Premio San Francisco Javier
de Anacose en 2012

PymeSeguros

Revista online para corredores y correduría

Número 132 Febrero 2024

www.pymeseguros.com

Visión de experto
Alicia Flames de Tienda, directora general de Flames Insurance Brokers. El seguro de Asistencia en Viajes de estudios, en auge

Punto de encuentro
El seguro agrario debe adaptarse a la nueva realidad climática para ser rentable

Más a fondo
CIMA, en plena consolidación

In situ
El seguro creció un 18% en 2023, impulsado por el ramo de Vida

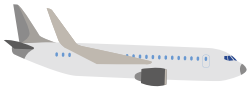
Paula de Castro, directora comercial de Asistencia en AXA Partners

Ahora se viaja más y **MEJOR** asegurado

Viaja seguro, vamos contigo.

europ assistance
you live we care

SEGUROS PARA QUE DISFRUTES DE TUS DÍAS DE VACACIONES SIN PREOCUPACIONES VAYAS DÓNDE VAYAS



Contrata tu seguro en
www.europ-assistance.es

El seguro pasa por un buen momento

Ha tenido que pasar 21 años para que el sector asegurador vuelva a crecer un 18%. Desde 2002, el Seguro español no había registrado una tasa de crecimiento de esta magnitud. Los ingresos por primas de las aseguradoras se situaron en 76.463 millones de euros a cierre de 2023, un 17,99% más que en el año anterior. De la facturación lograda a lo largo del ejercicio, 43.011 millones correspondieron al ramo de No Vida (+6,8%) y los 33.452 millones restantes, al de Vida (+36,3%), según muestran los datos provisionales recabados por Icea y presentados en la Jornada Perspectivas del Seguro y la Economía para 2024 (ver **In situ**).

Este buen resultado se ve también en los seguros de Asistencia en Viaje. A pesar de la situación que nos rodea, cada vez se está viajando más y mejor asegurado. Más de la mitad de los españoles que han realizado un viaje al extranjero en 2023, estaban cubiertos por un seguro de Viaje. Sin embargo, aún son seguros puntuales. Solo el 16% de los viajeros contrataron seguro anual el año pasado. Quizás porque muchos asegurados no saben que, a partir del segundo viaje (mientras duren menos de 3 meses), ya estarían ahorrando en costes (ver **Hablando claro**). Precisamente, los que más utilizan los seguros anuales son los que realizan viajes de estudios (ver **Visión de experta**).

Sin embargo, hay ramos que, aunque crezca su adquisición también lo está haciendo la siniestralidad. Como es el caso de los seguros agrarios. El cambio climático está golpeando de lleno la situación en los campos, lo que redunda en la siniestralidad del ramo, que en 2023 marcó su récord histórico. Ante los eventos meteorológicos, cada vez más extremos, el sector aboga por la adaptación de los cultivos y los seguros, en cuanto a primas y coberturas, así como la colaboración de todos los implicados para garantizar la sostenibilidad del sistema (ver **Punto de encuentro**).

Para hacer que el sector sea más eficiente, cuenta con CIMA. Desde que a finales de 2009 se empezase a trabajar en un estándar tecnológico que hiciese más eficaz las relaciones entre aseguradoras y mediación, EIAC se ha afianzado entre los integrantes del sector al facilitar los procesos de transferencia de datos. Con la ayuda de CIMA, la penetración entre los corredores no para de crecer, con la vista puesta en la implementación de la firma digital y, para 2025, la puesta en marcha de la versión 07 del estándar (ver **Más a fondo**).

Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Staff

Directora
Carmen Peña
carmen@pymeseguros.com

Periodista
Aitana Prieto
aitana@pymeseguros.com

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

Diseño y maquetación
Estudio 9C

Fotógrafa
Irene Medina

Banco De Imágenes
Fotolia

06 Hablando claro
Paula de Castro, directora comercial de Asistencia en AXA Partners. Ahora se viaja más y mejor asegurado

12 Visión de experta
Alicia Flames de Tienda, directora general de Flames Insurance Brokers. El seguro de Asistencia en Viajes de estudios, en auge

03 Editorial
El seguro pasa por un buen momento

38 Productos
Los últimos seguros del mercado

40 Al día economía
Noticias económicas que interesan a las pymes

45 Al día seguros
Noticias del sector asegurador

74 Al día distribución
Noticias de los corredores de seguros

96 Algo más que negocio
Acciones de RSC realizadas por corredores

98 Rincón de lectura
Libros útiles para la empresa

PymeSeguros
Revista online para corredores y correduría
Número 132 { Febrero 2024 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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

CC BY NC ND

16 Punto de encuentro
El seguro agrario debe adaptarse a la nueva realidad climática para ser rentable

22 Más a fondo
CIMA, en plena consolidación

28 In situ
El seguro creció un 18% en 2023, impulsado por el ramo de Vida

34 Cubriendo necesidades
La responsabilidad de los directivos puede (y debe) ir acompañada de la protección del seguro

36 Evolución aseguradora
Transformación continua en seguros de viaje: perspectivas para 2024

Paula de Castro, directora comercial de Asistencia en AXA Partners

Ahora se viaja más y **MEJOR** asegurado

A pesar de la situación que nos rodea, "cada vez se está viajando más y mejor asegurado", afirma Paula de Castro, directora comercial de Asistencia en AXA Partners. Según sus datos, más de la mitad de los españoles que han realizado un viaje al extranjero en 2023, estaban cubiertos por un seguro de Viaje. Sin embargo, aún son seguros puntuales. Solo el 16% de los viajeros contrataron seguro anual el año pasado. Quizás porque "muchos viajeros no saben que, a partir del segundo viaje (mientras duren menos de 3 meses), ya estarían ahorrando en costes" con un seguro anual.

¿Cómo se comportó el ramo de Asistencia en Viaje en 2023?

Tuvo un buen comportamiento, con incrementos tanto en ventas como en registros de actividad operacional, que se reflejan en la frecuencia y en el aumento de casos gestionados. 2023 ha sido el año definitivo de la vuelta a la normalidad, superando registros de 2019. Según nuestros datos, más de la mitad de los españoles que han realizado un viaje al extranjero el año pasado estaban cubiertos por un seguro de Viaje.

En un momento en el que se habla de la necesidad de subir las primas, ¿Cómo se comportará este ramo?

El sector se enfrenta a varios retos. Por un lado, la inflación que estamos atravesando y, por otro, el aumento de frecuencia y uso del seguro por parte de los asegurados, que hace que los costes medios operacionales se vean impactados. Esto significa que tenemos que establecer unos precios que nos mantengan en primera línea de mercado, con coberturas amplias y personalizadas que, a la vez, nos permitan contar con el margen suficiente para asegurar la excelencia de nuestro servicio de asistencia.

¿Cómo se espera que vaya 2024?

De acuerdo con nuestras previsiones, este ramo seguirá creciendo en los próximos años, ya que los viajeros son cada vez más conscientes de la importancia de contar con un seguro que les proteja ante cualquier imprevisto. Nuestros estudios indican que 6 de cada 10 españoles han realizado un viaje al extranjero en los dos últimos años y las previsiones son que esta tendencia

aumente. Además, estamos notando un volumen de contrataciones más constante y repartido durante el año, fuera de los periodos de vacaciones tradicionales como verano o Semana Santa, y acompañado de más contrataciones de viajes de larga estancia.

Ahora se valoran más algunas garantías relacionadas con la seguridad o con la salud...

Sí, vemos un mayor nivel de concienciación sobre los seguros de Viaje y sus garantías. Sobre todo, en los temas relacionados con la salud. La pandemia puso en valor la necesidad de viajar asegurado con las coberturas adecuadas. De hecho, una reciente encuesta que hemos realizado indica que un 52% de los viajeros contrataría un seguro de Viaje para estar protegido ante cualquier imprevisto durante el viaje y un 17% por los altos costes médicos en el país de destino.

Los seguros de Asistencia en Viaje no cubren la anulación de un viaje por miedo a estar en una zona en conflicto. ¿Se están comenzando a contratar más la cobertura de anulación sin causa justificada?

Las pólizas del llamado 'libre desistimiento' son, sin duda, un gran reclamo por las pocas exclusiones sobre las que aplica, ya que prácticamente se puede llegar a anular un viaje sin causa justificada. Ahora bien, ante la dificultad de calcular el riesgo muy exactamente, para la aseguradora tiene una rentabilidad frágil, lo que hace que su precio sea bastante elevado. Y tampoco es muy conocido por parte del cliente final. Por todo ello, es un producto interesante, pero no esencial.

Las pólizas del llamado 'libre desistimiento' son un gran reclamo porque prácticamente se puede llegar a anular un viaje sin causa justificada

La información es un elemento muy importante cuando se viaja. ¿Hasta qué punto las App son una herramienta imprescindible para dar un buen servicio al cliente?

La tendencia de nuestros clientes a la digitalización ha aumentado de manera notoria, 9 de cada 10 viajeros consideran muy importante o importante la capacidad de la aseguradora para gestionar un siniestro online, así que para AXA Partners es crucial facilitar el acceso a través de herramientas digitales, aunque no sean necesariamente apps.

Sin embargo, el canal preferido por los clientes para notificar un siniestro es el telefónico, lo que confirma que, en momentos de necesidad, quieren un primer contacto personalizado. Por ese motivo, combinamos la digitalización, para optimizar la experiencia del viajero aportándole flexibilidad y autonomía, con ese contacto personal. Ofrecemos, por ejemplo, la posibilidad de gestionar trámites online, como el registro de una reclamación o la solicitud de un reembolso, o incluso la opción de descargar en el *wallet* del móvil la descripción del seguro contratado y los canales de contacto. Pero, sobre todo, contamos con equipos de asistencia cualificados y formados permanentemente para aportar soluciones y empatía cuando gestionan un incidente.

¿Cómo está influyendo en la demanda de seguros de Asistencia en Viaje la crisis económica mundial, el aumento de la inflación y la inestabilidad política creada como consecuencia de la guerra de Ucrania e Israel y Gaza?

Curiosamente, la realidad es que, a pesar de la situación que nos rodea, cada vez se está viajando más y mejor asegurado. La inflación, por ejemplo, ha afectado al importe de los vuelos, cada vez más caros, lo que hace que quizás se contraten menos viajes por persona, pero que se extienda la estancia en destino para compensar los precios del avión. Además, notamos que se incrementan las consultas previas a la contratación, tanto por parte de los mediadores como por parte de los viajeros, lo que nos sirve para mejorar y adaptar los productos a las nuevas necesidades de los clientes.

¿Cómo se está comportando la modalidad de viajes de negocios?

Los viajes de negocios se han disparado un 21% en España en 2023, alcanzando los 9,6 millones, según datos del INE. En AXA Partners notamos esa reactivación, aunque a un ritmo más lento que los viajes de ocio. Las compañías son conscientes de ello y, debido al aprendizaje de la pandemia y a los conflictos actuales, aplican el máximo nivel de seguridad para sus empleados desplazados. Cada vez se cierran pólizas más completas con coberturas muy amplias relacionadas con el mundo laboral.

Ha habido un cambio de mentalidad sustituyendo, por ejemplo, algunos desplazamientos por videoconferencias, pero ahora hay una tendencia a volver a la presencialidad de manera paulatina, por lo que esperamos que esta modalidad siga creciendo. De hecho, según un estudio de la plataforma de gestión de viajes SAPConcur a nivel mundial, el 92% de los viajeros corporativos señala que el éxito de sus carreras profesionales depende de los viajes corporativos, ya que les ayuda a fortalecer las relaciones con los clientes y construir otras nuevas.

2023 ha sido el año definitivo de la vuelta a la normalidad, superando registros de 2019

Según diferentes estudios, más de la mitad de las compañías no tienen definida una política de seguridad para los viajes corporativos. ¿En qué medida el desarrollo del seguro de Asistencia en Viaje puede venir a través de los viajes de empleados?

El desarrollo del seguro de Asistencia en Viaje puede estar estrechamente vinculado a la creciente conciencia de las empresas sobre la importancia de proteger a sus empleados durante los viajes de trabajo y cumplir con las obligaciones legales relacionadas con la cobertura de accidentes laborales fuera del país de origen. La falta de una política de seguridad para viajes corporativos puede exponer a las empresas a riesgos significativos. Por ello, es esencial establecer pautas claras y procedimientos de seguridad para los viajes de trabajo. En este sentido, la contratación de seguros de Asistencia en Viaje puede ser parte integral de estas políticas.

Parece que el *target* de los jóvenes tiene una cultura viajera diferente. ¿Se está adaptando el seguro a sus necesidades?

Sí, los jóvenes son un público con expectativas diferentes, por lo que la flexibilidad y la personalización son claves a la hora de darles respuesta. Hay un *target* de persona joven con cierto espíritu aventurero y responsable, pero con una gran contención a la hora de usar

el seguro. Podemos darles el precio que requieren porque sus exigencias en el producto, salvando unos mínimos de absoluta seguridad, suelen ser menores, como es el caso de los mochileros.

AXA Partners ofrece un portfolio de productos completo para cada una de sus necesidades. También estamos desarrollando pólizas que se adaptan a ciertas actividades y estilos de viaje preferidos por los jóvenes, como pueden ser las coberturas específicas para deportes de aventura o actividades recreativas.

¿A qué retos se enfrenta el ramo de Asistencia en Viaje?

Entre los retos más importantes están la innovación y digitalización, porque nuestros clientes son cada vez más digitales. Nuestro día a día está enfocado en la implementación de las últimas tecnologías a lo largo de todo el proceso con el fin de facilitar la experiencia de la contratación del seguro de Viaje: desde la suscripción de la póliza hasta la asistencia, pasando por todas las gestiones que puede conllevar un seguro de Viaje. En AXA Partners contamos, por ejemplo, con herramientas para la gestión de reembolsos íntegramente online, Whatsapp para soporte en asistencia o herramientas de geolocalización para una póliza de empresa (Corporate). Estas herramientas ya están integradas en nuestros procesos, pero siguen en constante evolución y acompañadas del desarrollo de otras nuevas que continúen mejorando la experiencia del cliente.

Otro de los retos viene dado por los cambios que se producen en los patrones de viaje, con tendencias como el turismo sostenible, el trabajo remoto o la preferencia por destinos menos convencionales. Las aseguradoras debemos adaptarnos a estos cambios y ofrecer coberturas que se alineen con las nuevas formas de viajar.

El 92% de los viajeros corporativos a nivel mundial señala que les ayuda a fortalecer las relaciones con los clientes y construir otras nuevas

¿Qué hay que hacer para crecer en el ramo de Asistencia en Viaje?

Para crecer es necesario adaptar los productos a las necesidades reales del viajero. Y esto hay que hacerlo constantemente, una y otra vez. Lo ideal sería anticiparse a esas necesidades en la medida de lo posible. Las tendencias hablan de la vuelta de los viajes de larga distancia, la flexibilidad en los desplazamientos y la búsqueda de la seguridad como tres de los principales factores que marcarán los próximos meses. Y hay que adaptarse a ellas.

La tecnología también juega un papel primordial. Por un lado, hay que ponérselo fácil al cliente en lo que se refiere al contacto con la aseguradora. Y, por otro, esa tecnología ha de simplificar procesos que impacten directamente sobre el bienestar del asegurado.

Si miramos más lejos y combinamos maneras de viajar con tecnología, un estudio a 10 años de la plataforma Amadeus con la empresa de investigación Northstar Research Partners, apunta a cuatro tipos de viajeros en 2033. Los "creadores de recuerdos", el grueso de los viajeros españoles (un 70%), con un enfoque simplificado de los viajes y que valoran menos la tecnología. Los "buscadores de experiencias" (un 15% en España), que viajan por instinto y son propensos al uso de la tecnología. Los "exploradores pioneros" (12%),

"CUIDAMOS AL MÁXIMO AL MEDIADOR"

La inmensa mayoría de las pólizas de Viaje que vende AXA Partners son mediadas (prácticamente el 90%). Paula de Castro, directora comercial de asistencia en AXA Partners, afirma que "los corredores son una figura clave e intrínseca en el mercado local y la cuidamos al máximo. Por eso, para nosotros es muy importante la gestión del mediador, su acceso al cliente final, su aportación al sector, etc. El mercado ha crecido en volumen de primas y el nuevo negocio seguirá esa tendencia por la mayor concienciación". AXA Partners ofrece a los corredores todas las ventajas de sus seguros y su asesoramiento e implicación: productos con las últimas coberturas y necesidades del mercado, junto con una red asistencial solvente, internacional y con las mejores garantías de calidad de servicio. "Nuestros colaboradores corredores saben que cuidamos lo que importa cuando importa. Además, complementamos las ventajas de comercializar nuestros productos con otras para los propios corredores: formación, herramientas de marketing, acceso a plataformas online que dan visibilidad a la venta y a la postventa, eventos, etc.", indica Castro. Por otra parte, piden a los corredores calidad en el servicio. Y eso conlleva muchas otras competencias como: conocimiento del mercado, capacidad técnica, adaptación a las nuevas tendencias y tecnologías, habilidades interpersonales, etc. "Creemos que hay que mantener estándares elevados y construir relaciones sólidas basadas en la confianza y la excelencia en lo que hacemos como empresa y en lo que buscamos en nuestros colaboradores", sentencia la directora comercial de asistencia en AXA Partners.

siempre en busca de su próxima aventura, no temen el riesgo y están abiertos a nuevas experiencias. Y los "tech-influencers", un 3% de los jóvenes viajeros de negocios actuales, que poseen gran cantidad de dispositivos tecnológicos y quieren viajar de forma sostenible. A todos ellos hay que ofrecerles opciones, pero no son grupos fijos ni homogéneos, por lo que hay que adaptarse a cada uno de los perfiles, tanto por sus necesidades diferentes en la asistencia en el viaje, como por su adaptación a las nuevas tecnologías.

En el negocio de viajes, el 90% de las ventas es nueva producción ¿Cómo se enfrenta AXA Partners a este hecho?

La manera de afrontarlo es trabajando en la calidad de servicio. Eso te posiciona en el mercado y, si bien no convierte ese volumen de negocio en "carterizable", te deja en el "*top of mind*" del cliente para futuras contrataciones. En AXA Partners trabajamos no solo para que el proceso de la asistencia sea excelente, sino también para que haya una muy buena experiencia en el proceso de compra y en la información sobre el seguro. En definitiva, que todo el contacto con el cliente sea impecable.

¿Por qué hay tan poca tradición en España de contratar los seguros de Asistencia en Viajes anuales?

Nuestros datos indican que el año pasado solo un 16% de los viajeros que habían contratado un seguro habían optado por uno anual, muchos de ellos jóvenes, probablemente porque se van a estudiar fuera. Que un 84% contrate un seguro puntual tiene que ver con que

los españoles aún somos muy impulsivos a la hora de viajar.

Desde AXA Partners creemos que el seguro anual puede crecer según aumente el grado de planificación de los viajes, junto con el crecimiento de la cultura aseguradora que mencionábamos anteriormente. Pero es un cambio profundo que no viene de la contratación del seguro en sí.

Precisamente, a principios de año es un buen momento para planificar el viaje estival y contratar el seguro. Y si ya se sabe que se hará algún viaje más durante el año, optar por un seguro anual. Muchos viajeros no saben que, a partir del segundo viaje, mientras duren menos de 3 meses, ya estarían ahorrando en costes.

Las aseguradoras debemos ofrecer coberturas que se alineen con las nuevas formas de viajar

¿Cuál es el mayor valor añadido que aporta AXA Partners al cliente?

Como compañía de asistencia especializada, tenemos un profundo conocimiento y experiencia, pero lo que destacaría en nosotros es la alta calidad en el servicio y el trato humano en la gestión de cada caso, junto con un gran control de los procesos médicos en los viajes. Además, formar parte de un grupo internacional nos da una fortaleza de recursos sobresaliente. En AXA Partners, gestionamos cada año 20.000 casos en todo el mundo. Y para dar respuesta a todos, contamos con 200 profesionales médicos (médicos y enfermeras) y 40.000 proveedores propios (puntos médicos y hospitales identificados para asegurar su calidad) en 40 países. Tener una red tan amplia nos permite estar preparados para cualquier eventualidad, tanto antes como durante un viaje, sea personal o de negocios, e independientemente del destino.

El servicio que ofrece el ramo de Asistencia en Viaje está muy bien valorado por los corredores. ¿A qué se debe?

Por un lado, ofrecemos a los corredores la oportunidad de distribuir productos muy especializados con altas valoraciones en el mercado. Por otro, el excelente servicio y trato que damos a los clientes los aplicamos también con nuestros *partners* mediadores. Los acompañamos muy de cerca y les asesoramos, tanto en el proceso de distribución como en el seguimiento de los casos. Si ellos ven de primera mano que tienen especialistas en quiénes confiar, venderán con total seguridad.

Sin embargo, parece que no acaban de apostar por él porque los mediadores solo distribuyen el 11% de los seguros de Viaje de particulares. ¿Qué se puede hacer para que mejore ese ratio?

Creemos que esto está cambiando y que el cliente particular también se dirige al corredor como punto de referencia para la compra de los seguros de Viaje. Los mediadores están comprobando que lo que antes era un seguro residual en un ramo no esencial se está convirtiendo en un requisito cada vez más indispensable antes de un viaje. El seguro de Asistencia en Viajes está ganando peso y las compañías lo bonifican, por lo que los mediadores los están incorporando a sus objetivos.

Carmen Peña
Fotos: Irene Media

Alicia Flames de Tienda, directora general de Flames Insurance Brokers

El seguro de Asistencia en Viajes de estudios, en **AUGE**

El crecimiento de la distribución del seguro de Asistencia en Viajes de estudios en Flames Insurace Brokers ha sido exponencial. Es muy valorado porque los asegurados se encuentran a cientos, miles de kilómetros de su casa, sin sus familias... y "necesitan la mejor protección, pero también la mejor calidad y servicio de la aseguradora", indica Alicia Flames de Tienda. Además, estos viajes combinan el ocio y el estudio. Eso hace, según la directora general de esta correduría, "que necesiten diferentes seguros y explicar al cliente por qué". Es importante mimetizarse con ese nicho de mercado, "hablar su mismo idioma, empatizar con ellos, pensar como ellos y actuar como profesional del seguro, protegiéndolos como mejor sabes hacer", afirma Flames de Tienda.

Los seguros para estudiantes llevan funcionando desde hace muchísimos años. Comenzaron con los universitarios y, poco a poco, se han ido incorporando más modalidades: escolar, Grado Medio, Grado Superior, mayores de 45 años, etc.

Esto ha permitido que haya un crecimiento considerable en ventas de seguros de Asistencia en Viaje de estudios. Alicia Flames de Tienda, directora general de Flames Insurance Brokers, afirma que "cada vez son más los alumnos y profesores que realizan sus estudios en Europa, es una experiencia apasionante donde los alumnos y profesores, aprenden una forma distinta de trabajar y de estudiar".

Esta correduría entró en los seguros de Asistencia en Viajes de estudios, por casualidad, hace unos años. Flames de Tienda cuenta que "íbamos buscando un nicho de mercado distinto a lo que hacíamos habitualmente y me lancé a vender los seguros para estudiantes. Entonces, conocí a mi primer cliente. El más importante en todos los sentidos. Me cogió de la mano y me explicó cuáles eran las necesidades de su sector, qué carencias tenían, cuáles eran sus inquietudes… Me enseño su 'idioma', a empatizar con alumnos y profesores. Como una buena alumna, tome nota de todo y con mi experiencia de más de 35 años en el sector, lo traslade al seguro de Asistencia en Viajes. Busqué un producto exclusivo que cubriera sus necesidades, estudié y diseñé otros productos con el apoyo de las aseguradoras con las que trabajo, para dar cobertura a esas necesidades que tenían en el aire. Me lancé a puerta fría (como hemos hecho toda la vida) y comencé con mis primeros obstáculos, pero seguí adelante a pesar de ello. Hoy en día, soy una persona muy conocida en el sector de la Educación y esto me ayuda mucho para seguir ilusionándome y seguir creciendo en él. Me gustaría decirles a mis compañeros que no pierdan la ilusión de lo que están haciendo, si hay muchos obstáculos en el camino aprende a saltarlos. Ama tu trabajo, se fiel a tus principios, el éxito está en el camino y no en la meta".

En el seguro de Asistencia en Viaje de estudios es vital contar con garantías relacionadas con la seguridad o con la salud

Flames Insurance Brokers optó por la especialización porque, "como profesionales, todos debemos especializarnos en uno o varios nichos de mercado. Nosotros nos enamoramos de nuestro nicho y dedicamos todo el tiempo a ayudar a los centros a proteger a sus participantes, estamos pendientes de todos los cambios legislativos y de las obligaciones que tienen por si hay que protegerlas", explica su directora general. En estos momentos, su empresa está divida en dos partes: un departamento exclusivo para productos Erasmus y el resto para dar asesoramiento a empresas, particulares y Vida.

Desde que comenzaron con el seguro de Asistencia en Viajes de estudios, su crecimiento ha sido exponencial, "el mantenimiento y trato con el cliente es, como era antiguamente, leal, sin banca, sin líneas directas y con ganas de asesorarse con nuestra experiencia".

Las aseguradoras tienen que estar constantemente investigando en I+D, cambiando los productos porque las necesidades también cambian

Para 2024, se prevé una "subida pequeña de las primas. La rentabilidad de estas pólizas es óptima y, por eso, únicamente ha habido un aumento de un 2% en 2023".

SEGURIDAD A MILES DE KILÓMETROS DE CASA

En el seguro de Asistencia en Viaje de estudios es vital contar con garantías relacionadas con la seguridad o con la salud. Flames de Tienda comenta que "no puedes pasar por alto una buena protección, ten en cuenta que nuestros participantes se encuentran a cientos, miles de kilómetros de su casa, sin sus familias…. Algunos de ellos, por primera vez, y necesitamos la mejor protección, pero también la mejor calidad y servicio de la aseguradora".

Por eso, es tan importante contar con una App. Alicia Flames de Tienda señala que "una de las entidades con las que trabajamos tiene un producto exclusivo con una App donde puede contactar con un médico las 24 horas del día los 365 días del año. Nuestros participantes están encantados con este servicio. Es muy rápido y además el facultativo habla en su idioma ¿te imaginas tener que explicar qué dolencias tienes o qué te pasa cuando el idioma no es muy fluido? Al tratar con un facultativo que habla tu mismo idioma es mucho más fácil explicar qué es lo que te pasa y que redacte un informe que te lo envía vía mail con la receta de los medicamentos".

OCIO Y ESTUDIO

Los viajes de estudio son peculiares porque combinan el ocio y el estudio. Eso hace, según la directora general de Flames Insurance Brokers, que necesiten diferentes seguros y explicar al cliente por qué, "ya que, en ocasiones, piensan que existe duplicidad de coberturas y duplicidad de seguros. Los profesionales sabemos que cada póliza cubre un riesgo distinto porque no es lo mismo la responsabilidad civil privada que la responsabilidad civil de prácticas de estudios. Esto, en muchas ocasiones, lleva a confusión para

los asegurados e intentan no contratar algunos de los productos que le son recomendados. El asegurado tiene que ver el riesgo que está corriendo y lo importante que es protegerlo. Les tienes que demostrar que un producto es totalmente compatible con otro, por ejemplo, la responsabilidad civil privada y la responsabilidad civil de las prácticas". Por eso, piensa que "el secreto está en la especialización".

"Las compañías especialistas tienen una experiencia que no la tendrá nunca una entidad generalista. Muchas veces las especialistas llegan a nichos que nunca tendrán las generalistas", añade Flames.

RIESGOS QUE AMENAZAN LOS VIAJES DE ESTUDIO

El ramo de Asistencia en Viajes de estudios no está exento de riesgos. Las guerras, las pandemias, las enfermedades… están en plena ebullición, "la gente quiere un trato preferencial y una asistencia sanitaria como la Seguridad Social española y esto es realmente difícil en Europa, en donde la Asistencia Sanitaria no es tan eficaz como la nuestra. Por otro lado, las entidades de seguros tienen que estar constantemente investigando en I+D, cambiando los productos porque las necesidades también cambian. Con el Covid 19 hubo un antes y un después en la Asistencia en Viaje. Sigue habiendo enfermedades que precisan de tratamientos especiales o repatriaciones por diferentes motivos… Es un no parar".

Muchas veces las entidades especialistas llegan a nichos que nunca tendrán las generalistas

Para crecer en el ramo de Asistencia en Viaje de estudios, Flames de Tienda comenta que hay que "prepararse, informarse, formarse y lanzarse. Debes ser imparable. Eso se llama especializarse. Hay que trabajar muy duro y prepararse para cientos de respuestas que dicen 'no' y tener paciencia. Es importante mimetizarse con ese nicho, hablar su mismo idioma, empatizar con ellos, pensar como ellos y actuar como profesional del seguro, protegiéndolos como mejor sabes hacer. Nuestro valor añadido está en nuestra experiencia, la formación sin cesar, la especialización… La suma de todo esto te llevará a aportar ese valor añadido al cliente, sabiendo lidiar con las aseguradoras, defendiendo los intereses de nuestros clientes, diseñando productos a su medida".

Uno de los problemas que existe entre los corredores que trabajan el ramo de Asistencia en Viaje de estudios es que "se funciona a través de páginas web, donde están productos que no siempre se adaptan a las necesidades de todos sus clientes. Ya sabemos cómo es la informática, no es un trabajo elaborado como el que realizamos los corredores que personalizamos las pólizas y el trato con cada cliente. Por tanto, es necesario estar pendientes de la evolución del mercado digital".

Carmen Peña

El seguro agrario debe **ADAPTARSE** a la nueva realidad climática para ser rentable

El cambio climático está golpeando de lleno la situación en el campo, lo que redunda en la siniestralidad del ramo agrario, que en 2023 marcó su récord histórico. Ante los eventos meteorológicos, cada vez más extremos, el sector aboga por la adaptación de los cultivos y los seguros, en cuanto a primas y coberturas, así como la colaboración de todos los implicados para garantizar la sostenibilidad del sistema.

"La siniestralidad año tras año se está incrementando", reconoce Silvia Marques, directora del área de Producción y Comunicación de **Agroseguro**, lo que está directamente relacionado con el cambio climático "y es imposible controlar el clima", por lo que en ese aspecto desde el sector no se puede actuar. Ahora bien, considera que hay que buscar formas de revertir la siniestralidad para conseguir el equilibrio del seguro agrario. En esta línea, aprecia que se está siendo muy cuidadoso en la configuración de los productos y la inclusión de las coberturas, así como en la eficacia de la técnica actuarial. De ahí que no defienda una subida indiscriminada de las primas, sino una evaluación de la cartera identificando a los clientes "que tienen un comportamiento menos rentable de forma reiterada" para formalizar sobre esos un cambio en coberturas y primas.

"Los agricultores que tienen una siniestralidad elevada y sistemática demuestran que ese tipo de explotaciones no son viables *per se* y el seguro no debe colaborar a mantener activas explotaciones que no son viables", corrobora José Antonio Hurtado, subdirector de Seguros Agrarios del **Consorcio de Compensación de Seguros**. Coincide en que sobre la situación climática no se puede hace nada, por lo que "la única manera de reducir la siniestralidad es a través de la adaptación de los cultivos para minimizar sus daños". Y, en paralelo, los aseguradores también tienen que adaptar su producto a la situación real, cambiando las primas y las garantías.

Ahora bien, como comenta Pedro Mayorga, director de **ACM Seguros**, a diferencia de otros seguros generales en los que una compañía puede negarse a coger un riesgo de un asegurado, "el seguro agrario es un derecho del

agricultor, al que hay que ayudar a tomar la decisión de qué cultivar, porque no se le puede dejar que cultive lo que quiera y luego no queramos asegurárselo". Por ello propone definir mejor cuáles son los cultivos o las producciones que a lo mejor no son viables previamente.

Como agricultor, Ignacio Molina, director técnico de Insufese, señala que en el campo han tenido que afrontar en los últimos años subidas "escandalosas" de los precios en distintos inputs, que también se ha producido en los seguros. En este sentido critica que durante mucho tiempo desde el propio sector se ha denunciado que el sistema no ha tomado las medidas adecuadas para atajar la incidencia sobre los agricultores y ganaderos con alta siniestralidad reiterada en el tiempo. Así, denuncia que en determinadas ocasiones la propia administración, "equivocadamente", ha favorecido la implantación de cultivos y el agricultor, "llamado por esas subvenciones o ayudas", ha implementado un cultivo que desconocía y que no estaba adaptado. "El sistema es viable, si bien es verdad que hay que adoptar límites o parámetros que favorezcan el que se mantenga en el tiempo, porque ha demostrado, después de 40 años, que si se adapta seguirá siendo tan útil y tan válido como hasta ahora", afirma.

Carmen Sánchez, directora adjunta de Enesa, redunda en que contexto climático, que influye en la elevada siniestralidad de 2023, con casi 1.200 millones de euros en indemnizaciones. Pero a su entender la problemática no es el ejercicio pasado, "que podía haber sido absorbido por el sistema, como en anteriores ocasiones, si hubiera sido un año anómalo o excepcional, el problema es cómo ha cambiado el patrón de siniestralidad en los últimos años", asegura. Se observa que este patrón ha cambiado a partir de 2017.

"El seguro tiene que hacer valer la técnica actuarial para que siga siendo una herramienta útil para todo el sector productor".
José Antonio Hurtado

MEDIDAS DE ADAPTACIÓN

Además, este aumento de la siniestralidad no se debe exclusivamente a un mayor valor de la producción asegurada. "Comparando distintos periodos, por ejemplo, los sexenios 2006-2011 frente a 2017-2022, ha habido un aumento de siniestralidad de más del 40%, mientras que las primas han subido solamente un 13%", relata Carmen Sánchez, lo que ha dado lugar a un sistema en desequilibrio.

"El seguro debe responder a las explotaciones viables en situaciones que escapan a su control y comprometen su continuidad, pero no garantizar la permanencia de aquellas que sufren los mismos daños de manera reiterada y reincidente año tras año", concluye.

En concreto, sobre la adaptación de los cultivos, Ignacio Molina redunda en que la propia situación económica y social ha generado la necesidad de implementar determinados cultivos en algunas zonas que no correspondía y el agricultor también ha incurrido en el error de introducir algún cultivo donde realmente la experiencia no era la adecuada por la edafología y la climatología: "Estamos implementando las medidas necesarias para que el sistema corrija esas situaciones", atestigua.

Y, aunque la incidencia en el sector agrario del cli-

ma es evidente, Sánchez apuesta por disminuir la vulnerabilidad de las explotaciones y aumentar su resiliencia, lo que supone en ocasiones optar por variedades que muchas veces no son las más productivas o rentables, pero sí más resistentes.

"El cambio climático lo que va a hacer seguramente va a disminuir las producciones porque avanzarán los climas desérticos en la península", reconoce José Antonio Hurtado, pero ni siquiera con ciertas medidas como la adaptación de variedades o las técnicas de cultivo se van a poder mantener las productividades que estábamos obteniendo hace 10 o 15 años. De este modo, opina, que el sector tiene que ayudar al productor a irse adaptando, pero no podrá garantizarle lo mismo que hace años: "Si el seguro aprieta un poco las condiciones de prima y garantía propicia que el propio agricultor tenga que adaptarse a la realidad climática". A su entender los productores ven el seguro como una ayuda, en vez de una herramienta para gestionar el riesgo: "Estamos ante un seguro que tiene que hacer valer la técnica actuarial para que siga siendo una herramienta útil para todo el sector productor", concluye.

"El cambio climático lleva también a que los agricultores sean bastante conscientes de ello y se quieren proteger, por lo que se acercan al seguro".
Silvia Marques

CIFRAS DE RÉCORD

Sin embargo, Molina disiente en algunos aspectos. Considera que el I+D+i en el sector agroalimentario español ha evolucionado mucho para hacer frente a factores climáticos y el seguro debe adaptarse, implementando tecnologías que están facilitando cultivos intensivos que faciliten la productividad y los rendimientos. Estamos todos de acuerdo en que las capacidades productivas son las que son, pero estamos encontrando alternativas, gracias a la investigación, el desarrollo y la innovación de variedades de cultivo; las condiciones extremas a las que se han llevado a esas semillas inducen a que respondan en mejores circunstancias a la implantación en secano", señala. "El sector agrícola-ganadero de este país se ha sabido adaptar tremendamente a las circunstancias, pero entendemos que el futuro nos está demandando a todos activar las neuronas para que utilicemos los medios y tengamos la capacidad de que el impacto climático no vaya a más", asegura. De ahí que inste al sector productor a estar implicado y mejorar los niveles de aseguramiento de ciertas variedades. No obstante, se congratula de que, a pesar del crecimiento de la siniestralidad, también se ha producido un auge de los ingresos por primas, que por primera vez han pasado de los 1.000 millones de euros.

Silvia Marques confirma que "2023 es el año de todos los récords en el seguro agrario", tanto en siniestralidad y recibo de prima, como en capital asegurado que se acerca bastante a los 17.000 millones de euros. "El cambio climático lleva también a que los agricultores y los ganaderos sean bastante conscientes de él y se quieren proteger, por lo que se acercan al seguro y contratan su póliza", se alegra.

Con respecto a la subvención del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación al Seguro Agrario, la directora adjunta de Enesa destaca que actualmente el nivel de apoyo es el más alto de las últimas décadas ya que

desde 2021. La dotación presupuestaria para el actual plan de seguros agrarios es de 284 millones de euros, por lo que el presupuesto crece un 10% con respecto al presupuesto ordinario del año anterior, es decir en 26,8 millones de euros. Además del incremento continuo del presupuesto para los planes anuales de seguros, hay que recordar dos medidas extraordinarias de apoyo del Gobierno al sector agrario: El incremento excepcional de 60 millones de euros incluidos en el Real Decreto Ley de 2022 para hacer frente a la sequía y a las consecuencias de la guerra en Ucrania y la subvención extraordinaria de 40 millones de euros adicionales del Real Decreto Ley de 2023 para las pólizas de seguro con cobertura de sequía, por lo que los agricultores sólo han asumido el 30% del coste de estas pólizas.

"Hay que avanzar más allá de adaptar las primas a la siniestralidad, ya que el exceso de esta hace que muchas veces el propio seguro sea inviable para los agricultores".
Pedro Mayorga

ESTABILIDAD DEL SISTEMA

"El gran reto del sector agrario es el cambio climático ya que es el sector económico más vulnerable y el más expuesto al mismo", redunda Carmen Sánchez, directora adjunta de Enesa. En España los estudios muestran cambios en el comportamiento de precipitaciones, temperaturas y zonas climáticas destacando la irregularidad en las precipitaciones, con concentración de lluvias torrenciales en menos días y aumento de los periodos secos (sequias), y aumento de temperaturas, en especial las mínimas, y frecuencia de las olas de calor y, lo más preocupante, es la combinación de ambos patrones cambiantes: ausencia de precipitaciones y aumento de temperaturas. A su entender, el impacto de los efectos del cambio del clima sobre el sistema de seguros dependerá de la efectividad de las medidas adoptadas siendo necesaria la intervención de todos los actores que componen el sistema para que el seguro agrario continúe siendo una herramienta de gestión fundamental para nuestro sector agrario y esto se consigue garantizando su sostenibilidad técnica y financiera a la vez que se adapta a las necesidades del sector productor.

En el caso de las Administraciones Públicas eso pasa por seguir apoyando a través de las subvenciones al seguro agrario y la coordinación entre las distintas administraciones. Por parte de las aseguradoras, garantizando un sistema sostenible, no solo con aumento de primas, que en algunos casos no es la solución, sino también adaptando las coberturas. Asimismo, salvaguardando el reaseguro público por parte del CCS. Y en el caso de los productores, desarrollando medidas de adaptación y mitigación. "Esta es la única manera; todos los actores del sistema trabajando hacia la misma dirección y, sobre todo, garantizando la solvencia técnica y financiera del sistema. Tiene que ser sostenible porque un sistema que no es sostenible está abocado al fracaso".

Pero para Marques la tensión en el sector no se debe exclusivamente a la evolución climática, sino que también se produce en el diálogo entre todos los actores, lo que se traduce en críticas destructivas contra el sistema, cuando se requiere una adaptación de todos: "Deberíamos

intentar gestionar la forma en cómo dialogamos, porque todos los actores estamos para garantizar la viabilidad del sistema", propone.

Mayorga también comparte la idea de que a pesar del año tan malo que ha sufrido el campo, muchos agricultores siguen sin contratar un seguro, por lo que hay que conseguir una masa de aseguramiento mayor. El problema, a su entender, es que por un lado la gente joven no quiere dedicarse al campo, que se ha quedado como una actividad algo marginada, y que el agricultor experimenta muchas presiones financieras y de incremento de costes. Opina que hay que avanzar "más allá de adaptar las primas a la siniestralidad, ya que el exceso de siniestralidad hace que muchas veces el propio seguro sea inviable para muchos agricultores".

"Tenemos que ser capaces de conseguir un sistema en el que las administraciones, tanto central como autonómica, puedan apoyar y que genere estabilidad tanto para agricultores como para aseguradores y el Consorcio como reasegurador", estima Pedro Mayorga. Por eso propone "ser valientes" ante este exceso de siniestralidad y buscar otras fuentes de financiación, pues con los pequeños incrementos de las administraciones a lo mejor no es suficiente.

"Todos los actores del sistema deben trabajar conjuntamente, hacia la misma dirección, garantizado su sostenibilidad técnica y financiera, a la vez que se adapta a las necesidades del sector productor.
Carmen Sánchez

GARANTÍA NO PRORROGABLE

Y más teniendo en cuenta que la capa complementaria de seguro del Consorcio, que se implementó a través de una orden ETD/600 del año 2022, es transitoria y variable, como señala Hurtado. Su origen está en el cambio de la siniestralidad a partir de 2017, que se desbocó: "En esa situación de alta siniestralidad, las reservas de estabilización, a las que están obligadas las compañías del cuadro, estaban a unos niveles muy bajos", precisa. La situación de los costes de producción en ese momento, que estaban disparados en todos los sentidos, aconsejaba no elevar los recargos de seguridad que inciden directamente sobre el coste del seguro y, por tanto, sobre el coste al tomador. La Dirección General de Seguros, junto con Enesa y el Consorcio, acordaron proveer a los seguros de esta capa adicional de reaseguro, de manera que, sin que se produjera una elevación del coste del seguro, las compañías del cuadro pudieran dotar adecuadamente sus reservas de estabilización. En 2022 gracias a esta capa de reaseguro, la reserva de las compañías se elevó. En 2023 ha vuelto a actuar la capa adicional de reaseguro porque la reserva seguía en unos niveles no óptimos. "Y con ello se ha conseguido que las reservas no crezcan, porque el resultado ha sido muy malo, pero por lo menos se mantienen por encima de cero que seguramente habrían llegado a cero si no hubiera existido esta capa adicional de reaseguro", resume.

Ahora bien, sobre la posibilidad de que siga incrementándose esta garantía, el subdirector de Seguros Agrarios del Consorcio de Compensación de Seguros asegura que en principio no será así. Aunque está prorrogada para el plan del año 2024, no va a incrementar su garantía porque ya las propias reservas de estabilización

del Consorcio se están viendo "más que mermadas". En este sentido, enumera que después de los 480 millones que va a abonar este año a Agroseguro como exceso de siniestralidad frente a unas primas de unos 62, la reserva de estabilización se va a quedar reducida a unos 350 millones: "Con este nivel si se repitiera el resultado económico de 2023 este año nos quedaríamos con la reserva prácticamente a cero", resume.

"Las capacidades productivas son las que son, pero estamos encontrando alternativas, gracias a la investigación, el desarrollo y la innovación de variedades de cultivo".
Ignacio Molina

MEJORAR LA COMUNICACIÓN

Con independencia del papel del Consorcio, el director de ACM Seguros se queja de que el agricultor no conoce lo suficientemente el seguro agrario. Cada compañía se preocupa de comunicar cada uno de sus productos de seguros, montar estrategias, dar formación; eso en el seguro agrario no existe, lo delegan en las acciones de comunicación de Agroseguro, que no puede llegar a todos los mediadores. Nosotros lo conocemos gracias a estar ahí, a Enesa, a nuestra organización cooperativa, a nuestra representatividad por nuestros cooperativistas…", protesta

Además, como resalta el director técnico de Insufese, la deficiencia de información viene también motivada por la edad. En la agricultura de este país, la media de edad se sitúa por encima de los 60 años: "Es muy difícil ya no informarles, sino que sean conscientes de la realidad de qué es lo que supone el seguro", advierte.

"El seguro agrario es muy particular y, por eso, tiene su propia estructura, pero no creo que haya cultivos que no se aseguran por desconocimiento", replica Carmen Sánchez. Explica que una de las funciones de Enesa es la divulgación y fomento del seguro agrario, para lo que dan charlas divulgativas y colaboran con las organizaciones agrarias y comunidades autónomas cuando se les requiere. Además, cuentan con dos líneas anuales de apoyo y fomento al seguro de casi un millón de euros para las organizaciones agrarias y cooperativas agroalimentarias, que busca no solo difundir el seguro, sino también dar formación técnica a los propios integrantes de las organizaciones representativas del sector, como figuras cercanas a los agricultores".

La directora del área de Producción y Comunicación de Agroseguro confirma que desde Agroseguro tienen un plan de comunicación para dar a conocer el producto, pero no hay que olvidar, en cualquier caso, que se trata de una empresa de gestión, que no vende seguros: "Trabajamos y estamos en contacto constante con las aseguradoras para darles toda la información que necesitan sobre el seguro para que lo puedan distribuir por su red comercial", confiesa. Además, están presentes en todo el territorio nacional y hacen actividades concretas en determinadas zonas relacionadas con el cultivo más importante de la misma, para garantizar que, al menos, un conocimiento generalizado de los productos de seguros llega a los mediadores locales.

Aitana Prieto / Carmen Peña

Para leer más sobre la mesa redonda pulse aquí

CIMA, en plena consolidación

Desde que a finales de 2009 se empezase a trabajar en un estándar tecnológico que hiciese más eficaz las relaciones entre aseguradoras y mediación, EIAC se ha afianzado entre los integrantes del sector al facilitar los procesos de transferencia de datos. Con la ayuda de CIMA la penetración entre los corredores no para de crecer, con la vista puesta en la implementación de la firma digital y, para 2025, la puesta en marcha de la versión 07 del estándar.

"CIMA no es un proyecto, ni el futuro; es ya el presente del sector asegurador español", que desempeña "un papel fundamental en la digitalización de los corredores", subraya Rosa de Oña, directora de Distribución y Conectividad de **Zurich** y presidenta de **CIMA**, ya que proporciona una plataforma unificada que permite a los corredores gestionar de manera eficiente sus operaciones diarias, transfiriendo toda la información de pólizas, recibos y siniestros que viene de las compañías, asegurando la calidad y seguridad de los ficheros. Además, ofrece herramientas, como la bidireccionalidad de recibos, que ayudarán a los profesionales a mejorar más su eficiencia y productividad en un entorno cada vez más digital.

Un resumen que expone a las claras el estado actual en el que se encuentra este modelo de digitalización para la mediación aseguradora. De tal modo que la adhesión a CIMA "avanza a buen ritmo", como reconoce Javier Barberá, presidente del **Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros**, con "cada vez más corredores de seguros trabajando con el estándar EIAC". Unos profesionales que "tienen bastante claro la importancia de estar conectados al sector, tanto por eficiencia como por repercusión en la cuenta de resultados", atestigua.

Basta repasar los últimos datos manejados por CIMA para apreciar esa evolución. La plataforma cerró 2023 con 39 aseguradoras, 28 empresas de software para la mediación y

1.758 corredores adheridos (500 nuevos). Con respecto al año anterior estos datos suponen un incremento de un 22%, 30% y 35%, respectivamente. En cuanto a la entrega de ficheros a corredores, se sobrepasaron los 5 millones, un 47% más que un año antes. El 86% de los profesionales que descargan ficheros de las entidades utilizan EIAC, lo que supone el 83% de su volumen de primas. En definitiva, el 65% de los corredores emplean el estándar. "Casi la mitad de los corredores se encuentran adheridos a la plataforma CIMA y, respecto al volumen de primas, estos representan ya el 75% en el negocio de No Vida", recalca David Salinas, tesorero de Adecose y miembro del Comité Técnico de CIMA.

CIMA cerró 2023 con 39 aseguradoras, 28 empresas de software para la mediación y 1.758 corredores adheridos

VENTAJAS Y CARENCIAS

Pero frente a esta "elevadísima implantación" existe también "una gran dificultad para superar los datos actuales", asevera Juan Antonio Marín, presidente de Fecor, hasta el pasado diciembre, ya que el porcentaje pendiente para llegar a todas las corredurías pertenece a empresas que o bien no utilizan ningún sistema de software de gestión o han utilizado sistemas propietarios de las distintas compañías que tienden a desaparecer.

Pero no es el único obstáculo que hay que sortear: "Todavía existen algunas carencias en las que hay que seguir trabajando para que aquellos datos que aún no cuentan con un campo específico en los ERP sean implementados", añade Santiago Macho, presidente de Aunna Asociación y vicepresidente de la Comisión CIMA, quien, sin embargo, enumera las grandes ventajas del proyecto que se han plasmado con su desarrollo a lo largo de los años: ser el único sitio de descargas; la unificación de criterios gracias a la estandarización; la minimización de procesos administrativos; la cantidad del dato, siendo este más rico que cualquier fichero de propietarios de las compañías; la supervisión y control por parte de Tirea; y ser un proyecto sectorial de amplio consenso.

Javier Barberá también destaca la facilidad de uso y la actualización permanente en períodos que no van más allá de cuatro horas, tal y como les trasladan los corredores, quienes, por otro lado, se quejan de "las nomenclaturas no homogéneas que tienen cada compañía y las diferencias habituales sobre la propiedad del dato", aunque se trate de una problemática "no imputable al estándar". En cualquier caso, "el tener un solo lenguaje para interactuar con todas las compañías es un avance que ahorra tiempo y dinero", asegura.

"La implantación de EIAC en las corredurías ha cogido una inercia muy importante, lo cual no significa que en términos del sector en general se deban buscar oportunidades de mejora para que cada día se puedan ir sumando más corredores", advierte David Salinas, quien tiene muy claro que "EIAC es vital para la subsidencia de nuestros negocios".

MEJORA DE LA DIGITALIZACIÓN

Además, en el proceso de digitalización de la mediación "CIMA aporta la posibilidad de que

OBJETIVOS CIMA 2024

De cara a 2024, Rosa de Oña expone los tres proyectos en los que se centrará el desarrollo de CIMA:

- **Implementación de la firma digital en pólizas intermediadas por corredores. Con el objetivo de avanzar en la modernización y seguridad del proceso de intermediación de pólizas se trabaja en la próxima implementación de la firma digital. "Esta mejora pretende que el corredor esté en el centro del proceso de firma, haciendo de enlace clave con el cliente, optimizando todo el proceso y contribuyendo a mejorar el éxito de todo el proceso y todo bajo un entorno de confianza y seguridad, como es CIMA". Se espera que a finales de junio ya esté el proceso integrado en las principales tecnológicas.**
- **Puesta en marcha de procesos de bidireccionalidad de recibos. Es la primera fase de bidireccionalidad y una de las más demandadas. "En el primer cuatrimestre tendremos integrada esta bidireccionalidad en el 80% de las aseguradoras de la Comisión CIMA e iremos desplegando esta funcionalidad en el resto de aseguradoras a lo largo del año".**
- **Calidad de dato. Se está trabajando en mejorar la calidad del dato de la versión actual, "que ya contiene más información que cualquier fichero propietario que hubiese sido desarrollado hasta el momento". Uno de los principales objetivos es velar porque se cumpla con los estándares de calidad de EIAC. "De ahí que estemos desarrollando la Versión 07 del Estándar EIAC, que incorporará nuevas normas de uso y cambios identificados gracias a las contribuciones de aseguradoras, empresas tecnológicas y corredores".**

todos los actores estemos sentados en la misma mesa y orientados a un objetivo común que no es otro que la mejora del estándar", revela Juan Antonio Marín. Se trata, en definitiva, de un trabajo conjunto en el que aseguradoras, empresas tecnológicas y asociaciones e instituciones de corredores trabajan para que los procesos de comunicación y transmisión de información entre entidades y corredurías sean cada vez más completos y eficientes, así como bidireccionales, "lo que favorece la mejora de la gestión interna de una correduría que redunda en un mejor servicio hacia nuestros clientes".

Efectivamente, Rosa de Oña coincide en que, lo más importante de todo, por encima de las cifras, es que "actualmente CIMA ha logrado ganar reconocimiento en la industria aseguradora y ha sido bien recibido por los corredores".

"Ayuda mucho, porque aporta eficiencia, ahorro de tiempo principalmente, que en el medio y largo plazo se traslada a la estructura de costes del negocio, lo que se traduce en una mejora de la cuenta de resultados de las corredurías", añade Salinas, para cuya asociación es vital todo el proceso de digitalización: "Tenemos una visión holística de todos los aspectos relacionados con la tecnología".

Con todo, Barberá advierte también "de las derivadas del propio proceso global de digitalización que somete al mediador a una fuerte presión tanto de inversión como de implementación en sus procedimientos". Además de la formación que, innegablemente, hay que proporcionar a los equipos para que sepan desarrollar toda esa tecnología.

La bidireccionalidad en los recibos, la aplicación de la firma digital y la integración fluida y segura entre diferentes plataformas, retos de futuro

PAPEL DE LAS ASOCIACIONES

Precisamente en este aspecto, las asociaciones del sector tienen un papel fundamental: "Desde el departamento de Tecnología de Aunna se ha informado de manera personalizada a todos nuestros socios, aportándoles así la capacidad, conocimiento y asesoría necesaria para la implantación de CIMA en sus corredurías", comenta Santiago Macho. No obstante, "es un servicio fundamental para la mediación, que nuestros corredores han sabido poner en valor".

En la misma línea se manifiesta el presidente del Consejo General, que reconoce que cada vez hay un mayor conocimiento, por lo que "hay que seguir manteniendo la intensidad divulgativa". Para ello, los colegios de mediadores "hacen todos los años un importante esfuerzo por dar a conocer las ventajas de adherirse a CIMA, un proyecto único en Europa que es un ejemplo de colaboración tecnológica y sectorial que nos permite estar a la cabeza de la conectividad".

Pero la función de las asociaciones no se limita a hacer llegar EIAC y CIMA a los corredores: "Nuestra tarea conjunta es velar por el correcto uso del dato y la calidad del mismo, favorecer el avance de mejoras para que sean perceptibles y útiles para los corredores, en definitiva, la defensa de nuestros intereses profesionales", atestigua Marín.

Precisamente, De Oña se congratula del gran compromiso que existe entre todos los actores que componen CIMA, ya que se trata de "un trabajo colaborativo de las aseguradoras con los corredores, tecnológicas, Tirea e instituciones", además de ser un proyecto de alto compromiso y estratégico en Unespa.

PRÓXIMOS RETOS

Tanto es así, que ya se está trabajando para, entre las asociaciones y resto de actores de la mediación, implementar algunas mejoras para la versión 07 de EIAC, relacionadas, tal y como cita Macho, con la bidireccionalidad en los recibos y en los siniestros; la mejora en los procesos de siniestros; y las automatizaciones y comunicaciones.

CIMA, un proyecto único en Europa, es un ejemplo de colaboración tecnológica y sectorial que permite estar a la cabeza de la conectividad

Y la aplicación de la firma digital, en la que hace especial hincapié Javier Barberá, como prioridad, ya que la mediación siempre ha gestionado mucho papeleo y muchas tareas del día a día, como hacer presupuestos, renovación y nueva contratación de pólizas o gestionar siniestros, que generan un volumen altísimo de documentación que ralentiza los procesos.

Además, considera esencial establecer sistemas de intercambio de datos seguros y fiables con los notarios y la Dirección General de Tráfico: "La creación de un ecosistema de tramitación de siniestros relacionados con el vehículo ha pasado de ser un proyecto para convertirse en una propuesta sólida de conectividad, colaboración y servicio entre todos los actores involucrados", valora.

Rosa de Oña, presidenta de CIMA, confiesa que uno de los desafíos principales es asegurar una integración fluida y segura entre las diferentes plataformas utilizadas por los corredores y las aseguradoras: "La conectividad de datos y sistemas es fundamental para una colaboración efectiva y eficiente", alude.

Otro de los retos del sector es la conectividad en tiempo real entre aseguradoras, corredurías y tecnológicas. "Es algo en lo que estamos trabajando desde CIMA dentro de los proyectos de 2024 y nos gustaría desarrollarlo durante 2025", aclara. El uso de la IA, como en otros sectores y que está tan en boga, es otro punto de atención de CIMA, donde se están analizando los casos de uso y su aplicación en ganar eficiencia y calidad en el trasvase de la información.

Aitana Prieto

caser
Grupo Helvetia

Preparados para ti

En Caser Salud estamos siempre preparados para ti. Incluso ahora mismo, mientras lees este titular.

Porque tenemos a un gran equipo de 45.000 profesionales con más de 25 años de experiencia en salud, atendiendo más de 2 millones de consultas al año en 13.000 centros médicos, que te acompañan ofreciéndote soluciones de salud siempre que las necesites, estés donde estés.

TU VIDA | TU SALUD | TU HOGAR | TU AUTO | TUS PENSIONES | TU EMPRESA

902 011 111- 91 155 34 72 | CASER.ES

Perspectivas del Seguro y la Economía para 2024 de Icea

El seguro creció un 18% en 2023, **IMPULSADO** por el ramo de Vida

Andrés Romero

Los ingresos por primas de las aseguradoras se situaron en 76.463 millones de euros a cierre de 2023, un 17,99% más que en el año anterior. De la facturación lograda a lo largo del ejercicio, 43.011 millones correspondieron al ramo de No Vida (+6,8%) y los 33.452 millones restantes, al de Vida (+36,3%), según muestran los datos provisionales recabados por Icea y presentados en la Jornada Perspectivas del Seguro y la Economía para 2024. Es la primera vez, desde 2002, que el seguro español registra una tasa de crecimiento de esta magnitud.

Abrió la jornada Andrés Romero, presidente de Icea, haciendo un balance de los eventos que sucedieron en 2023. Romero afirmó que "el sector ha mostrado una posición solvente. Somos un sector fiable y cumplimos con nuestro compromiso. Somos resilientes, con gran capacidad de adaptación a situaciones adversas". Asimismo, auguró un 2024 con menor rango de dificultad, pero con desafíos.

Para dar las cifras que el sector asegurador obtuvo en 2023, tomó la palabra Mirenchu del Valle, presidenta de Unespa. Las estimaciones actuales sitúan la facturación anual en unos 76.500 millones de euros, un 18% más que en 2022. Es la primera vez, desde 2002, dijo Del Valle, que "el seguro español registra una tasa de crecimiento de esta magnitud".

Los seguros No Vida facturaron en torno a 43.000 millones de euros, un 6,8% más que un año atrás. Mientras que los seguros de Vida dispararon su crecimiento hasta un 36,3%, lo que "los convierte en los principales impulsores del crecimiento de este año, situándose en el 43,7% de la facturación total", afirmó la presidenta de Unespa.

La evolución de los seguros de Vida ronda los 33.500 millones de euros en primas. Mientras que las provisiones de Vida también han experimentado una expansión relevante. A cierre de 2023, superaban los 204.000 millones de euros, lo que supone un 5,4% más que el año anterior. Para Mirenchu del Valle, "constituye una muy buena noticia que el seguro de Vida vuelva a representar casi el 45% del total de la facturación del sector". Peor comportamiento ha tenido el negocio de Vida riesgo, porque ha registrado un descenso del 2,8%,

debido al frenazo de la concesión de hipotecas (en 2023 se redujeron un 18% las operaciones hipotecarias).

En No Vida, el seguro de Salud ingresó algo más de 11.200 millones de euros a lo largo del año o, lo que es lo mismo, creció un 6,6%. A cierre de septiembre, había 14,3 millones de personas con este seguro en España. Por su parte, el ramo del Automóvil creció un 6,6% y sobrepasó los 12.100 millones de euros. Los seguros Multirriesgo obtuvo un aumento del 6,8% y 9.158 millones de euros en primas. Los seguros Diversos lograron un crecimiento del 7,3%, hasta alcanzar casi los 10.500 millones de euros. También destacó el crecimiento del 5,3% del seguro de Decesos, y la expansión registrada por ramos como los denominados Otros Daños, Transportes y Responsabilidad Civil.

NORMATIVAS QUE AFECTAN AL SEGURO

Tras el repaso al comportamiento de los ramos más importantes, Del Valle recordó los cambios que se han logrado en la creación de la nueva autoridad de defensa del cliente financiero: "la exclusión de las reclamaciones cuya resolución requiere de la intervención de un perito; la nueva configuración de la tasa, que pasa de ser una cuantía fija a estar fijada en función de la ratio de reclamaciones que recibe la entidad y cuántas resultan favorables a los reclamantes; y la fijación de la jurisdicción civil (en lugar de la jurisdicción contencioso administrativa) como vía para recurrir las resoluciones que emanen de la autoridad".

En cuanto a la normativa de la estrategia de inversión minorista de la UE, más conocida como RIS, dijo que "pretendemos que no se introduzcan restricciones injustificadas al cobro de incentivos en la distribución de los productos de inversión basados en seguros, los llamados Ibip. Para alcanzar el objetivo perseguido por la norma, que es aumentar la participación y la confianza de los consumidores en los mercados financieros, es necesario fomentar el asesoramiento que entidades y mediadores proporcionan al cliente a la hora de ofrecer el producto que mejor se ajusta a sus circunstancias y necesidades, evitando enfoques centrados excesivamente en los costes y teniendo presentes las necesidades del cliente".

Mirenchu del Valle

José Antonio Sánchez

Los seguros de Vida se convierten en los principales impulsores del crecimiento de este año, situándose en el 43,7% de la facturación total

Un tercer proyecto, este ya específico del seguro, que se completará en 2024 es la revisión de Solvencia II en donde hay una rebaja en los requisitos de capital que soportan las aseguradoras. Además, se mantiene el ajuste por casamiento, donde se han conseguido eliminar las restricciones a los beneficios de diversificación.

EL CRECIMIENTO DE LA BASE ASEGURADORA NO ES SIGNIFICATIVO

La visión más técnica de la evolución del sector la aportó José Antonio Sánchez, director general de Icea. Comentó que, excepto en Salud, en todos los ramos se crece por encima del año anterior. En No Vida el único que experimenta una caída de negocio es Perdidas Pecuniarias. Pero advirtió que, aunque "el negocio crece bien, lo hace sin que el incremento de la base asegurada sea significativo. Salvo Salud, que crece un 3% en asegurados".

En el caso de Vida Ahorro, que "ha registrado un crecimiento espectacular debido a la mejora de los mercados financieros y a la subida de tipos de interés", advirtió que las primas son muy volátiles, en primer

lugar, porque tenemos un porcentaje de primas únicas muy alto (75%). En segundo lugar, porque los principales grupos de Vida suelen tener una matriz bancaria y depende de la estrategia del tipo de productos que quiera vender. Y, en tercer lugar, por la contabilidad que tienen las primas de Vida. Por eso, dijo, "a nosotros nos gusta más ver lo que ha pasado en Vida Ahorro a través de las provisiones técnicas, que han crecido a buen ritmo y el incremento de la provisión matemática en Vida no solo se debe a la mejora de la rentabilidad financiera, sino que también ha entrado nuevo negocio".

En referencia a la rentabilidad técnica de No Vida, señaló que los ramos que la penalizan son Multirriesgos y Autos. En este último, el resultado técnico cae 3,4 puntos porcentuales y el beneficio técnico a septiembre fue del 61% menos con respecto al año anterior. Con un comportamiento positivo está Decesos y Salud.

Sánchez mostró su preocupación por que el negocio esté concentrado en pocos ramos. Vida Ahorro, Autos, Salud y Hogar, representan el 75% de las primas del sector. Si nos vamos al conjunto No Vida, en Autos, Salud y Hogar se concentra el 67% de las primas del sector. Particularmente, preocuparte es el hecho de que Autos y Hogar representan el 41% de las primas de No Vida y solo aportan el 13% del resultado técnico.

Tenemos un sector muy concentrado en márgenes. En 2023, solo el 10% de los grupos obtenía el 61% del beneficio técnico del sector. Y los 5 primeros grupos concentran el 50% del beneficio técnico.

En términos nominales, para 2024, el director general de Icea augura que No Vida crecerá en línea con 2023 (entre el 6 y 6,5%). Vida Riesgo crecerá (quizá un poco menos que No Vida) y Vida Ahorro también lo hará, "aunque no podemos esperar crecimientos como los del pasado año".

Santiago Arechaga

Javier Valle

Autos y Hogar representan el 41% de las primas de No Vida y solo aportan el 13% del resultado técnico

APARECEN NUEVOS RIESGOS PARA ASEGURAR

Sánchez aprecia muchas oportunidades para la industria aseguradora, "vamos a una sociedad, en la que el apetito por estar asegurado va a crecer". Por el lado de la prevención vamos a una sociedad con mayor envejecimiento y para tener el mismo poder adquisitivo que cuando se está en activo, vamos a tener que ahorrar más; también habrá que desarrollar nuevos productos aseguradores para la jubilación y aportar servicios asistenciales que va a necesitar una población envejecida".

Sánchez señaló que "será clave cambiar el mix de ramos para no depender de 3 o 4 que, además, aportan menor rentabilidad". Además, dijo que "nuestros niveles de servicio a futuro tienen que trascender al mero asegurador. Incorporar servicios que no van a ser puramente aseguradores.

Posteriormente, Santiago Arechaga, Market Head Southern Europe de Swiss Re, analizó el entorno económico en el que estamos y su efecto en la industria aseguradora. Afirmó que, en 2024, se producirá el retorno a rendimientos reales positivos y que las primas globales crecerán un 2,2%. En su opinión, los mercados emergentes serán los mayores propulsores, con un régimen de mayores tasas de interés que apoya el crecimiento en Vida Ahorro. Sin embargo, advierte del riesgo de rescates masivos en los productos de ahorro para invertir en otras opciones más atractivas.

Arechaga comentó que "el auge de la inestabilidad

geopolítica y macroeconómica modera las perspectivas de crecimiento, pero reafirma la razón de ser de la industria, la transferencia de riesgos" en No Vida.

GRAN CRECIMIENTO DEL AHORRO GARANTIZADO

Javier Valle, consejero director general de VidaCaixa, habló de las perspectivas y tendencias para el ramo de Vida y Pensiones. Señaló que en 2023 se alcanzaron 21.000 millones de pólizas de Vida riesgo, 9 millones de pólizas de seguros de ahorro y de 9 millones en planes de pensiones.

Por modalidades, "2023 ha sido el año del ahorro garantizado", comentó Valle. En 2023, el crecimiento en nuevas pólizas de ahorro garantizado ha sido del 83% de las primas: "En las provisiones hemos tenido un crecimiento del 4%". Sin embargo, piensa que para un segmento de clientes es más atractivo los productos en los que se asume algo más de riesgo. De hecho, "gracias a una gestión acertada en las inversiones, se han revalorizado un 17% de media. En este tipo de productos seguimos vendiendo muchísimo, 4.000 millones".

Con respecto a Vida Riesgo, Valle afirmó que la base de clientes se sigue ampliando gracias a las pólizas colectivas, e hizo referencia al hecho de que en el último año se abonaron más de 1.300 millones de euros en prestaciones a más de 65.000 familias.

Sobre los Planes de Pensiones resaltó que "las contribuciones brutas van languideciendo después de los últimos cambios normativos. España es el único país de la OCDE con crecimientos anuales negativos a las contribuciones a los sistemas privados".

Precisamente, "España es uno de los países con más personas que no ahorran para su jubilación (el 51%). El 57% de los jóvenes frente a un 47% de los mayores no ahorran para la jubilación. La razón principal es porque no tienen recursos (30%) pero el resto es porque no les interesa (30%) y no tienen información (15%)".

En opinión de Valle, los recursos gestionados de Vida crecerán, en 2024, entre el 4 y el 4,5%, mientras que los Fondos de Pensiones un 0,5%.

José Manuel Inchausti

El crecimiento de la provisión matemática en Vida no solo se debe a la mejora de la rentabilidad financiera, sino que también ha entrado nuevo negocio

EL 27% DE LOS ESPAÑOLES TIENEN UN SEGURO DE SALUD

José Manuel Inchausti, vicepresidente primero de Mapfre, constató la buena aceptación que tiene el seguros de Salud. En 2022, en España el 27% de la población tenía cobertura sanitaria privada, con mayor penetración en Madrid (37%), seguido de Cataluña y Las Palmas.

Este ramo está en constante crecimiento, tanto en primas como en asegurados, en los últimos diez años, "en torno al 10% y el número de asegurados supera los 14 millones, según datos del tercer trimestre de 2023. Esto supone alrededor del 40% de incremento con respecto a 2012 y un 80% en primas. Además, se caracteriza por su alta concentración, ya que los 5 primeros grupos tienen casi un 75% del mercado.

Oficinas y empleados sigue siendo el mayor canal de distribución con un 40%, aunque ha perdido en los últimos años más de 18 puntos porcentuales. Le siguen agentes con un 25% (ha subido 4,5 puntos porcentuales en 10 años) y corredores con un 18% (que han incrementado su negocio 3 puntos porcentuales en el último decenio). Para Inchausti, "el ramo de Salud es una de las

tareas pendientes para la mediación y debemos ayudarles a legar a más clientes".

Destaca el crecimiento del 4,6% de los asegurados colectivos, porque las empresas consideran el ramo de Salud como un elemento de fidelización de empleados.

Para Inchausti, el reto principal del ramo de Salud es el envejecimiento progresivo de la población, que llegará al 30% de personas mayores de 65 años en 2050. Algo que conlleva asociada, entre otras cosas, cronicidad de enfermedades, episodios agudos, etc. y la sobrecarga que va a derivar en la atención primaria sanitaria. Otro problema que identifica es el incremento de tiempos de espera en la sanidad privada.

Para 2024, se espera un crecimiento de entre el 6,5 y el 7%, en la misma línea que este año, con algunos retos como la legislación de protección de colectivos vulnerables; la integración de la IA; y una mayor colaboración público privada.

Inchausti considera que los precios se incrementarán en torno al 10% para el año que viene y que será crucial definir el rol de la aseguradora "como meros pagadores de actos médicos o ser actores de esa revolución digital".

EL 77,4% DE LAS VIVIENCAS TIENEN UN SEGURO DE HOGAR

La CEO de BBVA Allianz, María Teresa Archaga, analizó la evolución de los ramos de Multirriesgos. De los aspectos externos, resaltó la reducción de la concesión de hipotecas. No obstante, el 77,4% de las viviendas en España contaba con un seguro de protección en 2022.

Las primas Multirriesgo han aportado en torno al 12% de las primas del mercado y supone un 6% de rentabilidad. El número de asegurados en Multirriesgos va incrementándose poco a poco y este año "esperamos crecer un 1% en cuanto al número de pólizas". Hogar va ganando peso en torno al 60,5% desde 2013 a 2023; seguido de Industrial con un 19,4%; Comunidades un 12,1%; y Comercios el 7,3%.

Por canales, la mediación es el más importante, con el 68% del negocio. Sobre el negocio, destaca que la concentración del sector va creciendo poco a poco. Los 5 grandes grupos superan el 54% del mercado. Además, indica que el número de entidades que operan en Multirriesgos, se ha reducido un 16,9%, lo que suponen 16 entidades menos desde 2013.

Respecto a la rentabilidad del ramo, el ratio combinado ha aumentado un 1% con respecto a 2022, pasando del 96% al 97%, impulsado por el mayor efecto de la inflación en los costes medios y una mayor frecuencia de siniestros. Especialmente en Hogar, por los efectos climatológicos, que pasa de un 95,1% a un 97,2%.

La CEO de BBVA Allianz vaticina que en 2024 se crecerá "entre el 6% y 6,5%". Además, se espera un escenario de alta inflación que influirá en los costes de siniestros y endurecimiento del mercado. También habrá eventos catastróficos. "Siendo "más necesarios que nunca la excelencia técnica en modelos de *pricing* que incluyan escenarios ajustados a la nueva realidad".

María Teresa Archaga

España es el único país de la OCDE con crecimientos anuales negativos a las contribuciones a los sistemas privados de ahorro

AUTOS SIGUE EN EL PRIMER PUESTO DE NO VIDA

Hugo Serra, vicepresidente y CEO del GCO (Grupo Catalana Occidente), evidenció que Autos sigue consolidado como primer ramo de seguros de No Vida, aunque

el ramo de Salud "le acabará pasando en corto espacio de tiempo". En 2023, Automóviles alcanzó el 28% de la cuota de mercado. Serra llamó la atención sobre el hecho de que cada vez exista una mayor concentración, ya que las 10 primeras aseguradoras alcanzan el 85% de cuota de mercado.

Respecto a los canales de distribución, está claramente liderado por la mediación, tanto en cartera (70,5%) como en nueva producción (76,8%). Mientras que los agentes no varían su cuota de mercado desde 2013, los corredores sí han aumentado su porcentaje, especialmente en cartera pasando de un 25,4% en 2013 a un 31,2% en 2022. "Quizás tiene mucho que ver el negocio de los multitarificadores", afirmó Hugo Serra. Por otro lado, se ha notado un aumento por parte del bancaseguros en nueva producción y una notable caída de la venta telefónica y de los canales online.

Sobre el parque automovilístico, el CEO del GCO destacó que la edad media de los vehículos se sitúa en casi 14 años y que en los coches nuevos se ha producido un incremento del 50% del coste medio del vehículo estándar.

Serra llamó la atención sobre la situación del ratio combinado del ramo que se sitúa en un 101%, con una siniestralidad del 80,2% a septiembre de 2023. "Tenemos el ramo en pérdida técnica", dijo. "Lo que salva la cuenta técnica es el margen financiero". Apuntó que la prima media se ha incrementado muy por debajo de la siniestralidad. "El coste medio de los autos ha crecido un 55%. Sin embargo, la prima sigue más o menos estable".

Sobre el crecimiento del renting, dijo que habrá que ver cómo influye en la siniestralidad porque Serra se preguntó si se comporta igual el dueño de un vehículo

Hugo Serra

José Antonio Fernández de Pinto

En 2024, No Vida crecerá entre el 6 y 6,5%

o el que contrata un renting que cambia a menudo.

De cara a 2024, estima que Automóviles crecerá entre un 5,5% y un 6%. Entre los retos a los que se enfrenta el ramo, está el aumento de la siniestralidad; la revalorización del Baremo de daños corporales; la revisión actual de tablas; el recálculo de los nuevos módulos en convenios de daños materiales; y un aumento de los costes de las reparaciones. Serra considera crucial devolver al ramo a la rentabilidad técnica.

La clausura de la jornada la realizó José Antonio Fernández de Pinto, subdirector general de inspección de la DGSFP, que dio un mensaje positivo por encontrarnos en "un sector sano y con mucho que aportar a la sociedad española".

Asimismo, señaló la evolución desde una supervisión prudencial hacia aspectos que ganan peso, como las finanzas sostenibles, la transformación digital y la supervisión de las conductas del mercado.

Sobre esto último, detalló algunos puntos clave para una conducta de mercado adecuada, como son: el diseño de los productos y su ajuste a las necesidades reales de los clientes, además del equilibrio entre el coste y el valor que aportan, sin olvidar la suficiencia de la información facilitada y el adecuado asesoramiento en la distribución. A esto hay que unir el *warning* de Eiopa a las aseguradoras y bancos en su papel de distribuidores de seguros en los seguros vinculados a préstamos; y la innovación de productos y productos tradicionales con el '*value for money*'.

Para leer más sobre la jornada **pulse aquí**

Diogo Ogando,
suscriptor senior de
D&O de Hiscox España

La responsabilidad de los directivos puede (y debe) ir **ACOMPAÑADA** de la protección del seguro

Los empresarios, ya sean pequeños, medianos o grandes, no solo adquieren responsabilidades a nivel social, sea en materia de sostenibilidad, igualdad o bienestar del empleado, sino que también ven cómo aumentan sus obligaciones con los colaboradores, quienes pueden verse afectados por actos u omisiones negligentes durante el ejercicio de la actividad empresarial y que pueden derivar, de igual forma, en reclamaciones o demandas. Sin embargo, el 61% de las pymes no cuentan todavía con un seguro de D&O.

A principios de año conocíamos el desplome de las acciones en bolsa de la firma española Grifols tras un informe publicado por la estadounidense Gotham City Research, quien descubrió que las acciones de la empresa catalana estaban infladas y que la deuda declarada estaba manipulada. La respuesta fue inmediata y contundente: respaldando a su CEO, Grifols anunció el emprendimiento de acciones legales contra Gotham City por el importante daño causado, tanto financiero como reputacional, a sus *stakeholders*.

Este caso nos muestra el gran impacto social que ejercen las empresas, cuyo crecimiento afecta también al aumento de las responsabilidades de sus directivos para con la sociedad. Estos últimos no solo adquieren responsabilidades a nivel social, sea en materia de sostenibilidad, igualdad o bienestar del empleado, sino que también ven cómo aumentan sus obligaciones con los colaboradores, quienes pueden verse afectados por actos u omisiones negligentes durante el ejercicio de la actividad empresarial y que pueden derivar, de igual forma, en reclamaciones o demandas.

Sin embargo, la responsabilidad que tienen los directivos no solo recae en aquellos que pertenecen a grandes empresas como Grifols, y es que los de las pymes, que representan casi la totalidad del tejido productivo de nuestro país, también tienen esta responsabilidad. De hecho, en ocasiones son incluso más vulnerables ante los contratiempos que amenacen a su negocio, ya que son susceptibles a los posibles perjuicios ocasionados a terceros durante el transcurso de su ac-

tividad, desde errores en decisiones estratégicas, malas prácticas laborales, errores en el cumplimiento de una normativa o durante la aprobación de las cuentas anuales. Todo ello pone en riesgo a su reputación y a su patrimonio, de ahí la importancia de intentar mitigar el riesgo.

INCREMENTO DE LA DEMANDA DE D&O POR LAS PYMES

En todo este contexto y, precisamente debido a esta creciente responsabilidad social, surge una mayor necesidad de contar con un respaldo que proteja al directivo frente a esta clase de incidentes con la cobertura de los costes legales y de defensa asociados. Pero, si bien es cierto que el seguro de D&O ha estado tradicionalmente asociado a los directivos de las grandes empresas, los de la pyme cada vez lo demandan más, a medida que adquieren una mayor conciencia de su impacto social.

Y es que casos como el de Grifols, en los que se prevé una demanda que deberá enfrentar con gastos de representación legal y defensa, no solo están reservados para los administradores de grandes empresas. De hecho, este tipo de demandas son cada vez más comunes entre las pymes españolas y, como revela el Whitepaper "El coste de crear tu propia empresa" de Hiscox, más de la mitad de directivos de pymes impactados por reclamaciones de terceros admite haber sido demandado alguna vez, teniendo que asumir esta clase de gastos que pueden ser muy costosos.

Más de la mitad de directivos de pymes impactados por reclamaciones de terceros admite haber teniendo que asumir gastos legales

En cualquier caso y más en un contexto como el actual, los directivos de empresas de todo tamaño deben adquirir sensibilidad y conciencia con el cuidado de las partes vinculadas a la empresa. Sin embargo, esto es una asignatura pendiente entre los directivos de las pymes españolas y es que, según revela el Whitepaper, el 61% de las pymes no cuentan todavía con un seguro de D&O. Por todo ello, es ahora cuando no debe olvidar que puede, y debe, acompañar sus responsabilidades con la verdadera salvaguarda, que no es otra que el seguro.

HISCOX XPRESS

COTIZA EN NUESTRA WEB SIN CLAVES NI CONTRASEÑAS

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

¿Qué puedes hacer dentro de Hiscox Xpress?

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

¿Cuáles son las ventajas de utilizar Hiscox Xpress?

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

WWW.HISCOX.ES

Sergio Real, director gereral de Iris Global Seguros

Transformación continua en seguros de viaje: **PERSPECTIVAS** para 2024

El turismo internacional ha experimentado un resurgimiento impresionante, según los últimos datos revelados por la Organización Mundial del Turismo (OMT). Entre enero y septiembre de 2023, se estima que 975 millones de turistas viajaron internacionalmente, marcando un aumento significativo del 38% en comparación con el mismo período en 2022. Las aseguradoras, en su búsqueda constante de adaptación, han experimentado una transformación significativa en respuesta a cambios demográficos, expectativas de clientes en evolución y avances tecnológicos.

El sector se enfrenta a nuevos desafíos, desde la presión macroeconómica hasta los riesgos climáticos, cambios normativos y la necesidad imperante de abordar cuestiones medioambientales y sociales. En este contexto, la adopción de tecnologías digitales, la integración de factores ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) y la gestión efectiva de la fuerza laboral se perfilan como imperativos para la supervivencia y el crecimiento sostenible.

La próxima década, se presenta como un periodo clave para reimaginar el papel de las aseguradoras y abordar los desafíos emergentes en un entorno cambiante. Cinco tendencias clave están dando forma al futuro de las aseguradoras:

Brecha de confianza en aumento: La confianza en las instituciones financieras está disminuyendo. Las aseguradoras enfrentan el desafío de abordar esta brecha y promover una mayor transparencia y responsabilidad en cuestiones ASG.

Evolución de las necesidades del cliente: Las aseguradoras deben evolucionar para ofrecer soluciones personalizadas que integren la predicción y prevención de riesgos. La mejora de la experiencia del cliente mediante capacidades digitales y de datos se vuelve esencial.

Mundo más digital e impulsado por la IA: La automatización y la inteligencia artificial (IA) están transformando la interacción con los clientes a lo largo de la cadena de valor. Las aseguradoras deben abrazar plenamente estas tecnologías para ofrecer productos innovadores, tarificación en tiempo real y mejorar la captación de clientes.

Riesgo climático y atención a la sostenibilidad: Las aseguradoras se enfrentan a la necesidad de abordar el riesgo climático mediante la comprensión profunda de los riesgos, la reconstrucción de modelos de riesgo y la creación de nuevos productos relacionados con el clima. La atención a la sostenibilidad se destaca como esencial para mantener la competitividad.

Convergencia, colaboración y competencia: En una economía digital rica en datos, las aseguradoras deben redefinir estrategias a través de estos parámetros. La inversión se centra en plataformas digitales y ecosistemas, donde la colaboración se convierte en crucial para resolver riesgos sistémicos y compensar las carencias gubernamentales.

ASEGURADORAS EN LA ERA DIGITAL Y SOSTENIBLE

El futuro de las aseguradoras se vislumbra digital, con un enfoque en participar en ecosistemas digitales, construir una inteligencia de cliente única y crear productos y servicios alineados con un mundo digital. La colaboración digital y la integración profunda de criterios ESG en la organización se destacan como esenciales para construir ventajas competitivas distintivas.

En este contexto, Iris Global se posiciona como un actor clave en el panorama de seguros de Viaje. Con soluciones de seguros de Viaje internacionales, nacionales, para viajes de aventura o deportes de riesgo e incluso para viajes de estudiantes. Iris Global ofrece coberturas de asistencia en Viaje que se alinean con las tendencias emergentes para 2024. Además, los seguros de Iris Global incluyen: gestión de regreso anticipado y prolongación de seguro por cuarentenas o restricciones de movilidad; asistencia médica en viaje con cobertura para gastos farmacéuticos, médicos u hospitalarios; anticipo de fianzas por hospitalización en el extranjero; prolongación de estancia en hotel por cuarentena médica; envío de medicamentos al extranjero; gastos de estancia para acompañantes del hospitalizado asegurado; gastos de búsqueda y rescate; envío de objetos olvidados durante el viaje; asistencia jurídica en el extranjero, entre otros.

Para pasar a la ofensiva digital, las aseguradoras deben centrarse en la creación de nuevas ofertas y capacidades diferenciadoras

Para pasar a la ofensiva digital, las aseguradoras deben centrarse en la creación de nuevas ofertas y capacidades diferenciadoras. La construcción de una red de socios de confianza, el diseño para la colaboración digital y la alineación del modelo operativo para la creación de valor son pasos clave. En este entorno de cambio constante, las aseguradoras que fundamenten su estrategia en torno a su propósito social, transformen su modelo de negocio y adopten una mentalidad ágil impulsada por la tecnología estarán mejor posicionadas para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades emergentes. Con un enfoque en el propósito, la confianza y la transformación, la evolución de la industria de seguros de Viaje en los próximos años será significativa para todos los actores involucrados.

SEGURO DE ASISTENCIA EN VIAJE

Tú elige el lugar, nos vamos contigo.

- Asistencia médica y hospitalizada
- Telemedicina
- Interrupción del viaje
- Indemnización por pérdida de equipaje o robo
- Regreso anticipado

www.irisglobal.es 917 70 07 17

IRIS GLOBAL

Vida-Ahorro con rentabilidad garantizada del 2,75%

Mutua Madrileña ha lanzado al mercado 'Plan Ahorro Plus Fidelidad V', un seguro de Vida-Ahorro con una rentabilidad bruta garantizada del 3,25% durante el primer año (la rentabilidad neta de gastos será del 2,75%). Posteriormente, la entidad fijará el tipo de interés garantizado de forma trimestral.

El seguro puede contratarse con una aportación mínima inicial de 750 euros y permite hacer aportaciones adicionales por, como mínimo, el mismo importe.
Además de garantizar a vencimiento el capital invertido y una rentabilidad atractiva, el seguro incluye una prestación por fallecimiento del asegurado, en cuyo caso los beneficiarios recibirán el ahorro existente en ese momento, más un capital adicional del 10% del ahorro acumulado al inicio de cada anualidad (con un mínimo de 150 euros y un máximo de 1.200 euros). 'Plan Ahorro Plus Fidelidad V presenta un nivel de riesgo 1', en una escala que va de 1 a 6.

Aumenta la demanda del seguro de ahorro garantizado

Los seguros de ahorro garantizados se han convertido en una de las opciones más demandadas. Por esta razón, **Mapfre** vuelve a ofrecer 'Millón Vida' a un año. Se trata de un seguro de ahorro temporal a prima única que paga un tipo de interés efectivo garantizado al cabo de un año de hasta un 2,70%, según la edad del asegurado.

En caso de fallecimiento, el beneficiario percibe el capital equivalente a la prima capitalizada al tipo de interés técnico, superior al efectivo, correspondiente a la anualidad completa. La rentabilidad efectiva de 'Millón Vida' se sitúa muy por encima de otras alternativas tradicionales de ahorro a ese plazo como pueden ser los depósitos. Puede ser contratado desde los 18 años hasta los 85, con una prima única mínima de 3.000 euros.
Los interesados podrán contratar este producto en cualquiera de las 3.000 oficinas que Mapfre tiene en España, donde recibirán información de todos los productos y soluciones de ahorro e inversión que mejor se adapten al perfil de riesgo y objetivos de cada cliente.

Seguro de ahorro con tipo de interés revisable

Mapfre ha lanzado 'PIAS Valor 6M', un seguro de Vida ahorro de duración ilimitada, que cuenta con un tipo de interés inicial de hasta el 2,75% efectivo, según la edad del asegurado, aplicable durante los 6 primeros meses desde la fecha de efecto de la póliza. Después, se aplicará un tipo de interés revisable cada semestre natural del año.

Los interesados podrán realizar aportaciones periódicas (desde 40 euros), únicas y extraordinarias (desde 600 euros), con un máximo de 8.000 euros anuales, y las primas satisfechas a lo largo de la vida total del producto no podrán superar los 240.000 euros. Todas estas aportaciones son independientes a las que se puedan hacer a otros instrumentos de previsión social.
Si el cliente necesita enfrentar imprevistos, podrá disponer de su ahorro una vez transcurrida la primera anualidad y sin penalización.
Por otro lado, los PIAS son seguros que cuentan con la exención de tributación de la rentabilidad acumulada, siempre que la prestación se perciba en forma de renta vitalicia y se cumplan otros requisitos exigidos por la ley.
Además, la renta vitalicia se beneficiará de un porcentaje reductor de tributación, que dependerá de la edad del perceptor en el momento de la constitución de la renta.

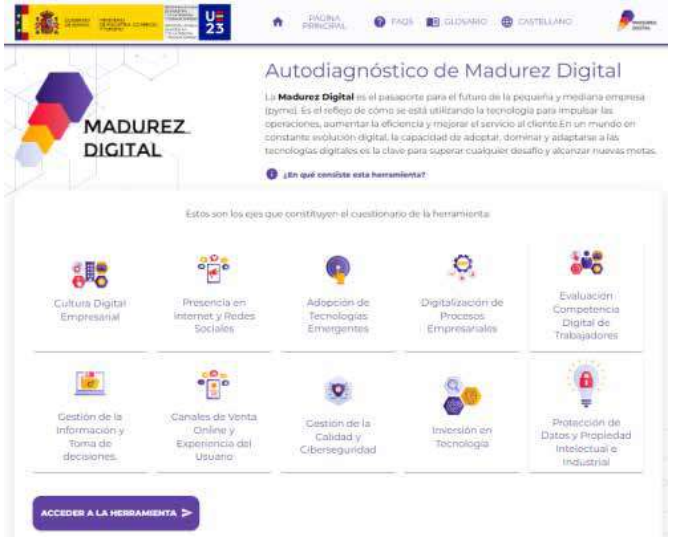
Asimismo, Mapfre ha incluido la garantía adicional en caso de fallecimiento por cualquier causa del 5% del valor acumulado del fondo, no pudiendo superar los valores máximos recogidos en la póliza.

PymeSeguros.com
A DIARIO
Todo lo que te interesa saber a un clik
PymeSeguros es una publicación pensada por y para la pequeña y mediana empresa y los autónomos

Accede a las noticias de seguros y economía que te interesan

Industria crea una herramienta para el autodiagnóstico de la madurez digital de las pymes

La Dirección General de Industria y Pyme ha lanzado una herramienta digital para que las empresas puedan comprender mejor cómo la tecnología puede impulsar su crecimiento y eficiencia.



La herramienta, que es gratuita, permite a las empresas analizar cómo están utilizando la tecnología en áreas clave y recibir recomendaciones para mejorar su eficiencia y servicio al cliente. El objetivo es que puedan adaptarse a las tendencias tecnológicas y aprovechar nuevas oportunidades de negocio.

La herramienta se estructura en diez ejes, que abarcan desde la cultura digital empresarial hasta la inversión en tecnología. Cada bloque está diseñado para evaluar aspectos específicos de la transformación digital, como la presencia en internet, la adopción de tecnologías emergentes, la digitalización de procesos empresariales y la gestión de la información.

Se obtienen informes detallados con recomendaciones personalizadas y ofrecen orientaciones para mejorar.

El salario mínimo sube un 5%, hasta los 1.134 euros

El Gobierno acordó, a mediados de enero, con los sindicatos una subida del 5% del salario mínimo interprofesional, hasta 1.134 euros al mes. Lo que supone 15.876 euros al año, repartidos en catorce pagas. Las bases mínimas de cotización a la Seguridad Social también subirán un 5%.

El Gobierno aplica la subida del SMI y de las bases mínimas de cotización con efectos retroactivos desde el 1 de enero. Entre otras cosas, porque el Consejo de Ministros tardará en aprobar el decreto que haga efectiva la mejora de esta renta. Esto se debe a la tramitación administrativa que debe recorrer ahora la norma.

El número de trabajadores beneficiados por esta medida asciende a más de 2,5 millones de personas, de las que un tercio serán mujeres y jóvenes.

"Esta subida nos permitirá también subir el salario por hora de las empleadas de hogar y seguir avanzando en un país más próspero, que acabe con el diferencial salarial con Europa", ha resaltado el secretario de Estado de Empleo, Joaquín Pérez Rey.

El presidente de la Ceoe, Antonio Garamendi, definió la decisión del Gobierno como un trágala e insistió en trasladar las subidas del SMI a las contratas públicas, una petición rechazada desde el Gobierno.

Aprobado el decreto anticrisis en el Congreso, pero tumba la reforma del subsidio del paro

El pleno del Congreso votó el 11 de enero tres decretos económicos impulsados por el Gobierno de coalición. Se decidió el futuro de casi 20.000 millones de euros, entre los que se encuentran 10.000 millones de fondos europeos pendientes de recibir de Bruselas y más de 7.000 millones que se trastocarían en las cuentas de Hacienda entre medidas de gasto y de ingresos. Finalmente, el Gobierno ha logrado salvar el anticrisis y el que canaliza 10.000 millones de fondos europeos. Pero ha caído el de la reforma del subsidio del paro, impulsado por el Ministerio de Trabajo.

Los decretos que estaban en juego eran el ómnibus, con medidas urgentes para la ejecución del Plan de Recuperación en materia de servicio público de justicia; el presentado por Trabajo, con medidas sobre conciliación y protección por desempleo; y el anticrisis, en el que se encontraba la prórroga parcial del escudo de protección social. Los tres se tenían que votar de manera independiente, pero también íntegra, es decir, sin modificación. Por ello, el Gobierno no ha podido rehacer ninguno de los puntos que suscitaban las críticas de los socios de la investidura. El decreto anticrisis incluye la prórroga de la rebaja del IVA a los alimentos, además de extenderse la bonificación del transporte público a todos los usuarios habituales. Por otro lado, se mantienen de manera progresiva los descuentos fiscales en la energía.

En materia energética, el texto mantiene las rebajas fiscales del IVA de la electricidad, el impuesto especial de electricidad y el impuesto sobre el valor de la producción eléctrica, aunque recuperando poco a poco los tipos impositivos habituales. También prorroga la rebaja del IVA del gas durante el primer trimestre del año. En el caso de las familias vulnerables, se extiende el máximo descuento del bono social, así como la limitación a las subidas del precio de la tarifa regulada del gas y de la bombona de butano.

Los alimentos, por su parte, mantendrán los descuentos en el IVA hasta junio, quedándose en el 0% los productos de primera necesidad, frente al 4% habitual. Las pastas, en paralelo, conservarán la rebaja que disminuye el IVA del 10% al 5%.El decreto también incluye la revalorización de las pensiones contributivas al 3,8%. A su vez, mantiene la suspensión de los desahucios y lanzamientos para hogares vulnerables sin alternativa habitacional y extiende las medidas de apoyo a la industria: reducción al 80% de los peajes eléctricos para la industria electrointensiva y flexibilidad para cambiar los contratos de suministro eléctrico.

El texto incluye la prórroga de los impuestos extraordinarios a las entidades bancarias y las energéticas, con una modificación normativa para que, a partir del 1 de enero, se puedan deducir las inversiones estratégicas relacionadas con la transición verde e incluya un compromiso de revisión en 2024 como figura de carácter permanente.

Los autónomos quedan fuera de la reforma del subsidio de paro para mayores de 52 años

El propósito de que los trabajadores por cuenta propia tengan acceso a la ayuda destinada a mayores de 52 años queda definitivamente fuera del debate. Desde el Ministerio de Trabajo argumentan que "el ámbito de la reforma del desempleo asistencial es el trabajo por cuenta ajena", lo que frustra las intenciones de los autónomos.

En la tesis que maneja Trabajo, diferencian las particularidades de ambos colectivos de trabajadores al pertenecer a modelos de cotización distintos. Las cuantías aportadas por las personas asalariadas son mayores, lo que a su vez les otorga una mayor protección social. Esta disparidad resulta incomprensible para las asociaciones porque se trata de prestaciones no contributivas, las cuales se financian a través de los Presupuestos Generales del Estado (PGE) y no con las contribuciones sociales. Por lo tanto, no hay razón para justificar un trato desigual y discriminatorio hacia las personas afiliadas al Reta.

Desde Upta creen que la solución puede estar en una nueva cotización del 0,5% sobre la base mínima del primer tramo de la tabla general del Reta, equivalente a aproximadamente 4 euros mensuales más, y que se estimaría en una recaudación anual de unos 160 millones de euros.

La puesta en marcha de la subida del salario mínimo interprofesional impacta directamente en la cuenta de resultados de las empresas españolas, pymes en su mayoría. Así se desprende de los datos de 2023 del 'Informe de Pymes y Autónomos' de Hiscox, en el que se afirma que el 33,8% de las pymes españolas ha necesitado hacer ajustes para hacer frente a la subida del SMI en 2023.

Un tercio de las pymes ha necesitado hacer ajustes para hacer frente a la subida del SMI

Según este mismo informe, de entre aquellas que reconocen haber sido impactadas, el 13,8% ha reducido los sueldos más altos, mientras que el 7,5% ha puesto en marcha despidos de trabajadores y el 3,6% se ha visto obligada a contratar menos personal o lo ha hecho de forma más cauta.

Las pymes más pequeñas y que cuentan con menor margen económico son las que más notaron un mayor impacto en su cuenta de resultados. El 37,7% de las que facturan menos de 2 millones, afirmó haberse visto impactada frente al 23,5% de las que facturan más de dicha cantidad. Del mismo modo, un 34,5% de las micropymes (1-9 empleados) declararon verse afectadas por la subida del SMI. El sector industrial es el más afectado (42,8%), seguido por el de comercio (27,3%).

Las empresas con becarios están obligadas a darles de alta en la Seguridad Social

Desde el 1 de enero de 2024, todas las empresas tienen la obligación de dar de alta en la Seguridad Social a los becarios, independientemente de si las prácticas que realizan están remuneradas o no.

El contrato de prácticas, cuyo nombre tras la reforma laboral es contrato formativo para la obtención de práctica profesional, se encuentra regulado en el Estatuto de los Trabajadores y no puede tener una duración superior a un año ni inferior a seis meses. Además, en este modelo de contrato es obligatorio el alta del trabajador en la Seguridad Social y se dota de un salario que en ningún caso será inferior a la retribución mínima fijada por el SMI en función del tiempo laboral efectivo. Solamente los estudiantes con prácticas remuneradas cotizaban a la Seguridad Social en concepto de contingencia común y profesional.

Desde el pasado 1 de enero, las prácticas realizadas por alumnos universitarios de grados, másteres, títulos propios de la Universidad, doctorados, o diplomas de especialización o experto, deberán ser incluidos en la Seguridad Social y comenzar a cotizar.

Del mismo modo, también se incluirán los alumnos de formación profesional, con la excepción de aquellos que se incluyan en el régimen de formación profesional intensiva.

De esta manera, aquellas compañías que requieran becarios, incluidas las prácticas realizadas por alumnos universitarios y de formación profesional, tendrán que darlos de alta y, esta práctica, quedará incluida como asimilada a trabajadores por cuenta ajena en el régimen de la Seguridad Social. Es decir, cualquier becario tendrá que ser dado de alta independientemente de si recibe remuneración o no.

De esa forma, estos períodos de práctica influirán en la vida laboral del estudiante, ya que tendrán efecto como cotización de cara a la jubilación.

Cuando un estudiante realiza prácticas remuneradas, la responsabilidad de las cotizaciones a la Seguridad Social recae sobre la entidad que financia el programa de formación. Esta entidad asume el rol de empleador y debe gestionar las altas y bajas en la Seguridad Social siguiendo la normativa general.

Es importante destacar que, aunque los becarios en prácticas cotizan en la Seguridad Social, existen ciertas excepciones. No se cotiza por conceptos como desempleo, Fogasa (Fondo de Garantía Salarial) o formación profesional. Además, no se requiere la aportación del MEI (Mecanismo Europeo de Estabilidad).

En el caso de las prácticas no remuneradas, la empresa donde se desarrollan las prácticas es la responsable de cumplir con las obligaciones en materia de Seguridad Social. Sin embargo, si existe un convenio específico, la entidad formadora podría asumir esta responsabilidad.

Una particularidad de las prácticas no remuneradas es la exclusión de la prestación por incapacidad temporal derivada de contingencias comunes. Además, se debe realizar el alta en la Seguridad Social al inicio de las prácticas y la baja al finalizarlas, comunicando estos cambios a la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS) en un plazo de 10 días naturales.

Los trámites de la ciudadanía con la inspección de Trabajo serán online a partir de marzo

El Ministerio de Trabajo aprobó el pasado mes de diciembre un Real Decreto que modifica la relación de la ciudadanía con la Inspección laboral con el objetivo de incentivar el uso de los medios electrónicos para agilizar los procedimientos administrativos y reducir los tiempos. Así pues, se obligará a los ciudadanos a relacionarse con la Inspección de Trabajo y Seguridad Social (ITSS) a través de canales electrónicos a partir del próximo 6 de marzo.

Ese Real Decreto emplaza a la Administración a desarrollar las "disposiciones complementarias que regulen el modo en que debe materializarse la relación electrónica entre la Administración y el ciudadano. Aspectos como el modo de presentación de escritos, solicitudes o documentación por parte de los ciudadanos, el sistema de notificaciones y comunicaciones electrónicas utilizado por la Administración, la actuación de los ciudadanos a través de representante o la regulación del Registro Electrónico de Apoderamientos".

Aunque entrará en vigor el próximo 6 de marzo, tanto las actuaciones inspectoras como los procedimientos sancionadores y liquidatorios iniciados antes de la entrada en vigor se regirán por la anterior normativa.

Este Real Decreto-ley llega después de que el Tribunal Supremo tumbara el pasado mes de julio la Orden Ministerial de 2019 de Hacienda que obligaba a los ciudadanos a presentar la declaración de la Renta por vía electrónica. Allí se recordo que era un derecho para los ciudadanos y no una obligación.

Hacienda mantiene la obligación de realizar la declaración del IRPF de manera telemática

El Ministerio de Hacienda mantiene la obligación de presentar la declaración de IRPF de manera telemática, tras modificar la ley del impuesto para ajustarla a la sentencia del Tribunal Supremo que dictaminó que los contribuyentes podían liquidar el impuesto por otros medios, como el papel.

Hacienda sacó el 23 de enero de 2024 a información pública el proyecto de orden por el que se aprueba el modelo de declaración del IRPF del ejercicio 2023, que se liquidará entre el 3 de abril y el 1 de julio. Este borrador establece que la declaración tendrá que presentarse por medios electrónicos a través de internet, ya sea por la página web de la Agencia Tributaria, por teléfono o en oficina, igual que venía sucediendo en los últimos años, ya que en paralelo se garantiza asistencia personalizada a quien lo necesite.

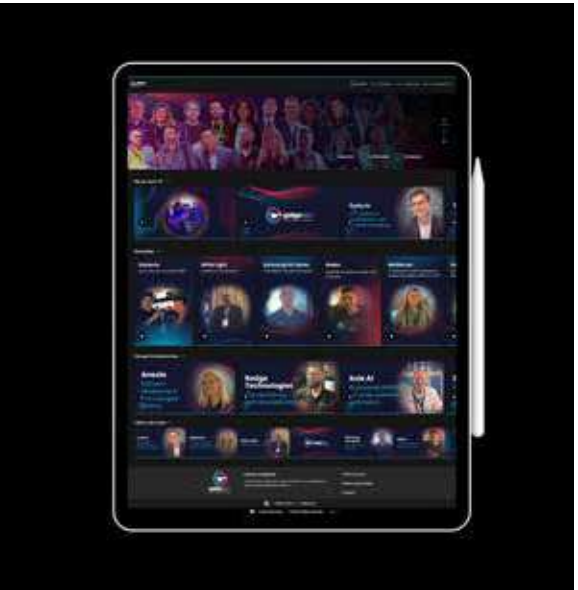
El Grupo Mutua, líder en seguros generales en 2023

El Grupo Mutua Madrileña cerró 2023 como la compañía de seguros generales líder en España, por sexto año consecutivo. La aseguradora presidida por Ignacio Garralda concluyó el ejercicio con un volumen de primas de seguros No Vida récord histórico para la entidad, con 6.726,5 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 10,31% respecto al año anterior, según datos provisionales de Icea.

El grupo cuenta con una cuota de mercado en No Vida del 15,64%, por encima del año anterior. En Salud, donde opera a través de SegurCaixa Adeslas, volvió a cerrar el pasado ejercicio como líder, con unos ingresos por primas de 3.323 millones de euros, un 4,94% más que el ejercicio anterior. En este caso, la cuota de mercado alcanza el 29,57%, casi el doble que el siguiente grupo asegurador del ranking.

En la actualidad, el Grupo Mutua se sitúa como el primer grupo asegurador en el mercado de No Vida, el primero en el negocio de Salud, el segundo en Autos y el tercero en Seguros Totales, incluyendo Vida y No Vida, según datos de Icea.

Forinvest estrenará una nueva plataforma audiovisual de networking



Forinvest pondrá en marcha en su próxima edición, que se celebrará el 6 y 7 de marzo en Feria Valencia, una innovadora plataforma de contenidos audiovisuales para dinamizar el networking entre los profesionales que participen en la feria.

Se trata de una plataforma de servicio OTT que incluirá un vídeo en formato 'pitch' de diferentes stands, ponentes y profesionales asistentes grabados en la propia feria. Cada participante podrá realizar un 'pitch' de 30 segundos a los reporteros de la feria para explicar qué ofrece, qué busca, sobre qué áreas va a realizar su ponencia o los productos y servicios que ofrece en la feria.

Los servicios OTT (siglas en inglés de 'Over The Top) o servicios de transmisión libre, consisten en la transmisión de audio, vídeo u otro contenido a través de Internet y sin la implicación de los operadores tradicionales en el control o distribución del contenido.

Transformación, digitalización y diversificación, ejes clave del negocio de Santalucía para 2024

Santalucía ha celebrado su convención comercial anual centrada tanto en la consecución de los objetivos de su Plan Estratégico 100+ durante 2023, como en los retos y desafíos previstos para la próxima etapa: 2024. Un año que estará marcado por el crecimiento de los principales ramos de la compañía, el impulso de la transformación digital, y aportar soluciones a los principales retos demográficos y climáticos a través de una cartera de servicios variada y adaptada a las necesidades de los clientes.

"2023 ha sido un año de crecimiento. Hemos crecido un 41%. En negocio Vida, el crecimiento ha sido de un 83% y en No Vida crecemos un 7,2%", comentó Andrés Romero, consejero director general de Santalucía. Sobre 2024, añadió que se trata de "un año clave para la compañía, puesto que finaliza el Plan Estratégico 100+. Afrontamos grandes desafíos, pero el tamaño y la dificultad de estos retos nos da la dimensión del éxito al que aspiramos".

Durante el encuentro, se realizó un balance de los hitos conseguidos en 2023. Este año ha estado marcado por el liderazgo del Grupo en el Net Promoter Score (NPS) en experiencia de cliente, el liderazgo de la marca entre el público joven, la consolidación del modelo omnicanal, la transformación digital y la apuesta por la explotación de los datos, así como el liderazgo en Hogar y la expansión de su oferta aseguradora en Vida con productos innovadores fortaleciendo la cultura del Ahorro.

En cuanto a los retos del Grupo Santalucía para 2024, el principal objetivo pasa por seguir creciendo en los principales ramos de la compañía -Hogar, Decesos, Vida- y continuar la diversificación de canales y geografías. Además, se continuará apoyando la transformación tecnológica y digital de todo el grupo, con interés en incorporar los últimos avances en Inteligencia Artificial y Analítica Avanzada al negocio.

Por otro lado, la aseguradora ha recibido la confirmación de su calificación de Fortaleza Financiera como "A" (excelente), y la Calificación de Emisor de Crédito a Largo Plazo como "A" (excelente), ambas con perspectiva estable, por parte de la agencia de calificación crediticia **AM Best**.

En otro orden de cosas, la aseguradora y **Microsoft** han anunciado una colaboración estratégica para impulsar la transformación digital del grupo.

Por último, señalar que el Foro de Expertos del **Instituto Santalucía** ha publicado un documento de recomendaciones para una jubilación flexible y compatible; una serie de propuestas como la eliminación de la jubilación forzosa, la creación de contratos laborales personalizados a cada caso, permitiendo a los jubilados mantener la actividad laboral sin reducción en la prestación de jubilación.

En el documento se propone las siguientes recomendaciones:

1. Introducir un nuevo sistema de jubila-

ción flexible que, permita puentes graduales hacia la retirada total del mercado laboral, compatible con el trabajo retribuido sin topes de rentas.

2. La jubilación flexible y compatible aumenta la cobertura de vacantes con personas experimentadas y generan mayores ingresos fiscales.
3. Las personas jubiladas deben poder suscribir contratos de trabajo, a tiempo parcial o completo, manteniendo su pensión independientemente de su jornada.
4. La jubilación debe ser compatible, sin reducción en la prestación, con el trabajo autónomo retribuido.
5. La jubilación parcial debe ser utilizada como un puente gradual hacia la retirada total sin las exigencias actuales de contrato de relevo ni sobrecostes en la cotización.
6. Los convenios colectivos deben tener prohibido suscribir jubilaciones forzosas, asegurando que la jubilación sea siempre voluntaria.
7. Se propone la creación de un nuevo contrato laboral de plena compatibilidad, permitiendo a los jubilados trabajar y cobrar su pensión sin topes máximos de retribución ni recortes en su pensión.

El derecho del consumidor a ser atendido por una persona

En 2024 entra en vigor la Ley de Atención al Cliente, para que todas las personas puedan ejercer sus derechos como consumidores en condiciones de igualdad y si no pueden interactuar vía digital en el proceso de renovación de póliza o de tramitación de un siniestro, lo hagan encontrando una persona al otro lado del teléfono.

Según Ricardo Correa, Latam Regional Manager de **AV Group**, "hay que tener en cuenta el impacto positivo de la IA en la experiencia de cliente en el sector asegurador. Los chatbots y los asistentes virtuales impulsados por esta tecnología permiten una atención al cliente más rápida y efectiva, dando respuestas inmediatas a las consultas y ofreciendo orientación en tiempo real. Además, gracias a su facultad de análisis de datos proporciona a los clientes recomendaciones personalizadas, ayudándoles a tomar decisiones sobre sus pólizas y planes de futuro".

En ambos casos, las aseguradoras deben invertir en los diferentes canales debido a las diferencias que existen a la hora de contratar un seguro o dar parte de un siniestro. Hay una gran diferencia entre una persona nacida antes de los años ochenta, los denominados Generación X, que prefieren un

trato presencial o telefónico, en el que hay una persona quien les atiende, a los de la Generación Y y Z, que valoran, en mayor medida, la inmediatez y el contacto vía digital.

La nueva landing www.planifica.jubilame.com de JubilaME pone a disposición del cliente el servicio exclusivo para conseguir de forma totalmente gratuita la Guía Personalizada para la Jubilación.

JubilaME crea una guía personalizada para la jubilación

En ella se obtendrá las respuestas claves a las preguntas que toda persona se hace para su jubilación: ¿Cuánto cobraré al jubilarme?; Estimación de ingresos a la jubilación; ¿Me alcanzará para vivir como quiero?; Estimación de la pérdida, o no, de poder adquisitivo durante la jubilación; ¿Necesito ahorrar para vivir bien al jubilarme? ¿Cuánto y cuándo empiezo?; Fijar una "meta de ahorro" para complementar las Pensiones; y ¿Cuáles son las mejores compañías/productos para alcanzar mi meta?

En la guía se selecciona para cada usuario un mix de los productos de las compañías partner de JubilaME: Mapfre, Zurich, PSN, AXA y Generali.

Como toda guía, éste es un documento vivo que los Especialistas de JubilaME se ocupan de actualizar todos los años. Asimismo, JubilaME pone su red de expertos para que los usuarios puedan solicitar reuniones con especialistas en planificación financiera para la jubilación y comentar sus casos particulares.

QBE realiza cambios en su estructura

QBE Iberia ha realizado cambios a nivel organizativo en su estructura. Con el fin de dimensionar su equipo de Mercado tras el importante crecimiento de la sucursal en los últimos años, Carmen Cobeta, hasta ahora Casualty and PI (*Professional Indemnity*) Portfolio Manager, asumirá el puesto de Regional Broker Relationship Manager.

En su nuevo cargo, Cobeta trabajará en el desarrollo de las relaciones estratégicas de la seguradora con sus socios, clientes y colaboradores. La decisión de enfocar su atención en la gestión de relaciones con los brókeres responde a la necesidad de QBE de consolidar su presencia en el mercado y fortalecer la colaboración con sus socios estratégicos, en las distintas regiones en las que QBE Iberia ya opera.

Asimismo, QBE Iberia ha nombrado a Ana Serrano Deputy Casualty and PI Portfolio Manager, que aportará su experiencia y conocimiento del mercado de Responsabilidad Civil.

Por otra parte, ha promocionado a Paula Alonso a suscriptora sénior en el departamento de Daños, tras su papel clave en la compañía para posicionar al equipo en el mercado de Iberia.

La aseguradora también ha nombrado a Luis Sánchez suscriptor sénior en el departamento de Responsabilidad Civil.

La contratación de seguros agrarios se incrementó un 16% en 2023

La contratación de seguros Agrarios ha crecido un 16% en 2023 hasta los 1.011 millones de euros, según los datos registrados por Agroseguro, hasta el 31 de diciembre del pasado año.

El capital asegurado por el seguro Agrario ha marcado récord por noveno año consecutivo. Este incremento viene impulsado por el aumento en la contratación del seguro en las principales producciones del campo español: hortalizas (+12%), frutales (+9%), cítricos (+3%), uva de vino (+3%) o el conjunto de los seguros pecuarios (+6%), así como en otras líneas de seguro, como las que cubren producciones industriales textiles y no textiles, cereza, frutos secos, cultivos tropicales, forrajeros, uva de mesa, fresón y frutos rojos, planta viva o producciones forestales, entre otras.

La contratación del seguro en la principal línea por capital asegurado, los cultivos herbáceos, se ha visto fuertemente alterada por la falta de precipitaciones sufrida en 2023. En efecto, el dato general registra un descenso interanual debido a la escasa contratación de los módulos primaverales por la menor expectativa de producción derivada de la sequía. Sin embargo, actualmente presenta un aseguramiento en claro ascenso para la campaña 2024; en concreto, las pólizas contratadas durante el otoño rebasan los 3,2 millones de hectáreas (+12%), y el capital asegurado de cara a la próxima campaña crece un 3% por el momento, sobrepasando ya los 1.900 millones de euros.

En total, el conjunto de las pólizas suscritas durante 2023 suma 6 millones de hectáreas aseguradas y 36,9 millones de toneladas. El número de animales asegurados se eleva hasta los 416 millones.

A falta de cerrar y evaluar los siniestros recibidos en las últimas semanas del año, las indemnizaciones superarán los 1.200 millones de euros en 2023, casi un 50% más que el año anterior.

En otro orden de cosas, Agroseguro ha presentado las novedades del seguro de frutales en La Rioja, Lérida, Navarra y Zaragoza. Entre ellas, figura la individualización de las coberturas para aquellos asegurados con reiterada y alta siniestralidad. Además, permitirá asegurar como plantones aquellas plantaciones cuya producción no sea comercialmente rentable en su primer año productivo, e incrementa un 6,2% el precio asegurado para la nectarina de media estación y tardía para ajustarlo a las condiciones de mercado.

Por último, señalar que Agroseguro ha abonado 32,5 millones de euros a productores asegurados de olivar por los daños registrados durante la última campaña, marcada por la falta de precipitaciones y, debido a ello, por graves pérdidas de producción. La superficie siniestrada total se ha elevado hasta las 82.000 hectáreas, de las cuales casi 64.000 situadas en Andalucía. En total, ha abonado 28,6 millones a olivareros andaluces asegurados.

Por otra parte, también ha iniciado el abono de indemnizaciones por los siniestros registrados en la última campaña de caqui, mayoritariamente a causa de las tormentas de pedrisco y viento. En total, se han abonado 15 millones de euros.

IMeureka firma un acuerdo con NuVu Underwriting

El Marketplace IMeureka ha firmado un convenio de colaboración con la agencia de suscripción NuVu Underwriting, apostando así por impulsar la digitalización y la eficiencia en el sector de seguros.

Ambas buscarán mejorar la experiencia del cliente y optimizar los procesos de los mediadores, ofreciendo soluciones tecnológicas innovadoras y una mayor oferta de productos aseguradores.

El 51% de los españoles no está ahorrando para la jubilación

El 51% no esta ahorrando para la jubilación, frente al 39% de los europeos, según recoge la 'III Encuesta Paneuropea de Pensiones 2023' de Insurance Europe. España presenta la segunda tasa más alta de Europa de personas que no ahorran para la jubilación, sólo por detrás de Finlandia.

Según el sondeo, el 57% de los españoles de entre 18 y 35 años no ahorra para su jubilación. Muchas personas de mediana edad tampoco constituyen una bolsa de recursos para cuando dejen de estar en activo. En concreto, el 49% no ahorra. A partir de los 51 años, la tasa de ciudadanos que no prepara su jubilación se sitúa en el 47%.

Entre los españoles que ahorran, un 26% afirma hacerlo a través de un producto individual de pensiones (frente al 28% de media europea), otro 13% por medio de un plan de empleo (lejos del porcentaje del 32% de todos los europeos) y un 11% mediante otros productos de inversión (en línea con los europeos), excluyendo depósitos y fondos de inversión.

Más de la mitad de los encuestados españoles desearía empezar a ahorrar para su jubilación, pero la previsión de que lo vayan a hacer varía. Un 30% afirma que no se lo puede permitir, un 13% sostiene no disponer de suficiente información sobre cómo realizarlo y apenas un 9% planea comenzar a hacerlo próximamente. Entre tanto, el 8% de los encuestados en España no está interesado en ahorrar a través de productos específicos de previsión social complementaria porque tiene otros recursos financieros en los que apoyarse. El último 30% señala no estar interesado en ahorrar por otros motivos.

Un 80% de los españoles prefiere la seguridad de, al vencimiento de su plan, recibir una suma similar a la aportada al invertir en productos garantizados al vencimiento, mientras que el 20% se decanta por aspirar a rentabilidades más altas asumiendo, eso

Nueve de cada diez aseguradoras considera la experiencia cliente una prioridad estratégica

El 90% de las aseguradoras considera la experiencia-usuario como una prioridad estratégica, según el estudio 'Un paso más allá en la gestión de la experiencia del asegurado en el siniestro de hogar', presentado por Multiasistencia e Icea.

El estudio revela también, entre otros datos, que tan sólo el 50% de las aseguradoras personaliza su oferta al consumidor, especialmente en el momento de la renovación y de la prestación del servicio, siendo este factor determinante para asegurar la renovación.

Ricardo Calvo, director general de Clientes en Multiasistencia, ha subrayado que "este estudio resulta revelador para entender hacia dónde debemos dirigirnos: los clientes nos están pidiendo personalización, flexibilidad y agilidad. Uno de los aspectos más importantes, radica en el acompañamiento empático del asegurado y la posibilidad de actuar de manera proactiva".

Calvo ha destacado tres aspectos para ofrecer la mejor experiencia de cliente. En primer lugar, la alta probabilidad de renovación cuando el servicio es personalizado. En segundo lugar, la preferencia por la gestión autónoma por el propio asegurado o combinada con la intervención de un tramitador. Y, por último, una buena respuesta en el entorno digital.

En cuanto al ámbito de la digitalización, el estudio revela que el grado de digitalización percibido por el consumidor (8 sobre 10) es mayor que el percibido por las propias aseguradoras (6,6 sobre 10).

El estudio también ahonda en el marco de la comunicación: las aseguradoras, en promedio, disponen de 4 canales de comunicación con el cliente. Aunque el teléfono sigue siendo el favorito. WhatsApp destaca como un canal de gran potencial, siendo uno de los más deseados por los clientes. Sin embargo, solo está disponible en el 15% de las compañías a la hora de dar un parte.

Respecto del proceso de tramitación y su gestión, el 66% de las compañías ofrecen a los clientes un lugar para acceder a información sobre el siniestro. El estudio revela una voluntad real por parte de los clientes para la autogestión, con un 40% interesado en comenzar el siniestro de forma autónoma y un 44% que prefiere iniciar la gestión presencialmente y después autónomamente. Sin embargo, se señala una brecha entre la información demandada y la ofrecida a medida que avanza el proceso: el 48% de los clientes indican sentirse con necesidad de más información en algún momento. Además, se destaca la importancia de la comunicación constante y homogeneización de la información a lo largo del proceso.

Por último, en el bloque de satisfacción con la gestión del siniestro el estudio destaca que el 82% de los clientes prefiere la reparación frente a la indemnización. La peritación presencial sigue siendo dominante, con un 60% de preferencia por parte de los clientes. La satisfacción general del cliente con su siniestro se sitúa en 7,96, destacando la importancia de la rapidez en la comunicación.

Occident atendió más de 106.000 incidencias por fenómenos meteorológicos en 2023

El año pasado, las compañías que se han unido en Occident (Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros, Seguros Bilbao y NorteHispana Seguros), atendieron 106.764 incidencias producidas por fenómenos meteorológicos. Los que causaron mayor volumen de incidencias y consultas fueron, por este orden, la lluvia (66.263), el viento (31.992), el pedrisco (8.169) y la nieve (340).

Madrid, Barcelona y Valencia son las provincias que concentraron mayor número de solicitudes de esta tipología, con 13.306, 11.828 y 10.993 encargos, respectivamente. Las provincias en las que se produjeron más siniestros atmosféricos en relación con el total de encargos fueron Álava (53%), Toledo (47%) y Soria (41%).

Marco Raiola, nombrado director de Operaciones de Coface en España y Portugal

Coface ha nombrado a Marco Raiola nuevo director de Operaciones en España y Portugal.

Incorporado a la firma en Italia en 2018 como director de Riesgos para la Región Mediterráneo y África, ha sido director de Marketing y Customer Experience para la región desde enero de 2021, y asume desde ahora la Dirección de Operaciones para España y Portugal.

Cuenta con una Certificación Internacional en Control de Riesgos, y está formado como Executive Master in Digital LeanSix Sigma. Antes de incorporarse a Coface, ocupó puestos de responsabilidad internacional en el campo del control de riesgos.

Por otra parte, Aída Sastre ha sido nombrada directora de Marketing y Comunicación externa de la aseguradora en España y Portugal. Paralelamente, asume la responsabilidad como directora de Marketing para la Región Mediterráneo y África.

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid y con un máster en Marketing, cuenta con más de 20 años de experiencia en posiciones de marketing en los sectores financiero, sanitario, inmobiliario y de la moda.

Los ataques de ransomware, la IA y la dificultad en la detección del *malware*, tendencias en ciberseguridad para 2024

El Informe de Ciberpreparación de Hiscox 2023 señala que el coste de recuperación de los ciberataques de *ransomware*, sin tener en cuenta los pagos de rescates, aumentó un 88%.

En el último año, en materia de ciberseguridad, existe preocupación por el fraude financiero, la extorsión cibernética, las vulnerabilidades en servicios y tecnologías de terceros o el aumento de la frecuencia del robo de datos. Desde Hiscox C3, división de la compañía formada por expertos en ciberseguridad que analiza el mercado, tendencias y cartera a nivel mundial, se han identificado los principales riesgos en ciberseguridad:

1. Aumento del *ransomware* de exfiltración de datos. En los últimos años se está pasando de optar por la encriptación de los archivos y documentos a las amenazas de filtraciones de datos y las demandas de pagos a cambio de no revelar la información robada.

2. Aspectos positivos y negativos de la inteligencia artificial (IA), que ayudan a crear sofisticados programas dañinos hechos a medida, a utilizar herramientas de pirateo informático y a redactar correos electrónicos de phishing coherentes y convincentes, como puede ser WormGTP. Pero, aunque la IA puede dar más poder a los ciberdelincuentes, también puede desempeñar un papel crucial en el desarrollo y despliegue de software de seguridad innovador, así como en el refuerzo de las actuales medidas de defensa frente a las nuevas amenazas.

3. El fraude por desvío de pagos continúa siendo un desafío. Una de cada tres empresas atacadas experimentó al menos un ciberataque que culminó en fraude por desvío de pagos, lo que ha pasado a ocupar el primer puesto a nivel mundial de los resultados de los ciberataques. Esta técnica, que implica tácticas de manipulación o engaño para inducir a los empleados a desviar pagos a cuentas fraudulentas, se posicionó como el segundo resultado de ciberataque más común también en los dos ejercicios anteriores.

4. Gestión de activistas políticos. Son ciberataques por motivos patrióticos y de defensa de los estados, especialmente tras la invasión de Ucrania y ahora el conflicto entre Israel y Hamás. Así, grupos de agentes amenazadores con motivaciones ideológicas han alterado sectores tanto públicos como privados como bancos, empresas, hospitales, ferrocarriles y servicios gubernamentales.

5. El *malware* avanzado evita ser detectado. Se está observando un cambio en las estrategias de los ciberdelincuentes en el que estos *malwares* usan tácticas que no generan alertas a las víctimas y así pasar desapercibidos, tales como el uso de software comercial con fines maliciosos, como puede ser el acceso remoto y la transferencia de archivos.

Por otro lado, en el informe se indica que pagar un rescate es una estrategia ineficaz para las empresas y es que, tras el pago, el porcentaje que recuperó todos los datos en 2022 fue únicamente del 36%, en comparación con el 60% de 2021.

Durante el último año, no solo se ha disparado el coste de recuperación de ciberataques de todo tipo, sino también la cantidad económica de los rescates que se pagan. En este sentido, la media del mayor rescate que han tenido que pagar las empresas en el último año es de 14.453 euros, frente a los 6.038 euros del año anterior, lo que implica un aumento del coste medio del 132%.

DAS Seguros ha anunciado el nombramiento de Ramón Gómez como director comercial *ad interim* del canal de mediación de la entidad, cargo que ocupará en su totalidad el próximo mes de julio tras la jubilación de Adolfo Masagué.

Ramón Gómez relevará a Adolfo Masagué al frente de la Dirección Comercial de DAS Seguros

Gómez, diplomado en Seguros por Unespa, ha desarrollado diferentes responsabilidades como director de delegación y de expansión en compañías como Grupo SIS o Sabadell Grup Assegurador. En los últimos 16 años ha dirigido la delegación de Barcelona y Baleares de Grupo Mutua Propietarios, entidad de la que forma parte la compañía.

Con este nombramiento, DAS Seguros abre un periodo de transición en el que la estrategia comercial estará codirigida por ambos profesionales. Juntos afrontan los nuevos retos de la compañía en su apuesta por seguir fortaleciendo su posición como especialista en protección jurídica.

Daxel Insurance Services anuncia que va a comenzar a operar en España

Daxel Insurance Services, una agencia de suscripción con sede en Madrid respaldada por inversión privada, comenzará a operar en España. La compañía se declara un actor independiente que establecerá relaciones directas con brókeres y corredurías especializadas en seguros empresariales. Esta operación será liderada por María García, quién se encargará de la dirección ejecutiva.

García es licenciada en Derecho, máster en Asesoría Jurídica de Empresas por la Universidad Carlos III de Madrid, además cuenta entre otros programas ejecutivos de especialización, en Cyber Risks and Cyber Security por Deusto-Icade y un CPD en ESG, Sustanaibility and Renewals por The Chartered Insurance Institute of London. Asimismo, cuenta con una sólida experiencia de más de doce años trabajando para el sector asegurador, en los ramos de *casualty*, líneas financieras y medioambiente.

''Nuestro compromiso es liderar el cambio a través de la innovación. Nos centramos en garantizar que cada solución que proporcionamos esté alineada con los principios de ESG", explica María García.

Daxel Insurance Services tiene como objetivo aceptar riesgos en diversos sectores, destacando en soluciones especializadas para seguros de Responsabilidad Civil y medioambiental. La compañía contará con una base financiera sólida, con el respaldo de aseguradoras de máxima solvencia y que cuentan con un rating A+ según Standard & Poor's.

Nace Ebroker Insurance Technologies

Bajo el lema 'Para Seguir Avanzando', se ha celebrado una Junta General de Accionistas de E2K en donde se aprobó de manera unánime la creación de Ebroker Insurance Technologies, una nueva entidad empresarial diseñada para afrontar los desafíos del sector y aprovechar las nuevas oportunidades en un mercado cada vez más competitivo y globalizado.

Ebroker, como nueva empresa independiente, obtendrá una serie de ventajas, entre las que se incluyen la racionalización de los procesos internos, la mejora de la eficiencia, una mayor coherencia en la relación entre marca y empresa, y un entorno propicio para establecer alianzas industriales en el sector tecnológico.

Por otra parte, Ebroker ha comunicado que, en 2023, ha alcanzado de forma satisfactoria todos los objetivos planificados. Al constante incremento de su comunidad de corredores usuarios del ERP, que se sitúa por encima de las 700 empresas, hay que sumar la evolución experimentada el año pasado por el sistema multitarificación Merlín, con un incremento del 10% de usuarios, 21,06% de pólizas emitidas y 42,75% más de primas suscritas.

De acara a 2024, Ebroker dará continuidad a su apuesta histórica y compromiso con la conectividad sectorial. La evolución de EIAC como estándar, la conectividad bidireccional y el proyecto de póliza digital, son asuntos sobre la mesa relevantes y trascendentes sectorialmente.

En otro orden de cosas, la Asociación Navarra de Corredores de Seguros (Anacose) ha llegado a un acuerdo de colaboración con la tecnológica para facilitar la implementación de las herramientas de la suite Ebroker.

Por último, señalar que según datos de Prisma (de Ebroker) la prima media del seguro de Autos en el cuarto trimestre de 2023 en el canal de corredores se sitúa en 376 euros, lo que significa un incremento del 6,8% (24 euros) con relación al mismo periodo del año pasado. El precio medio de la renovación de cartera de este ramo aumenta un 5,3% hasta los 377 euros, mientras que, en nueva producción, asciende un 12,4 % (41 euros) hasta los 371 euros, ya que se situó en 330 euros durante el mismo periodo de 2022 (T4).

En el ramo de Motocicletas el precio medio del seguro en el canal de corredores en el T4 2023 alcanza los 176 euros, lo que supone un incremento del 9,3% con respecto al mismo periodo del año anterior. Si nos fijamos en la nueva producción, la prima del seguro se incrementa un 12,8%, mientras que la subida para la renovación de cartera es del 8%, ambas primas situándose en 176 euros.

Para el ramo de Hogar también se observa un incremento general. En esta ocasión, el precio medio del seguro se sitúa en los 265 euros, lo que supone un aumento del 7,3% respecto a 2022. En nueva producción, el precio del seguro alcanza los 248 euros, una subida del 9,3%. En renovación de cartera, el precio a pagar por el seguro de Hogar aumenta un 6,8%, siendo este para el cuarto trimestre del año de 268 euros.

En Comercios, la prima media marca una variación del 3,2% con respecto al mismo periodo de 2022, situándose en 447 euros. La variación más baja en los ramos analizados. En el caso de pólizas de nueva producción se incrementa un 4,4% hasta los 426 euros, mientras que, para renovación de cartera, sube hasta los 452 euros, un 3% más que en 2022.

Isabel de Jorge, nueva directora comercial de Asefa

Asefa ha anunciado el nombramiento de Isabel de Jorge como su nueva directora comercial con efecto 1 de enero 2024. Un cambio que se produce tras la jubilación de Juan Ruiz.

Licenciada en Derecho Jurídico-Económico por la Universidad de Deusto, Isabel de Jorge, responsable hasta ahora de la delegación Norte de Asefa y con una amplia experiencia en el sector, asume el cargo de directora comercial con la responsabilidad de liderar estratégicamente la gestión comercial de la empresa y contribuir al continuo crecimiento de Asefa en el mercado español.

Con ese fin, Asefa se reestructura con la creación de dos Territoriales; La Territorial Norte, bajo la dirección de Magda Dalmau y con sede en Barcelona, que será la encargada de dar servicio a toda la zona norte de la península, apoyada por las oficinas de la compañía en Bilbao y La Coruña y la Territorial Centro-Sur, dirigida por Francisco Montes, con sede en Madrid y oficina en Sevilla, para el resto del territorio.

Helvetia Seguros convoca a su red en su Convención Comercial

Helvetia Seguros ha celebrado en su Convención Comercial, bajo el lema 'Somos la Red Helvetia', en la que se ha transmitido a los asistentes la importancia de trabajar todos juntos, unidos y conectados para seguir creciendo como compañía y alcanzar los objetivos previstos.

En la convención, el director comercial de Helvetia Seguros, José García, ha hecho balance del pasado ejercicio y ha establecido los nuevos objetivos comerciales de la compañía, así como sus próximas líneas de acción, siguiendo la estrategia Helvetia 20.25.

Mientras que su CEO, Íñigo Soto, ha destacado el importante papel que desempeña la red comercial en Helvetia Seguros, por lo que el trabajo y la implicación de todos los que la integran es fundamental para el futuro de la empresa.

Pedro Carreño, nuevo director del Canal Corredores de Mapfre

Mapfre ha nombrado a Pedro Carreño director del Canal Corredores desde el 1 de enero de 2024. Llega en sustitución de Luis Carlos Tortajada, que ha sido nombrado director general territorial de la aseguradora en Noroeste.

Diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad de León, Carreño se incorporó a la compañía en 2000 y cuenta con una dilatada experiencia profesional en diferentes negocios de Mapfre, habiendo ocupado distintas responsabilidades tanto en España como en Latinoamérica.

Por otro lado, Mapfre España ha celebrado la reunión anual con la que inaugura su ejercicio comercial, inaugurada por Elena Sanz, en su primer gran evento como CEO de Mapfre Iberia, y clausurado por Antonio Huertas, presidente de Mapfre. Participaron también Jesús Martínez Castellanos, CEO adjunto de Mapfre Iberia y consejero delegado de Mapfre Vida, que también "estrena" su cargo en esta reunión, Javier del Río, director técnico No Vida de Mapfre Iberia, y Javier Oliveros, director comercial de Mapfre Iberia. Todos ellos hablaron de los diferentes logros y retos de 2022 y presentaron las novedades que la compañía tiene previsto poner a disposición de sus clientes y su red comercial a lo largo del año.

Asimismo, la aseguradora ha dado un paso adelante en el cuidado de las mascotas de sus asegurados poniendo a su disposición un nuevo servicio de chat y videoconsulta veterinaria. Además, pone a disposición de sus clientes una póliza de Accidentes que garantiza una indemnización por el valor de animal en caso de muerte y los gastos de asistencia veterinaria necesarios, como las consultas, medicación, pruebas diagnósticas o intervenciones quirúrgicas. También indemniza por el valor de animal en caso de robo e incluye el reembolso de los gastos de inserción de anuncios en prensa o radio en caso de extravío o pérdida.

En otro orden de cosas, Mapfre Gestión Patrimonial (MGP) ha presentado su nuevo Plan Estratégico 2024-2026, que adelanta importantes crecimientos de negocio, una tendencia que se ha mantenido desde que se puso en marcha esta división a comienzos de 2017. En términos de volumen asesorado, la red comercial MGP pretende alcanzar los 2.000 millones de euros de patrimonio en tres años, lo que supone un crecimiento del 80% respecto al cierre de 2023 (1.115 millones).

Esta positiva evolución irá acompañada de la apertura de nuevas oficinas. Actualmente, cuenta con 10 sucursales situadas en Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao, Sevilla, Mallorca, Málaga, Alicante, Zaragoza, y pretende llegar a las 16 en este periodo en zonas con una menor tradición financiera.

Grupo Mutua de Propietarios da a conocer su plan estratégico 2024-2026

El Grupo Mutua de Propietarios ha celebrado sus Convención Anual de Ventas 2024 en donde se compartieron las líneas estratégicas y se definieron los objetivos comerciales de la entidad para el presente año.

Durante las sesiones de la convención se hizo hincapié en la consolidación de la visión estratégica del grupo para proveer de soluciones globales a las necesidades de protección integral de la propiedad inmobiliaria, gracias al desarrollo de herramientas específicas desde las distintas filiales de la empresa.

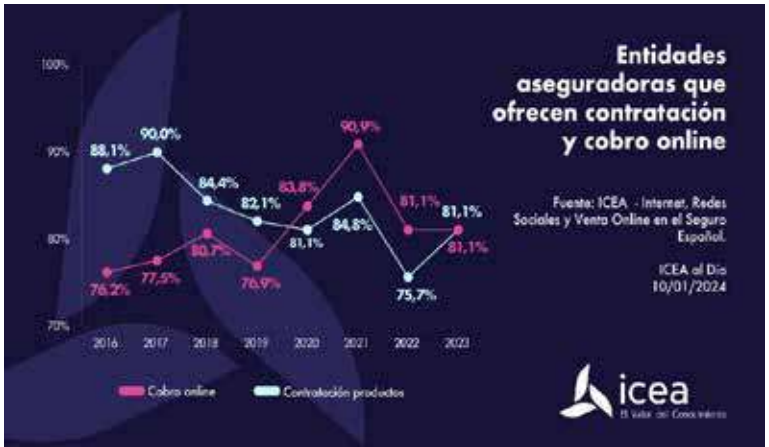
En concreto, el Grupo se ha marcado el objetivo de consolidar e impulsar la actividad de cada una de sus entidades potenciando las sinergias y el crecimiento rentable. Como retos comerciales de futuro inmediato seguir creciendo por medio de fortalecer la relación con nuestros mediadores para que puedan ofrecer el mejor servicio y productos a sus clientes en los ramos inmobiliarios en los que el grupo es especialista –comunidades, hogar e impago de alquiler-, seguir mejorando la experiencia del cliente y del mediador con la compañía e impulsar la cesión de redes agenciales con DAS Seguros para distribuir sus productos de Defensa Jurídica, impago de alquiler para locales y asistencia.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha nombrado a Agustín Fernández, delegado de la Zona de Barcelona y Baleares, en sustitución de Ramón Gómez, quien asume un nuevo rol en DAS Seguros.

Fernández cuenta con una dilatada experiencia en el sector asegurador donde ha desarrollado su trayectoria profesional durante más de treinta años. Procedente de Aresa Seguros Generales, donde trabajó entre 1993 y el año 2000 y se incorporó en 2004 a Mutua de Propietarios como asesor de Negocio.

Ocho de cada diez aseguradoras permiten la contratación online de sus seguros

El porcentaje de aseguradoras que ofrecen contratación de productos online se situó, en 2023, en el 81,1%. Se trata de la misma cifra que las entidades que soportan cobro online, al aumentar las primeras un 5,4% respecto a 2022, según informa Icea.



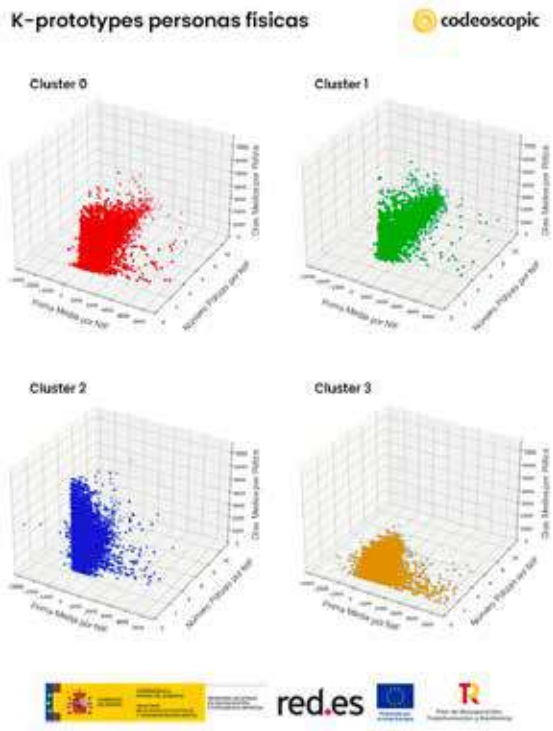
Los productos que más ofertan las aseguradoras son Autos, Salud y Multirriesgos (el 64,5% de las aseguradoras encuestadas), seguidos por los de Salud y Vida, ambos con un 54,8%.

Codeoscopic incluye algoritmos predictivos de fuga y fraude en su proyecto ABMS 3.0

Codeoscopic ha presentado en un informe los modelos de inteligencia artificial del proyecto ABMS 3.0, destinado a transformar el mundo de los seguros mediante la IA. Este proyecto, respaldado por fondos europeos '*Next Generation EU*', promete introducir elementos predictivos en sus soluciones para agilizar las operaciones y servicios para mediadores de seguros.

El objetivo principal de ABMS 3.0 es desarrollar modelos de IA que permitan la predicción y clasificación efectiva de clientes, siniestros y fraudes en el sector asegurador. El análisis exhaustivo se basa en una base de datos masiva con más de 34 millones de registros entre clientes, pólizas, recibos y siniestros.

La identificación de grupos permitirá personalizar productos, optimizar ventas cruzadas, gestionar riesgos y mejorar la re-



tención del cliente, ofreciendo una experiencia más satisfactoria y personalizada dentro de Tesis Broker Manager, el ERP del Workspace de Codeoscopic.

El hecho de que se pueda predecir anulaciones de pólizas y detectar posibles casos de fraude, permite a los corredores tomar medidas proactivas para retener clientes y protegerse contra pérdidas. Los modelos de aprendizaje automático utilizados (k-Nearest Neighbors y Random Forest), lograron una precisión del 75% aproximadamente al predecir las cancelaciones, demostrando su eficacia para identificar clientes propensos a darse de baja en el servicio de seguros.

El proyecto ha desarrollado 5 modelos de fraude y ha concluido que el 2,82% de los siniestros presentan indicadores de fraude.

En otro orden de cosas, Avant2 Sales Manager (de Codeoscopic) ha determinado que, durante el pasado mes de diciembre, la prima media de nueva producción en los seguros de Hogar ha aumentado un 12% en comparación con el mismo mes del año 2022.

En este último mes del año, la modalidad "Premium" es la que ha experimentado un mayor crecimiento en su prima media que ha alcanzado 255 euros sobre un total de 5.854 pólizas emitidas en Avant2 Sales Manager, superando un 14% de incremento respecto a diciembre de 2022. Le siguen de cerca las modalidades 'Básica' y 'Estándar', registrando ambas un 12% de incremento.

En diciembre de 2023, los seguros de Autos mantuvieron su tendencia alcista continuando con un incremento del 16% en la prima media de nueva producción en comparación con el mismo mes del año anterior.

A pesar de la inflación, el ramo de Decesos se mantiene con un incremento muy bajo de un 1%. Siendo la modalidad de 'Tarifa mixta' la que ha absorbido la mayor subida alcanzando un 45%.

Fiatc, aseguradora de la Empresa Municipal de Transportes de Madrid

Tras obtener la licitación pública, Fiatc Seguros asegurará la flota de la Empresa Municipal de Transportes de Madrid (EMT), con 2.100 autobuses y 146 vehículos de la flota auxiliar. Como correduría de la operación está WTW.

El contrato tendrá una duración de tres años, de enero de 2024 hasta diciembre de 2026, prorrogable durante dos más si existe un acuerdo por ambas partes, por un total de 32,17 millones de euros, por los tres primeros años.

Fiatc asegurará la responsabilidad civil obligatoria, la suplementaria, el seguro obligatorio de pasajeros, defensa, fianzas y reclamación de daños.

Iris Global, premiada en los Best Performance

Iris Global ha sido galardonada en los Premios Best Performance por un caso de éxito que se centró en la demolición de la nave de neumáticos en la provincia de Barcelona, después de un devastador incendio, y la gestión de la posterior venta del terreno.

La categoría por la que Iris Global ha sido reconocida ha sido 'Asset Management & BPO: Mejores prácticas en Facility Management', mantenimiento y adecuación de activos inmobiliarios, que premia la mejor gestión en adecuación física y administrativa, mantenimiento preventivo y correctivo de los inmuebles, obtención de certificaciones, limpieza, seguridad, gestión de proyectos, tecnología y sostenibilidad. En total había 16 categorías y en cada una de ellas se han entregado tres premios: Oro, Plata y Bronce.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha concluido la IV edición de sus premios internos de innovación. Desafíos que forman parte del 'Motor de la Innovación' de Iris Global, destinado a inculcar una cultura innovadora. Cada sede asumió un reto particular: Madrid, desarrollar un producto o servicio para la generación Z; Málaga, mejorar la comunicación entre las sedes; Albacete, incrementar las ventas en canales digitales; Valencia, abordar el fraude en las líneas de negocio; Barcelona, fomentar la diversidad dentro de la empresa; y Oviedo, diseñar un producto o servicio diferencial para el mercado.

Tras las distintas presentaciones, Albacete ganó con 'Globalín', un chatbot diseñado para facilitar el proceso de contratación de seguros de Viaje. Madrid también destacó con 'Factor Z', una oferta de acompañamiento para emprendedores de la generación Z.

Por último, señalar que la aseguradora ha renovado su certificación ISO 9001, que acredita la apuesta de la compañía por la calidad y la satisfacción del cliente, y la certificación ISO 14001, la norma internacional de sistemas de gestión ambiental (SGA), que ayuda a la organización a identificar, priorizar y gestionar los riesgos ambientales de sus actividades habituales.

El seguro abona de media 4.500 euros a las industrias por siniestro

El seguro paga de media 4.500 euros a industrias, comercios y demás empresas por cada siniestro declarado, según concluye el informe 'Siniestros industriales. Datos 2022–2023', elaborado por Estamos Seguros, la iniciativa de divulgación de la cultura aseguradora de Unespa.

Este trabajo analiza la relevancia de las prestaciones realizadas al tejido productivo por parte del seguro a través de las pólizas de Transportes, Incendios, otros daños a los bienes, Crédito, Caución, Multirriesgo Comercio, Multirriesgo Industrial y otros Multirriesgos.

De acuerdo con la información recabada, las pólizas de montaje, que garantizan los daños que puedan sufrir los trabajos de montaje, los materiales y la mano de obra, son las que generaron percances más graves en el periodo analizado. Un siniestro del seguro de montaje implica el pago de 24.537 euros de media. Le siguen en importancia los incendios industriales (15.187 euros de media por siniestro), la construcción (12.473 euros) y la llamada cobertura de "cascos" en el transporte o protección del vehículo empleado para desplazar el producto (12.150 euros).

Si la vista se fija en los siniestros más caros desde un punto de vista individual, de nuevo, el seguro de montaje vuelve a destacar: un solo expediente grave conllevó el pago de más de 680.000 euros a la empresa afectada. Los siniestros en la construcción y la cobertura de cascos en el transporte también generaron indemnizaciones que, en los casos más extremos, se situaron por encima de los 150.000 euros.

Si se compara el coste de los sucesos, Multirriesgo industrial generó el 70,8% de los pagos por parte del seguro, Transportes de mercancías representó un 9,6% y Cascos, otro 6,1%.

La distribución geográfica de los percances industriales está en línea con la propia estructura económica de España. Madrid es la provincia que acumula más incidentes (un 20,2% del total), seguida de Barcelona (10,8%) y Valencia (5,2%). En el extremo opuesto aparecen Ávila (0,3%), Soria (0,4%) y Palencia (0,4%) como las provincias donde menos actuaciones realiza el seguro industrial.

La app de salud digital de DKV tuvo más de 800.000 descargas en 2023

El año 2023 ha sido clave para DKV en aspectos de innovación y salud, hasta el punto de que ha llegado a las 810.458 descargas en 'Quiero cuidarme Más', su plataforma de salud digital. El récord de descargas se consiguió en enero, con 28.672, un mes en que también se llegó a 45.000 usuarios y 10.258 registros.

Se han realizado 2.442.624 de sesiones a través de la aplicación, llegando a una cifra récord en toda la trayectoria de la plataforma en enero, con 91.878 sesiones de telemedicina completadas.

En total, la app ha terminado 2023 con un total de 434.841 usuarios y 314.865 registros de clientes. Los meses con más registros, después de enero, fueron febrero y marzo, con 6.837 y 5.690, respectivamente.

Cecas aborda en un webinar las perspectivas del sector en 2024

Cecas ha empezado el año con un webinar donde se han analizado las perspectivas y tendencias del sector asegurador en 2024. La sesión, de hora y media de duración y gratuita para colegiados, fue computable como formación continua.

En la jornada formativa, impartida por Jordi Parrilla, director de la Escuela de Negocios de Seguros Cecas, se hizo un análisis de la situación actual del sector, donde "habiendo crecido por encima de los dos dígitos en 2023, es necesario examinar y poner en relación este fuerte crecimiento en facturación con el contexto económico y de rentabilidad". Parrilla hizo un análisis de los factores que, a lo largo del año, impactarán en el sector y en la actividad de los mediadores.

Además, se profundizó en: cambios legislativos, como la Autoridad Única de Control o la transposición de la directiva de Responsabilidad Civil de Autos; la digitalización, que introducirá cambios sustanciales en la gestión de la contratación de riesgos o la evolución de los seguros, donde, por ejemplo, el seguro de Salud tendrá que hacer frente al aumento de la esperanza de vida, la concentración de grupos empresariales y fondos de inversión y a cambios legislativos como la ley del Olvido Oncológico.

En otro orden de cosas, Cecas ha comunicado que cerró 2023 batiendo récord de alumnado. En total, más de 10.000 profesionales de la mediación han recurrido a la escuela de negocios tanto para poder ejercer como agentes o corredores como para actualizar sus conocimientos en diversas materias.

Junto a la tradicional oferta formativa de los cursos habilitantes, nivel 1,2 y 3, han ganado peso los cursos centrados en gestión empresarial; sostenibilidad; cualidades personales relacionadas con la perspectiva emocional y social (soft skills) y seminarios sobre cambios normativos o nuevos campos de actuación.

Mutualidad cerró el tercer trimestre de 2023 con 10.044 millones en volumen de ahorro gestionado

Mutualidad ha experimentado, en 2023, el tercer mejor año de su historia. Primera entidad de previsión social de España, cerró el tercer trimestre del pasado año superando los 10.044 millones de euros en ahorro gestionado. Esta cifra supone un crecimiento del 5,8%, y afianza la consolidación de la compañía entre las cinco mayores entidades aseguradoras de Vida del país.

Entre los hitos no financieros más destacados del año, se encuentra el Plan de Digitalización que la entidad puso en marcha en diciembre de 2023. Con él, Mutualidad se fija el objetivo de ser cien por cien digital en 2027, mejorando la atención al mutualista con ofertas personalizadas basadas en datos, siendo de tipo omnicanal.

Por otro lado, el Grupo Mutualidad escala posiciones y se sitúa entre los cuatro mayores grupos aseguradores de Vida por volumen de ahorro gestionado. Así se consta en el ranking de datos provisionales elaborado por Icea sobre grupos de Vida en 2023 en el que avanza una posición en el ranking y se sitúa en cuarto puesto, que además destaca como primer grupo asegurador de carácter no bancario. Asimismo, los resultados provisionales de Icea señalan que grupo Mutualidad ha superado los 749 millones de euros en primas al finalizar 2023.

En otro orden de cosas, Mutualidad ha empezado a aplicar una mejora en caso de incapacidad temporal profesional para los mutualistas alternativos que tengan suscrito el 'Plan Alternativo Autónomo' o el 'Plan Ahorro Flexible'. La mejora supone ampliar de 60 a 360 días indemnizables por enfermedad mental, además de habilitar más periodos indemnizables pasando de uno a un máximo de cuatro periodos. Asimismo, las condiciones para el abono de la prestación pasan a ser en un único pago cuando el número de días indemnizados sea inferior a 30 días, y mensualmente en caso de ser mayor de ese cómputo.

Por otra parte, y ante el impacto físico y emocional que supone enfrentar una enfermedad oncológica y la incertidumbre sobre la duración del tratamiento, Mutualidad mejora, también desde el 2 de enero, el periodo máximo de indemnización, que se situaba en 365 días y desde ahora, se podrá prolongar hasta 180 días más.

Campus Asegurador ofrece un curso gratuito sobre sostenibilidad

La escuela de seguros Campus Asegurador ha lanzado un curso gratuito sobre 'Introducción a la sostenibilidad en finanzas y seguros', impartido en modalidad de teleformación.

Las finanzas y los seguros sostenibles se están convirtiendo en un elemento estratégico impulsados por las medidas regulatorias de la Unión Europea. Las entidades financieras y aseguradoras son conscientes del impacto de la sostenibilidad en el proceso de diseño, gestión y comercialización de los nuevos productos financieros y aseguradores. En este curso se ofrece una visión general de las claves de las finanzas y los seguros sostenibles, teniendo en cuenta los desafíos que la sostenibilidad está imponiendo en los sectores financiero y asegurador.

Por otra parte, esta empresa ha creado un área formativa, 100% online, especializada en la sostenibilidad. Además de la 'Introducción a la sostenibilidad en finanzas y seguros'. Cuenta con 'La huella de carbono de las organizaciones', 'Información sobre sostenibilidad en Ibips', 'Economía circular' y 'Sostenibilidad ESG'.

En otro orden de cosas, Campus Asegurador ha decidido rebajar el precio de la matriculación en los cursos de formación inicial de acceso a la distribución de seguros. Con esta reducción de los precios esta institución educativa busca facilitar el acceso a las certificaciones de distribución de seguros a todos los profesionales que la necesiten.

Las nuevas tarifas para matricularse en estos cursos de formación inicial son: Curso de formación inicial de Nivel 1: 750 euros (con beca 690 euros); Curso de formación inicial de Nivel 2: 145 euros; Curso de formación inicial de Nivel 3: 115 euros; Curso de formación inicial de Nivel 2 con certificado de Nivel 3: 70 euros. Además, se ofrecen tarifas especiales a asociaciones empresariales y a organizaciones que integran a un alto número de distribuidores de seguros.

Foliume lanza una evolución de su producto

Foliume, la empresa de optimización comercial para brókeres y agencias de seguros, ha presentado 'Foliume 2.0', una evolución de su producto, posicionamiento e imagen.

La transformación de Foliume pasa de ser una herramienta de analítica avanzada a una de optimización y automatización comercial potenciada con IA. La visión de mejorar la productividad de la cartera se mantiene y ahora apunta a abordar con mayor cercanía los principales desafíos del día a día del corredor y agente para aumentar el resultado comercial. Incluye tarificación automática, lanzadera de campañas digitales, IA predictiva de fuga y venta cruzada y gestión de redes de oficinas/agentes.

IES lanza un curso de '*Leasing & renting*', otro de la LCS y otro de 'Aspectos generales del testamento'

El **Instituto e-Learning del Seguro** (IES) ha dado a conocer tres nuevos cursos 100% online: uno de 'Leasing & renting', otro sobre 'La ley de Contrato de Seguro (LCS)'' y otro sobre 'Aspectos generales del testamento'.

Con el primero de ellos, los alumnos del IES pueden conocer en profundidad y con ejemplos dos instrumentos de financiación y arrendamiento de bienes muy utilizados hoy en día como son el *Leasing* y el *Renting*, sus características, los tipos y modalidades de cada uno de ellos, así como las diferencias entre ambos y las ventajas de su contratación.

En el curso de LCS, los alumnos pueden conocer más sobre el contenido y el ámbito de aplicación de esta norma que está en vigor desde hace más de cuarenta años regulando las relaciones entre las aseguradoras y los consumidores.

El curso 'Aspectos generales del testamento' se encuentra en el 'Canal de Decesos by **Preventiva**'. En él se abordan aspectos importantes para conocer los detalles sobre el testamento, por ejemplo: concepto, características, tipos, ventajas de otorgar testamento, etc.

Por último, señalar que IES ha cerrado el ejercicio 2023 con un total de 121.416 horas de formación continua certificadas en los planes de formación de más de 12.000 alumnos. Además, a todas estas horas de formación continua hay que añadir las que ha impartido el IES a lo largo del año en sus diferentes programas de formación inicial de los cursos de los Niveles 1, 2 y 3 para los que se han realizado, en 2023, más de 2.000 exámenes a través de su plataforma de control visual y de sonido, una plataforma de exámenes a distancia que verifica la validez de la realización de las pruebas tal y como exige el RD 287/2021.

Asimismo, desde el IES afirman que están muy satisfechos de la buena acogida que han tenido dos iniciativas que han puesto en marcha en 2023: Por un lado, la línea de formación "Audiosegur", una línea con contenidos formativos en formato podcast con duraciones breves, entre 15 y 30 minutos, y que han utilizado este primer año más de 500 alumnos que se han certificado cerca de 350 horas de formación continua bajo esta línea formativa exclusivamente audible. Por otro lado, los cursos de formación inicial del nivel 2 y 3 en inglés que el IES lanzó a mediados de año y que han realizado cerca de 200 alumnos, principalmente agentes comerciales extranjeros de algunas aseguradoras, así como colaboradores de algunas importantes corredurías.

MGS Seguros da a conocer su Plan Estratégico 2024-2027

MGS Seguros ha presentado su Plan Estratégico 2024-2027 en el Encuentro MGS 2024. En él se hizo un balance conjunto de los magníficos resultados obtenidos en el ejercicio recién concluido y se dieron a conocer los retos futuros.

El evento, con el lema 'Componiendo el mañana', se ha celebrado a lo largo de dos jornadas en las que los responsables de las diferentes direcciones de Área han presentado sus principales nuevos proyectos e iniciativas y ha sido dirigido por el vicepresidente ejecutivo y director general de MGS, Juan Ignacio Querol, quien ha querido lanzar un mensaje de solidez y seguridad del proyecto empresarial pese al complejo y dinámico contexto económico y social que nos sigue acompañando.

Daniel Redondo, nuevo presidente de MGC Mutua

Daniel Redondo ha sido nombrado presidente de MGC Mutua, cargo en el que sucede a Bartomeu Vicens que ha sido presidente durante la última década y que seguirá vinculado a la entidad como presidente honorífico.

Redondo se incorporó a MGC Mutua en 1991, desempeñando sus funciones como subdirector general y, posteriormente, como director general adjunto. Seguidamente ha sido director general durante 10 años y ha ocupado la vicepresidencia del Consejo de Administración durante el último ejercicio. Desde su nuevo cargo, aportará su experiencia y su visión estratégica para perseverar en el crecimiento sostenible y la eficaz digitalización y procesos de IA impulsados por la dirección general, así como en la expansión que está llevando a cabo la compañía en el territorio nacional.

El nuevo presidente de MGC Mutua es abogado, con contrastada solvencia en el ámbito mercantil y asegurador, Máster en *Compliance* por el ICAB, miembro de la Aedaf (Asociación Española de Asesores Fiscales) y MBA por Esade.

Por su parte, Lluís Morillas, también miembro del Consejo, ha sido designado vicepresidente de la entidad. Morillas aportará sus conocimientos en la gestión y la buena imagen de marca de la aseguradora, así como otras funciones implícitas en la calidad del servicio y la experiencia del mutualista.

Las subidas del alquiler y el impago de rentas, lo que más preocupó a los españoles a nivel legal en 2023

Arag ha analizado las consultas recibidas por sus abogados en 2023. Fue un año marcado, a nivel inmobiliario, por la entrada en vigor de la Ley de Vivienda que implica, entre otros cambios, los nuevos límites de incrementos de alquileres o la definición de grandes tenedores.

El análisis indica que más del 25% de las llamadas anuales fueron relacionadas con la vivienda. En concreto, los ciudadanos consultaron sobre incrementos de la renta en contratos de alquiler, el impago de alquileres y sobre las obligaciones que existen en las reparaciones en viviendas arrendadas (qué corresponde al propietario y qué al inquilino). Desde Arag recuerdan que las reparaciones necesarias o de conservación, que son las indispensables para mantener la vivienda en condiciones de habitabilidad, son obligatorias para la propiedad siempre que la causa no sea provocada por un mal uso del inquilino. Por otro lado, el mantenimiento de la vivienda y las pequeñas reparaciones le corresponden al inquilino.

El segundo, tercer y cuarto puesto del ranking se encuentran en posiciones muy cercanas: los temas de laboral y seguridad social, que han representado un 12,92% de las llamadas; los relacionados con consumo, un 12,49%; y las consultas sobre comunidad de propietarios, un 11,03%.

Las cuestiones relativas a los despidos o al desempleo y las bajas médicas y sus impugnaciones son los temas más repetidos en cuanto a consultas laborales.

Con respecto a consumo, el análisis de Arag muestra que sus clientes se preocupan principalmente de la posibilidad de recuperar los gastos hipotecarios, de las facturas sobre suministro eléctrico (como errores de contabilización o cortes), incidencias en los vuelos comerciales (denegación de embarque, cancelación del vuelo, retrasos en el vuelo, incidencias con el equipaje) o incidencias en talleres con la reparación de vehículos.

Los temas más repetidos sobre comunidades de propietarios son el procedimiento de reclamación a vecinos morosos, las dudas de obligación de mantenimiento de determinados elementos comunes como, por ejemplo, las terrazas (es decir, si corresponde al propietario o a la comunidad) y la posibilidad de impugnar acuerdos comunitarios.

Por otro lado, desde Arag se indica que existen varias fórmulas en las que se puede desheredar a un hijo a través de un testamento y también del cobro de la legítima (que es la reserva de un porcentaje del patrimonio del fallecido a los descendientes marcado por la ley).

Cigna Healthcare nombra a Amira Bueno como nueva directora de Recursos Humanos

Cigna Healthcare ha nombrado a Amira Bueno como nueva directora de Recursos Humanos en España, donde continuará con la implementación de la estrategia de gestión de capital humano de la compañía a nivel nacional y la alineará con sus objetivos empresariales.

Licenciada en Psicología por la Universidad Complutense de Madrid, Máster en Desarrollo y Gestión del Conocimiento por la misma universidad y MBA por la Universidad Carlos III, Bueno ha desarrollado su carrera profesional en la gestión del capital humano en los sectores de marketing y financiero, trabajando en empresas como Cil Group o S.A. de Promoción y Ediciones.

Abarca Seguros ha presentado su 'I Informe de tendencias de seguro de Caución en el mercado ibérico', que hace un análisis de la situación del mercado del seguro de Caución de los últimos cinco años (aumentando un 50%) y aporta una visión a futuro para 2024.

Caución incrementa un 50% su facturación

La evolución del mercado de seguros de Caución en la península Ibérica ha ido en aumento desde el año 2018, incrementándose un 50% en volumen de facturación, pasando de 174 millones de euros a los 261 millones del año 2022. Esta evolución, junto a la buena previsión del cierre del año 2023, hace que el ramo de Caución se ha ido consolidando a lo largo de los últimos años como una alternativa a los avales bancarios.

Los expertos de Abarca Seguros han identificado tres tendencias que marcarán la evolución del ramo los próximos años. La consolidación del mercado de renovables en grandes proyectos, lo que llevará a nuevas necesidades en los proyectos en construcción. Siendo imprescindible ampliar las garantías para la construcción de parques, el cumplimiento de los contratos, acopio de materiales o aplazamiento de impuestos. Trasladando la necesidad de garantías entre entidades privadas, promotor y constructor.

En segundo lugar, el aumento del desarrollo de nuevas explotaciones de búsqueda de materias primas conlleva el auge del seguro de garantías de restauración medioambiental, impulsado por el requerimiento de cumplimiento de factores de ESG en este tipo de explotaciones.

Por último, el sector inmobiliario prevé un incremento en la construcción de casas de medio a alto segmento. Esto lleva una mayor financiación de proyectos de obra nueva por parte de fondos de inversión, lo que permite a los promotores entrar en proyectos de mayor volumen. En este tipo de proyectos, la figura del seguro de Caución de afianzamiento de capitales permite autofinanciarse y no depender de los tipos de interés.

Bruno Gutiérrez se une al equipo de Líneas Financieras y RC de Allianz Commercial

Allianz Commercial ha nombrado a Bruno Gutiérrez Senior Claims Handler para Líneas Financieras y Responsabilidad Civil en Iberia. Gutiérrez se suma a un equipo que aúna de media más de 25 años de experiencia en el sector seguros para medianas y grandes empresas.

Bruno estudió doble licenciatura en Derecho y Administración y Dirección de Empresas en la Universidad Carlos III de Madrid. Tras trabajar como abogado junior en varios despachos como Zambade y Asociados Abogados, Lawell y Osborne Clarke, se incorporó al departamento de Siniestros de HDI Global SE, posteriormente entró a formar parte de AIG.

En otro orden de cosas, Petros Papanikolaou, CEO de Allianz Commercial, dijo al presentar el último Barómetro de Riesgos de Allianz, que "los principales riesgos y las subidas más relevantes en el Barómetro de Riesgos de Allianz de este año reflejan los grandes problemas a los que se enfrentan las empresas de todo el mundo en este momento: la digitalización, el cambio climático y un entorno geopolítico incierto. Los corredores y los clientes de las compañías de seguros deben ser conscientes y ajustar sus coberturas de seguros en consecuencia".

El informe refleja que las grandes corporaciones a nivel mundial, así como las medianas y las pequeñas empresas, tienen las mismas preocupaciones: las ciber amenazas, la pérdida de beneficios y las catástrofes naturales. Pero las empresas más pequeñas a menudo carecen del tiempo y los recursos necesarios para identificar y prepararse eficazmente para una gama más amplia de escenarios de riesgo y, como resultado, tardan más tiempo en volver a poner en marcha el negocio después de un incidente inesperado.

La violación de datos se considera la ciber amenaza más preocupante para los encuestados del Barómetro de Riesgos Allianz (59%), seguida de los ataques a infraestructuras críticas y activos físicos (53%). Mejorar la gestión de la continuidad del negocio, identificar los cuellos de botella en la cadena de suministro y contar con proveedores alternativos siguen siendo prioridades clave de gestión de riesgos para las empresas en 2024. En España, ocupa el primer puesto con un 40%.

Las catástrofes naturales (26%) son uno de los riesgos con mayor crecimiento esta edición, ocupando el 3º puesto del ranking global y subiendo tres posiciones. A nivel nacional, este riesgo es el que ha experimentado un mayor crecimiento ocupando el 4º puesto con un 38%.

El crecimiento, la especialización y la rentabilidad, objetivos comerciales de AXA en 2024

Los equipos comerciales de AXA España, incluidos los procedentes de GACM, se han reunido para conocer las prioridades del ejercicio y las novedades comerciales que llegarán en los próximos meses.

Mar Romero, directora de Distribución, Ventas y Organización Territorial de AXA España, inauguró el año comercial 2024 en el que, destacó que "nuestra esencia es el crecimiento, la especialización y la rentabilidad". "Tenemos que trabajar aún más y mejor acompañando a nuestros mediadores en la protección de los clientes en todos los ramos, en todos los segmentos y en todas las zonas de España", añadió.

AXA España prevé consolidar su nueva organización comercial con la integración de GACM en un ejercicio en el que la fidelización y mayor atracción de los clientes volverá a ser clave. Vida, Salud y Empresas se consolidan como negocios estratégicos de desarrollo mientras que Hogar, Multirriesgos y Autos continúan siendo fundamentales en un mercado de fuerte competitividad como el actual.

Los avances comerciales y la amplia oferta de AXA se verán reforzados en los próximos meses con nuevas campañas que persiguen mantener una ratio de fidelidad como el actual y conseguir atraer a nuevos clientes.

Correduidea lanza una solución de gestión de negocios para colegios y asociaciones de mediadores

Correduidea ha lanzado su nueva oferta de servicios diseñados para colegios de mediadores, asociaciones y agrupaciones de interés económico para transformar la manera en que estas organizaciones gestionan y desarrollan su negocio en el entorno híbrido actual.

Ofrece una solución integral que abarca desde estrategias de negocio personalizadas hasta la creación de contenidos de alto impacto. Incluye servicios de comunicación interna y externa, formación exclusiva, y eventos presenciales e interactivos creados para fortalecer las conexiones entre los colegiados o asociados. Además, respalda el crecimiento de la marca de sus clientes con una gestión de identidad corporativa, incluyendo la creación de infografías, dossiers, presentaciones, videos y promociones.

Generali forma en gestión patrimonial a empleados y mediadores

Generali ha lanzado una nueva edición del 'Programa Superior de Gestión Patrimonial' para sus mediadores y empleados, cuya realización da acceso a la certificación de asesor financiero, emitida por el Instituto Español de Analistas (IEAF). Hasta la fecha, 646 profesionales han obtenido esta prestigiosa certificación.

Esta iniciativa forma parte de las acciones que Generali destina anualmente a su red de empleados y mediadores, para potenciar su capacidad de asesoramiento en ahorro e inversión, en línea con su propósito de ser 'socios de por vida' de sus clientes.

CGPA destaca su crecimiento de dos dígitos en 2023

CGPA Europe ha celebrado su tradicional *Team Meeting* 2024, en la que España, que abrió sucursal en 2023, fue el país anfitrión. Uno de los puntos más destacados de la reunión fue el gran incremento de negocio de España y Alemania, países que han conseguido crecer a dos dígitos en 2023.

Los representantes de ambos países compartieron sus previsiones de mantener dicho crecimiento a dos dígitos en 2024 y 2025. En el caso específico de España, la evolución del negocio ha convertido a CGPA Europe en la alternativa de referencia en nuestro mercado.

En esta misma reunión se advirtió una creciente siniestralidad en la actividad de mediación a nivel global. Hecho que seguirá siendo objeto de estudio en las futuras reuniones con la red de abogados europea, a raíz de la que se elabora anualmente el Observatorio Europeo de Mediadores de Seguros.

Carlos Montesinos comentó que "estas reuniones presenciales motivan que la información fluya mejor y ayuda a entender las diferencias y tendencias entre los diferentes países. En definitiva, fomenta un aprendizaje continuo y una competencia sana entre todos los países por mejorar las ratios y hacer crecer al grupo CGPA, siempre en beneficio de la mediación".

El encuentro contó con la presencia de la totalidad de los representantes de los diferentes países en los que CGPA Europe opera de manera directa, entre otros: Eric Evian, presidente de la compañía CGPA Europe; Lorenzo Sapigni, representante para CGPA Europe en Italia; José López, en representación de Luxemburgo; y Carlos Montesinos, como representante y CEO de CGPA Europe en España.

Markel cubrirá los accidentes del personal del Ayuntamiento de Barcelona

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

La contratación consiste en un seguro de Accidentes para los grupos y colectivos que forman parte del Ayuntamiento de Barcelona, tanto personal funcionario (de carrera, interino, etc.) como el personal laboral, el personal directivo, eventual, organismos autónomos, bomberos y guardia urbana, etc., dando cobertura a diversas garantías de fallecimiento e invalidez permanente.

Conforme a los criterios de adjudicación, Markel ha obtenido la mayor valoración entre todas las ofertas presentadas, del que ya era proveedor, pues igualmente fue adjudicatario del anterior concurso.

Aura Seguros da a conocer su plan estratégico 2024–2026

En la Convención Anual de Ventas 2024 de **Aura Seguros** se presentó un nuevo plan estratégico con la definición del proceso de transformación que inicia en este año.

Este nuevo Plan Estratégico 2024-2026 incide en el objetivo de mantener la esencia de Aura Seguros, centrada en Decesos, pero ampliando su protección a todos los momentos claves de la vida de las personas y sus familias. Según Carlos Muiño, director general de Aura Seguros, "esta nueva misión refuerza la idea de que la compañía está presente en momentos concretos, pero destacando la progresión hacia la protección en cualquier etapa de la vida de nuestros clientes, lo que resulta más impactante, relevante y emotivo".

Esta nueva etapa abre la puerta a la comercialización de nuevos productos en cuyo diseño se está trabajando, que prometen ser innovadores, disruptivos y basados en un modelo colaborativo de distribución que aporte valor y servicio a los mediadores, con un elevado nivel de digitalización y con vocación de omnicanalidad.

Los miembros de la Junta Directiva de la Asociación de Profesionales Séniores del Seguro (APSS) se han reunido con Jose Antonio Sánchez, director general, y Elvira de la Cruz, directora de Estudios de Mercado y Comunicación de Icea, para presentarles la nueva asociación y explorar oportunidades de colaboración.

La Asociación de Profesionales Séniores del Seguro se presenta a Icea

APSS pretende atender una necesidad del mercado en un momento de alta demanda de talento experto.

Los representantes de ambas instituciones analizaron las áreas potenciales de colaboración, identificando proyectos relacionados con la transferencia del conocimiento intergeneracional, que podrían beneficiarse de la experiencia que la red de profesionales séniores de la asociación puede aportar al sector.

Antonella Conti, nueva responsable de las áreas de Comercial y de Marketing de Prima Seguros

La insurtech Prima Seguros, que actúa como agencia de seguros especializados en el sector de la automoción, ha designado a Antonella Conti como nueva responsable de las áreas de Comercial y Marketing en España.

Con más de ocho años en el campo de la estrategia empresarial y la gestión de operaciones, Conti ha demostrado un liderazgo destacado en áreas como la atención al cliente y el desarrollo corporativo. Su especialización radica en la formulación y ejecución de estrategias de marketing con un enfoque innovador.

En este sentido, Antonella Conti será la encargada de liderar y gestionar las iniciativas e inversiones de marketing, el lanzamiento de nuevos canales directos de adquisición de clientes y las operaciones de atención al cliente en España para Prima.

Prima aspira a alcanzar los 100.000 clientes activos en 2024, duplicando sus primas hasta los 20 millones de euros.

El Consejo General propone alegaciones a la ley de la Autoridad Independiente de Defensa del Cliente Financiero

El Consejo General de Mediadores ha presentado diez alegaciones al anteproyecto de ley de creación de la Autoridad Independiente de Defensa del Cliente Financiero. Las observaciones de los Colegios de Mediadores proponen modificar artículos del anteproyecto relacionados con las áreas de organización, cooperación con otros órganos, ámbito de aplicación y exclusiones, sistema de resolución extrajudicial de conflictos y tramitación de resoluciones.

En concreto, plantea:

- **Cooperación con otros órganos.** El artículo 50 recoge la cooperación con el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, y las autoridades supervisoras de conducta en el sector financiero. El Consejo General entiende que se debe incluir a la Dirección General de Seguros como se contempla en el artículo 51, para la comunicación de posibles infracciones de normas de conducta.
- **Ámbito de aplicación y exclusiones.** El artículo 3 recoge como exclusiones: "a) El incumplimiento o cumplimiento defectuoso de un contrato financiero diferente a las vulneraciones de normas de conducta, o de las buenas prácticas o usos financieros, o del establecimiento de cláusulas contractuales abusivas; el deficiente trato comercial en la prestación de los servicios o la negativa a la concesión de financiación o a la suscripción de un contrato financiero de cualquier naturaleza".

"g) En relación con el ámbito de las reclamaciones sobre seguros: (i) contratos de grandes riesgos definidos en el artículo 11 de la Ley 20/2015, de 14 de julio, excepto en el caso de los seguros de vehículos marítimos, lacustres y fluviales y de su responsabilidad civil, cuando el tomador o el asegurado tengan la consideración de consumidor; (ii) cuando la reclamación o queja se fundamente en una controversia cuya resolución requiera necesariamente la valoración de expertos con conocimientos especializados en una materia técnica ajena a la normativa de transparencia y protección de la clientela o a las buenas prácticas y usos financieros". (...)

"h) Seguros colectivos o planes de pensiones que instrumenten compromisos por pensiones de las empresas con sus trabajadores o beneficiarios, que no se refieran a la condición de cliente de servicios financieros de las entidades aseguradoras o de entidades gestoras de fondos de pensiones".

El Consejo General entiende que dichas exclusiones deben de ser revisadas al vaciar de contenido la pretensión de la Directiva 2013/11/UE relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo. Además, no resuelven el problema de falta de rapidez de los procesos judiciales, ni dan garantías al consumidor de un sistema ágil y resolutivo.

Asimismo, se pone de manifiesto que la exclusión de la letra g) es lo que el artículo 38 de la Ley 50/1980 de Contrato de Seguro pretende resolver, motivo por el cual se vaciaría de contenido este artículo.

- **Sistema de resolución extrajudicial de litigios.** Sobre el artículo 5 que se refiere al sistema de resolución extrajudicial de litigios,

el Consejo General entiende que puede haber un conflicto competencial, ya que la materia de consumo corresponde a Comunidades Autónomas.

El artículo 5 recoge varios apartados que también son motivo de alegación por parte de los representantes de la mediación española: "3. Las resoluciones vinculantes podrán ser recurridas ante la jurisdicción civil conforme a lo previsto en el artículo 45. 4. El cliente y la entidad financiera podrán plantear de nuevo el litigio ante la jurisdicción civil para el reconocimiento de sus derechos en los casos de resoluciones no vinculantes favorables, en caso de no ser aceptadas estas por la entidad financiera, o desfavorables".

El Consejo General considera que esta redacción puede dar lugar a error, pues en otros artículos se indica que se podrá interponer recurso contencioso administrativo. Adicionalmente, en las resoluciones vinculantes, no se especifica si el recurso a la vía civil debe de ser interpuesto por el propio cliente o por la entidad financiera. Teniendo en cuenta que el objeto de esta norma es ofrecer un mecanismo útil a los consumidores para resolver extrajudicialmente los conflictos, puede ser no adecuado remitir al procedimiento judicial para recurrir una resolución vinculante.

- **Tramitación de resoluciones.** El artículo 41 recoge: "Contra la resolución de imposición de multa cabrá recurso administrativo de reposición y será recurrible ante la jurisdicción contencioso-administrativa". En opinión del Consejo General se debe especificar el órgano judicial ante el cual se debe proceder. El artículo 42 recoge la resolución vinculante, "La entidad financiera deberá cumplir la resolución vinculante en el plazo de 30 días hábiles a contar desde su notificación y entregar la justificación documental ante la Autoridad del cumplimiento de su resolución".

Para los mediadores se debe de ofrecer un mayor detalle en la redacción del artículo, ya que no se indica si es de aplicación la mora de la Ley 50/1980 de Contrato de Seguro o del Real Decreto de 24 de julio de 1889 por el que se publica el Código Civil o, en caso contrario, si no se aplican intereses de demora. Asimismo, se debe especificar el órgano judicial ante el cual proceder.

El artículo 43 recoge la resolución no vinculante. "3. En todo caso, la resolución adoptada por la Autoridad tendrá valor de informe pericial en el caso de que cualquiera de las partes decida acudir a la jurisdicción civil. Se entenderá producida su ratificación con la firma del órgano competente".

En este apartado, Consejo General considera que es necesario un mayor detalle en la redacción del artículo ya que, si la resolución no es vinculante, no se especifica si es recurrible y ante qué organismo.

El artículo 45 recoge la interposición de demanda judicial frente a las resoluciones vinculantes "Las resoluciones vinculantes de la Autoridad pondrán fin a la vía administrativa y no serán susceptibles de recurso de reposición. Cualquiera de las partes podrá reclamar contra dichas resoluciones vinculantes ante la jurisdicción civil".

El Consejo General es partidario de que se recoja la posibilidad de recurso ante la jurisdicción contenciosa y, en caso de que se contemple exclusivamente la jurisdicción civil, recuerda que la modificación de la Ley Orgánica 6/1985, del Poder Judicial, da capacidad para resolver sobre cuestiones administrativas.

- **Organización.** El artículo 10 recoge la composición del Órgano de Gobierno. El Consejo General entiende que debe formar parte del Consejo Rector al reunir varias características: amplio conocimiento de seguros, autonomía e imparcialidad al representar a todos los mediadores en su condición de Corporación de Derecho Público. Además, el artículo 18 recoge, específicamente, la creación de una sección especial de seguros, una circunstancia que reforzaría lo oportuno de su participación en dicho órgano y, en su defecto, en el Comité Consultivo que se detalla en el artículo 20.

Aemes da a conocer las novedades del convenio colectivo de mediación a los colegiados

Aemes ha organizado a primeros de enero dos jornadas técnica-formativa tituladas 'El convenio colectivo de la mediación de seguro: principales novedades', en el **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia** y en **Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid.**

Jorge Benítez, presidente de Aemes y del Colegio de Valencia, enfatizó la relevancia de estar al corriente con los cambios sectoriales. Mientras que Lucía Relanzón, del departamento Jurídico de Aemes, proporcionó una explicación técnica detallada sobre las modificaciones más significativas del convenio.

Durante la jornada, se abordaron temas cruciales como el teletrabajo, la regulación del tiempo de trabajo, y aspectos detallados sobre las vacaciones. También se discutieron las novedades en materia retributiva y la previsión social complementaria. Especial atención se dedicó a todo lo relativo a la jubilación, un tema que despertó suficientes dudas como para que desde Aemes se haya decidido programar un monográfico al respecto en un futuro próximo. Benítez explicó que, a partir de 2026, lo autofinanciará el propio trabajador con su salario. Respecto a la previsión social, a partir del 31 de diciembre de 2025 quedan suspendidas las aportaciones el premio de jubilación, no generándose nuevos derechos, y las empresas deberán recurrir a un plan de aportación definida. Para ello, a partir del 1 de enero de 2026 el incremento salarial se desdoblará, destinando una parte al incremento de salario base y otro porcentaje al plan de aportación definida. "Hemos conseguido que se incluya en la subida salarial, con lo cual, realmente no nos ha costado dinero adicional como nos está costando el premio actual de jubilación. No se ha eliminado, pero hemos generado una fórmula nueva que, al menos no nos va a seguir costando dinero de nuestras cuentas de resultados", añadió Jorge Benítez.

Sobre la subida salarial pactada en el Convenio Colectivo de la Mediación, los responsables de Aemes señalaron que todos los incrementos salariales que se han pactado en otros sectores (incluyendo las recomendaciones fijadas en el V acuerdo para negociación colectiva entre patronales nacionales como Ceoe y Cepyme con las cúpulas sindicales) han sido más altos que lo que se ha pactado en el Convenio de la Mediación.

En 2023, el incremento se fija en un 4%. Todos los niveles retributivos van a tener incrementos del 4%, excepto el nivel retributivo de nivel 9, que tiene una subida mayor, por incrementos que ha experimentado el salario mínimo. En 2024 y 2025, el incremento se fija en un 3%, y en 2026, en un 2,75%. En 2026, un 1,25% del incremento salarial se aplicará al salario base y un 1,5% al plan de aportación definida. De tal forma que ese plan de aportación definida se va a nutrir directamente del salario del trabajador.

Relanzón explicó a los colegiados de Madrid que el convenio ha adaptado el teletrabajo a la norma que se publicó después de que el convenio anterior lo incluyese. "El artículo que se ha incorporado en el convenio excluye del concepto de teletrabajo aquel que se realice en una jornada inferior al 30% de la jornada del trabajador. También se excluyen las relaciones de trabajo que por motivos de conciliación solicita el trabajador, que regula el artículo 34.8 del Estatuto de los Trabajadores", afirmó.
La compensación por los gastos que le conlleve al trabajador realizar su trabajo fuera de la oficina se fija en el nuevo convenio en un euro al día, por jornada de trabajo efectiva. En caso de jornadas reducidas, se aplicará la proporcionalidad y no se incluye esta compensación en los casos de baja. "Es únicamente por baja efectiva", señaló Lucía Relanzón, que puntualizó que "la compensación es efectiva desde su publicación en el BOE, no retroactiva al 1 de enero". Además, indicó que la empresa que acepte cambios de domicilio de teletrabajo que soliciten los trabajadores, muy frecuente en verano, asume un riesgo, ya que tiene la obligación de verificar que el domicilio desde el que el trabajador va a realizar su jornada cumple las normas de prevención de riesgos laborales.
Respecto al tiempo de trabajo, el anterior convenio fijaba en 1.728 horas anuales, que se han reducido en 8 horas. La jornada máxima va a pasar a ser de 1.720. Esas 8 horas se han hecho a cuenta de un día de vacaciones. Sin embargo, el horario no se verá modificado, únicamente en lugar de 24 días de vacaciones van a tener 25 al año, pero no afecta de forma directa a la organización de la jornada que ya estuvieran haciendo. Como incentivo a la fidelidad del trabajador, cuando tenga una antigüedad de 20 años generará derecho a un día más de vacaciones, y otro más al acumular 30 años de permanencia en la empresa. Son días acumulables, señaló Relanzón.

El Grupo Alkora presenta su Plan de Igualdad para los próximos 4 años

El Plan de Igualdad firmado y registrado por el Grupo Alkora, que tiene una vigencia de 4 años, tiene como objetivo velar y garantizar la igualdad entre todos sus empleados y empleadas.

Este plan garantiza el derecho a la igualdad efectiva de oportunidades y de trato entre las mujeres y hombres que componen la plantilla del Grupo Alkora, evitando cualquier tipo de discriminación por razón de sexo en los ámbitos del acceso al empleo, promoción, clasificación profesional, formación, retribución y conciliación de la vida laboral y personal.
La promoción interna, la sensibilización en igualdad, la violencia de género, el acoso sexual o por razón de sexo, la salud de los empleados desde una perspectiva de género o la corresponsabilidad, son algunos de los puntos tratados en dicho plan.

Isabel Martínez se une al equipo de Gandía de Quality Brokers

Quality Brokers ha incorporado a Isabel Martínez para dar un nuevo impulso en su camino hacia los objetivos establecidos para 2024. "Su experiencia y conocimiento son claves para seguir marcando el camino en el sector y asegurar un crecimiento constante", dicen desde la correduría.

Esta integración, desarrollada por Sergio Alonso Carbó, director comercial, y Marita Pons, adjunta a la Dirección Comercial, es la primera de las destacadas incorporaciones que tendrán lugar en 2024.
Por otro lado, la correduría, mediante su programa de expansión Integrity, ha incorporado a su red la correduría Roig y Petit, con sede en Valencia, que es conocida por su enfoque profesional y dedicación en el sector asegurador.
En otro orden de cosas, Quality Brokers asistió a la Convención de **AXA Seguros** Levante y Baleares, en el que recibió el premio 'Mejor Gestión en Líneas Estratégicas-Empresas' por segundo año consecutivo.
Por último, señalar que la correduría aprovechó la celebración de la comida de Navidad para dar a conocer los logros alcanzados en 2023. El año pasado, experimentó un crecimiento notable, expandiendo su presencia con una nueva oficina en Madrid, ampliando la de Barcelona y fortaleciendo su posición en la Comunidad Valenciana.
"Este año ha sido excepcional para nosotros, no solo en términos de crecimiento empresarial sino también en la consolidación de nuestro equipo", afirmó Gonzalo Gironés, CEO de Quality Brokers.

Emilio Abellón, nuevo director general de Ágora Broker

Ágora Broker Correduría de Seguros (socio de **Cojebro**) ha incorporado el 1 de enero a Emilio Abellón, como nuevo director general y responsable de Expansión.

Con una amplia experiencia en el sector, Abellón aportará su capacidad de liderazgo y su visión estratégica para impulsar el crecimiento de Ágora Broker. Su CEO, Vicente Pino, afirma que "esta incorporación supone un punto de inflexión para la expansión de la correduría, ayudando a dar continuidad al desarrollo de nuestro plan estratégico 2024/2028". Abellón será el encargado de tomar decisiones y supervisar todas las actividades de la empresa, asegurándose de que se cumplan los objetivos y metas establecidos.

Adecose pide protección al cliente hipotecario ante la tramitación de la ley de la Autoridad Administrativa Independiente

Adecose ha participado en el trámite de audiencia e información pública del Anteproyecto de Ley por la que se crea la autoridad administrativa independiente de defensa del cliente financiero para la resolución extrajudicial de conflictos entre las entidades financieras y sus clientes que finalizó el 26 de diciembre de 2023. La asociación ha recuperado la propuesta sobre este Proyecto antes de que las Cortes se disolvieran y quedara aparcado.

Esa petición consiste en la introducción de una nueva Disposición final de modificación de la Ley 5/2019, de 15 de marzo, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario con el objetivo de reforzar los derechos de los consumidores.
Por un lado, propone que se obligue a las entidades financieras a advertir al prestatario con una antelación mínima de dos meses del vencimiento de cada anualidad de los seguros contratados mediante prácticas de venta vinculada o de venta combinada, con indicación expresa del derecho a contratar los seguros con un proveedor diferente. Por otro, que en el caso de que la póliza de seguro en garantía del cumplimiento de las obligaciones del préstamo fuera un seguro de Vida, la póliza de seguro debe ser renovable en cada anualidad, equivalente al capital pendiente de amortización y nunca de prima única.

En otro orden de cosas, Adecose ha comunicado que en 2023 casi triplicó su oferta formativa, ante la demanda de formación continua en las corredurías. Ha ofrecido 14 jornadas técnicas / webinars desarrolladas en colaboración con grandes expertos en las diferentes materias, en las que han participado 1.600 profesionales, acumulando más de 24 horas.
La asociación ya ha inaugurado la VII Edición del Programa de Desarrollo Directivo (PDD) en el campus de Alcobendas de la Universidad Europea de Madrid y en la sede de Arag de Barcelona.
Por otro lado, la Junta Directiva de Adecose ha aprobado, en su reunión mensual de enero, la incorporación de **Brokermam Correduría de Seguros** como nuevo socio, con las que la asociación suma 166 corredurías.
Por otra parte, en la reunión se abordaron los diferentes proyectos que la asociación está llevando a cabo. Asimismo, se hizo seguimiento de las principales normativas europeas en las que Adecose está participando como son la Estrategia de Inversión Minorista o la Propuesta de Reglamento relativo a la creación de un Marco para el Acceso a los Datos Financieros (Fida); también, los últimos modelos de cartas de condiciones consensuados con aseguradoras, así como la presentación de la XV Edición del Barómetro.
En enero, en el tradicional almuerzo mensual con socios, posterior a la reunión mensual de la Junta Directiva, fueron invitados por parte de **Mapfre**: José Manuel Inchausti, vicepresidente de Mapfre; Elena Sanz, CEO de Mapfre Iberia; y Jesús Martínez Castellanos, CEO adjunto de Mapfre Iberia y CEO de Mapfre Vida. Inchausti destacó la apuesta de Mapfre por seguir ocupando una posición de liderazgo destacado en el canal corredor.

Los colegiados madrileños se forman sobre el impago de alquiler

Grupo Mutua Propietarios explicó en el **Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid** las novedades en el seguro de Impago de Alquiler y las consecuencias de los cambios normativos tras la entrada en vigor, en mayo, de la Ley de Vivienda.

Los colegiados aclararon sus dudas, principalmente, en lo relativo a los plazos de tramitación judicial y los informes previos a las demandas por desahucio. También mostraron interés por la consideración de gran tenedor según la nueva ley y en qué casos un particular podría verse afectado por esta categorización.
El coste del seguro de Grupo Mutua Propietarios supone en torno a dos semanas de renta para el pequeño tenedor, es deducible en la declaración de la renta, ofrece hasta 24 meses de protección de impago de renta (con o sin franquicia) y cubre los gastos de defensa jurídica así como los actos vandálicos, entre otras coberturas, y garantías adicionales como cambio de cerradura; pérdida de alquileres por incendio, explosión y rayo; limpieza de la vivienda por actos vandálicos; impago de suministros, etc.

Otros de los cambios analizados en la jornada fueron la merma de beneficios fiscales para los arrendadores, la actualización de la renta, la vulnerabilidad de arrendatarios y el vacío legal que existe todavía pendiente de desarrollo normativo de la Ley de Vivienda.
En otro orden de cosas, el Colegio de Madrid ha cerrado 2.023 con 7.955 seguidores en sus siete perfiles sociales corporativos, un 14,4% más respecto a los 6.952 conseguidos en 2022.
El Colegio de Madrid estrena 2024 con un nuevo perfil social en Threads, que se añade a los que ya tiene en LinkedIn, X, Facebook, Youtube e Instagram, donde se recogen los vídeos y las imágenes de los eventos del Colegio de Madrid, además de las intervenciones y formatos de audiovisuales de los miembros de la Junta Directiva.

NB21 publica 35 entradas en su blog en 2023

La correduría **NB21** ha publicado 35 artículos en su blog en el ejercicio 2023, lo cual se traduce en una publicación cada semana y media.

Félix Villada, responsable de negocio digital, señala que el objetivo principal de las publicaciones es proporcionar información relevante sobre el sector de los seguros de manera accesible y fácil de entender para cualquier persona. De esta forma, el blog de la correduría está estructurado en siete categorías: inmuebles, negocios, salud, sobre NB21, sostenibilidad, transporte y vida y familia.

Senda Vivir Seguros sigue apostando por la innovación tecnológica

Senda Vivir Seguros y Codeoscopic han firmado un acuerdo de colaboración, para establecer tarifas especiales para los socios de la agrupación, en relación con los productos y las soluciones Avant2, Sales Manager y Tesis Broker Manager.

Este acuerdo busca "ofrecer a los socios de Senda Vivir Seguros la oportunidad de aprovechar condiciones comerciales preferenciales en los productos proporcionados por Codeoscopic, fortaleciendo así la red de colaboraciones estratégicas y proporcionando herramientas y soluciones de vanguardia", aseguran los responsables de la agrupación.

Por otro lado, ha comunicado la incorporación a la agrupación de la correduría Unisegovia, con sede en Segovia y oficinas en Cuéllar y Nava de la Asunción, además de diversas oficinas colaboradoras en Ávila, Zamora, Burgos, Valladolid y Palencia.

La incorporación de Unisegovia a Senda Vivir Seguros ha sido efectiva desde el 1 de enero de 2024, y supone un importante refuerzo para la asociación en el mundo agro, pues Unisegovia es una correduría con una sólida trayectoria de 30 años y una amplia experiencia en el sector agropecuario.

En otro orden de cosas, la agrupación ha anunciado el lanzamiento de un concurso para la creación y composición original de la sintonía corporativa que representará a la agrupación. Para participar, los interesados deberán inscribirse en **https://senda-brokers.com/senda-vivir-seguros-lanza-un-concurso-para-enco...** antes del 15/02/2024. Recibirán en respuesta el dossier inspiracional, para poder trabajar su obra, cuyo plazo máximo de envío es el 29/02/2024. Cada participante podrá presentar un máximo de 3 obras inéditas y originales. El creador de la sintonía seleccionada ganará en efectivo 1.500 euros y verá su obra convertida en la sintonía oficial de la agrupación. La sintonía ganadora será propiedad exclusiva de Senda Vivir Seguros.

Por último, señalar que Senda Vivir Seguros está incentivando económicamente a los socios para que lleven el mensaje de la compañía en sus áreas de influencia regionales. Con esta iniciativa, a la que han llamado 'Ayuda para comunicación regional', la asociación financiará las campañas regionales de cada correduría asociada, para que la marca se difunda también en las zonas de influencia directa de cada una de las empresas de la agrupación.

Los socios podrán presentar presupuestos de comunicación, marketing y difusión, hasta finales de julio de 2024, para todas las acciones que deseen realizar en su zona local de influencia, cuyo coste asumirá Senda Vivir Seguros, siempre y cuando cumplan con los requisitos establecidos en la iniciativa.

II-Bróker se expande con dos nuevas adhesiones

Incorpórate Insurance Bróker ha cerrado 2023 con la integración de dos nuevas corredurías ubicadas en Logroño y Almendralejo, respectivamente.

José Sanchez Ortega, CEO de la entidad, señala que "con estas dos nuevas incorporaciones II-Bróker está presente en La Rioja y en Extremadura con lo que terminamos 2023 con oficinas en 7 comunidades autónomas y con un volumen de negocio superior a 30 millones de euros en primas intermediadas".
De cara a 2024, está previsto incorporar al menos 8 corredurías más para alcanzar al final de la anualidad un volumen de negocio en primas intermediadas de 60 millones de euros.

Carlos Martín, nombrado director de Broking de Howden Iberia

Howden Iberia ha incorporado a su equipo de Madrid a Carlos Martín como director de Broking. Además de contribuir a la implementación de la estrategia de crecimiento del bróker, se encargará de fortalecer las relaciones con los mercados aseguradores para buscar las soluciones más adaptadas a las necesidades de los clientes.

Martín es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales y actuario de Seguros por la Universidad Complutense de Madrid. Tiene una dilatada experiencia en el sector, donde, entre otras cosas, ha sido suscriptor de Property en Allianz Seguros desde el año 2000, puesto desde el que prestaba servicio a la Unidad de Global Broker.
Por otro lado, la correduría ha anunciado la promoción de Manuel Pérez, actual director de Ciberriesgos de Howden Iberia, a Head of Cyber for South Europe y Latam. En su nueva posición, se encargará de implementar y liderar la estrategia de crecimiento de este ramo en los países del sur de Europa y Latinoamérica.
Pérez es licenciado en Administración y Dirección de Empresas por Icade y cuenta con un MBA en innovación y empresas de internet. Proveniente del sector tecnológico, donde dio sus primeros pasos profesionales, se incorporó a Howden Londres en 2014 para formar parte del departamento de Líneas Financieras, en el que llegó a supervisar parte de la operativa latinoamericana.
En otro orden de cosas, dos directivos de Howden Iberia: Ana Matarranz, directora general de Howden People y Compensa Capital Humano, y Enrique Arce, director de Diversidad y Conciliación en Compensa Capital Humano, han coordinado el libro 'El factor edad', que impulsa la diversidad generacional en las empresas como fuente de beneficios al combinar la sabiduría de los mayores y la genialidad de los jóvenes.

La red nacional de E2K continúa su crecimiento con la incorporación de la correduría Mutuarisk, con 30 años de existencia, especializada en protección de la familia y patrimonio y en la que trabajan más de 100 profesionales en las 11 oficinas que se extienden por toda España.

Mutuarisk se incorpora a E2K

Según señala Federico Vidal, director general de Mutuarisk, "en nuestra empresa creemos firmemente que la combinación de tecnología y procesos eficientes son estratégicos para proporcionar un servicio de alto nivel al cliente. Dedicamos mucho tiempo a innovar constantemente en nuestro trabajo para promover una diferencia competitiva, dotar de un valor distintivo nuestra oferta comercial y asegurar una experiencia de cliente superior en términos de rapidez, asesoramiento y confiabilidad".

Andrés Peña liderará el nuevo plan estratégico de Red Mediaria

Red Mediaria ha elaborado un plan estratégico con el objetivo de llevar a la correduría a reforzar su posición de liderazgo y a crecer a nivel nacional. Con un ambicioso plan de expansión y desarrollo a nivel nacional, la correduría plantea dar un salto cualitativo y cuantitativo con nuevas incorporaciones a su proyecto, dimensionado actualmente a través de 20 oficinas colaboradoras ubicadas en Galicia, Castilla y León y Extremadura.

El plan estratégico busca consolidar la posición de la correduría de seguros en el mercado, innovando proactivamente, diferenciándose de sus competidores y ofreciendo productos, servicios y soluciones novedosas adaptadas a las necesidades de sus colaboradores y clientes.

Peña asume este nuevo reto tras más de 30 años de experiencia en el sector privado, liderando proyectos de desarrollo de negocio, optimización de recursos, soluciones estratégicas y formación y coordinación de equipos en empresas como Asisa, Tactio, Prosegur y Sanitas.

Ruiz Re se alía con Elite Insurance para aumentar su presencia en Alicante

Ha llegado a la provincia de Alicante Elite Insurance, un nuevo mediador de seguros liderado por Juan Luis Rodríguez, que seguirá de la mano de Ruiz Re, a la que pertenecía en su etapa anterior en la sede que la correduría tiene en Alicante.

Juan Luis Rodriguez explica que Elite Insurance "se especializará en dos targets de clientes muy concretos y de los que ya disponemos de una cartera de seguros importante: por un lado, autónomos, pymes, empresas y directivos; y por otro, extranjeros residentes".

Quierosercorredordeseguros.es cumple 10 años con más de 500 expedientes de altas tramitados

En 2014 el portal Quierosercorredordeseguros.es presentó ante la Dirección General de Seguros su primer expediente. Diez años después, ha tramitado un total de 525 expedientes (210 de corredores individuales y 315 de correduría de seguros).

Según cifras del propio portal, en estos diez años se han dado de alta en España un total de 1.336 nuevos corredores y correduría (492 individuales y 844 sociedades) y quierosercorredordeseguros.es ha tramitado el 40% de todos ellos. Este porcentaje ha aumentado en los últimos años, siendo su penetración de presentación superior al 50% de las altas totales de cada año en la DGSFP durante los ejercicios 2020, 2022 y 2023. Solo tramitan expedientes de alta de nuevos corredores y correduría con clave nacional.

Jorge Campos, director y promotor de quierosercorredordesguros.es, afirma que "esta experiencia nos convierte en líderes indiscutibles en este importante trabajo en nuestro país y hace que sepamos rápidamente identificar qué proyectos van a tener un éxito rotundo y cuáles van a tener más dificultades".

Desde 2016, quierosercorredordeseguros.es viene publicando anualmente la Guía "Cómo ser corredor de seguros o cómo montar mi propia correduría", una publicación gratuita que actualmente solo se edita en versión digital y que acumula más de 50.000 descargas en sus ocho ediciones.

Finsa pone en marcha su Canal Ético

Finsa ha publicado en su web su sistema integral de cumplimiento normativo en materia de prevención de Riesgos Penales (Preblac), así como la normativa de distribución de seguros.

Tal y como indica Maria José Encinas, directora de Organización y Servicios Generales y Miembro del Comité Ejecutivo, "En Finsa|Senda nos sentimos parte de la sociedad y queremos contribuir a lograr un entorno legal y seguro para el mejor desarrollo de los valores que nos identifican, así como de la protección a las personas más vulnerables".

En busca de soluciones a la falta de aseguramiento en la industria de alimentación

El **Consejo General de Mediadores** y la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas **(FIAB)** unirán esfuerzos para encontrar soluciones al grave problema de la falta de aseguramiento en el sector de la alimentación.

La FIAB está trabajando sobre este asunto desde hace tiempo manteniendo contactos con Unespa y el Ministerio de Agricultura. El recelo de las aseguradoras hacia determinadas actividades industriales provoca, según los mediadores de seguros, incrementos inasumibles de las pólizas de hasta el 400%, infra asegurar instalaciones y actividad o recurrir al autoseguro con el impacto que tiene en la liquidez de las empresas.

Para ambas organizaciones la situación se agrava desde el momento en que una industria de alimentación sin cobertura de seguro puede perder certificaciones de calidad y dificultar sus líneas de financiación para crecer o para acometer las mejoras necesarias para el desarrollo de su actividad.

Desde el Consejo General de Mediadores de Seguros se ha planeado a la Dirección General de Seguros y al Consorcio de Compensación de Seguros la posible creación de un pool similar al que se formó cuando la normativa obligó a los corredores a tener una póliza de Responsabilidad Civil profesional que no existía en el mercado tradicional. También han señalado el posible acceso a fondos europeos *Next Generation* destinados a actualizar medidas de seguridad o lograr deducciones fiscales para las empresas que inviertan en mejoras de riesgos y en prevención.

El corredor Manuel Fernández, coautor de Libro Doctrinal de Derecho de Seguros

En el VI Congreso Internacional de Derecho de Seguros, organizado por Seaida, ha visto la luz una publicación de la que el corredor Manuel Fernández, de Grupo Center, ha sido coautor en el capítulo de 'Problemas prácticos en la comercialización de seguros privados'.

La publicación cuenta con la coautoría de prestigiosos expertos en materia del Derecho de Seguros, tales como José Luis Perez-Serrabona, catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad de Granada; Lorenzo Mezzasoma, catedrático de Derecho Privado en la Universidad de Perugia (Italia); Giovanni Berti de Marinis, profesor de Derecho de la Economía en la Universidad de Perugia (Italia); y Gabriel Ballesta, doctor en Derecho de la Universidad de Bolonia (Italia) y profesor de Derecho Mercantil de la Universidad de Granada.
En el libro se tratan, entre otros temas: el metaverso, los criptoactivos y los contratos de seguro; el reaseguro marítimo, naturaleza jurídica y funciones principales; el régimen fiscal de los unit linked; y el seguro y su derecho en un nuevo contexto.

La correduría Ucoga lanza su nueva web

La correduría Ucoga Asesores ha lanzado su nueva web corporativa, que busca mejorar la experiencia de usuario de los clientes y usuarios de la misma, facilitándole la búsqueda de información de interés mediante una navegación más intuitiva.

Con una trayectoria de más de 10 años, Ucoga apuesta por la digitalización y la innovación en todos sus procesos. Por ello, la nueva web ha mejorado los procesos de carga, junto con el añadido de nuevas funcionalidades para mejorar la experiencia de usuario.
La nueva web contempla secciones como las noticias, donde Ucoga se hace eco de las últimas novedades y de los eventos que se realizan desde la correduría, como su gran iniciativa benéfica: El Torneo de Pádel de Ucoga. También se facilita a los clientes, una lista con todos los teléfonos de asistencia de las aseguradoras, para localizarlos en caso de necesidad.

Jesús Sánchez, nombrado director de Aon en Aragón

Aon ha anunciado el nombramiento de Jesús Sánchez como director en Aragón, donde la firma está presente y ha acompañado a las empresas locales desde hace 35 años.

Sánchez es licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Zaragoza, cuenta con el título Superior de Seguros por la Universidad CEU San Pablo y ha cursado el Programa de Desarrollo Directivo en IESE Business School. Su carrera profesional se ha desarrollado en los sectores de banca y seguros, desempeñando distintas responsabilidades.

En otro orden de cosas, por duodécimo año consecutivo, Aon ha sido una de las patrocinadoras del foro profesional Spain Investors Day. En él, Jacobo Hornedo, CEO de Aon España, dijo que "nuestro principal objetivo es ayudar a nuestros clientes a tomar las mejores decisiones en dos ámbitos trascendentales: Riesgos, en temas de actualidad como ciberseguridad, cambio climático o transición energética; y Personas, en cuanto a la retención y atracción de talento, planes de compensación, jubilación o bienestar/salud de los empleados".

Mª José Cánovas y Maite Jiménez, nuevos fichajes de HD+ Insurance Broker

Mª José Cánovas se une a **HD+ Insurance Broker** en el rol de gerente, aportando más de 30 años de experiencia profesional en el sector asegurador y liderando con éxito estrategias de gestión y desarrollo de negocios. Su función implica la toma de decisiones estratégicas, la planificación y coordinación de actividades, impulsando la eficiencia operativa de HD+.

Asimismo, Maite Pérez se une a HD+ como ejecutiva de cuentas, aportando una sólida experiencia en gestión comercial. Gracias a su enfoque orientado al cliente y su capacidad para identificar oportunidades de crecimiento, desempeñará un papel estratégico en la retención y expansión de la cartera de clientes.

Intermundial dio a conocer la nueva edición del Pack Plus en Fitur

Intermundial presentó en Fitur una nueva edición de Pack Plus, su catálogo de soluciones aseguradoras disponible a partir del 1 de febrero. Ofrece a su red de colaboradores un seguro para cada tipo de viaje.

El nuevo catálogo Pack Plus mantiene soluciones como el seguro Multiasistencia VIP, con una cobertura de gastos médicos de hasta 2,5 millones de euros y de enfermedades crónicas o preexistentes en viaje hasta 15.000 euros. Por su parte, Multiasistencia Plus, el seguro de Viaje más vendido en España, cuenta con más de 50 coberturas, 45 causas de anulación y 1 millón en gastos de asistencia médica.

Completan el catálogo las soluciones que permiten recuperar el 100% de los gastos de la reserva, 'Anulación Plus' y 'Anulación Reservas', los seguros para grupos, cruceros, espacio Schengen y los específicos multideporte Ski/Aventura Plus.

En cada seguro se pueden incluir garantías exclusivas como la de fuerza mayor, quiebra de proveedores y líneas aéreas, la extensión de las causas de anulación al núcleo familiar y sin añadir sobreprima de cruceros.

La plataforma de gestión Safer está diseñada para facilitar todas las gestiones relacionadas con los seguros con una operativa más sencilla y ágil que permite desde la gestión de siniestros 360º, hasta el contacto directo con los equipos internos de Intermundial, pasando por la información, presupuesto y contratación en un único entorno o la creación de diferentes perfiles de usuario.

También en Fitur, en el espacio Fiturtechy, la Fundación Intermundial hizo entrega del VII Premio Turismo Responsable y Sostenible (TRS).

Javier Arévalo, nuevo director de la oficina de Málaga de BMS Group

BMS Group ha incorporado a Javier Arévalo como director de la oficina en Málaga. Tras varias adquisiciones estratégicas en Andalucía en los últimos años, el bróker quiere impulsar el crecimiento y consolidar el negocio existente.

Arévalo es corredor de seguros titulado, diplomado en Empresas Turísticas y MBA en Gestión Inmobiliaria. Acumula más de 20 años de experiencia en el sector asegurador, tras su paso por Morera & Vallejo, Segurandalus Unicaja y Rasher.

Nace APSNorte, agrupación de corredores

Valladolid ha acogido la firma de Constitución de la Agrupación de Profesionales del Seguro APSNorte, operativa desde el 1 de enero. Está constituida por cinco de los antiguos asociados de Grupo Intercor, cuatro de ellos eran los miembros de la que fuera Junta Directiva de esa entidad hasta el 27 de septiembre de 2023.

En esta puesta en marcha y en la gestión del proyecto de la nueva agrupación se encuentran representadas las correduría: Holesia Correduría de Seguros (Valladolid), con Nacho Vicente Espinosa como presidente; Álvarez Cortés Correduría de Seguros (Ponferrada), con Miguel Antonio Álvarez como vicepresidente; CMS Correduría de Seguros (La Rioja), con Andrés Miguel Seco como socio; Marobleda Correduría de Seguros (Burgos), con Álvaro Antonio Gerwig como socio; Sever Correduría de Seguros (Zamora), con Miguel A. Sever como responsable del Área Administrativa; y Simón Calvete Correduría de Seguros (León), con Begoña Fernández como responsable del Área Financiera, y Aida Simón, como responsable del Área de Comunicación y Marketing.
Esta agrupación aúna sinergias para impulsar el intercambio de experiencias de los socios, haciéndoles partícipes de un modelo de trabajo común que promueva la mejora tecnológica, económica y formativa del grupo, el crecimiento conjunto del negocio y el asesoramiento cualificado.
En 2024 se materializarán los resultados de la actividad de esta nueva AIE, centrada en cerrar acuerdos mercantiles con aseguradoras, en la mejora de sistemas y procesos informáticos para el sector, en la creación de un departamento especializado en productos exclusivos y colocación de riesgos especiales, en la dotación de un departamento de Formación, un departamento Jurídico y Económico y en todo lo necesario para el buen funcionamiento de las correduría que la constituyen.

Credit Broker adquiere la correduría Sancaba

Credit Broker Protego ha anunciado la adquisición de la correduría catalana especialista en seguros de Crédito Sancaba Credit, ubicada en Tarrassa (Barcelona).

Desde su creación, en 2007, los fundadores de Sancaba han centrado su actividad en el asesoramiento en la gestión de riesgos comerciales para pymes de toda la provincia de Barcelona, con una cartera que incluye clientes emblemáticos de larga tradición empresarial. Con sede en Reus (Tarragona) y Madrid, y más de 25 años de trayectoria, Protego Seguros se ha asentado en el 'top ten' nacional del segmento de Crédito.

Alcabala Brokers se expande a Cataluña

La correduría Alcabala Brokers ha dado un paso estratégico para consolidar su presencia en Cataluña con la reciente incorporación de Carles Gutiérrez. Este movimiento marca el inicio de una nueva etapa de expansión para la organización dentro de la provincia de Girona.

Gutiérrez se suma al equipo de Alcabala para apoyar el desarrollo en la comunidad catalana. La decisión de establecer una oficina física en Girona responde a la intención de fortalecer los acuerdos previos existentes y abrir nuevas oportunidades de crecimiento en la zona.
Esta expansión sigue la tónica que continúa llevando la correduría, sumando Cataluña a las comunidades en las que Alcabala ya está presente mediante oficinas físicas: Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana, Cantabria, Andalucía, Galicia.

Más de 150 socios en el proyecto Multisite Aunna

Aunna cerró 2023 con más de 150 páginas web de socios dentro de su proyecto 'Multisite'.

La asociación dispone de varios proyectos tecnológicos propios, cuyo objetivo principal es ayudar a sus socios con sus negocios, así como agilizarles la gestión de tareas administrativas. Uno de ellos es el 'Multisite Aunna', un proyecto exclusivo en el que desde la asociación. desarrollan las páginas web. También se les provee del hosting y mantenimiento de estas, todo de forma gratuita.
Además, cuenta con mejoras que se van desarrollando cada año y un blog con contenidos de interés para que desde las webs puedan aportar servicios de valor a sus clientes.
En otro orden de cosas, Aunna cerró el año pasado con el 99% de sus socios en la plataforma Cima, lo que la convierte en la asociación con mayor número de socios activos en el proyecto sectorial.

IATI concede sus premios a la excelencia en la comunicación digital de viajes

Los Premios IATI, reconocidos como los 'Goya' de los viajes, valoran a los mejores creadores de contenido del sector en nuestro país.

En la quinta edición, celebrada a finales de enero, los ganadores por categorías son: al 'Mejor blog profesional de viajes', dotado con 1.500 euros, para Japonismo; a la 'Mejor cuenta de Instagram de viajes', dotado con 1.500 euros, para Welcome to el mundo; al 'Mejor canal de Youtube de viajes', dotado con 1.500 euros, para Yo soy Plex; a la 'Mejor cuenta de Tik Tok de viajes', dotado con 1.500 euros, para Carlos Cuñado; al 'Mejor contenido camper', dotado con 1.500 euros, para Viajando nuestra vida; a la 'Mejor creación de contenidos de empresas e instituciones turísticas', sin dotación económica, para La Rioja turismo; premio especial a la 'Trayectoria y a los valores viajeros', dotado con 1.500 euros, para el blog Organizo tu viaje; y premio especial a la 'Trayectoria y a los valores viajeros', dotado con 1.500 euros, para Mariano Rigau, CEO de Arag España.

Sara García refuerza el departamento de Empresas de Unipóliza

Unipóliza ha anunciado la incorporación de Sara García al departamento de Empresas. Graduada en Derecho con una destacada trayectoria trabajando en consultorías, se centrará en el ramo de Seguros de Responsabilidad Civil.

Con una sólida base legal y una visión estratégica, García ha demostrado habilidades en la gestión de riesgos legales para empresas. Su experiencia previa en consultorías le ha brindado una comprensión profunda de los desafíos a los que se enfrentan las empresas en materia legal y de responsabilidad civil.

S4 y Larrain & Partners, juntos en el Campo de Gibraltar, Madrid y País Vasco

S4 Correduría de Seguros ha firmado un acuerdo de integración y colaboración con la empresa **Larrain & Partners** para consolidar el servicio de mediación que esta empresa ofrece a nivel nacional y a no residentes.

Larrain & Partners, del Grupo Contasult, es una intermediadora de seguros dedicada a la gestión de riesgos y mediación de seguros. Está especializada en la asistencia en la cobertura de riesgos empresariales y profesionales y de los patrimonios e intereses de personas extranjeras residentes en España, procedentes principalmente de Reino Unido y Europa del Norte. Establecida originariamente en Algeciras y Sotogrande, cuenta con oficinas en Madrid y País Vasco.

Este acuerdo refuerza el proyecto de mediación profesional de ámbito nacional de S4 y dota a Larraín & Partners de toda la experiencia y capacidad en el mercado de la correduría de seguros.

Apromes incorpora tres nuevas correduría a su red

Apromes comenzó el año dando la bienvenida a tres nuevos asociados. Estas incorporaciones marcan el comienzo de un 2024 donde la diversificación nacional de estos nuevos miembros fortalece su red asociativa.

Las nuevas incorporaciones son: Félix García Caballero Correduría de Seguros (Tenerife); Cavero Martín Correduría de Seguros (Madrid); y Galicia Plus (Galicia).

Este año, Apromes quiere impulsar la visión de la asociación y el crecimiento de sus asociados, dentro de la sostenibilidad y la diversidad con el apoyo de nuevas herramientas tecnológicas.

PIB Group se expande con la adquisición de nuevas correduría

PIB Group adquiere las correduría Aguirre Vila-Coro y **Grupo Iddeas**, así como de **Javier Sánchez Consultores**.

Con estas nuevas adquisiciones, PIB Group se reafirma en su objetivo de desarrollar una fuerte presencia en la Península Ibérica y fortalece su especialización en una amplia gama de industrias. Así, la incorporación de AVC amplía las capacidades de PIB Group en áreas como los seguros de Salud, daños materiales, Transportes y de Responsabilidad Civil para clientes industriales, financieros e inmobiliarios. Con sede en Madrid, AVC opera desde hace casi 30 años.

Grupo Iddeas está conformado por tres empresas: Lansegur Correduría de Seguros S.L.U, Noceda Corredores S.L.U e Instituto de Desarrollo Asegurador SL y lleva a cabo su actividad a través de una red de oficinas situadas en el norte de España. Además, cuenta con acuerdos de colaboración con otras aseguradoras y brokers de seguros nacionales e internacionales. Grupo Iddeas da servicio a una amplia gama de sectores, incluyendo Ciberriesgos, beneficios para empleados y aviación. Sus principales ámbitos de actuación son el Multirriesgo, la Responsabilidad Civil, la movilidad y la automoción.

Por su parte, JSC ofrece desde 1985 soluciones de seguro de Crédito a empresas del sector cerámico y del embalaje. La oferta de seguros de esta correduría ubicada en Castellón está dirigida a clientes de todos los sectores e incluye seguros contra incendios y de responsabilidad civil, así como coberturas de Vida y Multirriesgo.

Martín Navaz, CEO PIB Group Iberia, señala: "2023 ha sido un año de expansión. Estas adquisiciones y la constitución de PIB Group España marcan un nuevo hito en nuestro continuo crecimiento en la región. Estamos impresionados con el gran talento de los equipos en las correduría adquiridas, así como la implicación de sus máximos responsables en el desarrollo de nuestros proyectos en España".

Albroksa, reconocida por su gestión de Salud y Empresas

Durante la Convención de Corredores DT Sur en Badajoz de **AXA**, **Albroksa** recibió varios reconocimientos: el primero a la 'Mejor Gestión Negocio Salud 2023' y, por segundo año consecutivo, el título a la 'Mejor Gestión Negocio Empresas 2023'.

Pedro González, responsable de Empresas y Productos de Albroksa, dijo que "éste es un reconocimiento que nos satisface enormemente por ser AXA uno de nuestros principales socios en el negocio de empresas".

Anacose y Agers promueven el conocimiento en gestión de riesgos

Agers (Asociación Española de Gerencia de Riesgos y Seguros) y **Anacose** (Asociación Navarra de Corredurías de Seguros) han realizado un evento en Pamplona para fortalecer el conocimiento y despertar inquietudes e intereses sobre la gestión de riesgos.

El acto comenzó con la bienvenida de Pedro Zamarbide, presidente de Anacose, seguido de una conferencia magistral de Roberto Revenga, CEO de Vantevo, titulada 'Descubriendo la Importancia de la Cobertura de Pérdida de Beneficios en una Póliza de Daños'.
La jornada continuó con una mesa de diálogo entre expertos sobre el seguro D&O (Directors and Officers), que contó con la participación de Gonzalo Iturmendi, Ana Suescun, Marta Pallarés y Francisco Esparza, quienes hablaron sobre la necesidad de protección tanto para las pymes como para las grandes empresas y las empresas de carácter familiar en un mundo cada vez más complejo. Consideran que los empresarios deben tomar medidas para protegerse en un entorno tan desafiante como el actual.
Las pymes deben contratar cobertura de pérdida de beneficios para asegurar su supervivencia en caso de sufrir un siniestro. En este sentido, el mediador juega un papel fundamental, ya que será el encargado de realizar el análisis necesario para determinar la suma asegurada adecuada, el deducible correcto y el cálculo del período máximo de indemnización.
Posteriormente, se llevó a cabo la mesa de discusión sobre 'La Gestión de Riesgos como Ventaja Competitiva en las Empresas', en la que expertos como Alicia Soler, Pedro Zamarbide, Carlos Etayo e Iñigo Marquijano compartieron sus perspectivas y conocimientos, coincidiendo en que los corredores de seguros deben evolucionar y convertirse en asesores de riesgos. Incluso, deben de anticiparse a los posibles problemas y realizar una prevención adecuada. Además, especificaron que las aseguradoras deben favorecer a aquellos clientes que inviertan en ingeniería. También indicaron que es recomendable estandarizar los informes de verificación en el mercado para tener un criterio único.

CSA Associats incorpora dos nuevas corredurías a su red

CSA Associats ha incorporado a dos nuevas corredurías a su asociación: Nou Tres, de Molins de Rei (Barcelona) y Julio Siurana, de Lérida.

Con estas dos nuevas incorporaciones se potencia su plan de expansión, integrando sociedades afines, con objetivos y estructuras similares, para lograr beneficios comunes.

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**

Gesa recibe a miembros de Fundown en sus oficinas

Gesa y **Fundown** han organizado una jornada de experiencia inmersiva en el entorno laboral y en la gestión de la comunicación empresarial. En ella, 30 personas con síndrome de Down y discapacidad intelectual de Fundown han visitado las instalaciones de la correduría de seguros murciana y conocido, a través de charlas impartidas por sus empleados, cómo es el día a día en sus puestos de trabajo.

Durante la jornada han tenido la oportunidad de sumergirse en distintas áreas de la compañía donde han adquirido conocimientos y habilidades prácticas. Entre las experiencias más destacadas se encuentra cómo afrontar una entrevista de trabajo; así como la capacitación en el reporte de siniestros a través de la App de la compañía.

Además, Gesa ha compartido cómo funciona la comunicación interna en empresas de su envergadura. Los miembros de Fundown han tenido la oportunidad de conocer de cerca la importancia de la transparencia y la eficiencia comunicativa dentro de una organización.

A través de iniciativas como esta, se pretende ofrecer un acercamiento al mundo laboral, así como poner en valor la diversidad y los programas colaborativos que fomenten la inclusión y la integración en el ámbito laboral y social.

SegurLike Help organiza una cena solidaria para personas vulnerables

El staff de **SegurLike by Cojebro**, varios socios de diferentes puntos de España, ejecutivos de aseguradoras, familiares y amigos participaron, por segundo año consecutivo, en la preparación de una cena solidaria en el Comedor Social San José del Puente de Vallecas.

El equipo cocinó y sirvió la cena a 100 personas y repartió tuppers a otras 50. En total fueron 150 los menús repartidos en los que hubo ensaladilla rusa, lacón a la gallega, arroz caldoso con langostinos y rape, brocheta de fruta variada y dulces navideños.

Una iniciativa que los participantes calificaron de "increíble y enriquecedora para todos". En esa misma línea se manifestó Roberto del Olmo, director comercial de Cojebro e impulsor de la iniciativa: "Estoy muy orgulloso de que esta acción de SegurLike Help se consolide año tras año. Con muy poco ayudamos a muchas personas y eso nos engrandece a todos".

Antonio Muñoz-Olaya, presidente de Cojebro ha declarado: "La RSC es un importante pilar de nuestra organización empresarial. Devolver a la sociedad parte de lo que nos da con estas acciones de voluntariado es realmente emocionante".

Casi 500 niños y 60 adolescentes reciben regalos de la iniciativa 'Queridos Reyes Magos' de Fecor

Fecor ha llevado a cabo con éxito, un año más, la iniciativa solidaria 'Queridos Reyes Magos', realizada en colaboración con Mensajeros de la Paz. Esta iniciativa, respaldada por la participación y solidaridad de empresas, organizaciones, medios de comunicación y particulares, y que ya trasciende más allá del sector asegurador, ha beneficiado a casi 500 niños y a 60 adolescentes que recibieron sus regalos el día de Reyes.

Además, por primera vez, un grupo de niños refugiados sirios también fueron incluidos en esta acción y recibieron sus correspondientes regalos. Es necesario destacar que, en las cartas no solo se pedían juguetes, había una petición recurrente: ropa de abrigo.

Para dar respuesta a todas las cartas recibidas, Mensajeros de la Paz ha contado con cinco de sus centros que están situados en León, Toledo y en Madrid (Ribera de Curtidores, Villaverde y El Pozo).

El trabajo de 'Pajes Reales' lo han realizado Allianz, Asefa, AXA, Baukost, Berkley, Caser, CGPA Europe, DKV Seguros, Fiatc Seguros, Helvetia, Liberty Seguros, Markel, Nueva Mutua Sanitaria, Occident, Pelayo, Preventiva y Reale.

PymeSeguros
Revista online para corredores y corredurías

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

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

El valor de la escucha

Para el buen gobierno

Jaime Sanz Santacruz

Editorial: Ediciones palabra
Precio: 9,41 € libro impreso

Algunas organizaciones tienen fama de que los empleados están especialmente a gusto en ellas, porque se sienten escuchados, participan en las decisiones y se les consulta con frecuencia. En ocasiones, se nos regalan los oídos con expresiones como tu opinión nos interesa, hay que pulsar la calle, cuando en realidad importa poco el pensamiento verdadero de cada persona singular, sobre todo, si es contrario a los objetivos que determinados grupos de poder se han fijado. Todo se queda en un mero eslogan y esto sucede, entre otras razones, porque no existe una verdadera cultura de la escucha. La escucha solo conlleva beneficios. Tratar con las personas enriquece nuestro conocimiento de la realidad y mejora nuestros propios puntos de vista con lo que aprendemos de los demás.

YouTube. La fórmula mágica

Cómo usar el algoritmo para aumentar las visualizaciones, crear una audiencia y generar más ingresos

Eves Derral

Editorial: Anaya multimedia
Precio: 24,65 € libro impreso
11,39 € libro electrónico

En este libro se muestra cómo optimizar tu estrategia de contenidos. Ofrece estrategias elaboradas, prácticas y aplicables para lanzar tu canal, aumentar las visitas y los suscriptores, construir una marca, aumentar el compromiso ('*engagement*'), mejorar la capacidad de búsqueda e impulsar tus ventas a través de YouTube. Derral te enseña por qué la mayoría de los canales de YouTube no triunfan y cómo asegurarte de no estar entre ellos. Descubrirás las distintas formas de monetizar tu canal, hacer crecer tu negocio en esta plataforma, fidelizar a tus espectadores y suscriptores y cómo aprovechar el poder de los datos para mover la aguja en tus números en YouTube.

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

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

Mayte Muñoz

DISEÑO GRÁFICO

maytemunoz563@gmail.com • 626388002

Su chófer privado

byCAR

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

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

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

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

www.bycar.limo

653 782 028

reservas@bycar.limo