejo de Administración de Euler Hermes Italia. En el año 2017 fue nombrado director de MMCD (Market Management, Commercial and Distribution), responsabilidad que ocupó hasta su nombramiento como director de MMCD en la región MMEA de Euler Hermes en abril de 2021.

Reale es licenciado en Administración de Empresas por la Universidad de Bari y máster en Finanzas Corporativas por la Universidad de Perugia.

**Cesce** ha participado, un año más, en Conxemar, la Feria Internacional de Productos del Mar Congelados, que se celebró el 5, 6 y 7 de octubre de 2021 en Vigo. En él presentó su catálogo de productos especializados en la gestión de riesgos comerciales y especialmente útiles para cubrir las necesidades de las empresas del sector pesquero.

# Cesce presenta su cobertura de riesgos comerciales y expertise en el sector pesquero

Para evitar situaciones de impago y ayudar a esas empresas a consolidar su posición competitiva, sin desatender sus obligaciones financieras, la aseguradora (especializada en seguro de Crédito) ofrece soluciones como 'Cesce Master Oro', con expertise en el sector pesquero.

Para empresas con ventas a crédito asegurables hasta 5 millones de euros, la aseguradora también comercializa 'Cesce Fácil', una póliza dirigida a pymes. Esta modalidad de seguro se contrata online, cubre operaciones tanto en el mercado nacional como en el de la exportación, ahorra costes administrativos, ofrece tarifa plana para los gastos de análisis de clientes y es más ágil que las opciones de seguro de Crédito tradicionales. Una solución contra el impago rápida, transparente y fácil de utilizar.

La agencia de calificación internacional A.M. Best ha confirmado el rating de fortaleza financiera A (Excelente) de Solunion y su calificación crediticia de emisor a largo plazo de 'A' (Excelente), ambos con perspectiva estable.

## Solunion obtiene un rating excelente A con perspectiva estable

Esta ratificación del rating constata de nuevo la fortaleza y la solidez del balance de Solunion, que A.M. Best califica de "muy sólido" y destaca su "adecuado desempeño operativo y su correcta gestión del riesgo empresarial".

## Multirriesgos sube 5,9% en el primer semestre

Los seguros Multirriesgos facturaron a junio de 2021 un volumen de primas de 4.226 millones de euros, lo que supuso un incremento anual del 5,9%, mientras que las pólizas crecieron el 2,3%.

Los seguros de Industrial, con un 11,5% de crecimiento en primas, y los de Hogar, con un 5,2%, fueron los que más crecieron, tal y como informa ICEA.

En cuanto a la siniestralidad, la modalidad de Industrial es la que arroja una tasa siniestral más elevada, con un 90,1%.

## Previsora General mejora la experiencia del usuario de su web

Previsora General ha puesto a disposición de mutualistas, mediadores y público en general una nueva home centrada en ofrecer la mejor experiencia de usuario. A partir de ahora, el visitante podrá conocer los beneficios de formar parte de una mutualidad y calcular el precio del seguro de Salud en un solo clic.

La *home* de Previsora General se actualizará constantemente para informar de las diferentes campañas aseguradoras que se pongan en marcha, así como de las novedades que se incluyan en las pólizas comercializadas.

Los mediadores y mutualistas continuarán accediendo a sus áreas privadas como hasta ahora; mientras tanto, la entidad está trabajando para ofrecer contenidos más completos y una navegación más fácil e intuitiva.

# Iris Global y Gebta impulsarán los seguros en los viajes de negocios

**Iris Global, marca de asistencia, y Gebta (Guild of European Business Travel Agents), asociación que agrupa a las principales compañías de gestión de viajes y profesionales de la industria de los viajes y reuniones de empresa, han alcanzado un acuerdo de colaboración para impulsar los seguros de Asistencia en los Viajes que realizan los empleados y directivos de empresas.**

Se prevé que la recuperación del *business travel* será lenta. Aunque los pronósticos apuntan a ritmos de crecimiento superiores al 50% en los próximos años, la previsión es que no recupere niveles pre-covid hasta 2025, según informes de la propia Gebta y otros estudios sectoriales como el de la consultora Braintrust.

En este sentido, tanto para Iris Global como para Gebta, un seguro de Viaje adecuado al nuevo escenario de la emergencia sanitaria e inestabilidad en el ámbito internacional es clave para acelerar la recuperación del sector.

Carlos Nadal, director del Negocio Asegurador en Iris Global, considera que "el seguro debe reorientarse a los cambios en las prioridades de empresas y viajeros que, ahora, se preocupan más por que el seguro cubra la posible cancelación del viaje por haber dado positivo en los días previos al inicio del mismo, así como la mejor asistencia en destino en caso de contraer la enfermedad".

En esta línea, Iris Global ha incorporado nuevos servicios de seguridad y médicos en una nueva app que ayuda de forma decisiva a la empresa a cumplir el '*duty of care*' "que cualquier compañía tiene con sus empleados que viajan", destaca Nadal.

# Santalucía y Active Seguros se unen al Instituto e-Learning del Seguro

**Santalucía Vida y Pensiones y Active Seguros han decidido utilizar e-Learning del Seguro para su formación.**

Santalucía ha creado, bajo el nombre de 'Canal de Vida y Accidentes', un canal de formación especializado. Integran este canal cuatro nuevos cursos: el seguro de Vida (3,5 horas), clasificación de los seguros de Vida (3,5 horas), el seguro de Accidentes (3 horas) y fiscalidad de los seguros de Vida y Accidentes (3 horas).

Por su parte, Active Seguros se ha integrado para dar la formación de todos sus empleados y su red de colaboradores externos.

# Jaime Ocaña se incorpora al área de Suscripción de Seguros Personales de Markel

Jaime Ocaña se ha incorporado como suscriptor senior al equipo de Markel España, para fortalecer el área de suscripción de seguros personales.

Ocaña estará enfocado en el desarrollo de las líneas de accidentes, asistencia en viaje y expatriados, así como del control de la rentabilidad y de los sistemas de cotización. Es licenciado en Ciencias Actuariales y Financieras y diplomado en Ciencias Empresariales. Anteriormente ha trabajado en compañías como Mapfre y Generali.

En otro orden de cosas, Markel ha impartido una jornada de formación online en el Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona, en la que se abordaron los riesgos de Responsabilidad Civil y la garantía de riesgos cibernéticos.

En ella se dio a conocer las nuevas necesidades, relacionadas con las obligaciones de la protección de datos y los riesgos cibernéticos, que están surgiendo a los clientes, así como de la propuesta de Markel España para que los mediadores pueden disponer de una oferta innovadora y competitiva para ofrecer soluciones y aprovechar estas nuevas oportunidades de negocio.

# Ayax mejora su seguro de protección de franquicias rent a car

Ayax ha vuelto a incorporar a su cartera de productos el seguro de protección de franquicias rent a car con coberturas y modalidades mejoradas y adaptadas a las nuevas necesidades del mercado actual.

'Ayax Excess Protection' garantiza el reembolso de la cantidad retenida al asegurado por la compañía de alquiler por los gastos de la reparación de los posibles daños materiales que puedan ser causados al vehículo: Daños por accidente; Robo del vehículo alquilado; Rotura de parabrisas/ventana trasera; Rotura de cristales; Fallo en batería; Neumáticos/llantas; Daños en el techo; Cárter roto; y pérdida de llaves.

Disponible tanto para turismos como furgonetas, 'Ayax Excess Protection' ofrece diferentes modalidades de contratación, desde horas (*carsharing*), hasta un año, con la posibilidad de configurarlo a medida en función de las necesidades de cada cliente.

# Apromes participa en Les Journées du Courtage

**Apromes** ha estado presente en la vigésima sesión de Les Journées du Courtage en París. Este año, más de 10 000 personas asistieron a los debates y se encontraron con más de 180 expositores del mundo del seguro dedicados al mercado del corredor.

Las perspectivas económicas y la salida de la situación de pandemia aportaron un toque de optimismo que se reflejaba en la asistencia multitudinaria y la multiplicidad de oportunidades que se discutían en los corredores del salón.
En otro orden de cosas, el 30 de septiembre Apromes ha iniciado la formación de Nivel 1, adecuada a la Resolución de Formación de fecha 3 de junio de 2021 de la DGSFP. Esta será la V promoción de alumnos que cursen sus estudios a través de esta organización profesional, que también imparte los estudios de los Niveles 2 y 3, así como la formación continua.

# Pedro Penalva, nuevo CEO de AON en Iberia, África e Israel

**Aon** ha anunciado el nombramiento de Pedro Penalva como CEO de Iberia, África e Israel, dentro de la nueva estructura regional de la firma en Emea. Desde su nuevo puesto coordinará los intereses de la empresa en los países que integran estas áreas geográficas incluyendo España, cuyo nuevo CEO se anunciará en las próximas semanas.

Pedro Penalva ocupaba desde 2018 el puesto de Chief Commercial Officer para el segmento de Clientes Multinacionales de Aon en Emea, cargo que compatibilizaba con las funciones de CEO de Aon Portugal y miembro del Comité Ejecutivo de Iberia desde su incorporación a Aon en 2010. Con anterioridad, había desempeñado, entre otros, el puesto de CEO de AIG en Portugal y había sido miembro del Leadership Team de AIG Europa.
Por otro lado, Aon ha nombrado a Alfonso Gallego Head of Affinity, Mercado Medio y Soluciones Digitales de Emea, dentro de la nueva estructura regional de la firma. Desde su nuevo puesto coordinará la actividad de Aon en esta regional en el negocio de Affinity, Mercado Medio y Soluciones Digitales.

# La correduría Coseba crea un área de Expansión y Desarrollo

La correduría Coseba 1986 ha anunciado la puesta en marcha de su nueva área de Expansión y Desarrollo, acción enmarcada en el Plan Estratégico 2021-2022 iniciado este año por la compañía.

Este nuevo departamento trabajará, principalmente, en el estudio de productos y servicios aseguradores que se adapten a las nuevas necesidades que los usuarios vienen demandando en la actualidad. A su vez, esta área será la encargada de comercializar y promocionar dichos productos y servicios entre la amplia red de distribución de Coseba en toda España, incluidas las oficinas de su Red Premier.
Esta área de Expansión y Desarrollo, que estará coordinada por Manuel Cañamares, graduado en ADE y certificado por el Cecas con el curso formativo grupo A, se encargará también de estudiar y optimizar aquellos seguros que, a través de acuerdos específicos con las aseguradoras proveedoras, ofrecen mejores condiciones, coberturas, ventajas, etc. tanto a la red de distribución como a los propios asegurados.
Por otro lado, Coseba ha anunciado la próxima reestructuración de la compañía a nivel organizativo para mejorar el servicio y atención a la red de distribución ya existente, así como potenciar el crecimiento de la misma.
De esta forma, las tres áreas en las que tradicionalmente se ha estructurado Coseba en los últimos años (Producción, Comercial y Franquicias) pasan a integrarse en solo dos: Ingresos y Ventas.

# Julio y agosto cierran con 32 nuevas altas de corredores

El portal especializado en gestión y tramitación de altas de corredores y correduría quierosercorredordeseguros.es ha informado que, entre julio y agosto se han registrado un total de 32 nuevas altas en la Dirección General de Seguros, de las que el 62% (20) son correduría, frente al 38% (12) que son corredores/as individuales.

En el primer semestre de 2021 se batió un récord de altas de nuevos corredores y correduría en la DGSFP con un total de 139 nuevas altas. A la vista de los resultados de nuevas incorporaciones registradas durante el verano, se confirma la tendencia y todo apunta a que 2021 va a ser un año de más altas que los anteriores esperando que se superen, muy posiblemente, las 200 nuevas altas en total.

# Los mediadores podrán compatibilizar la pensión con su cartera de clientes en activo

Los mediadores pueden compatibilizar su pensión de con la conservación de la cartera de clientes. Así lo ha confirmado el Instituto Nacional de la Seguridad Social en respuesta a una consulta del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros.

De acuerdo con la Seguridad Social, la cuantía de la pensión de jubilación compatible con el trabajo será equivalente al 50% del importe que se esté percibiendo, en el momento de inicio de la compatibilidad con el trabajo, excluido, en todo caso, el complemento por mínimos, cualquiera que sea la jornada laboral o la actividad que realice el pensionista.
No obstante, si la actividad se realiza por cuenta propia y se acredita tener contratado, al menos, a un trabajador por cuenta ajena, la cuantía de la pensión alcanzará el 100%. El Consejo General recomienda solicitar asesoramiento legal individualizado atendiendo a las circunstancias concretas.
Por otro lado, desde el Consejo General se ha dejado claro que los mediadores que vendan productos no relacionados con el sector asegurador están obligados a darse de alta en régimen general de IVA, el Impuesto de Actividades Económicas (IAE) y declarar y liquidar el IVA correspondiente.
Esta duda se ha planteado porque, recientemente, las aseguradoras han comenzado a ofrecer a los mediadores la posibilidad de vender productos no relacionados con seguros como contratos de luz, gas o alarmas.
En otro orden de cosas, según el Consejo General, un alto porcentaje de los daños producidos por los fuertes temporales de lluvia e inundaciones son previsibles y, en muchos casos, susceptibles de minimizarse o evitarse. Para los mediadores, los actuales modelos predictivos han mejorado en los últimos años, permitiendo establecer mapas de riesgo detallados, en muchos casos incluso llegar al detalle de calles y zonas.
Además, en España ya hay numerosos estudios científicos que detallan las áreas que estarían afectadas por inundaciones en un rango de años suficientemente amplio para que las administraciones adopten medidas como denegar permisos de construcción, modificar planes urbanísticos o prevenir daños mediante la construcción de defensas.

El mediador de seguros, por su experiencia en gestión de siniestros, es la mejor vía para identificar riesgos, obtener la prima más adecuada a cada situación y canalizar el cobro de las indemnizaciones.
A través del número de teléfono 933 230 943 y el correo info@mediadores.info, se resolverán las dudas que puedan surgir, se facilitará información sobre las gestiones, tiempos y documentación necesaria para la tramitación de los siniestros, o cualquier otro aspecto relacionado con su actividad profesional, independientemente si están colegiados o no.
En este sentido, el Consejo General ha habilitado una línea de teléfono y una cuenta de correo electrónico de apoyo y atención a los mediadores de la isla de La Palma, en un momento especialmente delicado por el volumen de siniestros y complejidad de los casos con la erupción del volcán.

# Adecose presenta a la CNMC quejas sobre posibles prácticas anticompetitivas de los bancos

**Adecose** ha puesto en conocimiento de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) quejas y denuncias sobre posibles prácticas anticompetitivas relacionadas con la suscripción de productos aseguradores vinculados a los préstamos ICO-Covid por parte de algunas entidades financieras.

Tras la participación de Adecose en la consulta pública del Plan de Actuaciones (2021-2022) de la CNMC, el pasado mes de julio la CNMC solicitó a Adecose que indicase si, en el marco de la crisis de la Covid -19, recibió quejas o denuncias por parte de sus socios relacionadas con la suscripción de préstamos ICO- Covid y, en particular, por la posible vinculación de dichos préstamos con productos aseguradores. Además, la CNMC ha comunicado a la asociación que seguirá recogiendo las reclamaciones de los clientes de las corredurías de Adecose durante las próximas semanas, con el fin de recabar la máxima información posible. Esta acción se está coordinando también con las asociaciones **Cojebro** y **Espabrok**, en el marco del acuerdo de colaboración entre las tres organizaciones.

En otro orden de cosas, la Junta Directiva de Adecose ha celebrado su reunión mensual, en la que ha aprobado la entrada de dos nuevas corredurías: **Pujol Manresa** y ORM Insurance Brokers, con las que suma 158 corredurías asociadas.

Por otro lado, destacar que **Fundación Adecose** ha ampliado el plazo de propuestas de candidatos al Premio Solidario 2021, a través de su web hasta el 15 de octubre. Como novedad, en esta edición podrán presentar candidatos al premio todas las organizaciones, empresas e instituciones del sector asegurador.

# MV Aseguradores y Red Mediaria se alían para potenciar el seguro para caravanas

**MV Aseguradores** y **Red Mediaria Correduría de Seguros** han firmado un acuerdo de colaboración para potenciar el desarrollo del negocio de seguros caravaning, para lo que desarrollarán un plan de activación comercial.

"Este convenio nos ayudará a seguir siendo un referente nacional de los seguros para autocaravanas, caravanas y campers con un asesoramiento personalizado y profesional", señaló Vicente Torre, director de MV Aseguradores.

# Anulado el seguro de Vida vinculado a una hipoteca impuesto por el Banco Sabadell

La Justicia ha dado la razón al Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza, que respaldó públicamente la reclamación que un particular presentó contra el Banco Sabadell por imponerle un seguro de Vida de 20 años de duración y el cobro de su correspondiente prima, de forma anticipada, que ascendía a más de 20.700 euros.

La sentencia anula el seguro de Vida a 20 años con prima anticipada y el seguro de Protección de Pagos a 5 años, por considerarlos perjudiciales para el cliente. Por lo tanto, condena al banco a devolver la prima anticipada no consumida. "La prima consumida del seguro de Vida se reduce al precio de mercado, según ofertas que presentamos, y se devolverá al cliente la diferencia. También, se le devolverán a nuestro defendido los intereses pagados por la parte financiada de la prima", explica José Luis Carrera, abogado del caso.

Además, se remarca que la entidad incumplió el artículo 12.4 de la Directiva Europea, en tanto que el Banco Sabadell no facilita, sino todo lo contrario, la suscripción de unas pólizas de seguros de un proveedor distinto de su proveedor favorito redundando en el perjuicio del cliente, llegando a la conclusión de que, si el prestatario quería beneficiarse de las bonificaciones, existía la obligación de contratar los seguros a través de Banco Sabadell.

El abogado del Colegio de Zaragoza ha señalado que la sentencia "tiene otra cuestión muy importante porque analiza las bonificaciones que se incluyen en la escritura de hipoteca y dice que no es necesario que se contrate el seguro con el banco para que se obtenga esa bonificación". Por esta razón, ha matizado, "los clientes van a poder reclamar al banco que acepte un seguro obtenido a través de un mediador de seguros y que no se le perjudique en el tipo de interés".

Por otra parte, Javier Barberá, presidente del Consejo General se ha reunido con Rafael Escudero, secretario general del Ministerio de Consumo, para presentarle el último informe de la corporación sobre venta de seguros en bancos vinculada a créditos e hipotecas y analizar situaciones reales vividas por clientes.

El secretario general de Consumo ha mostrado su disposición a colaborar con los mediadores para realizar, dentro de sus competencias, las actuaciones necesarias para evitar malas prácticas que perjudican al consumidor. Además, ha propuesto abrir una vía de contactos regulares entre el Consejo General y el equipo técnico del Ministerio.

# Ciac se une al Comité Técnico de Cima

La Comisión Cima, órgano de gestión de plataforma que integra el estándar Eiac, ha aprobado la inclusión de la Coordinadora Independiente de Asociaciones de Corredores (Ciac) como miembro de su Comité Técnico. Hasta el momento esta representación recaía en Adecose, Aunna, el Consejo General de Mediadores de Seguros y Fecor como miembros fundadores.

El Comité Técnico es un órgano que se encarga de llevar a cabo tareas de desarrollo, implantación y seguimiento de la plataforma, como órgano asesor de la comisión Cima a cuya aprobación propone los temas estratégicos.
Con la entrada de Ciac, dicho comité ya cuenta con cinco organizaciones de corredores. Además, participan cinco empresas especializadas en tecnología aplicada al sector y más de 20 aseguradoras. La plataforma cada día cuenta con más usuarios, lo que supone que el estándar Eiac, cuya sexta versión será implantada antes de finales de año, cada vez se esté utilizando más.
En aras de su representatividad dentro del comité Ciac, se ha escogido a Félix Villada, tesorero de Agacose, asociación integrada en la coordinadora, quien cuenta con los conocimientos técnicos suficientes para que la aportación de Ciac al programa sea muy productiva.
En otro orden de cosas, Ciac ha mostrado su apoyo a la sentencia del Juzgado de Zaragoza, que ha abierto un expediente sancionador al Banco Sabadell por la mala praxis ejercida con los seguros vinculados a las hipotecas. La sentencia castiga la práctica abusiva de incluir en el préstamo hipotecario, seguros a largo plazo para que el consumidor no contrate seguros en entidades externas a la financiera.
Actualmente, la condena del Banco Sabadell, ha supuesto la obligación de anular el seguro de Vida de 20 años y el de Protección de Pagos, devolviendo al particular en torno a los 20.000 euros que había adelantado como primas.

# El Colegio de La Coruña publica sus estatutos

El Diario Oficial de Galicia 162, del 24 de agosto de 2021, ha publicado los estatutos del Colegio de Mediadores de Seguros de La Coruña, lo que supone declarar la legalidad de los mismos y su inscripción en el Registro de Colegios Profesionales y Consejos de Colegios de Galicia.

De esta forma, se aprueban y publican los estatutos del Colegio de La Coruña, y se realiza la inscripción correspondiente en el Registro de Colegios Profesionales de la Comunidad Autónoma de Galicia.
Por otra parte, el Colegio ha celebrado su primera Junta de Gobierno tras las vacaciones. En él se destacó la organización del plan de formación del último trimestre de 2021, para facilitar a los mediadores el cumplimiento de los requisitos de la nueva normativa de formación.

# Agacose alude a la LCS para anular la póliza de Vida sin penalizaciones

Ante el incremento de prácticas abusivas por parte de los bancos, condicionando la concesión de un préstamo a la suscripción de un seguro de Vida, desde Agacose inciden en recordar lo que se establece en el artículo 83.a de la Ley de Contrato de Seguro (LCS) al respecto, para poder anular la póliza sin penalizaciones.

Según ese artículo, el tomador en un contrato de seguro individual, con duración superior a seis meses, tendrá la facultad unilateral de resolver el contrato sin indicación de los motivos y sin penalización alguna dentro del plazo. Como se observa, la facultad de resolución no está condicionada a ningún hecho, más allá del plazo en que la misma se puede realizar: 30 días desde que el asegurador entregue dicha póliza.
Este tipo de prácticas ilegales por parte de las entidades financieras, en el momento en que el cliente solicita un préstamo; no solo eliminan su facultad de libre elección, sino que ofrecen seguros que son considerablemente más caros que aquellos que normalmente se comercializan. Seguramente debido a las elevadas comisiones que se establecen para el distribuidor, en este caso, la entidad financiera.
Por otra parte, cabe destacar que en muchas ocasiones se ofrece una póliza con prima única, por lo que es frecuente que el prestatario tenga que incluir en el crédito el importe de la misma.
Por este motivo, Agacose pone a disposición de sus socios y clientes un documento, donde el tomador del seguro resuelve el contrato suscrito, y ante el cual la entidad aseguradora nada puede oponer.

# Araceli Calvo, nueva secretaria general del Colegio de Alicante

Araceli Calvo ha asumido la secretaria general del Colegio de Mediadores de Seguros de Alicante tras la salida, por motivos personales, de Jose Luis Espinosa. Calvo, que hasta la fecha tenía la responsabilidad de la vocalía de Marketing, se convierte en la nueva secretaria general del Colegio, cargo que se suma a la vocalía que ostenta en el Consejo Valenciano.

Las responsabilidades de Marketing que deja Calvo, pasan a depender de Belén Chorro, actual responsable de Jóvenes y Relevo Generacional.

# Alpha Brokers echa a andar con la compra de la correduría Gesfive

El proyecto empresarial de mediación en seguros nativo digital Alpha Brokers arranca oficialmente con la compra de la cartera de la correduría madrileña Gesfive. Con este acuerdo, acaban de sumar más de 3.500 clientes nuevos a su cartera y abren plataforma comercial propia para toda la zona sur de Madrid.

Alpha Brokers empieza así a desarrollar su negocio de integración de corredores y corredurías, ofreciendo tecnología avanzada y automatizada en la gestión de carteras y clientes. Se trata de un ambicioso proyecto empresarial creado por y para las corredurías en el que la digitalización y el servicio son indiscutibles protagonistas por igual.

Las corredurías que se integren en Alpha Brokers contarán, desde el primer momento, con "el programa de gestión más avanzado del sector, un multi tarificador de última generación integrado, procedimientos automatizados para recotización de carteras, gestor de oportunidades de ventas y CRM de última generación, entre muchas otras".

Tomás Rivera ha pasado a ser el nuevo miembro directivo de Alpha Brokers tras su adquisición de Gesfive, correduría de la que era director general.

Con más de 40 años de experiencia, Rivera ha sido presidente de Fecor entre 2014 y 2018. Asimismo, fue consejero delegado de Grupo Espanor, durante más de 8 años.

# Multirriesgos Macías, EG Peralbo y GM Ventura se unen al Grupo Summa

Summa continúa creciendo, en este caso con la integración a su proyecto de la correduría Multirriesgos Macías, EG Peralbo y GM Ventura, como nuevas franquicias del Grupo.

Multirriesgos Macías es una de las corredurías más importantes de la comarca de Valdeorras (provincia de Orense), donde goza de gran reconocimiento desde hace más de 25 años.

EG Peralbo es una correduría referente en el mercado gallego, con un importante conocimiento comercial y técnico de algunos de los segmentos de actividad más importantes de la región y también de la zona norte de Portugal.

Por su parte, GM Ventura es una correduría ubicada en Ponferrada (León).

# La correduría Kalibo renueva su web

La correduría Kalibo ha lanzado su nueva web, un espacio expositivo seguro, que acerca al usuario las soluciones aseguradoras, instalaciones y equipo.

En el nuevo portal, se abre, además, una ventana de su departamento de Siniestros, con la posibilidad de conocer cómo actuar en caso de que el incidente ocurra fuera de horario comercial.
El usuario podrá gestionar determinados presupuestos relacionados con el área de personales, pagar sus recibos online e incluso acceder a un espacio personal en el programa de gestión, para que pueda ver sus pólizas, recibos y la evolución de sus siniestros las 24 horas y los 365 días del año.

# Grupo S4 presenta su nueva marca centrada en seguros marítimos

El Grupo S4 ha celebrado su Convención Anual, en donde se realizó la presentación de la nueva marca S4 Mar. Las jornadas de trabajo han servido también para que cada departamento presentara el balance de este último año y los retos que afrontarán en el último cuatrimestre de 2021 y 2022.

Entre las novedades que se han presentado durante la Convención Anual, destaca el nuevo organigrama de S4 Correduría de Seguros. Ana Díaz se posiciona como nueva directora Financiera y de Operaciones de S4 Correduría de Seguros, mientras que Manuel Fidalgo se convierte en el director de Prospección de Grandes Cuentas y Soporte Comercial.
Se suman al equipo Carlos G. Vallina como director de Expansión y Distribución, y Rubén Santos como nuevo responsable del departamento de Crédito y Caución. Además, S4 Correduría de Seguros amplía su presencia nacional con la incorporación de Pedro Gamazo, quién será responsable de la región de Castilla y León.
El departamento de seguros marítimos de S4 Correduría de Seguros cuenta con una nueva marca: S4 Mar y su web www.s4mar.com. El departamento está encabezado por Julio Negreira, como director de Desarrollo de Negocio, y Guillermo Mendía, como director técnico.
Por otro lado, el departamento de Crédito y Caución, conocido bajo la marca Insure S4 Credit, también ha mostrado en la Convención la nueva web específica de la marca: http://www.insures4credit.com.
En otro orden de cosas, S4 es de nuevo la empresa mediadora oficial de la Feria Mindtech by Asime (Asociación de Industriales Metalúrgicos de Galicia). La correduría ha mostrado en la feria las diferentes soluciones aseguradoras para las empresas del metal, especialmente para las empresas portuguesas y las compañías que quieren internacionalizar su negocio en el país vecino.

# Colmedse presenta su propuesta de crecimiento profesional a sus alumnos d

El Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla (Colmedse) ha celebrado un encuentro presencial con alumnos que realizaron en 2020-21 el Curso del Grupo A (el nuevo Nivel 1) para contarles las posibilidades del Colegio, las ventajas de ser colegiados y el nuevo servicio para alumnos Club Mentoring.

El Club Mentoring consiste en una oportunidad de crecimiento profesional, es decir, "la parte práctica" del curso, tanto del anterior Grupo A como del nuevo Nivel 1. Como ha explicado el vocal de la Junta Gabriel Gisbert, cuenta con formación exclusiva para reforzar el conocimiento adquirido, pero llevado a la práctica: gestión empresarial, marketing, técnicas de venta, ciberseguridad, etc. También contará con la mediación en acuerdos con aseguradoras y otros partners del Colegio con los que los estudiantes quieran trabajar.

Los alumnos tendrán consultorías individuales para ayudarles en el desarrollo de su negocio, temas jurídicos o puesta en marcha.

Cabe destacar que José Antonio Buzón, vocal de Formación, ha presentado los resultados de la encuesta de satisfacción realizada a los alumnos (el 56% aprobó con sobresaliente el pasado curso): el 18% trabaja en el entorno familiar, el 23% en correduría, el 8% en agencia, el 7% en compañías y el 10% son colaboradores.

Por otro lado, Colmedse ha celebrado recientemente un encuentro de manera presencial con sus integrantes de Huelva. En ella se informó de los acuerdos, las jornadas y eventos, formativos o de otra índole, realizados en el último año.

Asimismo, Alfonso Linares, gerente de Colmedse, habló de los nuevos tipos de cliente, la transformación digital y las nuevas formas de trabajar y vender.

# El Colegio de Valencia estará presente en el Congreso RDSFin

El presidente del Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia, Jorge Benítez, y Alejandra Somalo, de la comisión de Formación, han mantenido una reunión con Juan Bataller, catedrático de Derecho mercantil, Universidad de Valencia y codirector del Congreso RDSFin, que se celebrará en Valencia entre el 2 y el 3 de diciembre.

En el Congreso RDSFin se difundirán casos de interés en el mercado asegurador, así como el relativo a la experiencia de las aseguradoras. También se abordará la situación actual de las pensiones, problemas en la contratación de seguros y la inversión socialmente responsable desde la perspectiva del sector asegurador. Toda la información se puede encontrar en la web del Congreso, https://congresordsfin.wordpress.com/.

# Instituto de Desarrollo Asegurador firma el Pacto de Movilidad Sostenible

La plataforma Empresas por la Movilidad Sostenible ha celebrado, en el marco de la Semana Europea de la Movilidad, su asamblea anual de miembros, donde más de medio centenar de organizaciones han firmado el Pacto por la Movilidad Sostenible, entre ellas Instituto de Desarrollo Asegurador, única correduría española presente.

El documento tiene el objetivo de impulsar el cambio marcando y estableciendo los 10 principios sobre los que ha de pivotar cualquier compromiso con la movilidad sostenible de cualquier organización, para facilitar la toma de acción y ayudar a establecer acciones conjuntas para la consecución de los objetivos marcados por Europa.

Según May López, directora de Desarrollo de Empresas por la Movilidad Sostenible, "con la firma del Pacto por la Movilidad Sostenible no solo buscamos que nuestros miembros se comprometan. También queremos servir de guía para todas las organizaciones que todavía no son conscientes de los cambios normativos. Queremos facilitarles el camino para que sepan establecer estrategias que les permitan garantizar la movilidad, tanto de sus empleados como de sus mercancías y proveedores". Por otro lado, ha obtenido el sello Agreed 2030, concedido por la Fundación Europea del CO2. Esta certificación acredita que la correduría ha llevado a cabo la medición de sus emisiones de CO2 bajo estándares de normativa internacional ISO e implementado las medidas de corrección y control necesarias mediante la elaboración de un plan de reducción de emisiones.

# José Manuel Gisbert se incorpora a Centerbrok como director nacional de Desarrollo de Negocio

José Manuel Gisbert se ha incorporado a Centerbrok como director nacional de Desarrollo de Negocio, para ejecutar y gestionar la estrategia de desarrollo de la empresa, asumiendo objetivos como la puesta en marcha del nuevo Plan de Expansión, orientado tanto al crecimiento orgánico como inorgánico.

Titulado en Relaciones Públicas, Publicidad y Marketing por la Universidad de Barcelona, es también Master en Dirección de Marketing, en Dirección de Empresas y M.B.A. Anteriormente, trabajaba en AXA desde 1994.

# Anacose denuncia los abusos de la bancaseguros

En los últimos meses se han incrementado las denuncias a las entidades bancarias, que tratan de imponer sus seguros con la contratación de servicios como créditos ICO o hipotecarios, así como evitar el pago de comisiones por sus servicios a cambio de la contratación de alguna póliza de seguros; unas prácticas que pueden ser ilegales y que Anacose, la Asociación Navarra de Corredurías de Seguros, detalla en su página web con un informe en el que se recogen estas prácticas y las denuncias que la banca ha ido acumulando en los últimos tiempos.

Los bancos intentan abusar de su posición para imponer seguros a sus clientes cuando, por ley, en ningún caso pueden obligar a que una persona contrate una póliza con la misma entidad bajo la amenaza de no conseguir un préstamo, una práctica que a pesar de estar expresamente prohibida por varias leyes sigue dándose en nuestro día a día. De hecho, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) acumuló al principio de la pandemia más de 50 denuncias por conductas anticompetitivas, ya que algunas entidades querían vincular la petición de créditos ICO a la contratación de seguros con la propia entidad.

Así las cosas, la CNMC ha iniciado un expediente sancionador contra cuatro entidades bancarias por posibles prácticas anticompetitivas y posibles prácticas restrictivas de la competencia en la comercialización de las líneas de avales ICO Covid. En particular, la CNMC investiga la vinculación a distintos productos que los bancos habrían exigido como condición para que los clientes pudieran acceder a las líneas de avales, lo que vulnera seis leyes: La Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios, la Ley de Distribución de Seguros, la Ley de Defensa de la Competencia, la Ley Hipotecaria, la Ley de Crédito Inmobiliario y el Reglamento de Protección de datos.

# El Club Catalán de Corredores de Seguros ficha a Albert Llorens como consultor tecnológico

El Club Catalán de Corredores de Seguros (CCC) ha anunciado la incorporación en septiembre de Albert Llorens como consultor tecnológico de la asociación.

Llorens es ingeniero técnico de informática de gestión y PDD por el Iese. Desde su nueva posición en el CCC se responsabilizará de implementar y desarrollar todas las herramientas informáticas y tecnológicas para ayudar a mejorar la gestión de su actividad.

# La correduría Globalfinanz elige a Ebroker como partner tecnológico

**Globalfinanz**, consultoría de riesgos y correduría de seguros, ha elegido a **Ebroker** como plataforma estratégica para impulsar su proyecto de distribución aseguradora en los próximos años.

Para Globalfinanz, la implementación de Ebroker supone un salto cualitativo en su operativa de negocio, lo que les permite abordar importantes retos estratégicos a través de las soluciones tecnológicas que la plataforma ofrece. Globalfinanz, fundada en 2005 por un grupo de profesionales con una larga trayectoria en el sector asegurador y una clara apuesta por la transformación digital, es una empresa pionera en la comercialización online de seguros y especialista en ramos como Responsabilidad Civil.

El **Colegio Mediadores de Seguros de Toledo** ha hecho entrega a la biblioteca del Campus de Toledo de la Universidad de Castilla-La Mancha de uno de los ejemplares del Diccionario Mapfre de Seguros, en su última edición de 2019. Se harán de llegar otros dos ejemplares a los Campus de Ciudad Real y de Cuenca, aunque el objetivo es que se pueda donar intercentros y que todos los alumnos de la UCLM se puedan beneficiar de él.

# El Colegio de Toledo dona un Diccionario de Seguros a la Universidad de Castilla-La Mancha

Esta entrega se enmarca dentro de la línea de colaboración que mantiene la UCLM con la institución de mediación de seguros toledana, y que arrancó en 2018 con la firma de un convenio. Fruto de él, se llevaron a cabo distintos seminarios para alumnos de la Universidad, de los grados de Derecho y Economía, sobre Introducción a los Seguros, para dar a conocer la importancia del sector en el Derecho Civil y en la responsabilidad civil.

# Andrea Ribé, nueva directora de Principal Investors & Private Equity de RibéSalat

**RibéSalat** ha incorporado a Andrea Ribé como nueva directora del área de Principal Investors & Private Equity, para liderar un equipo especializado en ofrecer soluciones a los distintos riesgos de los fondos de inversión, especialmente en el marco de los procesos de inversión y desinversión.

Esta nueva división estratégica de Ribé Salat potenciará al equipo especialista ya existente de Financial Lines and Risk Solutions liderado por Valentina Murganti.
Graduada en Derecho por Esade, Máster en Derecho Comercial Internacional por la Singapore Management University y en Asesoría y Gestión Tributaria por Esade, Andrea ha trabajado como abogada fiscalista en bufetes como J&A Garrigues y Clifford Chance. Se une a RibéSalat desde AON Londres, dónde formó parte del equipo de Transactional Solutions y M&A como Associate Director durante más de tres años.

# AyF Correduría renueva su web

La correduría **AyF** ha presentado su nueva web corporativa, "una apuesta por el asesoramiento digital en riesgos y transferencia de estos al seguro".

"Hemos realizado un esfuerzo muy importante para trasladar nuestro conocimiento de la gestión del riesgo y su transferencia a los distintos ramos del seguro a un entorno digital amigable y cercano", ha señalado María Ameijeiras, directora general de AyF Correduría.
Esta nueva web incorpora un análisis detallado de los tipos de seguro más importantes con la idea de que quienes la visiten, puedan apreciar el valor clave del asesoramiento a la hora de contratar un seguro.
En la web se analizan más de 20 tipos distintos de seguros, informando de qué son, para qué sirven, resolviendo las dudas más habituales o destacando aspectos singulares en cada uno de ellos.
Además, se proporciona información corporativa y los compromisos de AyF en materia de sostenibilidad.

# Unit Seguros celebra su VIII Convención de directores de sucursal

Unit Integración Correduría de Seguros ha celebrado en Mojácar (Almería) su VIII Convención de directores de sucursal, en la que se destacaron aspectos como el buen resultado que ha tenido durante estos meses de pandemia y el ambicioso proyecto de integración de nuevas correduría dentro de la red, que se está llevando a cabo durante este último año y seguirá en los próximos.

En esta edición, que coincide con la celebración del 20º aniversario del colectivo, se realizó una entrega de premios de reconocimiento a las sucursales que engloban la correduría por su extensa trayectoria profesional.

# La correduría Cohebu entrega el galardón al mejor caballo de las Carreras de Sanlúcar

Durante la edición 176ª de la tradicional cita veraniega con las carreras de caballos de la Real Sociedad de Carreras de Caballos de Sanlúcar de Barrameda, José Antonio Buzón, gerente de la correduría Cohebu, ha sido la encargada de donar y premiar al mejor caballo de la temporada: Percy Green, de la cuadra cántabra Río Cubas.

"Para nosotros es un honor poder formar parte activa de este evento, poniendo nuestro granito de arena, para difundirlo y potenciarlo en la medida que podamos hacerlo. En Cohebu siempre estamos dispuestos a apostar por el desarrollo de la cultura, tradiciones, el deporte y el bienestar", ha comentado el corredor gaditano.

# IV Camino Solidario de Cojebro reúne al grupo más numeroso de peregrinos tras la pandemia

La IV edición del Camino de Santiago Cojebro Solidario, ha supuesto un hito al convertirse en el grupo de peregrinos más numeroso en llegar a Santiago de Compostela tras la pandemia. Esta asociación de corredores ha reunido a 150 peregrinos en total, con una media de 77 personas por etapa. Además, se dio la circunstancia de que es año Xacobeo y que Cojebro es una de las agrupaciones que colabora con él.

Esta edición, que transcurrió del 19 al 24 de septiembre, se realizó por el Camino de Santiago Primitivo en 5 etapas: Lugo a Pacio (24,60 km); Pacio a Melide (22,80 km); Melide a Calzada (20 km); Calzada a Lavacolla (22,80 km); y llegada a Santiago de Compostela (10,50 km).

Antonio Muñoz-Olaya, presidente de Cojebro, afirma que, "con toda modestia, se consolida como cita obligada de la agenda

del sector asegurador". En estos últimos 100 km. del Camino Primitivo han participado, junto a los socios de Cojebro, 19 aseguradoras, 4 instituciones del sector y varios clientes de los corredores. "Ha sido un punto de encuentro de instituciones y aseguradoras, en el que algunas, por primera vez, tras la pandemia, han acudido a un evento multitudinario. Por lo que, si cabe, lo hemos vivido con más ilusión que nunca. Para todos los que formamos parte de Cojebro, nos honra y nos llena de satisfacción. El Camino engancha y cada Camino es distinto, pero siempre, todos, son positivos. Es una experiencia única que hay que vivirla; pueden ser muchas y complementarias las motivaciones: caminar solo, pensar, encontrarte contigo, rezar, cumplir una promesa, un reto, pero también compartir vivencias y experiencias personales y profesionales en grupo, ayudar al compañero a superar las adversidades del camino, te da tiempo para todo… ¡una maravilla…!", anima el presidente de Cojebro.

**SUPERACIÓN KILÓMETRO A KILÓMETRO**

Para él, "el momento más emocionante siempre es entrar en la plaza del Obradoiro, sentir que hemos conseguido nuestro propósito, mirar de frente la Catedral de Santiago: ¡es un momento desbordante de alegría y emoción! Es una superación kilómetro a kilómetro por conseguir lograr el reto solidario que nos mueve".

Este año, al ser Xacobeo, una delegación del Camino Solidario Cojebro ha sido recibida en audiencia por el arzobispo de Santiago, Julián Barrio, en la sede episcopal. Además, ha sido recibida en la sede del Ayuntamiento por el concejal de Turismo, Sindo Guinarte; y Nava Castro, directora de Turismo de la Xunta.

Antonio Muñoz-Olaya resalta también como "momento especial, único, emotivo y emocionante, la misa del peregrino de Cojebro en la Catedral, en la que tuve el honor de hacer la invocación, en nombre de Cojebro, al Santo Apóstol. Tras la misa, disfrutamos escuchando los cánticos de la coral y los impresionantes sonidos del órgano, embriagados por el olor del incienso que desprende el vuelo del botafumeiro. Éste, sin duda, fue uno de los mejores regalos después de tanto esfuerzo".

**RUTA 'LA TRASLATIO'**

La tradición jacobea dice que el final del Camino sólo es el principio de otro, así que ya están preparando, con mucha ilusión y pasión, la V Edición del Camino Cojebro Solidario, que será del 2 al 8 de octubre de 2022, con entrada en Santiago el día 7.

La ruta será 'La Traslatio', el Camino donde empieza todo, el trayecto que, según la tradición, recorrieron los discípulos del apóstol por mar y tierra en Galicia. Se caminará, como siempre, al menos, 100 km para conseguir la anhelada Compostela, pero, a diferencia, de otros años, también se disfrutará de navegación por la ría de Arousa.

"Con esta V Edición cumpliremos nuestro primer lustro y siendo también Xacobeo, haremos que sea un Camino distinto, muy especial, del que os iremos contando cosas, aunque no todas, algunas serán sorpresa para los asistentes", anima el presidente de Cojebro.

Al igual que en el resto de ediciones, Cojebro donará 1 euro por cada kilómetro que recorrieron los peregrinos, habilitándose, como es costumbre, la modalidad "KM 0 Camino Cojebro Solidario" para todos los que quieran, a nivel personal o corporativo, hacer su donación a la ONG cuya identidad se conocerá el próximo 25 de noviembre en el Círculo de Bellas Artes de Madrid.

# El libro rojo de la innovación

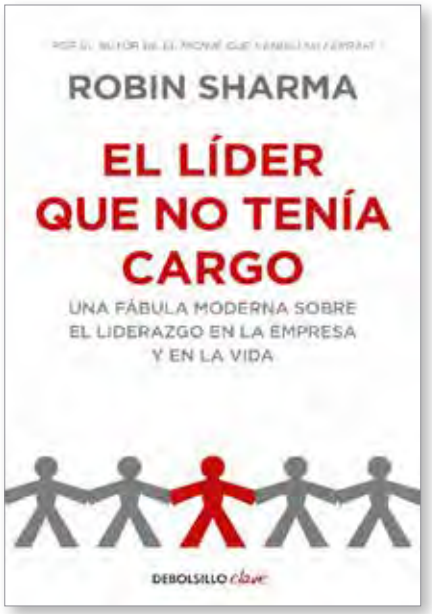
## Guía para los directivos y empresarios que quieren impulsar la innovación de su organización

**Marcel Planellas**

**Editorial:** Conecta
**Precio:** 18,90 € libro impreso

El libro rojo de la innovación no es un libro blanco de análisis, ni un libro azul de propuesta, es un libro rojo para pasar a la acción, para ayudar a impulsar la innovación de sus empresas y prepararlas para los retos del futuro.

Henry Chesbrough, Profesor de la Universidad de Berkeley, afirma que "Cualquier empresa, grande o pequeña, que utilice la Auditoría de la Innovación puede mejorar la eficiencia, la eficacia y los resultados".




# El líder que no tenía cargo

## Una fábula moderna sobre el liderazgo en la empresa y en la vida

**Robin Sharma**

**Editorial:** De Bolsillo
**Precio:** 9,45 € libro impreso
5,22 € libro digital

Robin Sharma, autor del internacional best seller El monje que vendió su Ferrari, regresa una historia inspiracional. Este libro te enseñará a: Influir en los demás y trabajar con ellos como si fueras una estrella, sea cual sea tu posición laboral; Reconocer y aprovechar las oportunidades que se presentan en épocas de cambios radicales; Descubrir los secretos de la innovación profunda; Encontrar una estrategia instantánea para crear un equipo de trabajo y convertirte en un vendedor que impacte a sus clientes; Desarrollar tácticas que te doten de poder mental y físico para ser líder en tu territorio; Emplear técnicas prácticas para desterrar el estrés, desarrollar una mentalidad invencible, canalizar tu energía y alcanzar el equilibrio en tu vida personal.

# 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

# PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

**Información especializada**

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

**Dirigida a corredores**

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

**Buscamos la participación**

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

## SUSCRIPCIÓN GRATUITA

## A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA WEB

## WWW.PYMESEGUROS.COM