

# Pymes Seguros

Revista online para corredores y corredurías

NÚMERO 142 FEBRERO 2025

[www.pymeseguros.com](http://www.pymeseguros.com)

## Visión de experto

Rubén Gómez, Head of Business en Intermundial “¿Viajas?, una pregunta que atrae negocio”

## Punto de encuentro

El seguro de Dependencia, el gran desconocido

## Más a fondo

El negocio de los corredores, en pleno auge

## In situ

El seguro de No Vida creció un 7,78% en 2024

**Raúl Pérez**, director de Negocio de Asistencia en Viaje en Arag

## EL SEGURO, ELEMENTO IMPRESCINDIBLE A LA HORA DE VIAJAR



# Viaja seguro, vamos contigo.



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



Contrata tu seguro en  
[www.europ-assistance.es](http://www.europ-assistance.es)





## Los corredores siguen ganando cuota de mercado

La Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) ha publicado el 'Informe Estadístico Anual de Mediación 2023', que ha puesto en evidencia el buen momento del negocio de los corredores. Si en Vida han visto incrementada notablemente su cartera un 12,57%, siguiendo la tónica alcista del ejercicio anterior (+11,44%), en No Vida el crecimiento ha sido aún más espectacular, de un 20,60% en volumen de primas gestionadas (ver [Más a fondo](#)).

Uno de los ramos en los que se están abriendo camino es en el seguro de Viajes, que se ha consolidado como un elemento imprescindible a la hora de viajar, sobre todo si es al extranjero. Ahora, entre el 50% y 60% de los viajes están asegurados, cuando, antes de la pandemia, estábamos en el 25% aproximadamente.



**Carmen Peña**  
Directora de Pymeseguros  
[carmen@pymeseguros.com](mailto:carmen@pymeseguros.com)

Para crecer en este ramo hay que ser muy flexible, escuchar muy activamente a nuestros clientes y conseguir adaptarse a las necesidades del mercado de forma constante, ofreciendo siempre la mejor calidad de servicio (ver [Hablando claro](#)).

Aunque, históricamente, el corredor no ha tenido una atracción sobre el seguro de viajes, en los últimos años, ya han empezado a incluir este producto en su portfolio porque se han dado cuenta que es una manera de fidelizar y captar nuevos clientes. De hecho, existen casos de éxito en los que se está distribuyendo cientos de miles de euros en primas, simplemente por comenzar a preguntar a sus clientes ¿Viajas? (ver [Visión de experto](#)).

También tienen mucho que aportar en los seguros de Dependencia, teniendo en cuenta que, en 2039, el 41,5% de la población española tendrá más de 55 años. Ante este panorama, el debate sobre el envejecimiento y los servicios y cuidados a los mayores se hace más que necesario. Sin embargo, se quejan de que el mensaje no parece preocupar a la sociedad y el seguro de Dependencia adolece de una escasa penetración. Y en ello tiene mucho que ver el desconocimiento de la población hacia este producto, pero también una fiscalidad no propicia para su contratación, lo que se une a una prima poco asequible. Unos retos que el sector tiene que abordar dada la importancia de esta protección (ver [Punto de encuentro](#)).



## Staff

### Directora

CARMEN PEÑA  
carmen@pymeseguros.com

### Periodista

AITANA PRIETO  
aitana@pymeseguros.com

### Área Comercial

CARMEN PARAMIO  
616 468 849  
carmen2@pymeseguros.com

### Diseño y maquetación

ESTUDIO 9C

### Fotógrafa

IRENE MEDINA

### Banco De Imágenes

FREEPIK

**PymeSeguros**  
Revista online para corredores y corredoras

Número 142 { **Febrero 2025** }  
[www.pymeseguros.com](http://www.pymeseguros.com)  
ISSN 2173-9978  
Difusión gratuita

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



## 06 Hablando claro

Raúl Pérez, director de Negocio de Asistencia en Viaje en Arag. **El seguro, elemento imprescindible a la hora de viajar**



## 12 Visión de experto

Rubén Gómez, Head of Business en Intermundial. **¿Viajas?, una pregunta que atrae negocio**

**03 Editorial**  
Los corredores siguen ganando cuota de mercado

**32 Productos**  
Los últimos seguros del mercado

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

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

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

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

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



**16 Punto de encuentro**  
El seguro de Dependencia, el gran desconocido



**22 Más a fondo**  
El negocio de los corredores, en pleno auge



**26 In situ**  
El seguro de No Vida creció un 7,78% en 2024



**Raúl Pérez**, director de Negocio de Asistencia en Viaje en **Arag**



# El seguro, elemento **IMPRESINDIBLE** a la hora de viajar

El seguro de Viajes se ha consolidado como un elemento imprescindible a la hora de viajar, sobre todo si es al extranjero. Ahora, entre el 50% y 60% de los viajes están asegurados, cuando, antes de la pandemia, estábamos en el 25% aproximadamente. Raúl Pérez, director de Negocio de Asistencia en Viaje de Arag, explica que para crecer en este ramo "hay que ser muy flexible, escuchar muy activamente a nuestros clientes y conseguir adaptarse a las necesidades del mercado de forma constante, ofreciendo siempre la mejor calidad de servicio".

**A pesar de la situación que nos rodea, parece que cada vez se está viajando más y mejor asegurado. ¿Es así?**

Sí, así es. Los años 2023 y 2024 han sido años muy buenos para el turismo, nos hemos situado ya en cifras similares a las de 2019 (prepandemia), y para 2025 los pronósticos son muy favorables.

Con respecto a los seguros de Viaje, hemos avanzado mucho más. El seguro se ha consolidado como un elemento imprescindible a la hora de viajar, sobre todo si es al extranjero: nos situamos en cifras cercanas al 50%-60% de



viajes asegurados, cuando, antes de la pandemia, estábamos en el 25%, aproximadamente.

### ¿Cómo se comportó el ramo de Asistencia en Viaje en 2024?

Ha sido un buen año en general, consolidando las cifras positivas de los últimos años. En el caso de Arag, hemos vuelto a crecer, este año por encima del 15%, lo que nos sitúa de nuevo en un año récord para la compañía.

### ¿La inflación que estamos atravesando y el aumento de frecuencia y uso del seguro por parte de los asegurados hace pensar en la necesidad de subir las primas?

Las primas se deben adaptar a la inflación, ya que repercute directamente en los gastos de proveedores, atenciones en destino, traslados, repatriaciones, salarios, etc. Pero, por otro lado, trabajamos constantemente en la reducción de gastos, haciendo una gestión más eficaz de los servicios prestados, negociando tarifas, con la digitalización de procesos, etc.

Además, la competencia es fuerte y hace que tengamos siempre la necesidad de superarnos en todos los sentidos. Así que conseguimos ir adaptándonos bastante bien a las circunstancias del mercado y seguir siendo competitivos.

### ¿Cómo se espera que vaya 2025, en general, y en Arag, en particular, en el ramo de Asistencia en Viaje?

**Las primas se deben adaptar a la inflación, ya que repercute directamente en los gastos de proveedores, atenciones en destino, traslados, repatriaciones, salarios...**

El año ha comenzado con buenas perspectivas, el panorama de los viajes muestra previsiones para continuar en alza, así que, si no ocurre algo inesperado, el ramo en general se mantendrá en buenas cifras.

En Arag, esperamos seguir en la senda del crecimiento, pero algo más sostenido y consolidado que en los 2 últimos años.

### 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 por 'libre desistimiento'? ¿Es rentable para la aseguradora?

La cobertura de anulación por 'libre desistimiento' se popularizó bastante en el periodo anterior a la pandemia, pero precisamente la Covid19 supuso un fuerte varapalo para las aseguradoras en este tipo de productos. Esto hizo que quedaran pocos productos en el mercado con esta garantía, que sigue siendo muy difícil de rentabilizar, ya que son productos caros con respecto al resto. Esto hace que quien lo contrate sea un viajero con una elevada exposición al riesgo, por lo que la frecuencia es más elevada a la media.

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

Esta modalidad se comporta bastante bien desde hace unos años. Las empresas cada vez están más concienciadas del riesgo y de tener sistemas de protección cada vez más avanzados para sus empleados. Esto hace que sea



un segmento de negocio que crece de forma muy consolidada cada año.

Aun así, queda mucho por hacer para conseguir que la concienciación sea mucho más elevada. Aún hay bastante camino por recorrer.

**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?**

Tiene que seguir creciendo la concienciación de las empresas y esto se consigue por medio de la información y el asesoramiento. Aquí hay un importante recorrido que conviene explorar a través de los mediadores, que son los que tienen ya aseguradas esas empresas en otro tipo de riesgos.

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

Sí, tienen una cultura diferente y los seguros se están adaptando. En nuestro caso, contamos con mediadores especializados en seguros para el viajero más joven y ellos son los que nos van marcando las pautas para ir adaptando los productos y los servicios en función a sus necesidades. Son más digitales, se asesoran por otros canales y demandan un nivel de servicio diferente.

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



**Las empresas cada vez están más concienciadas del riesgo y de tener sistemas de protección cada vez más avanzados para sus empleados**

A la adaptación constante. Este es un ramo muy dinámico que nos exige estar siempre innovando en coberturas y servicios.

En el caso de Arag, nuestro mayor reto siempre se centra en seguir ofreciendo la mejor calidad de servicio. Este es un aspecto que nunca se negocia internamente: buscamos la excelencia y esto, por suerte, se ve reflejado en los indicadores en los que somos valorados cada año como la compañía con mejor calidad de servicio.

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

Ser muy flexible, escuchar muy activamente a nuestros clientes y conseguir adaptarse a las necesidades del mercado de forma constante, ofreciendo siempre la mejor calidad de servicio.

**En el negocio de Viajes, el 90% de las ventas es nueva producción ¿Cómo se enfrenta Arag a este hecho?**

Siempre ha sido así, es algo que ya tenemos interiorizado y lo vemos con total normalidad. Este hecho supone un riesgo porque, durante la pandemia la facturación pasó a cero de un día a otro, no pasa con el resto de ramos donde hay cartera. Para esto hay que estar muy bien preparado y contar con el respaldo de una compañía muy solvente y bien planificada.

Pero, por otro lado, siempre lo hemos visto también como una oportunidad, sobre todo, para la mediación. El hecho de que cada vez que viaje nuestro cliente deba





hacer una nueva contratación, hace que tengamos la oportunidad de volver a tener contacto con él, de mostrar nuestra profesionalidad, de hacer venta cruzada... es decir, de fidelizar. Sin embargo, si no estamos atentos a este tipo de necesidades, corremos el riesgo de que vaya a buscar la solución en otros mediadores y perdamos su confianza.

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

Creo que tiene mucho que ver con la cultura y el carácter menos previsor que tenemos en general. Todavía hay bastante falta de información y menos concienciación que en otros países.

Aquí la mediación tiene un reto por delante. También las compañías para adaptarnos a sus necesidades.

### **¿Cuál es el mayor valor añadido que aporta Arag al cliente?**

La calidad en el servicio. Este es un ramo muy especial. Cuando se produce un siniestro, lo habitual es que haya un tema médico, en el extranjero normalmente, y esto hace que se convierta en algo muy sensible. Combinamos un tema sanitario, que ya es muy delicado de por sí, con la fragilidad que sentimos estando en un entorno "hostil" donde muchas veces no conocemos el idioma, ni dónde debemos dirigirnos, en quién podemos confiar, etc. Por tanto, la calidad del servicio, la experiencia o los medios con los que se cuente es lo que más se

**Asistencia en Viaje es un ramo muy dinámico que nos exige estar siempre innovando en coberturas y servicios**

valora, y ahí es donde vemos la principal diferenciación y valor añadido entre unas compañías y otras.

En Arag, es donde ponemos el principal foco y donde somos los mejor valorados cada año, por mediadores y viajeros.

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

A que es el aspecto más importante y diferenciador. Cuando el cliente del corredor tiene un siniestro, el mediador suele tener conocimiento. Hablamos de temas delicados y ahí es donde puede ver y valorar nuestro potencial, lo que hace que, ante un resultado satisfactorio (y así suele ser), la percepción del servicio sea muy bien valorada.

### **Sin embargo, parece que no acaban de apostar por él. ¿Qué se puede hacer para que mejore ese ratio de ventas?**

Hay que seguir haciendo una buena labor de concienciación por parte de las aseguradoras, es nuestra responsabilidad. Debemos poder transmitir mejor las oportunidades que ofrece este ramo, las herramientas con las que les podemos ayudar, facilitar formación, etc.

Al mediador no le acaba de convencer el hecho de que este tipo de seguros no genere cartera, pero, como comentábamos, este es un hecho que valoramos como una oportunidad. Permite que el mediador tenga la excusa de hablar con su cliente cada vez que viaje, de poder reconectar, fidelizar y hacer venta cruzada de otro tipo de productos.



## TRABAJANDO POR Y PARA LA MEDIACIÓN

A los corredores que venden Asistencia en Viaje con Arag se les ofrece “especialización, flexibilidad, adaptación a sus necesidades, cercanía, fidelidad (ya que nuestra distribución es casi totalmente a través de mediadores), la mejor calidad en el servicio, herramientas para facilitar la distribución, asesoramiento, formación, experiencia... En definitiva, trabajamos cada día por y para la mediación, así que tenemos que devolver su confianza con profesionalidad y adaptación a todas

sus necesidades. No competimos con ellos y esto hace que nos puedan ver como un auténtico socio estratégico, una compañía amiga, de la que te puedes fiar” afirma su director de Negocio de Asistencia en Viaje, Raúl Pérez. A cambio, les piden que “exploren las posibilidades que ofrecemos y se involucren. Tenemos presencia comercial en todo el territorio, es decir, estamos muy cerca y nos comprometemos a dotar de todas las herramientas para que el camino resulte muy cómodo y rentable. Hay corredores que han visto el potencial

y se han llegado a especializar de tal forma que ya solo comercializan este ramo, con resultados espectaculares”, señala Pérez.



**Uno de los avances que se están produciendo en este seguro es la automatización de la indemnización en determinados siniestros. ¿Cree que va por ahí el futuro?**

Sí, este es uno de los aspectos en el que nos estamos adaptando mucho en los últimos años. Hay algunos siniestros en los que se puede automatizar mucho el proceso y que sea más sencillo y eficaz para todas las partes.

**¿Cree que la sociedad está concienciada con la contratación de estos seguros?**

Creo que es muy importante que, desde todos los sectores involucrados, nos comprometamos más a dedicar una parte de nuestros esfuerzos en trabajar por mejorar la concienciación de la sociedad para viajar con una adecuada protección. Todos hemos sido testigos de los múltiples casos de personas que tienen una desgracia en el extranjero y no son capaces de sufragar los gastos que supone, con el drama que ello conlleva.

Debemos exigir a las instituciones públicas que se promueva y divulgue de forma mucho más efectiva la información para conseguir este objetivo. Pero también debemos hacer lo mismo desde las compañías, la mediación y los medios de comunicación.

*CARMEN PEÑA  
FOTOS: IRENE MEDINA*

# El mundo es tuyo

En IRIS GLOBAL ponemos a tu disposición todo lo que tus clientes necesitan

Sea cual sea el motivo de su **viaje** contarán con las coberturas más completas e innovadoras para **viajar protegidos**.

Y es que tener detrás una compañía líder en **Asistencia en Viaje** es toda una garantía.

IRISGLOBAL

Iris Global Soluciones de Protección Seguros y Reaseguros, SAU  
(antes SOS Seguros y Reaseguros, S.A.)



917 70 07 17

[www.irisglobal.es](http://www.irisglobal.es)



**Rubén Gómez**, Head of Business en Intermundial

# ¿VIAJAS?, una pregunta que atrae negocio

Aunque, históricamente, el corredor no ha tenido un interés sobre el seguro de Viajes, Rubén Gómez, Head of Business en Intermundial afirma que “en los últimos años, ya han empezado a meter este producto en su portfolio porque se han dado cuenta que es una manera de fidelizar y captar nuevos clientes. De hecho, existen casos de éxito en los que se está distribuyendo cientos de miles de euros en primas, simplemente por comenzar a preguntar a sus clientes ¿Viajas?”.





Está claro que el volumen del seguro de Asistencia en Viaje no llega al del sector turístico, pero tras la pandemia, el ramo se ha incrementado aproximadamente un 20%. En 2024, se produjo 175 millones de euros de primas intermediadas por mediadores de seguros en Asistencia en Viaje. En el caso concreto de Intermundial, el año pasado, creció a dos dígitos y espera que siga así debido “a la concienciación social que hay a la hora de viajar y porque se está introduciendo más como cobertura complementaria de otros seguros”, explica su Head of Business.

Aunque, históricamente, el corredor de seguros no ha tenido una gran atracción sobre el seguro de Viajes, porque no era una demanda activa ni de particulares ni de empresas, “en los últimos años, se han dado cuenta que es una manera de fidelizar y captar nuevos clientes ya que se corría un riesgo de fuga cuando éstos tenían que buscar fuera el seguro de Asistencia en Viaje. Eso ha hecho que los corredores se plantearan meter este producto en su portfolio y han visto que es otra manera de fidelizar. Existen casos de éxito en los que se está distribuyendo cientos de miles de euros en este seguro, simplemente por comenzar a preguntar a sus clientes ¿Viajas?” indica Rubén Gómez.

El grado de especialización de Intermundial, que lleva más de 30 años trabajando el ramo de Asistencia en Viaje, “ha hecho que muchos corredores estén ya trabajando con nosotros. Además, en los tres últimos años hemos tenido una gestión activa para captarlos. Queremos seguir creciendo en este canal, que está teniendo mucho apetito en trabajar con nosotros. Para los corredores, no es un ramo que tenga gestión posterior a la venta, porque recae sobre nosotros”, afirma Gómez.

Además, esta gran experiencia en el ramo y su sistema de tramitación de siniestros ha llevado a que algunas aseguradoras gene-

**En los 3 últimos años hemos tenido una gestión activa para captar corredores porque queremos seguir creciendo en este canal**



ralistas, toquen la puerta de grupo Atlantigo para que “seamos sus tramitadores de siniestros de viajes o para que les hagamos el pricing del seguro”, explica.

### **PRIMA AJUSTADA A LA SINIESTRALIDAD**

Desde hace unos años, se ha incrementado el uso del seguro de Viaje, en parte, debido a la incorporación de servicios como la telemedicina. Pero el Head of Business de Intermundial no cree que eso lleve a una subida generalizada de las primas porque, “al final, el objetivo es que entre todos los asegurados permitan mutualizar el riesgo y adaptar el nivel de prima en función de la duración del viaje y el destino y la siniestralidad del lugar”.

En el caso de la modalidad de viajes de negocios, Intermundial está adaptando su portfolio a las necesidades de cada cliente porque hay mucho comercial o directivo que viaja y se está incrementando la venta de este producto. “Es importante saber segmentar bien al cliente para no tener un producto genérico

## FIDELIZANDO A LOS COLABORADORES

Intermundial ha lanzado Interclub, un club de fidelización que premia la confianza y que ofrece la oportunidad de crecer y ganar. El programa está diseñado especialmente para los profesionales de su red de colaboradores (entre los que se encuentran numerosos corredores) y, mediante un sistema de clasificación basado en el volumen de ventas acumuladas, recompensa su esfuerzo e impulsa su actividad, motivándolos a alcanzar nuevos objetivos y maximizar su potencial. Cada uno de ellos se sitúa en su categoría y nivel correspondientes en función de su facturación. A medida que avanzan, los beneficios se

superponen y mejoran, consiguiendo premios más exclusivos, así como más oportunidades de incrementar las ganancias. Entre las ventajas a las que se puede acceder destacan la acumulación de un porcentaje de las operaciones que puede canjearse posteriormente por servicios como asesoría legal, formación y telemedicina. En algunos niveles también se incluye el acceso a eventos y campañas exclusivas, y la posibilidad de obtener seguros de Salud a precios especiales. La cantidad acumulada puede consultarse y canjearse a través de Safer, la plataforma

de gestión 360 diseñada por Intermundial, que recopila toda la información operativa en un único lugar, optimizando las gestiones de venta, posventa y atención al viajero. La regulación del programa se basa en un sistema que permite evaluar el desempeño y otorgar premios, beneficios y ascensos de categoría en función de la implicación de los miembros del club. De esta forma, Interclub asegura que todos sus miembros puedan visualizar su progreso de forma constante y tangible. Su lanzamiento oficial



está previsto para el 20 de febrero de 2025. Además, como promoción especial de lanzamiento, todas aquellas compañías que se preinscriban antes de la fecha oficial de arranque entrarán en el sorteo de una tarjeta regalo valorada en 300 euros.

y adaptarnos a la realidad empresarial”, incide Rubén Gómez. Asegura que no es problema ampliar la estancia de un viaje de negocio con un viaje de ocio, mientras que no vaya a hacer deportes de riesgo, porque la tarificación del riesgo es la misma. Incluso en los viajes de ocio, si en algún momento se aprovecha para hacer negocio y se produce un siniestro, no va a haber una exclusión. La diferencia viene cuando son desplazados o expatriados, porque es otro tipo de póliza.

En España existe muy poca tradición de contratar los seguros de Asistencia en Viajes anuales. Sin embargo, Rubén Gómez explica que “si haces un viaje de más de 30 días, o más de dos viajes al año, te interesa contratar un seguro anual porque la prima es similar y, además, todos los pequeños viajes nacionales o internacionales que se hacen de fin de semana también estarían cubiertos. La relación entre el temporal y el anual no tiene comparación”. Señala que cada vez se venden más anuales, “pero aún queda mucho recorrido de concienciación tanto por parte de los corredores, como a los viajeros”.



## EXPERIENCIA DEL CLIENTE TECNOLÓGICA E INMEDIATA

Según la edad existe una cultura viajera diferente. “Tenemos identificado el producto sénior con mayor frecuencia de viaje y sin dificultad económica para pagar un seguro. Las unidades familiares cuentan con otro tipo de inquietudes para sus viajes. Y luego están los jóvenes, que se diferencian en la manera de contratar el seguro. Hay mucho blog y mucha recomendación de turismo que dice que el seguro es vital a la hora de plantear un viaje y eso influye en los jóvenes. En las redes sociales se recomienda este tipo de seguro porque la realidad es que hay siniestros en los viajes” abriendo una nueva oportunidad a las corredurías de encontrar un nicho de cliente y nueva captación, afirma Gómez.

Entre los retos del sector, Rubén Gómez señala dos: la tecnología y la experiencia del usuario. “A nivel de grupo, queremos que la experiencia del usuario cada vez sea mejor. Para ello hemos incorporado más servicios, parametrizado las garantías para hacer los pagos más rápidos... Apostamos por ir evolucionando para que la experiencia de usuario cada vez sea más tecnológica e inmediata. Hay que adaptarse para ofrecer el mejor servicio y poder diseñar productos que den soporte a todas las necesidades del cliente. Por eso, invertimos mucho, tanto en recursos humanos, como tecnológicos”.

Todo esto sin descuidar el mayor valor añadido que aportan los corredores al cliente en este tipo de seguros. El conocimiento y el asesoramiento que recibe el cliente a la hora de comprar un



**Interesa contratar un seguro anual si se realiza un viaje de más de 30 días, o más de 2 viajes al año**

seguro, le proporciona tranquilidad a través de soluciones aseguradoras muy completas que satisfacen todas las necesidades de los viajeros.

Para romper la barrera que tienen los corredores para entrar abiertamente en el ramo es necesario que se conozca más, porque, según Gómez, “cuando realizan un poco de formación, se dan cuenta de que no es difícil vender este ramo”. Además, si no son capaces de distribuirlos por sí solos es importante saber elegir un buen partner.

Una característica que diferencia a Intermundial de otros actores es que, en vacacional, “somos capaces de ofrecer los límites más altos del mercado y las coberturas más innovadoras por lo que la tranquilidad de estar protegido con un seguro muy completo es total para el viajero”.

Una forma de hacer negocio que están convencidos que pueden escalar a cualquier país de la UE y Latinoamérica. Por eso, este año han comenzado a potenciar su expansión internacional. “Creemos que lo que tenemos en España es perfectamente escalable”, señala su Head of Business.

*CARMEN PEÑA*



# El seguro de Dependencia, el gran **DESCONOCIDO**

En 2039, el 41,5% de la población española tendrá más de 55 años.

Ante este panorama, el debate sobre el envejecimiento y los servicios y cuidados a los mayores se hace más que necesario. Sin embargo, el mensaje no parece preocupar a la sociedad y el seguro de Dependencia adolece de una escasa penetración. Y en ello tiene

mucho que ver el desconocimiento de la población hacia este producto, pero también una fiscalidad no propicia para su contratación, lo que se une a una prima poco asequible. Unos retos que el sector tiene que abordar dada la importancia de esta protección.

Según datos del Imserso, en España hay más de 6,5 millones de ciudadanos potencialmente dependientes, pero solo 2 millones de solicitantes de una ayuda pública, ya sea asistencial o económica. De ellos solo 1,5 millones han obtenido esa subvención, para la que han tenido que esperar de media 324 días. Además, las ayudas medias se encuentran en los 140 euros y el máximo supone 698 euros. Unos datos que ponen de relieve las carencias del sistema público y la importancia de contar con un seguro de Dependencia, señala Virginia Calderón, subdirectora de Vida Particulares de **Mapfre España**. Uno de los principales detalles que aprecia es que “algunas de las compañías que lo trabajan tienen una fecha de fin de mantenimiento de la cobertura”, de modo que, alcanzada una determinada edad, el tomador podría quedar sin protección. Además, no todas generan una renta vitalicia, sino que lo hacen mediante un pago en capital. Y, por último,





algunas solo cubren riesgos estrictamente relacionado con la dependencia”.

José Antonio Buzón, director técnico y gerente de **Cohebu Correduría de Seguros**, añade que el seguro de Dependencia es un claro desconocido para la sociedad en general, “incluso para los mediadores”, y los trámites para que una persona sea considerada dependiente, severo o grave, son muy largos: “El diagnóstico tarda y durante ese período se deja al cliente en el limbo, desamparado completamente”, argumenta. Por eso se queja de que haya pocos productos y que no tengan el mismo arraigo que los seguros de Vida o Decesos, siendo conceptos distintos y complementarios.

Además, como explica Ana Muñoz, socia directora de **Ponce y Mugar Correduría de Seguros** y secretaria general de Cojebro, se diferencia del seguro de Vida Riesgo porque este suele terminar cuando termina la vida laboral activa. “En el seguro de Dependencia, bajo mi criterio, es importante la suma asegurada para hacer frente a cuidadores o residencias, asistencia a domicilio, adaptar el hogar, etc., todos esos gastos, pero también los servicios colaterales que necesita el propio dependiente y la familia, como ayuda psicológica, fisioterapia y rehabilitación para mejorar la movilidad, atención médica domiciliaria, asesoramiento y seguimiento por parte de profesionales de la alimentación. Cosa que un seguro de Vida Riesgo no facilita”, precisa.

### **FISCALIDAD CUESTIONADA**

Los tres expertos presentes en la mesa redonda de Pymeseguros debatieron sobre la fiscalidad que tiene el seguro de Dependencia. Virginia Calderón destaca que, en la actualidad, se aplica un beneficio fiscal a las primas pagadas

para cubrir garantías de gran dependencia o dependencia severa, al ser consideradas como gasto reducible en la base de IRPF. Pero matiza que “con el límite general que aplica a sistemas de previsión social (1.500 euros anuales) como límite conjunto y compartido con el ahorro particular (a través de Planes de Pensiones o PPA)”.

Ahora bien, como puntualiza Ana Muñoz, esta deducción se incluye dentro del sistema de previsión social general, que tiene un límite máximo de 1.500 euros al año, por lo que, si el tomador de un seguro de Dependencia también tiene un plan de pensiones, en la práctica no se deduciría nada por el seguro y, por lo tanto, no obtendría ningún beneficio fiscal. En este sentido, insta a mejorar este aspecto, que, además, actuaría como acicate para su comercialización.

Aunque ese es el límite, José Antonio Buzón explica que, si el producto forma parte de la retribución flexible, este aspecto mejora: “Si hacemos un plan de retribución flexible, que es un producto que tampoco está desarrollado a través

de la mediación, la fiscalidad tanto a las aportaciones de planes de pensiones como al seguro de Dependencia no tendría el mismo tope”, aclara.

Sin embargo, como menciona Calderón, este modelo “plantea una línea de desarrollo a promover por parte de las empresas”.

### **FALTA DE COMERCIALIZACIÓN**

“Sería ideal que las empresas se concienciaran y promovieran este seguro”, aprecia Muñoz, a quien le preocupa, no obstante, que el cliente particular no se interese por el seguro de Dependencia. Y entona el *mea*



*culpa*, ya que los propios mediadores muchas veces no le dan la relevancia que requiere: “Yo en mi portfolio, cuando voy a ver a un cliente, no llevo este seguro como algo prioritario”, reflexiona.

En su compañía, la subdirectora de Vida Particulares de Mapfre España reconoce que la comercialización del seguro de Dependencia de forma particular supone un peso relativo de sus ventas en comparación con los seguros de Vida riesgo y Accidentes habituales, pero “apostamos por él convencidos y conscientes de la solución que supone a esta necesidad social”.

“Pero son versos sueltos”, inquiera la socia directora de Ponce y Mugar Correduría de Seguros. “Le falta comercialización e interés por parte de las aseguradoras y la mediación”. Además, en su opinión, si se consiguen más ventas se podría ajustar mejor la prima, porque se dispondrían de más estadísticas.

Buzón insiste en que a través de la retribución flexible se abre un campo de comercialización del producto interesante, aunque también en esta modalidad hay aspectos que mejorar, como la limitación de la cobertura a la vida laboral, que cuando se deja de trabajar aún quedan de media 20 años por vivir en los que no quedarían cubiertas las dependencias. Asimismo, pide un esfuerzo a las compañías, ya que mientras algunas por un seguro de Vida cubren la invalidez absoluta y ciertas enfermedades o patologías que dan una dependencia, otras compañías no. Además, les pide que lo valoren y lo inculquen más como “un seguro personal importante y necesario, porque hoy por hoy la sociedad no está suficientemente amparada y cubierta, y desconoce las consecuencias que puede tener una dependencia”.



**“En el seguro de Dependencia, es importante la suma asegurada para hacer frente a los gastos económicos, pero también los servicios colaterales que necesita el dependiente y su familia”. Ana Muñoz**

Virginia Calderón, subdirectora de Vida Particulares de Mapfre España, asegura que en su compañía se ha optado por diseñar un producto que realmente aporte un complemento económico al cliente a través de una renta vitalicia para toda la vida ajustable al importe que cada una necesita y que su economía se pueda permitir, “además, acompañándolo de otras garantías”.

#### **MICROSEGURO, UNA ALTERNATIVA**

Sin embargo, para Ana Muñoz, socia directora de Ponce y Mugar Correduría de Seguros, cuando se trata de la retribución flexible cree que es más importante el seguro de Vida Riesgo, Accidentes y Salud porque adquiere más compromisos durante toda la vida laboral activa del empleado. Además, entiende que éste deje de tener validez cuando uno se jubila, porque algunos compromisos que se tenían ya suelen estar resueltos, como el pago de la hipoteca. “Sin embargo, el seguro de Dependencia no tiene fecha, se produce cuando se produce y, en gran parte, es en edad avanzada”, matiza, toda vez que la mayoría de patologías incapacitantes empiezan a mostrarse a partir de una edad madura. De ahí que ella, como corredora, vea más importante apostar por la contratación de este producto a nivel personal. Y, en este sentido, se queja de que las primas no sean asequibles, ni que la



fiscalidad propicie su contratación y pide que se posibiliten alternativas, como pueden ser los microseguros, que se podrían comercializar de manera masiva para ofrecer esos servicios colaterales, pero tan sumamente necesarios.

“El riesgo que cubre es ilimitado”, asegura Virginia Calderón, quien establece que la principal ventaja de este producto es que “es una renta vitalicia para toda la vida”. Ahora bien, explica que en el caso de su compañía existe la posibilidad de rescate en caso de necesidad, transcurrido el primer año siempre que se haya contratado la garantía de fallecimiento, y con ciertos límites (por ejemplo, con el máximo del 50% de las primas pagadas). Además, en la línea más parecida al formato de microseguros, ya cuentan con seguro de Accidentes dirigido a los séniores, que cubre lesiones accidentales comunes, además de unos servicios de atención a la persona y de asistencia a domicilio.

“Esa sería una solución para comercializar los seguros de Dependencia”, insiste Ana Muñoz. “Sería una solución, que seguro nos ayudaría mucho a tener esa experiencia que yo creo que nos falta”, añade, ya que a su parecer es un seguro necesario para la sociedad y cuanto más se vendiera, más se podría ajustar la prima.

El director técnico y gerente de Cohebu Correduría de Seguros también es partidario de la creación de un microseguro que lleve el componente de dependencia, porque es una necesidad de la sociedad de la que todavía no se es muy consciente, a pesar de que cada vez en mayor medida se produce y en edades, muchas veces, tempranas. En este sentido, lo enfocaría partiendo de la base de un seguro de baja diaria, “y para que no tenga efectos fiscales en vez de



**“Por parte de las compañías hay que crear esa visión social, esa realidad que es la dependencia y lo necesario que es tener una protección”. José Antonio Buzón**

darle un capital único o capital por renta, darle una prestación de servicio tipo residencia, una persona de asistencia, teleasistencia...”.

### **PRIORIZAR LOS SERVICIOS**

Insiste Calderón que, en el caso del seguro de Dependencia de Mapfre, puedes pagar una prima desde poco más de 60 euros al mes, pero todo depende de factores como la edad de la persona y de la renta que necesite vitalizar”.

“Yo creo que un seguro de Dependencia sí se puede calcular más y mejor que uno de Vida, porque por desgracia, una persona cuando pasa a ser dependiente, su esperanza de

vida es muy limitada”, asegura José Antonio Buzón, director técnico y gerente de Cohebu Correduría de Seguros, toda vez que en la mayoría de los casos que haya una enfermedad o una patología con cierta inhabilitación, no suelen pasar de los 15 años. Para él, el problema es cómo está articulado el producto, como un capital renta, cuando debería ir más enfocado al tema asistencial: psicológica, domiciliaria...

“Si se le quita la suma asegurada, lo dejas en un microseguro y lo abaratamos, muchísimo”, propone Ana Muñoz, socia directora de Ponce y Mugar Correduría de Seguros, a la vez que aboga por que haya dos opciones en el seguro de Dependencia: una enfocada a ofrecer servicios y otra al capital.

## UNIDO A AHORRO

Otra opción que se podría barajar es que el seguro de Dependencia pudiera ir asociado a un producto de ahorro, medida que, según José Antonio Buzón, puede hacer que el cliente aprecie que parte de la prima es para una protección personal y que en determinadas circunstancias de necesidad económica pueda recuperarla. Así, aunque lo vería positivo, pide un esfuerzo importante a las compañías para que esa prima no sea tan elevada y se compense la de ahorro con la parte de dependencia.

“Las aseguradoras deben abordar de manera efectiva la solución a este producto, ver la fórmula adecuada para que sea comerciable”, comenta Ana Muñoz, quien insiste en que al ofrecer una renta vitalicia no es que el seguro sea caro, sino que “tiene su justo precio”, pero hay que evaluar cómo abaratarlo para que llegue a más gente.

Por eso, la subdirectora de Vida Particulares de Mapfre España cree que “debe ser complementario al ahorro particular. La solución viene dada por el seguro personal de Dependencia a una prima asumible y personalizable”.

“Si lo piensas bien, con el seguro de Dependencia estás ahorrado para luego recibir una rentabilidad, en el caso de que la necesites”, menciona Muñoz, quien incide en que lo que se necesita “son productos más asequibles para poder comercializarlos y que sea atractivos para el cliente”.

## ATENDER LA DEPENDENCIA

Para Buzón sería un enfoque interesante, toda vez que muchos clientes prefieren proteger sus patrimonios antes que a ellos mismos, por lo que el papel de los corredores sería conseguir que se dieran cuenta de que hay que primar la protección de la persona. “Por la parte de las compañías



**“La principal ventaja de este producto es que es una renta vitalicia para toda la vida”.**

**Virginia Calderón**

hay que crear esa visión social, esa realidad que es la dependencia y lo necesario que es tener una protección, incluso en casos de una enfermedad temporal o una incapacidad por un accidente”, sostiene.

De hecho, como menciona Virginia Calderón, subdirectora de Vida Particulares de Mapfre España, la DGSFP tiene en marcha un proyecto para cuantificar la longevidad y la necesidad de atender la dependencia. “Y todos los pasos que se den en esa dirección, sin ninguna duda, favorecerán esa labor de concienciación que necesitamos”.

El director técnico y gerente de Cohebu Correduría de Seguros insiste en que los clientes sobre todo piensan en el coste, por lo que hay que trabajar ese tema, así como el efecto fiscal, que tampoco está bien articulado. “Por eso no debe consistir solo en una renta, sino también es importante que haya un servicio, porque es preferible no cobrar dinero y que me alojen en una residencia o que me den un tratamiento o que venga a verte un psicólogo dos días al mes”, propone. En definitiva, no estar desatendido por tener una dependencia y contar con ayuda para desplazamientos, limpieza, comida...

*AITANA PRIETO / CARMEN PEÑA*

Para leer más sobre la mesa redonda [pulse aquí](#)





# 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

## Informe Estadístico Anual de Mediación 2023

# El negocio de los **CORREDORES**, en pleno auge

La **Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP)** ha publicado el Informe Estadístico Anual de Mediación 2023, que ha puesto en evidencia el buen momento del negocio de los corredores. Si en Vida han visto incrementada notablemente su cartera un 12,57%, siguiendo la tónica alcista del ejercicio anterior (+11,44%), en No Vida el crecimiento ha sido aún más espectacular, de un 20,60% en volumen de primas gestionadas.

En 2023 los corredores tramitaron 2.992.891.420,95 euros en primas, repuntando notablemente frente a lo obtenido en 2022 (2.658.604.901,13). En concreto, los corredores personas físicas revirtieron la tendencia bajista de los últimos ejercicios, gestionando 45.161.975,61 euros en primas, por los 40.315.121,42 euros del año predecesor. De ese montante, el 88,44% correspondió a primas individuales y el 11,56% restante, a colectivas. Las corredurías también mejoraron sus resultados, de los 2.618.289.779,71 euros de 2022 a los 2.947.729.445,34 euros de 2023, de los

que el 55,33% fueron de primas individuales y el 44,67%, de colectivas.

En el caso de las comisiones, las corredurías obtuvieron 164.290.214,02 euros, un 16,73% más que el ejercicio anterior, mientras que los corredores experimentaron una ligera caída, al lograr 2.506.377,32 euros, un 0,42% por debajo de lo obtenido en 2022.

En nueva producción de Vida ha tenido, igualmente, un crecimiento en las primas trabajadas, hasta 1.207.737.862,29 euros, lo que supone una subida del





VOLUMEN TOTAL DE PRODUCCIÓN RAMO VIDA 2023							
		Primas	%	Comisiones	Comisiones sb. Primas	Honorarios	Honorarios sb. Primas
CORREDORES DE SEGUROS PERSONAS FÍSICAS	Individual	39.941.791,44 €	1,28%	2.298.146,13 €	5,75%	232,00 €	0,001%
	Colectivo	5.220.184,17 €	0,17%	208.231,19 €	3,99%	90,00 €	0,002%
CORREDORES DE SEGUROS PERSONAS JURÍDICAS	Individual	1.631.062.652,49 €	52,47%	96.629.069,34 €	5,92%	1.384.001,34 €	0,085%
	Colectivo	1.316.666.792,85 €	42,35%	67.661.144,68 €	5,14%	1.813.055,34 €	0,138%
CORREDORES DE REASEGUROS	Individual	65.208.769,65 €	2,10%	1.038.627,29 €	1,59%	0,00 €	0,000%
	Colectivo	50.696.554,18 €	1,63%	1.785.175,28 €	3,52%	1.875,00 €	0,004%
<b>TOTAL</b>		<b>3.108.796.744,78 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>169.620.393,91 €</b>	<b>5,46%</b>	<b>3.199.253,68 €</b>	<b>0,100%</b>

19,80%. De este montante, tan solo 17.499.110,14 euros han sido gestionados por corredores, copando las primas individuales el 94,99%, por el 5,01% de las colectivas. Las corredurías han tramitado 1.190.238.752,15 euros, y en su caso se dan porcentajes más parejos, ya que el 47,13% son individuales y 52,87% colectivas, consiguiendo estas últimas tener más peso que el año anterior.

### AUTOS MANTIENE SU EMPUJE

Como en años anteriores, el principal negocio de estos mediadores sigue siendo el de No Vida, en el que intermediaron 12.117.466.803,16 euros, de los que 316.660.578,39 euros correspondieron a personas físicas y 11.800.806.224,77 euros, a personas jurídicas. Esta cifra supone un impresionante incremento del 20,60% respecto a 2022. En total, este segmento les proporcionó unas comisiones de 1.620.159.799,38 euros (+14,64%).

Autos sigue siendo, con gran diferencia, el ramo que más volumen de negocio reporta a los corredores de segu-

VOLUMEN TOTAL DE PRODUCCIÓN RAMOS NO VIDA: CORREDORES DE SEGUROS PERSONAS FÍSICAS 2023						
Ramos	Primas	%	Comisiones	Comisiones sb. Primas	Honorarios	Honorarios sb. Primas
Accidentes	8.578.237,08 €	2,71%	1.542.609,92 €	17,98%	258,50 €	0,003%
Enfermedad	4.059.327,86 €	1,28%	503.489,35 €	12,40%	248,93 €	0,006%
Asistencia sanitaria	24.314.232,25 €	7,68%	2.240.557,96 €	9,22%	14.819,27 €	0,061%
Dependencia	54.594,76 €	0,02%	6.426,17 €	11,77%	0,00 €	0,000%
Autos	140.419.923,06 €	44,34%	16.312.840,05 €	11,62%	33.468,87 €	0,024%
Transportes	7.017.880,45 €	2,22%	1.048.955,10 €	14,95%	44,00 €	0,001%
Incendios y elementos naturales	559.358,72 €	0,18%	90.079,72 €	16,10%	0,00 €	0,000%
Otros daños a los bienes: seguros agrarios combinados	2.457.995,39 €	0,78%	200.283,98 €	8,15%	0,00 €	0,000%
Otros daños a los bienes: robo u otros	682.880,74 €	0,22%	108.755,22 €	15,93%	55,00 €	0,008%
Otros daños a los bienes: avería de maquinaria	1.603.782,06 €	0,51%	223.159,60 €	13,91%	0,00 €	0,000%
Responsabilidad civil en general: riesgos nucleares	358.092,04 €	0,11%	49.266,52 €	13,76%	0,00 €	0,000%
Responsabilidad civil en general: otros riesgos	17.498.333,79 €	5,53%	2.930.626,68 €	16,75%	3.449,89 €	0,020%
Crédito	4.465.781,08 €	1,41%	513.808,26 €	11,51%	0,00 €	
Caución	366.260,06 €	0,12%	45.353,04 €	12,38%	1.987,50 €	0,543%
Pérdidas diversas	606.995,97 €	0,19%	84.114,47 €	13,86%	0,00 €	
Defensa jurídica	1.540.477,73 €	0,49%	322.590,49 €	20,94%	228,00 €	0,015%
Asistencia	948.428,96 €	0,30%	169.267,47 €	17,85%	1.501,94 €	0,158%
Decesos	4.561.194,85 €	1,44%	1.040.008,86 €	22,80%	112,65 €	0,002%
Multirriesgo hogar	41.580.340,91 €	13,13%	9.400.305,95 €	22,61%	2.214,07 €	0,005%
Multirriesgo comunidades	24.478.952,65 €	7,73%	4.717.862,13 €	19,27%	5.441,80 €	0,022%
Multirriesgo comercios	12.941.728,63 €	4,09%	2.562.332,73 €	19,80%	5.877,07 €	0,045%
Multirriesgo industriales	14.869.933,96 €	4,70%	2.855.129,85 €	19,20%	1.870,09 €	0,013%
Otros multirriesgos	2.695.845,39 €	0,85%	489.969,34 €	18,17%	811,61 €	0,030%
<b>TOTAL</b>	<b>316.660.578,39 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>47.457.792,86 €</b>	<b>14,99%</b>	<b>72.389,19 €</b>	<b>0,02%</b>

**No Vida dispara la actividad de los corredores con un crecimiento del 20,60% en volumen de primas gestionadas**

## Autos sigue creciendo y ya copa el 44,34% de las primas tramitadas por los corredores



VOLUMEN TOTAL DE PRODUCCIÓN RAMOS NO VIDA: CORREDORES DE SEGUROS PERSONAS FÍSICAS 2023						
Ramos	Primas	%	Comisiones	Comisiones sb. Primas	Honorarios	Honorarios sb. Primas
Accidentes	8.578.237,08 €	2,71%	1.542.609,92 €	17,98%	258,50 €	0,003%
Enfermedad	4.059.327,86 €	1,28%	503.489,35 €	12,40%	248,93 €	0,006%
Asistencia sanitaria	24.314.232,25 €	7,68%	2.240.557,96 €	9,22%	14.819,27 €	0,061%
Dependencia	54.594,76 €	0,02%	6.426,17 €	11,77%	0,00 €	0,000%
Autos	140.419.923,06 €	44,34%	16.312.840,05 €	11,62%	33.468,87 €	0,024%
Transportes	7.017.880,45 €	2,22%	1.048.955,10 €	14,95%	44,00 €	0,001%
Incendios y elementos naturales	559.358,72 €	0,18%	90.079,72 €	16,10%	0,00 €	0,000%
Otros daños a los bienes: seguros agrarios combinados	2.457.995,39 €	0,78%	200.283,98 €	8,15%	0,00 €	0,000%
Otros daños a los bienes: robo u otros	682.880,74 €	0,22%	108.755,22 €	15,93%	55,00 €	0,008%
Otros daños a los bienes: avería de maquinaria	1.603.782,06 €	0,51%	223.159,60 €	13,91%	0,00 €	0,000%
Responsabilidad civil en general: riesgos nucleares	358.092,04 €	0,11%	49.266,52 €	13,76%	0,00 €	0,000%
Responsabilidad civil en general: otros riesgos	17.498.333,79 €	5,53%	2.930.626,68 €	16,75%	3.449,89 €	0,020%
Crédito	4.465.781,08 €	1,41%	513.808,26 €	11,51%	0,00 €	
Caución	366.260,06 €	0,12%	45.353,04 €	12,38%	1.987,50 €	0,543%
Pérdidas diversas	606.995,97 €	0,19%	84.114,47 €	13,86%	0,00 €	
Defensa jurídica	1.540.477,73 €	0,49%	322.590,49 €	20,94%	228,00 €	0,015%
Asistencia	948.428,96 €	0,30%	169.267,47 €	17,85%	1.501,94 €	0,158%
Decesos	4.561.194,85 €	1,44%	1.040.008,86 €	22,80%	112,65 €	0,002%
Multirriesgo hogar	41.580.340,91 €	13,13%	9.400.305,95 €	22,61%	2.214,07 €	0,005%
Multirriesgo comunidades	24.478.952,65 €	7,73%	4.717.862,13 €	19,27%	5.441,80 €	0,022%
Multirriesgo comercios	12.941.728,63 €	4,09%	2.562.332,73 €	19,80%	5.877,07 €	0,045%
Multirriesgo industriales	14.869.933,96 €	4,70%	2.855.129,85 €	19,20%	1.870,09 €	0,013%
Otros multirriesgos	2.695.845,39 €	0,85%	489.969,34 €	18,17%	811,61 €	0,030%
<b>TOTAL</b>	<b>316.660.578,39 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>47.457.792,86 €</b>	<b>14,99%</b>	<b>72.389,19 €</b>	<b>0,02%</b>

ros, 3.057.705.645,49 euros, de los que 140.419.923,06 euros los gestionaron personas físicas, suponiendo casi la mitad del total de su cartera (44,34%); y 2.917.285.722,43 euros, personas jurídicas, un 24,72%. Las cifras experimentaron un importante repunte respecto al ejercicio anterior, cuando el volumen total fue de 2.722.956.858,85 euros, manteniendo la tendencia alcista del último ejercicio.

En el caso de los corredores, los siguientes ramos más productivos fueron Multirriesgo Hogar en el segundo puesto (13,13%), seguido de Multirriesgo Comunidades (7,73%), que en 2023 adelantó a Asistencia Sanitaria (7,68%); y RC General: Otros Riesgos (5,53%), que arrebató el quinto puesto a Multirriesgo Industriales (4,70%).

Un ranking muy parecido al de las corredurías. Así, tras su cartera de Autos, se colocan RC General: Otros Riesgos (14,19%); Multirriesgos Industriales (12,84), que adelanta a Asistencia Sanitaria (12,75%); y Multirriesgo Hogar (4,18%).







## LA NUEVA PRODUCCIÓN DE NO VIDA SE DISPARA

Las buenas cifras globales de No Vida se han visto reflejadas un año más en la nueva producción, que ha vivido un importante incremento, notablemente superior al del ejercicio anterior. En 2023, las primas intermediadas por los corredores se auparon hasta los 2.781.401.921,76 euros, volumen un 19,03% mejor que en comparación con el ejercicio precedente. De este volumen, 61.972.767,56 euros han sido gestionados por corredores y 2.719.429.154,20 euros por las corredurías, habiéndose alcanzado unas comisiones globales de 439.838.872,84 euros, un 21,17% más.

También entre las nuevas primas el ramo de Autos encabeza la intermediación por parte de los corredores, especialmente entre los profesionales personas físicas, que han llegado a los 31.186.622,94 euros, lo que supone el 50,32% de su volumen de negocio en No Vida. Aunque en menor medida, también tiene un peso relevante entre los corredores personas jurídicas, ya que suponen más de un cuarto de los seguros gestionados (26,74%), con 727.227.657,49 euros.

Multirriesgo Hogar ocupa el segundo lugar entre los corredores, con el 9,43% de las primas intermediadas de nueva producción. Tras él se colocan los ramos de Multirriesgos Comunidades (6,01%), que despoja de la segunda posición a Asistencia Sanitaria (5,52%); Responsabilidad civil en general: otros riesgos (5,04%); y Transportes (4,57%).

Entre las corredurías, tras Autos aparecen RC General: Otros Riesgos (12,21%), Multirriesgos Industriales (8,74), Agrarios Combinados (8,16%), y Asistencia Sanitaria (7,01%), que pierde peso ya que doce meses antes se colocaba como el tercer ramo más representativo.



**Las primas de nueva producción en no Vida crecen un 19%**

En este informe se recoge la actividad desarrollada por los mediadores de seguros durante el ejercicio 2023, proporcionada por los propios corredores a través de sus respectivas documentaciones estadístico-contables (DEC) remitidas anualmente. Ahora bien, al igual que en el último informe, este año se muestra el número de profesionales en activo hasta finales de 2024. Un año más, la cifra de corredores personas físicas descendió levemente hasta los 992, frente a los 995 de un año antes, mientras que la evolución de las corredurías de seguros sí fue ascendiente, pasando de los 2.700 a finales de 2023 a los 2.727 en el último registro, que data del 4 de noviembre de 2024.

*AITANA PRIETO*

## Jornada de Perspectivas del Seguro y la Economía

# El seguro de NO VIDA CRECIÓ un 7,78% en 2024



Los ingresos por primas de las aseguradoras se situaron en 75.161 millones de euros a cierre de 2024, un 1,56% menos que en el año anterior, provocado por la bajada experimentada por el ramo de Vida, que decrece el 13,59% (frente al incremento del 36% del año anterior). No Vida ha subido un 7,78%, llegando a los 46.333 millones de euros, según los datos provisionales presentados en la Jornada de Perspectivas del Seguro y la Economía, organizada por **Icea**. En 2025 se espera que las primas de No Vida crecerán entre el 6,5 y el 7%, pero estará muy condicionado por cómo se resuelva el concierto de Muface. En Vida, en términos de ahorro gestionado, se comportará más o menos como los tipos de interés.



Andrés Romero, presidente de Icea, inauguró la jornada asegurando que 2025 va a ser importante porque será “el año que consigamos todos los retos que tenemos por delante”. Además, instó a ir más allá de la protección y trabajar en la prevención para mitigar las causas más graves de los desastres de la naturaleza.

A continuación, tomó la palabra Mirenchu del Valle, presidenta de Unespa, para explicar el diferente comportamiento que tuvieron los ramos de Vida y No Vida. Mientras No Vida creció el 7,78% con 46.333 millones de euros, el seguros de Vida decreció un 13,59% (el año anterior aumentó el 36%). En Vida “hay dos realidades: los productos de Vida riesgo crecen un 6,15% con 5.358 millones de euros, pero Vida ahorro baja un 17,11% con 23.470 millones de euros, cuando el año anterior creció influido, sobre todo, por el incremento de los tipos de interés”.

En España, Vida solo representa el 38%. Aunque, la presidenta de Unespa puso en valor que las aseguradoras gestionen ya el 50% de los planes de pensiones. Las provisiones técnicas de Vida de las aseguradoras aumentaron un 3,32%, hasta situarse en 210.577 millones a cierre del ejercicio.



José Antonio Sánchez.

Mirenchu del Valle resaltó el comportamiento del sector con el siniestro de la dana de finales de octubre. Hizo un reconocimiento a todos los actores del sector, y en especial a las 39 entidades que han firmado el Procedimiento Operativo Especial (POE) y tramitado 110.000 expedientes y a Tirea por haber creado un aplicativo para comunicar directamente con el Consorcio de Compensación de Seguros. Teniendo en cuenta que lo más importante para el asegurado es cobrar la indemnización cuanto antes, se han fijado como reto que el 80% de los siniestros asignados a las aseguradoras en la dana estén resueltos, con una propuesta de indemnización, a finales de enero, siempre que el vehículo esté identificado. También planteó la posibilidad de contar con un mecanismo de activación automática ante desastres naturales de cierta magnitud.

La presidenta de Unespa dijo que el Resto No Vida ha crecido un 6,16%, con 11.127 millones de euros, destacando el seguro de Decesos, que se ha incrementado un 5,57%.

Asimismo, se mostró orgullosa de la protección que otorga el Seguro, un negocio que equivale a 10 veces el



**Estamos muy concentrados en algunos ramos con una rentabilidad relativa peor que otros que tienen poco negocio todavía, pero que son muy rentables y con muchas posibilidades de crecimiento**

PIB. Pero indicó que “hay brechas de aseguramiento y cubrirlas es uno de los objetivos de 2025”.

En el reto del sistema de pensiones, propone impulsar el ahorro a 5.000 euros para la jubilación en todas sus modalidades.

### **CRECEN TODAS LA MODALIDADES DE NO VIDA, EXCEPTO TRANSPORTE Y ROBO**

Jose Antonio Sánchez, director general de Icea, hizo un análisis más pormenorizado de los datos. Destacó el buen comportamiento de No Vida, que ha tenido un incremento en todas las modalidades, menos en Transporte y Robo. El peso de los seguros No Vida ha crecido 6 puntos porcentuales, situándose en el 62% del negocio.

Sánchez explicó que las primas de ahorro caen, básicamente, por el gran incremento que tuvieron el año anterior. Además, hay que tener en cuenta que el 76% de las primas de ahorro son primas únicas, casi el 70% del negocio está distribuido por los bancos.

En cuanto a rentabilidad, calificó el año 2024 como “muy bueno, según los datos que tenemos hasta el tercer trimestre”. Sobre todo, en No Vida porque a diferencia del año anterior, el crecimiento en primas ha venido acompañado de una mejora de márgenes.

El resultado técnico de No Vida ha mejorado casi un 25% y en Vida un 6,3%. También ha mejorado el resultado de la cuenta no técnica, es decir, el beneficio, casi un 25%. En términos de rentabilidad, todos los ramos tienen rentabilidad técnica positiva.

El resultado técnico de No Vida ha aumentado en 1,6 pp, que supone un 25% más en euros. Todos los ramos tienen resultado técnico positivo y todos los ramos

a excepción de Salud y RC, mejoran el resultado técnico del año anterior. Aunque es verdad que parte de ese crecimiento viene por la parte financiera, que aporta un 33%.

Jose Antonio Sánchez comentó que “el negocio de España está concentrado en un número reducido de ramos: Autos, Salud, Hogar y Vida Ahorro, que representan el 72,8% de las primas totales. En No Vida, Autos, Salud y Hogar son el 67,4% de las primas, pero solo aportan el 41% del rendimiento del resultado técnico. Esto quiere decir que estamos muy concentrados en algunos ramos con una rentabilidad relativa peor que otros que tienen poco negocio todavía, pero que son muy rentables y con muchas posibilidades de crecimiento.

### CONCENTRACIÓN EN MÁRGENES

Tenemos un mercado muy concentrado, que normalmente responde al crecimiento inorgánico. Pero lo más característico no es la concentración en primas, sino la concentración en márgenes. El 10% de las entidades concentran el 53% de los beneficios y el 48,9% de las primas. Y si nos vamos a grupos, 5 de ellos concentran el 51% de todo el beneficio técnico del sector.

Sobre las perspectivas de 2025, Jose Antonio Sánchez dijo que las primas de No Vida crecerán entre el 6,5 y el 7% (un poquito menos en términos nominales de lo que lo han hecho en 2024) pero estará muy condicionado por cómo se resuelva el concierto de Muface, porque puede tener un impacto en el crecimiento de No Vida entre el 1 y 1,5%. En Vida, en términos de ahorro gestionado, se comportará más o menos como los tipos de inte-



Santiago Arechaga.



Mireya Rabadán.



**2024 fue un año muy bueno en cuanto a la rentabilidad del sector**

rés. En cuanto a la rentabilidad del año, debería de ser buena, pero para ello tenemos que tener una adecuada política de tarificación y que la siniestralidad por elementos de la naturaleza no sea demasiado mala.

Los retos a nivel de industria son: hacer la tarta más grande, mejorar la percepción social que tiene nuestro sector y conseguir que tener un seguro sea prioritario en el consumo. En las organizaciones hay que replantearse los modelos organizativos y de negocio. Dijo que “es importante convencerse que la rentabilidad viene del cliente. Hay que ver a qué cliente captamos, con qué velocidad, dónde y con qué margen. La guerra está en captar, vincular y fidelizar al cliente de alto valor. El crecimiento inorgánico va a estar en la compra de buenos clientes”.

Santiago Arechaga, Head P&C Southern Europe y CEO de Swiss Re Iberia, que explicó las ‘Perspectivas macroeconómicas y de la industria aseguradora 2025’, está convencido de que “el crecimiento económico será sólido a nivel global”. Sin embargo, advirtió de que “va a continuar el proceso de desacoplamiento de las economías, con un claro perdedor: la Unión Europea, que estará por detrás de Estados Unidos y China”.

Arechaga destacó que “España ha superado con creces a la locomotora de Europa”. Pero se pregunta “cuánto durará”.

En cuanto a la rentabilidad del seguro directo en No Vida se declaró optimista porque en 2025 y 2026 habrá rentabilidades atractivas y en Vida habrá estabilidad en los resultados.

Sobre la siniestralidad, hizo hincapié en la inflación social (aumentos en los siniestros, sobre todo en RC, por



el entorno legal o el sentimiento del asegurado de que tiene derecho a reclamar); cada vez hay más siniestros que se dirimen en el extranjero; y las catástrofes naturales (por quinto año consecutivo se superan los 100.000 millones de dólares de indemnizaciones por daños producidos por eventos de la naturaleza) y esto no va a parar.

### EL AHORRO SE VA FUERA DEL SEGURO

Tras el descanso, llevó el momento de analizar los ramos de Vida, Salud, Multirriesgo y Autos. Mireya Rabadán, directora general de HNA, comenzó con el de Vida. Entre otras cosas, mostró su preocupación por el hecho de que, “aunque el ahorro de los hogares ha crecido, parece que se está yendo fuera del seguro, a otros activos financieros”.

En Vida riesgo sigue creciendo (un 6%) el número de asegurados, cosa que no ocurre en Vida ahorro (que bajó casi un 17%).

Entre los retos del ramo, Rabadán señaló generar confianza para atraer más asegurados y minorar la brecha que existe con respecto a Europa en cuanto a la contratación de estos productos. Además, habló de la importancia de ver qué va a ocurrir con los asegurados que podrán comenzar a disponer de sus aportaciones a los planes de pensiones si están constituidos hace más de 10 años. Lo que supone un importe de 64.000 millones de euros, entre planes individuales y de empleo.

Las oportunidades en Vida riesgo está en crear seguros innovadores adaptados, con posibilidad de incluir nuevos servicios. Productos modulares en los que el cliente adapte el capital y las garantías, con el



**2025 será el año que consigamos todos los retos que tenemos por delante**



Fernando Campos.



Elena Sanz.

valor añadido de nuevas coberturas que acompañen al cliente en su ciclo de vida. En Vida ahorro y previsión social hay que ser capaces de atraer al sector asegurador el ahorro que ya existe, promocionando la fiscalidad específica que tienen los Sialp, Pias y rentas vitalicias.

Mireya Rabadán señaló que en Vida riesgo el crecimiento en 2025 será similar al de 2024. Mientras que, en Vida Ahorro, las previsiones evolucionarán según los tipos de interés y en la parte de previsión social habrá que ver cómo evoluciona esa liquidez a los 10 años. Además, se espera la consolidación de los planes de empleo simplificados.

### EL DESENLACE DE MUFACE INFLUIRÁ MUCHO EN EL CRECIMIENTO DE SALUD

Fernando Campos, consejero delegado de DKV, presentó las perspectivas de Salud en 2025 y repasó la situación en los diferentes ámbitos del sector, apuntando las tendencias, oportunidades y retos.

Sobre la compleja situación de las mutualidades de funcionarios, aseguró que la renovación de los conciertos ha puesto en evidencia el papel fundamental del seguro privado en el país, que tiene un peso del 2,5% en el PIB -con un gasto medio anual per cápita de 699 euros-. En su opinión, “más allá de cuál sea el desenlace de Muface, sería necesario iniciar un proceso de diálogo para repensar el modelo y hacerlo sostenible”.

“Y si la segunda licitación no llega a buen término -añadió Campos- quizás sería momento de realizar una gestión del proceso más dialogada entre la Administración y las aseguradoras, que pueda acabar

con una solución tipo contrato-puente”.

En cuanto a la evolución del mercado, ha asegurado que el ramo ha seguido creciendo en asegurados y primas en 2024, y cree que seguirá haciéndolo en 2025. “Se espera que el mercado de Salud en España cierre 2024 con un crecimiento del 7,4% y el número de asegurados aumente un 3%. La noticia es que el resultado técnico de salud se ha deteriorado”, ha afirmado. “El ramo tiene que basarse más en la rentabilidad y el valor al cliente, que en el crecimiento”, según el consejero delegado de DKV.

El ramo de Salud presenta en 2024 un resultado técnico del 5,6%, con un nivel de gastos estable, pero con un incremento de la siniestralidad. “Ante esta erosión de resultado, debemos encontrar la fórmula para que este mercado siga siendo sostenible”, ha señalado.

En relación con las perspectivas 2025, Campos ha indicado que se espera una nueva distribución de las primas, la posibilidad de atraer segmentos específicos debido al desenlace de Muface, y que también vendrá marcado por la búsqueda de nuevos canales de distribución, y por el crecimiento vía B2B2C.

Campos presentó dos escenarios para 2025, uno de mayor crecimiento, un 8,6%, si sigue Muface (donde un 19,5% correspondería a Muface y un 17,12% a Isfas y Mugeju); y otro de menor crecimiento, del 1,5%, si desaparece Muface. Si la segunda licitación queda desierta, habría que convocar una mesa de diálogo entre la Administración y las aseguradoras para ver cómo solucionar la situación, porque a las aseguradoras no las interesan contratos a 3 años. “Queremos licitaciones a un año”, afirmó el consejero delegado de DKV.



**En No Vida, el crecimiento en primas ha venido acompañado de una mejora de márgenes**



## MÁS DEL 60% DE LAS VIVIENDAS TIENEN MÁS DE 30 AÑOS

Elena Sanz, CEO de Mapfre Iberia, explicó la situación y las perspectivas del ramo Multirriesgos. Llamó la atención sobre el hecho de que bajo el mismo techo haya personas sin vínculo familiar, que estén menos número de personas en ellas y que tengan 43,5 años de media de antigüedad de la vivienda. De hecho, más del 60% de las viviendas en España tienen más de 30 años.

Aunque el nivel de aseguramiento está en el 80%, habría que incidir en Orense, Cuenca, Guadalajara y Teruel, donde en su nivel de aseguramiento se sitúa por debajo del 40%.

El crecimiento medio anual de Multirriesgos, desde 2019 a 2024, ha sido del 6,12% (Hogar, un 5,95%; Comercio, un 3,40%; Comunidades, 5,22%; e Industrial, un 8,35%). El año pasado creció el total del ramo un 8,62% (Hogar, 9,24%; Comercio, 7,36%; Comunidades, 8,83%; e industrial, 7,06%). A septiembre de 2024, todos los ratios combinados estaban por debajo del 100%, siendo la modalidad de Hogar la más alta, con un 91,19%.

Asimismo, resaltó el hecho de que sea un ramo muy mediado porque el 67,3% está distribuido por agentes y corredores.

Sanz se aventuró a señalar que el crecimiento en Multirriesgos en 2025 será del 5,8%, sobre todo debido a la subida de primas. Hogar, Comunidades e Industriales se prevé que crezcan un 6%, frente a Comercio, que lo hará un 4%.

La visión de la situación y perspectivas del ramo de Autos lo realizó Carlos Escudero, consejero delegado de Grupo Generali España. Presentó la realidad del mer-



cado en donde existen unos 33 millones de vehículos y el parque automovilístico tiene una media de antigüedad de 14,2 años. Explicó que “se necesitarían 1,5 millones de nuevas matriculaciones al año para volver a niveles pre covid, rejuvenecido el parque automovilístico en línea con la media europea”. Pero las previsiones son que el parque automovilístico en España crecerá el 0% hasta 2030, a pesar del repunte que se espera en la micromovilidad.

Por canales de distribución, los agentes siguen siendo el ramo principal en cartera (39,2%) por detrás se encuentran los corredores con el 31,2%. Pero, en nueva producción, están ganando peso los corredores (36,9%) frente a los agentes (34,7%).

Escudero llamó la atención sobre el hecho de que, a pesar de los esfuerzos, la rentabilidad de Autos ha empeorado en los últimos años y continúa en pérdida técnica a septiembre de 2024 con el 100,3%.

Por primera vez en los últimos años, Autos ha crecido por encima del resto de ramos (8,9%) debido a la subida de prima media para compensar la inflación y los costes.

En 2025 el baremo crecerá, pero el principal reto es recuperar el resultado técnico en Autos, que es el mayor ramo del sector.

Por delante queda el retos de reducir los costes medios por encima de lo normal en cuanto a rentabilidad; analizar si han llegado para quedarse los siniestros graves porque en 2024 ha sido el año con más siniestros graves de la serie histórica; y ver cómo incorporar los eventos climatológicos a las tarifas.

Para 2025 se espera un crecimiento en torno 6,5-7%,



**El resultado técnico de No Vida ha mejorado casi un 25% y en Vida un 6,3%**

sobre todo por el incremento de primas medias; recuperación de la rentabilidad técnica; adaptación a los nuevos modelos de negocio con la nueva movilidad.

## UN SECTOR MUY SOLVENTE

Para clausurar la jornada se contó con José Antonio Fernández de Pinto, director general de la DGSFP, quien señaló que “el sector tiene un estándar de capital muy solvente, por encima del 247 en el primer trimestre de 2024, y una rentabilidad muy importante tanto sobre activos como sobre fondos propios, que pone de manifiesto que el sector asegurador está sano y que tiene por delante un futuro prometedor”. Además, destacó el hecho de que el ratio combinado haya disminuido.

Como supervisor, destacó dos objetivos: “asegurar la fortaleza financiera del sector asegurador y el fomento de un mercado de seguros más profundo en el que se incremente la protección al consumidor y el *value for money*”. En Vida, dijo que “tenemos un especial interés en la comprobación de las cláusulas de participación en el beneficio y cómo se han ido aplicando en el tiempo y la consideración de los beneficios en las primas futuras en los estados de solvencia de las entidades”.

Este año, desde la DGSFP, “nos vamos a fijar especialmente en los productos de Salud, que han ganado mucho interés en los consumidores, la publicidad en los productos de seguros y en analizar los casos en los que la cobertura aseguradora no está llegando a determinados sectores, ya sea por circunstancias concretas o por cuestiones estructurales de determinación del riesgo y de medidas preventivas que se tienen que hacer en determinados sectores”, señaló Fernández de Pinto.



## Seguros de Vida-Ahorro a prima única

**Mapfre** ha puesto en el mercado dos nuevos seguros de Vida-Ahorro a prima única, 'Garantía Cupón Anual' y 'Garantía Doble Retorno', con formato unit linked y con una duración de 3 años.

'Garantía Cupón Anual' garantiza el 100% de la inversión a vencimiento y entrega un cupón anual efectivo del 1,80%.

Mientras que 'Garantía Doble Retorno' divide la inversión en dos partes, un 50% que genera un cupón anual efectivo garantizado del 2,10%; y el otro 50% que podrá generar, a vencimiento, una rentabilidad equivalente a la revalorización del índice Eurostoxx 50 (punto a punto), con un máximo de un 8,77%.

## Vida-Ahorro con una rentabilidad garantizada del 2,25%

**Mutua Madrileña** ha creado 'Plan Ahorro Plus Fidelidad VI', un seguro de Vida-Ahorro con una rentabilidad bruta garantizada del 2,75% durante el primer año (la rentabilidad neta de gastos será del 2,25%). 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 el mismo importe, como mínimo. Está dirigido a clientes de perfil de riesgo bajo que demandan soluciones de inversión conservadoras.

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).

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



'Plan Ahorro Plus Fidelidad VI' aplica una comisión sobre la provisión matemática del 0,50%, que ya está descontada en la rentabilidad neta del 2,25% garantizada para el primer año y, adicionalmente, una prima por cobertura de fallecimiento, cuyo importe se calcula según la edad del asegurado.





## Veinte millones en 'MaxiPlan Inversión Premium'

Santalucía ha lanzado una nueva emisión de 20 millones de euros de su producto 'MaxiPlan Inversión Premium', con condiciones atractivas para los inversores.

Se trata de un producto estructurado a prima única que vincula la inversión del cliente a la evolución del índice Solactive BOIS ESG Global Leaders RC 6%, un índice de renta variable global compuesto por compañías seleccionadas en base a su desempeño general de acuerdo con los criterios ESG, y la deuda pública italiana.

De esta forma, el cliente recibe a vencimiento (cinco años y un mes) una TAE equivalente del 1,50% garantizada por la deuda

italiana y adicionalmente un cupón del 11,25% si el índice Solactive a los cinco años cotiza con un valor igual o superior al actual (TAE total del 3,49%). Por lo tanto, el inversor se moverá entre el 1,5% TAE asegurado por la deuda o el 3,49% TAE si se cumple la condición indicada (Interés total del 19,25% en los 5 años y un mes).

El producto se puede contratar desde el día 17 de enero hasta el 8 de abril.

## Cubrir necesidades a largo plazo

Avanza Previsión está comercializando un Plan Individual de Ahorro Sistemático (Pias), diseñado para garantizar la seguridad financiera futura de sus clientes.

Está especialmente dirigido tanto a perfiles conservadores que buscan seguridad en su ahorro, como a aquellos que desean planificar eficazmente su jubilación. Los clientes

podrán realizar aportaciones de hasta 8.000 euros anuales, permitiendo además disfrutar de importantes ventajas fiscales en el momento del cobro, siempre que hayan pasado al menos 5 años desde el inicio de la inversión y que el saldo acumulado se destine a contratar una renta vitalicia.

Este producto se lanza con un 2,5% de interés neto garantizado. Además, tanto las aportaciones realizadas como la rentabilidad del producto están siempre garantizadas. El tomador tendrá la flexibilidad de rescatar (de manera total o parcial) su saldo acumulado sin penalización.



Los tribunales instan a los empresarios a declarar la dimisión o baja voluntaria del empleado por ausencias injustificadas y ante una evidente falta de voluntad de trabajar, en vez de optar por el despido disciplinario. La diferencia es clara. En caso de despido, el trabajador tiene derecho a cobrar la prestación por desempleo, mientras que si se ha buscado deliberadamente el cese, no la percibirá.

## Ausentarse del trabajo sin justificación se considera cese voluntario sin derecho a paro

El Tribunal Superior de Justicia de Cataluña (TSJC) resuelve en una sentencia del pasado 22 de abril la eterna duda sobre si la empresa debe proceder al despido disciplinario por reiteradas ausencias del trabajador o debe considerar que se trata de un cese voluntario.

El fallo da la razón al SEPE (Servicio Público de Empleo Estatal) que, tras la Inspección de Trabajo, denunció que existió un fraude de ley por parte del trabajador que buscó el despido de forma deliberada, y después no lo impugnó en los tribunales, con el objetivo de acceder a la prestación por desempleo. Por tanto, le reclamaba el paro cobrado.

La trabajadora, concretamente, faltó a su puesto de trabajo tres días consecutivos sin justificación alguna. La empresa le amonestó con una sanción. Después, volvió a ausentarse cuatro días sin justificación, por lo que volvió a ser sancionada y, en un espacio breve de tiempo, faltó otros once días, por lo que la compañía procedió a despedirla por falta grave, faltar a su puesto sin justificación.



## Se amplía hasta 2027 la moratoria contable por las pérdidas de la pandemia



El Gobierno ha acordado la prórroga a 2025 y 2026 de la moratoria contable establecida para evitar que las empresas tuvieran que disolverse a causa de las pérdidas generadas en los ejercicios 2020 y 2021 por el covid, al tiempo que ha extendido la medida a las empresas afectadas por la dana de octubre en Valencia.

De esta forma, las pérdidas de 2020 y 2021 provocadas por la pandemia y las generadas a causa de la Dana en 2024 no se tomarán en consideración, a los efectos de determinar la concurrencia o no de la

causa legal de disolución, hasta el cierre del año 2026.

La medida, que da más margen para que las empresas puedan recuperarse del quebranto ocasionado por acontecimientos

naturales, está incluida en el real decreto ley de medidas urgentes en materia económica aprobado en el Consejo de Ministros y publicado en el Boletín Oficial del Estado (BOE).

La norma reconoce que “se impone arbitrar un mecanismo que permita que las pérdidas puedan ser absorbidas con la continuidad de la empresa en un plazo razonable, permitiendo que ésta pueda superponerse y continuar su actividad”, dado que las pérdidas no se deben al funcionamiento normal de la empresa.



## La IA generará 170 millones de empleos en cinco años

Según el Informe sobre el Futuro de los Empleos 2025 que publicó a mediados de enero el Foro Económico Mundial, la IA generativa y las tecnologías relacionadas con el procesamiento de la información estarán detrás del cambio de modelo de negocio para nueve de cada diez empleadores, y este tendrá lugar en los próximos cinco años. Se calcula que la IA conllevará una creación de 170 millones de nuevos empleos por todo el mundo y la eliminación de 92 millones.

Los avances tecnológicos derivados de la irrupción de la inteligencia artificial —y hay quorum suficiente entre los expertos para referirse al momento actual como el más disruptor del último siglo—, reacondicionarán la relación entre hombre y máquina. El informe elaborado por la organización no gubernamental internacional que tiene su sede en Suiza determina que la interacción entre humanos y máquinas “cambiará drásticamente”. Y da algunos datos sobre la situación actual, y su posible evolución en el tiempo: mientras que actualmente el 47% de las tareas se realizan únicamente por humanos, y solo el 30% implica la colaboración con las máquinas, en 2030 estas proporciones estarán prácticamente equilibradas.

Como todos los informes que se lanzan a dibujar un retrato robot del futuro del mercado de trabajo, el presentado por el Foro



de Davos a mediados de enero también ofrece proyecciones en cuanto a creación y destrucción de empleo como consecuencia del despliegue de la IA generativa —que es la que permite crear contenidos como imágenes o texto— y del nuevo equilibrio de poder de la fuerza de trabajo. Según este texto, para 2030 se espera que el mercado de trabajo experimente un cambio estructural equivalente al 22% del empleo actual. Lo que implica la creación de 170 millones de nuevos empleos por todo el mundo y la eliminación de 92 millones, y arroja un saldo neto positivo.

Dentro del apartado de nuevos empleos, el informe desglosa, por sectores, qué actividades y por qué se verán beneficiadas por los nuevos instrumentos de trabajo. Así, entre los roles que tendrán un mayor crecimiento absoluto se encuentran los trabajadores agrícolas (por la necesidad de adaptarse a las demandas de sostenibilidad y seguridad alimentaria); los repartidores (impulsados

por el auge del comercio electrónico); los trabajadores de la construcción (las inversiones en infraestructuras se mantendrán en el futuro); los profesionales de la salud (la creciente población de personas mayores en economías avanzadas impulsa la demanda de enfermeros, cuidadores y profesionales de asistencia social); y docentes de educación superiores (el aumento de las poblaciones jóvenes genera una mayor necesidad de educación avanzada).

Por el contrario, habrá otras muchas actividades en declive o en riesgo serio de desaparición, fundamentalmente aquellas que dependen de habilidades rutinarias o repetitivas. Entre ellas se encuentran las que desempeñan los trabajadores administrativos, los empleados de atención al cliente y los operadores de maquinaria.



## El IES explica las novedades en los **datos de la formación a incluir en la nueva DEC**

El pasado 30 de diciembre se publicó en el BOE la Orden ECM/1501/2024, de 23 de diciembre por la que se aprueban los modelos estadístico-contables (DEC) de los corredores de seguros, corredores de reaseguros, agentes de seguros vinculados y operadores de banca-seguros. Ante esto, desde el **Instituto e-Learning del Seguro (IES)** señalan que en los nuevos modelos que hay que remitir al supervisor desde este año se ha ampliado la información a facilitar sobre la formación impartida a las personas que participan en la distribución de seguros.

Así, desde el IES señalan que, finalmente, en el apartado destinado a la información sobre la formación impartida a las personas que participan en la distribución de los seguros en la nueva DEC es sobre los siguientes aspectos: en cuanto a la formación inicial, número de personas del órgano de administración, dirección y órgano responsable de la distribución de seguros que hayan realizado en el periodo cursos de formación inicial del Nivel 1, 2 o 3; como novedad, en cuanto a los empleados, el número de personas por cada área de actividad (Técnica, Comercial, Administrativa, Producción, Siniestros, SAC u otros) que hayan realizado en el periodo cursos de formación inicial del Nivel 1, 2 o 3; número de colaboradores externos que hayan realizado en el periodo cursos de formación inicial del Nivel 2 o 3; como novedad, en todos los casos, totalizando a estas personas por sexos (H y M).

En cuanto a la formación continua: número de personas del órgano de administración, dirección y órgano responsable de la distribución de seguros que hayan realizado en el periodo cursos de formación continua del Nivel 1, 2 o 3; como novedad, en cuanto a los empleados, número de personas por áreas de actividad

(Técnica, Comercial, Administrativa, Producción, Siniestros, SAC u otros) que hayan realizado en el periodo cursos de formación continua del Nivel 1, 2 o 3; número de colaboradores externos que hayan realizado en el periodo cursos de formación continua del Nivel 2 o 3.

En todos los casos, hay que decir la totalidad de las horas anuales por cada área y con identificación en base a cuatro categorías de temáticas formativas: (1) Elemental, (2) Actualización de Conocimientos, (3) Gestión y Administración empresarial y (4) Ramos y productos específicos; como novedad, en todos los casos, totalizando a estas personas por sexos (H y M).

Sobre los medios utilizados para la formación, señalar si han sido medios o personal interno o medios o empresas externas.

En cuanto al coste, hay que decir la cantidad del presupuesto económico destinado a la formación durante el periodo analizado indicándolo por cada una de las categorías de actividad antes mencionadas.

En cuanto al proveedor de formación, como novedad se introduce en el apartado sobre “Actividad Externalizada” (Mod. 1.2), en el apartado “otros” que se debe dejar constancia del proveedor



externo de formación, indicando su nombre y la fecha de inicio y fin de la prestación de estos servicios, entre otra información.

Por otro lado, IES ha hecho balance de su actividad realizada en 2024, donde ha certificado 244.000 horas de formación inicial en todas las modalidades de sus cursos de los niveles 1, 2 y 3, a las que hay que sumar otras 146.000 horas en los diferentes itinerarios y programas de formación continua, lo que hacen un total de 390.000 horas de formación certificadas en todo el año, realizadas por 18.533 alumnos.

En palabras de Jorge Campos, director del IES “es una enorme satisfacción haber certificado más de 1.000 horas de formación diarias de media durante 2024”.

A lo largo de 2024 ha lanzado un total de 32 nuevos cursos online de formación continua, comenzando 2025 ya con un catálogo de 250 cursos y píldoras de diferentes temáticas que van desde 1 hora hasta 5 horas de duración.

Por último, señalar que el IES tiene abierto el plazo de matriculación para la 6ª Edición del ‘Curso de Seguros para Distribuidores del Nivel 1’, que dará comienzo el 17 de marzo.

El Curso del Nivel 1 del IES es 100% online y cuenta con 300 horas de duración de las que el 30% son clases prácticas mediante jornadas y ponencias por webinar de profesionales expertos del sector asegurador. Este curso otorga a quién lo supere el ‘Titulo de Distribuidor de Seguros del Nivel 1’, título necesario para poder ejercer como corredor/a de seguros o para ocupar el cargo de responsable de la distribución de seguros en una correduría de seguros.

Además, el curso permite a los alumnos acogerse a diferentes posibilidades de descuentos y bonificaciones, así como la posibilidad de fraccionar el pago de la matrícula en dos y hasta en tres pagos.

## Assek Europe celebra su primer año operando en España

Assek Europe, compañía aseguradora especializada en Transporte de mercancías, ha celebrado su primer aniversario operando en el mercado español.



La cita reunió a miembros de su red de distribución, clientes, colaboradores y personalidades del sector asegurador y de la logística, para conmemorar los logros del primer año de operaciones y reforzar sus alianzas estratégicas.

En este primer año, Assek Europe se ha consolidado en el mercado español como una compañía de referencia en el seguro de Transporte de mercancías, destacando por su especialización, agilidad y servicio personalizado.

Por otro lado, y coincidiendo con la celebración de su primer aniversario, Assek Europe ha anunciado la renovación de su página web, incorporando funcionalidades diseñadas para mejorar la experiencia del usuario y facilitar la gestión de seguros de Transporte mercancías por parte de los suscriptores. Entre las novedades destacan herramientas para una navegación más intuitiva, un acceso más rápido a los servicios y una plataforma optimizada para la solicitud de pólizas de forma ágil y personalizada.

## Grupo Mutua de Propietarios reforzará la colaboración con los mediadores en 2025

El **Grupo Mutua de Propietarios** ha celebrado sus Convención Anual de Ventas 2025, donde se reunieron los equipos de negocio y los equipos directivos de las distintas empresas del grupo con el objetivo de compartir las líneas estratégicas y definir los objetivos comerciales de la entidad para el presente año.

Los directivos del Grupo trasladaron al equipo de Asesores de Negocio los principales hitos conseguidos y los resultados operativos de 2024 para, a continuación, dar a conocer las principales



novedades para 2025 y los proyectos a desarrollar dentro del plan estratégico vigente 2024-2026.

En este marco, el grupo expuso la estrategia comercial para 2025 focalizada en seguir creciendo de forma rentable, basado en el desarrollo de nuevas soluciones en el ámbito de los inmuebles, productos y coberturas en que favorezcan una protección integral del propietario y sus inmuebles poniendo en valor la defensa jurídica.

Para alcanzarlo, Grupo Mutua Propietarios apuntó al aprovechamiento de las sinergias con las otras filiales del grupo y a potenciar la colaboración con los mediadores y sus respectivos colegios profesionales para ayudarles a componer una propuesta integral de gestión de los inmuebles.

Para alcanzarlo, Grupo Mutua Propietarios apuntó al aprovechamiento de las sinergias con las otras filiales del grupo y a potenciar la colaboración con los mediadores y sus respectivos colegios profesionales para ayudarles a componer una propuesta integral de gestión de los inmuebles.

## Coface designa a Gema Fernández directora de Recursos Humanos

**Coface** ha nombrado a Gema Fernández, como nueva directora de Recursos Humanos para España y Portugal. Su principal propósito será liderar la gestión de talento, desarrollo profesional y fortalecimiento de la cultura corporativa de la compañía, con el objetivo de alinearla con los desafíos y prioridades del plan estratégico *Power the Core*.

En su trayectoria profesional, destaca que estuvo más de una década en Metlife, ocupando los últimos 3 años la posición de directora de Recursos Humanos para España, Italia, Portugal y Chipre. Asimismo, ha ocupado cargos de responsabilidad en empresas como Holmen Paper o Avon. Licenciada en Psicología por la Universidad Complutense de Madrid y especializada en Psicología Industrial por la Uned, cuenta con un máster en Recursos Humanos y Organización por Esic Business & Marketing School. Carolina Carretero, hasta ahora Directora de Recursos Humanos y Comunicación Interna para España y Portugal, tras 27 años en la compañía y habiendo ocupado durante 23 años la posición de Directora de Marketing, Comunicación y Recursos Humanos, asumirá el rol de Directora de Ventas.





## Las primas medias de nueva emisión desaceleran su incremento a finales de 2024

El año 2024 ha presentado incrementos continuados en las primas medias de nueva emisión, aunque con una desaceleración durante el cuarto trimestre. Pero en este último periodo, la prima media de los seguros de Hogar ha experimentado un incremento superior al 11%, respecto al mismo periodo del año anterior. Mientras que Automóviles y Motos han aumentado su prima media un 9% y un 8%, respectivamente.

A nivel anual se registró un aumento por encima del 10%, lo que no frenó el crecimiento de las emisiones del multitarificador [Avant2](#), que finalizaron 2024 con un alza del 3% en comparación con el año anterior, alcanzando un nuevo récord histórico.

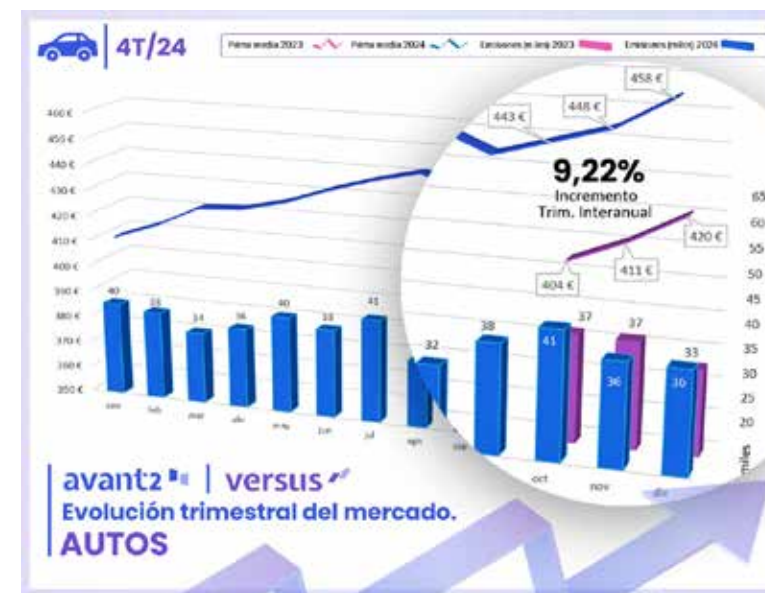
El cuarto trimestre de 2024 ha concluido con incrementos reseñables en la prima media de los tres productos (Autos, Hogar y Motos), que han mostrado un crecimiento por encima del 9%, el 11% y el 8%, respectivamente. Sin embargo, con respecto a la evolución de otros trimestres se observa una desaceleración del incremento de prima media en dos puntos porcentuales aproximadamente.

Por otro lado, los seguros de Hogar de nueva producción han registrado un aumento de prima media interanual que supera el 8% en diciembre de 2024.

Las tres modalidades evolucionan de forma similar. Alcanzando el 9% de crecimiento la 'Básica', seguida de cerca por la 'Premium' con un 8%, al igual que la 'Estándar' que llegó a una prima media de 272 euros.

Durante el mes de diciembre el ramo de Autos ha experimentado un crecimiento del 8% alcanzando su prima media un valor de 458 euros en las pólizas de nueva contratación, comparando con el mismo mes de 2023. Las modalidades de 'Todo riesgo con franquicia alta' y 'Todo riesgo sin franquicia' son las que mantienen la prima media más alta, llegando ambas a 803 euros. Nuevamente, la modalidad que mayor crecimiento ha experimentado es la 'Todo riesgo con franquicia media' que supera el 19% de subida.

En diciembre de 2024, la prima media interanual de los seguros de Moto de nue-



va producción experimentó un incremento del 9% en comparación con el mismo periodo de 2023. Entre las distintas modalidades, sobresale el crecimiento del 13% en la categoría de 'Terceros ampliados'. Por su parte, la modalidad 'Todo riesgo' alcanzó los 723 euros.

La emisión los de seguros de Decesos de nueva producción experimentó en este último mes de 2024 un descenso de un -3%.

En el ramo de Salud el valor de la prima media de nueva producción ha alcanzado los 1.202 euros durante el mes de diciembre de 2024, lo que refleja una continuidad respecto al mismo mes del año anterior.



## Aura Seguros celebra su Convención de Ventas 2025

Aura Seguros ha reunido a todos sus responsables comerciales en la Convención de Ventas. Una oportunidad para reflexionar sobre los logros del año pasado y un espacio para compartir aprendizajes, alinear estrategias y, sobre todo, fortalecer el trabajo en equipo.

En ella se ha realizado un análisis de los resultados de 2024 y se han presentado los objetivos, estrategias y proyectos para este 2025, un año lleno de retos y en el cual se va a consolidar el Plan Estratégico presentado en la edición pasada.

## Santalucía plantea los retos de su plan estratégico en su convención comercial

Santalucía ha celebrado su convención comercial anual enfocada en la consecución de los objetivos de su Plan Estratégico 100+ para 2024. Allí se abordaron los retos y desafíos previstos para el inicio del nuevo ciclo 2025-2028. Este año estará enfocado en el lanzamiento del nuevo plan estratégico centrado en el crecimiento de las principales áreas de negocio, el impulso de la digitalización, la gestión avanzada del dato y la búsqueda de soluciones frente a los retos demográficos y climáticos.

Para 2025, el objetivo principal es impulsar el crecimiento neto positivo enfocándose en la captación de nuevos clientes gracias a la renovación de su propuesta de valor *core*, la ampliación de la oferta familiar y la diversificación de la distribución. Todo ello acompañado de una renovación tecnológica, impulso de la digitalización y fortalecimiento de la imagen y posicionamiento de marca para ser diferenciales.

Por otro lado, el Instituto Santalucía ha presentado su nueva revisión de su 'Pensiómetro: El Barómetro de las Pensiones'. Correspondiente al cuarto trimestre de 2024, un informe que sirve como base para aproximar el comportamiento del modelo de pensiones español en 2025.

El coste de la revalorización de las pensiones para 2025 se estima en 6.703,6 millones de euros. En el global de todas las pensiones, la revalorización media ponderada es del 3,34%, lo que eleva el coste por punto de revalorización a 2.006,7 millones de euros. Así, el gasto en pensiones públicas estimado en 2025 casi alcanza los 216.000 millones de euros, lo que equivale a un 12,9% del PIB, si se aplica un crecimiento nominal del PIB del 5,5% en 2025.







## Agroseguro realiza un nuevo abono por los daños de la dana

**Agroseguro** ha realizado un nuevo pago de indemnizaciones a agricultores afectados por la dana ocurrida a finales de octubre, por importe de 2,8 millones de euros. La mayor parte de estas indemnizaciones (2,4 millones) corresponden a productores de la provincia de Valencia, que fue la más afectada. En total, la comunidad autónoma ya ha recibido 32,9 millones de euros.

La mayor parte de los pagos de primeros de año se realizaron a productores de cítricos, aunque también se han abonado indemnizaciones por daños en caqui y planta ornamental de la provincia de Valencia, así como en hortalizas bajo cubierta en Almería.

Aunque se siguen recibiendo siniestros, es ya de una manera muy puntual. Se ha recibido comunicación de casi 24.900 hectáreas siniestradas de algo más de 43.100 parcelas agrícolas.

En otro orden de cosas, Agroseguro ha comunicado el abono de 36 millones de euros en indemnizaciones por los siniestros registrados en cultivos y cabañas ganaderas. Se trata de los primeros pagos realizados en 2025 y pertenecen a siniestros registrados en la última campaña.

De la rama agrícola, la mayor cuantía pertenece al seguro de

olivar, que suma 9,6 millones en indemnizaciones, principalmente por siniestros causados por la helada y el mal cuajado, la falta de precipitaciones y las tormentas de pedrisco. De ese total, 6,9 millones corresponde a olivareros de Andalucía.

Además, Agroseguro ha abonado en las dos primeras semanas del año 3,2 millones de euros por siniestros en producciones de cítricos y otro tanto por los daños en la campaña de uva de mesa a causa de las tormentas de lluvia. En ambos casos, los pagos han ido a la Región de Murcia y la Comunidad Valenciana.

El resto, hasta completar el total, corresponde a siniestros registrados en una veintena de líneas agrícolas, así como 14,3 millones de euros en indemnizaciones procedentes del conjunto de los seguros pecuarios.

Por otra parte, ha señalado que los fuertes vientos cálidos registrados durante el mes de diciembre en las islas Canarias han provocado daños cercanos a 10 millones de euros. En total, la superficie siniestrada se eleva hasta casi las 3.000 hectáreas y 9.000 parcelas aseguradas, principalmente en explotaciones de plátano. También ha habido siniestros puntuales en explotaciones de cultivos tropicales y subtropicales, planta ornamental y hortalizas.

Por otro lado, Agroseguro ha celebrado en Lleida, La Rioja, Navarra y Zaragoza, sendas jornadas de divulgación sobre el seguro de frutales, que mantiene el tratamiento individualizado para aquellos asegurados que presentan reiterada y alta siniestralidad, al objeto de evitar perjuicios al conjunto de productores.

Por último, señalar que el 15 de enero se abrió el periodo de suscripción del seguro de caqui para la campaña 2025. Este seguro cubre los daños que ocasionan los riesgos de helada, pedrisco, fauna silvestre, incendio, inundación-lluvia torrencial, lluvia persistente, viento y resto de adversidades climáticas, y permite al productor escoger entre 3 opciones de aseguramiento para adaptar el seguro a las necesidades de cobertura de su explotación.

## Iris Global incide en la importancia de estar protegido cuando se viaja a destinos exóticos

Para **Iris Global** conocer las últimas novedades turísticas en Fitur fue fundamental, ya que refuerza su posición como referente en soluciones de seguros de Viaje, gracias a su compromiso con la seguridad, la innovación y la personalización de productos diseñados para viajeros de todo el mundo.

La aseguradora destaca la importancia de contar con coberturas especializadas para destinos exóticos, donde la diversidad de actividades y entornos requiere soluciones específicas. Viajar al extranjero puede implicar desafíos inesperados, especialmente en destinos con sistemas de salud diferentes al propio.

Iris Global entiende que cada viajero es único, por lo que ofrece la posibilidad de personalizar las coberturas según las necesidades y prioridades de cada cliente.



## CGPA destaca su crecimiento a doble dígito en España en su Team Meeting Internacional 2025

**CGPA Europe** celebró su Team Meeting 2025 en donde se compartió el análisis de su expansión en Europa y revisó su estrategia global para los próximos años, con aspectos fundamentales como la evolución del negocio y la siniestralidad.

En él se señaló que, en 2024, los mercados de España y Alemania han obtenido un gran incremento de negocio a doble dígito. Este hito, que ya se había logrado en 2023, se ha consolidado en el pasado ejercicio y las previsiones de ambos mercados sostienen el mantenimiento de este crecimiento en los próximos dos ejercicios: 2025 y 2026.

En otro orden de cosas, junto con **Instituto e-Learning del Seguros (IES)** ha lanzado la píldora online 'Estrategias para mitigar el impacto de las reclamaciones en la actividad del corredor de seguros' y que se integra dentro del 'Canal Miscellaneous, un canal donde se van

incorporando cursos de diferentes temáticas y productos aseguradores para distribuidores de seguros.

Esta píldora formativa, que tiene un cómputo de dos horas de duración a efectos de formación continua, ofrece la oportunidad de conocer las mejores prácticas para prevenir errores en la actividad del corredor de seguros, las acciones recomendadas en caso de recibir una reclamación y las consecuencias de una comunicación incorrecta de siniestros.





## La plataforma para corredores de Hiscox registró su récord histórico de uso en 2024

La plataforma para corredores MyHiscox ha registrado en 2024 un récord histórico en su uso por parte de los corredores, con un nivel de satisfacción del 81%.

A lo largo del pasado año, **Hiscox** introdujo más de una decena de novedades en su plataforma como, por ejemplo, el lanzamiento del seguro paquetizado e integral 'Hiscox Business Protection', que reúne las coberturas de los seguros imprescindibles para pequeños negocios y autónomos: RC Profesional, RC General, D&O y Ciber. Además, mejoró las condiciones de 'Hiscox D&O', así como de las condiciones de la RC para profesionales TIC y de medios de comunicación. En paralelo, se introdujeron mejoras en el proceso de cotización. Todo ello derivó en un aumento superior al 40% en el volumen de cotizaciones en comparación a 2023.

En otro orden de cosas, el Informe de Ciberpreparación 2024, elaborado por Hiscox, señala que el 96% de las organizacio-

nes españolas ha sido víctima de un ciberataque en 2024.

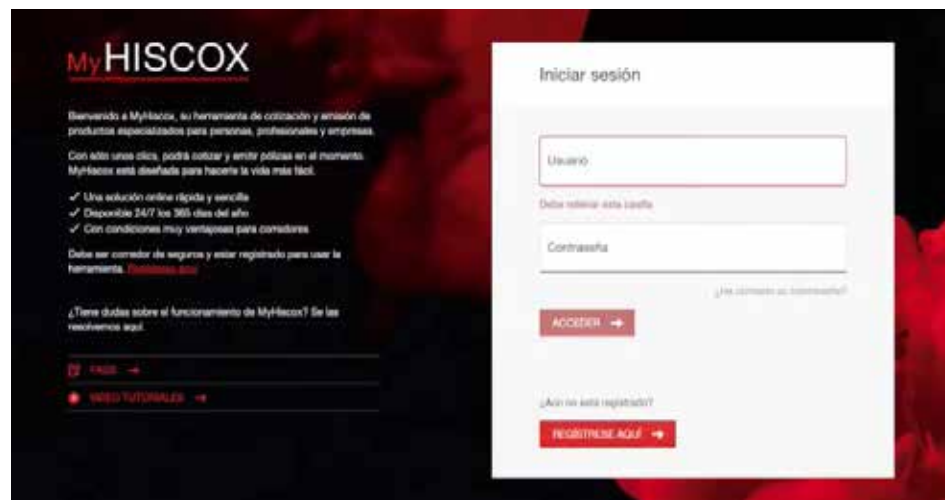
Para 2025, el principal desafío que mencionan las empresas encuestadas es la rápida evolución de las amenazas, con un 19%. A este le siguen la complejidad de las infraestructuras tecnológicas existentes (15%), el presupuesto limitado para inversiones en ciberseguridad (13%) y la falta de conciencia y comprensión sobre la importancia de la ciberseguridad entre los empleados (13%).

A su vez, otros desafíos de relevancia para las empresas españolas incluyen la escasez de profesionales capacitados en ciberseguridad (12%), la falta de conciencia y comprensión de los directivos de la junta directiva (10%), el apoyo inadecuado de la

alta dirección (9%) y la dificultad para encontrar profesionales autónomos en esta área (9%).

Por su parte, con respecto a los riesgos, destaca principalmente el aumento de los ataques cibernéticos, señalado por el 70% de las organizaciones encuestadas. De hecho, se observa un incremento en los ciberataques impulsados por la IA, así como los procedentes de terceros y proveedores, dando lugar a la necesidad de mejorar la protección de la cadena de suministro. A su vez, este riesgo está estrechamente relacionado con el creciente número de empleados que trabajan de forma remota (51%), generando así nuevas vulnerabilidades al acceso a sistemas y datos corporativos.

Por último, señalar que la inflación y la inestabilidad geopolítica son las principales preocupaciones para las pymes, tal y como se desprende del II Informe de Pymes y Autónomos de España de la aseguradora. Por su parte, los avances tecnológicos también son un factor de preocupación para el 63% de las pymes. En paralelo, y con respecto al cambio climático, un 59,8% de las empresas siente preocupación por sus efectos, especialmente en lo relativo al endurecimiento del marco regulatorio.



## La insurtech Stoik aterriza en España con su negocio de Ciberriesgos

La insurtech francesa **Stoik**, especializada en riesgos Cibernéticos para pequeñas y medianas empresas, ha anunciado su llegada a España como punto de partida para su plan de expansión por el sur de Europa.



El equipo local está liderado por Juan Ignacio Ramallo, directivo con más de 15 años de experiencia en el sector de los ciberseguros y que será el encargado del desarrollo de negocio en España, con oficinas en Madrid y Barcelona.

Stoik llega a España con una propuesta que combina una póliza de seguros contra riesgos cibernéticos con un avanzado software de ciberseguridad, equipo de respuesta y gestión ante incidentes interno, lo que permite una visión rápida de las posibles vulnerabilidades para garantizar una protección efectiva de las empresas en su operativa diaria.

A través de su plataforma integral de prevención activa “todo en uno” Stoik Protect -a la que tienen acceso gratuito todos los asegurados- diseñada para gestionar la exposición al riesgo cibernético de forma proactiva, y basada en tecnología de desarrollo interno al 100%, detecta vulnerabilidades y destaca las áreas de mejora gracias a un escáner externo continuado, simulaciones de phishing, y evaluaciones de configuraciones en la nube.

El seguro de Stoik cubre empresas de todos los sectores con una facturación de hasta 1.000 millones de euros y un límite de indemnización de 10 millones de euros, enfocándose en riesgos relacionados con la interrupción de la actividad.

La compañía distribuye sus productos a través de intermediarios y actualmente cuenta con más de 1.000 corredores activos en su plataforma.



## Clínicum comercializará los seguros de Asistencia en Viaje de Europ Assistance

**Clínicum** y **Europ Assistance** han firmado un acuerdo estratégico para que la primera distribuya seguros de Asistencia en Viaje de la segunda con condiciones preferentes, ampliando así su catálogo de productos.

Esta colaboración permitirá a los asegurados de Clínicum acceder a las prestaciones de los seguros de Viaje de Europ Assistance, complementando las garantías de asistencia ya incluidas en las pólizas actuales de Salud, Dental y Decesos.



## Avanza Previsión **aumenta un 31% el ahorro gestionado**

Según datos de **Icea**, **Avanza Previsión** ha experimentado un incremento del 31% en términos de ahorro gestionado hasta superar los 256 millones de euros. De esta forma, lidera el crecimiento del ramo Vida al ser la entidad que mayor incremento ha experimentado en este periodo.

En cuanto al volumen de primas ha logrado una subida del 1,2%. La entidad ha superado los 110 millones de euros en primas, consolidando su posición en un entorno de mercado complejo y competitivo.

Estos sólidos resultados de Avanza Previsión a cierre de 2024 contribuyen a consolidar a Grupo Mutualidad en el cuarto puesto del ranking como uno de los principales grupos aseguradores de la industria en España al incrementar en un 3,87% el volumen de ahorro gestionado hasta superar los 10.804 millones de euros. Así, Grupo Mutualidad continúa siendo líder entre los grupos aseguradores no vinculados a entidades bancarias.

En otro orden de cosas, **Mutualidad** y **Fundación Mutualidad** han puesto en marcha unas medidas de apoyo directo para quienes se han visto afectados por el impacto de la dana. Además, ya están disponibles las ayudas reembolsables sin intereses, en las que se han asignado 5 millones de euros para apoyar a los mutualistas cuya actividad profesional y económica se haya visto afectada por esta situación. Hasta 6.000 euros por mutualista y sin intereses (0%). Para solicitarla puede acceder al área privada de la web o app de Mutualidad.

Asimismo, la Fundación Mutualidad destina 1 millón de eu-



ros para cubrir las aportaciones de mutualistas alternativos con actividad profesional afectada (diciembre 2024 - febrero 2025); hasta 2.000 euros por mutualista para quienes hayan perdido bienes en sus despachos profesionales; ha habilitado un sistema de donación por Bizum (código 05333) para recaudar fondos destinados a la Cruz Roja Española; atención psicológica gratuita: Teléfono 900 494 279 (clave: Mutualidad) para brindar apoyo emocional a mutualista; línea telefónica de ayuda (900 101 177) para consultas y atención; y se permite rescatar anticipadamente aportaciones de planes profesionales (PPA, Plan Incrementa Autónomo, Sistema Profesional Complementario) entre el 13 de noviembre de 2024 y el 13 de mayo de 2025.



## El seguro de Crédito de Cesce para proteger el riesgo de impago de facturas **recibe solicitudes por valor de 10 millones**

Cesce celebra en 2025 el tercer aniversario de su producto 'Factura Segura Exprés'. Un seguro de Crédito 100% digital, con el respaldo del neobanco **Crealsa**, y que ha concedido a más de 500 empresas la protección frente al impago de facturas, dando respuesta favorable desde Cesce a solicitudes de cobertura para facturas que suman un valor total de 10 millones de euros.

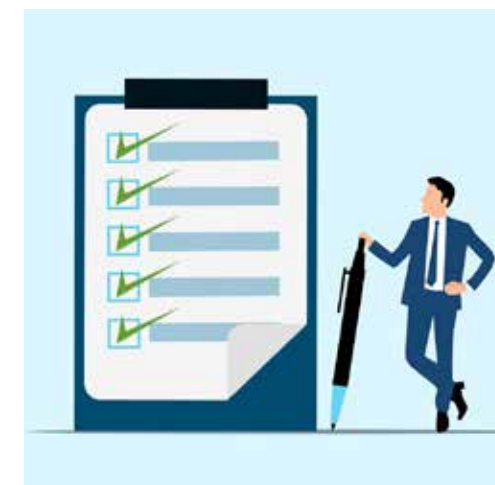
'Factura Segura Exprés' permite asegurar facturas individuales de forma rápida y online a través de la plataforma de financiación de Crealsa, con condiciones flexibles que incluyen una prima única, sin permanencia y cobertura de hasta el 90% del importe asegurado. Entre las condiciones para acceder al servicio se encuentran: facturas que no superen los 30.000 euros, un vencimiento mayor a 30 días desde la solicitud y un plazo de pago no superior a 180 días.

En otro orden de cosas, **HSBC UK** ha formalizado un préstamo de 66 millones de euros respaldado por Cesce, para apoyar a Bibby Marine, grupo marítimo con sede en Liverpool, a desarrollar un buque eléctrico de cero emisiones. El armador inglés firmó en noviembre de 2024 un contrato con el astillero español Astilleros Ría de Vigo (Grupo Armón) para la construcción de un buque de servicio para la operación de parques eólicos offshore propulsado por energía almacenada en baterías.

La Declaración Económica Contable (DEC) estrena modelos de formularios y nuevos requisitos de información. El 3 de febrero empezó el plazo de presentación que finalizará el último día de abril. Para solucionar dudas y ayudar a cumplimentar la nueva DEC, la Escuela de Negocios de Seguros **Cecas**, programó un webinar, certificable como formación continua, de una hora de duración, el lunes 27 de enero.

## Cecas explica las **novedades en los modelos DEC**

La sesión fue impartida por Xavier Membrive y Ramón Guinart, de la empresa MPM Software. Aunque el webinar estuvo abierto a toda la mediación colegiada, las modificaciones introducidas este año en la DEC sólo afectan a los mediadores registrados en la Dirección General de Seguros, no a los registrados en las comunidades autónomas que tienen esta competencia transferida.





## Caser reorganiza su organigrama con Juan Estallo al frente

Caser ha presentado su nuevo organigrama para avanzar en su plan estratégico. Esta etapa de transformación está liderada por Juan Estallo, el CEO de Helvetia en España, que desde principios de año es también CEO de Caser.

La aseguradora cuenta con un nuevo organigrama que, plantea una estructura funcional y que como principal novedad incorpora cuatro direcciones en el comité de dirección: Recursos Humanos; Riesgos; Estrategia, Transformación y Clientes (de nueva creación); y Tecnología, que, tras haber estado integrada en Finanzas, tendrá entidad propia. También se crea un área legal, que dará soporte al comité de dirección.

El grupo Helvetia, del que forma parte Caser, ha presentado en diciembre su nuevo plan estratégico, que se aplicará en ciclos trienales revisables durante los próximos diez

años. Los clientes particulares son protagonistas de este plan, que quiere convertir a Helvetia en un Local Customer Champion también en el mercado español. Como parte del segmento España, Caser también contribuirá en el segundo de los bloques estratégicos, ser un Global Specialist, aprovechando el modelo de negocio de Specialty Lines existente en el Grupo y ampliando la oferta a pymes.

El nuevo comité de dirección queda así: Juan Estallo, CEO de Caser; Alexandre Ramos (Tecnología y gestión del dato); Emilio Fernández (Recursos Humanos); Antonio López (Riesgos); y David Gómez (Estrategia, Transformación y Cliente). Se mantienen como estaba Finanzas, Negocios, Bancaseguros, Agentes y Corredores; Grandes Cuentas y Atención al Cliente; Saving & Investment Solutions, Seguros Generales y Servicios.

Además, Auditoría Interna dependerá del Consejo de Administración; y Legal, de nueva creación, dependerá del CEO.

En otro orden de cosas, **Caser Asesores Financieros** ha anunciado la incorporación de Álvaro Ochoa a su red de agentes financieros, siguiendo su objetivo de ampliar su presencia en la zona norte de España. Ochoa cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector bancario y financiero, y ha desarrollado una trayectoria en diversas y reconocidas entidades.



## MatErh refuerza sus áreas de Marine y Líneas Financieras con dos incorporaciones



**MatErh** ha nombrado a dos nuevos directores: Manuel Fernández para las áreas de negocio de Marine y Carlos Estades para Líneas Financieras, con la idea de desarrollar sectores estratégicos con un alto potencial de crecimiento.

La línea Marine, que engloba, entre otras, pólizas de Transportes, Responsabilidad Civil Marítima, Cascos & Maquinaria y P&I, estará dirigida por Manuel Fernández, quien se unió a MatErh en 2019 y que cuenta con una destacada trayectoria en el ámbito legal y los seguros especializados en el sector marítimo.

Por su parte, el área de Líneas Financieras estará liderada por Carlos Estades, quien aportará su experiencia en el diseño de soluciones aseguradoras adaptadas a las crecientes necesidades de la empresa en materias como D&O, Cyber, RC Profesional y Crime.

**Solunion** ha presentado su nuevo plan estratégico, que marcará el rumbo de la organización para el periodo 2025-2027.

## Solunion da a conocer su nuevo plan estratégico con la tecnología como eje



Su CEO, José Ramón Alegre, acompañado de los miembros del equipo de dirección corporativa, ha dado luz verde al inicio de un plan que persigue “transformar a Solunion en una compañía digital e innovadora, comprometida con proporcionar el mejor servicio a nuestros clientes y mediadores, y generar crecimiento rentable para nuestros accionistas”, tal y como se formula en su propósito.

El plan se articula en torno a seis pilares de acción: tecnología como valor estratégico, rentabilidad de la actividad comercial, consolidación del talento, gestión eficiente de los recursos financieros, evolución del modelo directo de Caucción y consolidación geográfica.

En otro orden de cosas, un análisis de la aseguradora indica que el sector del turismo en España mantendrá en 2025 la senda de crecimiento registrado en 2024. Los datos de Exceltur, señalan que el PIB turístico de 2024 se situó en 207.763 millones de euros nominales, lo que representa un incremento del 6,5% respecto a 2023. Una subida que, según las perspectivas de Solunion, se mantendrá en 2025.

“En general, consideramos que la desestacionalización continuará avanzando, con temporadas más largas, en un contexto en el que el descenso en los tipos de interés posibilita una financiación menos costosa tanto de las inversiones por parte de los operadores como del gasto y consumo de los propios turistas”, indica Ramón Aloguín, Coordinador del Equipo de Analistas Zona Este Solunion España.





## El CCS ha pagado más de 1.500 millones de euros de indemnización a los afectados de la dana

A las 19 horas del 30 de enero de 2025, el **Consortio de Compensación de Seguros (CCS)** ha comunicado que ya había pagado 1.543.531.635 euros que corresponde a 121.652 solicitudes de indemnización de las 239.128 recibidas.

Según clase de riesgo, el desglose de solicitudes de indemnización recibidas es el siguiente: Viviendas y comunidades de propietarios, 78.078 solicitudes; Automóviles, 140.240 solicitudes; Comercios, almacenes y otros riesgos, 14.875 solicitudes; Oficinas, 1.028 solicitudes; Riesgos industriales, 4.834 solicitudes; y Obras civiles, 73 solicitudes. 228.238 de estas solicitudes (el 95,4 % del total) se localizan en la provincia de Valencia.

Desde el CCS, se indica que “la cifra indicada de solicitudes presentadas incluye solicitudes duplicadas por lo que la cifra de solicitudes presentadas netas de duplicadas (solicitudes activas) es menor. Indicamos a quien haya presentado una solicitud de indemnización, que no es necesario que la vuelva a presentar para el mismo bien dañado”.

A las 19 horas del 30 de enero de 2025, el CCS ha pagado



121.652 indemnizaciones, por un importe acumulado de 1.543.531.635 euros, desglosados por clase de riesgo de la siguiente forma: Viviendas y comunidades de propietarios: 33.585 pagos por 467.249.499 euros; Automóviles, 81.173 pagos por 675.261.747 euros; Comercios, almacenes y otros riesgos, 5.248 pagos por 228.747.800 euros; Oficinas, 374 pagos por 9.236.257 euros; Riesgos industriales, 1.265 pagos por 159.478.112 euros; y Obras civiles, 7 pagos por 3.558.221 euros.

Al final de la nota de prensa que se encuentra en este enlace [https://www.conorseguros.es/documents/10184/121530/UNDECIMA\\_nota\\_informativa\\_DANA\\_Oct2024.pdf/30a79e5e-ccb2-d815-cab5-022ac70f55a3?t=1738327690329](https://www.conorseguros.es/documents/10184/121530/UNDECIMA_nota_informativa_DANA_Oct2024.pdf/30a79e5e-ccb2-d815-cab5-022ac70f55a3?t=1738327690329) se detallan los pagos por municipio en aquéllos que tienen más de 100 solicitudes de indemnización.



## Se produce un coste medio de **239 euros** por cada incidente cubierto por el seguro de mascotas

Los incidentes cubiertos por el seguro específico de Mascotas tienen un coste medio de 239 euros, según revela el informe 'El seguro de mascotas 2023-2024' elaborado por Estamos Seguros, la iniciativa de divulgación de la cultura aseguradora de **Unespa**.

La mayoría de los percances cubiertos por estos seguros, el 52% corresponde a prestaciones de responsabilidad civil por daños materiales, mientras que las prestaciones veterinarias constituyen otro 37,9% de las actuaciones. El 3,9% son siniestros derivados de daños personales causados por los animales a terceros, el 3% corresponde a la gestión del cadáver cuando perece la mascota y, el 3,2% restante, a otras prestaciones cubiertas.

El coste medio de los siniestros varía dependiendo del tipo

de percance. Los más caros son los daños causados por los animales a otras personas, con un coste medio de 688 euros por incidente, un importe que en los casos más graves se eleva hasta rondar los 1.000 euros. Por su parte, los daños materiales a terceros suponen un coste medio de 288 euros. El coste promedio de los gastos veterinarios se sitúa en 203 euros, mientras que la retirada del cadáver en caso de fallecimiento del animal genera un coste medio de 269 euros por percance.

La XXXVII edición del Ranking de presencia en internet de aseguradoras elaborado por **Innovación Aseguradora** correspondiente al segundo semestre de 2024 mantiene el liderato de Arag con una puntuación total de 86,2%. Generali sigue ocupando la segunda posición con 83,26%, seguida muy de cerca por Mapfre que escala 3 posiciones desde la edición anterior.

## Arag, entidad mejor posicionada en Internet

Fuera de las primeras posiciones la aseguradora que más ha aumentado su puntuación es Surne con un incremento de 22,5 puntos. Por el contrario, las aseguradoras que más posiciones han perdido son NorteHispana, Agrupación Atlantis y MetLife. A nivel general, 36 aseguradoras han aumentado su valoración, 27 la han disminuido y 8 se mantienen igual. Mutua Madrileña continúa liderando el ranking de la mejor web, y en segunda posición empatan Santalucía y Mapfre.

En cuanto a los blogs, el de Mutua de Propietarios sigue siendo el mejor con un pleno del 100% en los criterios evaluados. Fiatc ocupa la segunda posición y la tercera Mapfre, haciendo que desciendan en la tabla Seguros RGA y MMT.





## Mario Anero, nuevo director de Siniestros de Allianz

La estructura de Operaciones de Allianz cuenta, desde enero, con Mario Anero como director de Siniestros, tras una trayectoria enfocada a la mejora del servicio en su anterior rol como director de Siniestros Diversos & Vida, responsabilidad que venía desarrollando durante los últimos dos años.

Anero es ingeniero de materiales por la Universidad Autónoma de Barcelona y complementó sus estudios con un Master en prevención de riesgos. Hace 25 años comenzó su carrera profesional en el campo de la ingeniería de riesgos y la peritación de siniestros en Catalana Occidente. Antes de incorporarse a Allianz en 2022, durante 14 años lideró equipos de tramitación de siniestros en el Grupo Zurich, incluyendo 5 años de experiencia internacional.

Por otra parte, Allianz incorpora a la estructura comercial de la compañía a Laura Pellicer como directora comercial de la



zona Levante. Licenciada en Derecho, trabajó en Allianz hasta 2019 donde consolidó una sólida trayectoria profesional como Asesora Comercial, Especialista de Vida y directora de Sucursal. En su última experiencia, fue directora de la Zona Levante en Zurich.

Las Direcciones Comerciales de la compañía en 2025 son: DC Cataluña y Baleares, liderada por Silvia Nogués; DC Levante, liderada por Laura Pellicer; DC Centro, liderada por Patricia Hernández; DC Sur, liderada por Francisco Martínez de Velasco; DC Norte, liderada por Carmen Álvarez; y DC Noroeste, liderada por Alejandro Golán. Además, Iván Pérez asumirá el liderazgo de la Delegación de Levante.

En otro orden de cosas, la asegurado-

ra congregó en Madrid a más de 1.000 colaboradores en tres eventos estratégicos que configuran el lanzamiento de su estrategia comercial para 2025. Estos eventos sirvieron de marco para hacer balance de los logros del pasado ejercicio y fijar las ambiciones de 2025, bajo el lema: 'Somos Allianz, somos futuro'.

Por otra parte, a lo largo de las jornadas, diferentes miembros del equipo ejecutivo y comercial tuvieron la oportunidad de compartir con los asistentes las nuevas iniciativas y herramientas disponibles para 2025 y agradecer a los equipos su compromiso, profesionalidad y entrega a la hora de contribuir a la consecución de la ambición de Allianz Seguros de convertirse en la compañía de referencia para todos, #4all.



## Asase incorpora a DAC Beachcroft como nuevo partner legal

La Asociación Española de Agencias de Suscripción Española (**Asase**) ha incorporado como partner legal al despacho DAC Beachcroft.

DAC Beachcroft, llega para ampliar la representación legal de Asase como el quinto despacho de abogados que se incorpora como partner estratégico dentro de la asociación, contribuirá a dar soporte legal a los miembros de Asase, este despacho, con más de 35 años de presencia en España, ha sido testigo directo de la evolución de las agencias de suscripción, con su cercanía con los sindicatos de Lloyd's y aseguradoras que confiaron en agencias de suscripción para desarrollar nuevos productos.

En otro orden de cosas, la asociación ha incorporado a Asurances Moto Verte (**ASSU**) como nueva socia, alcanzando así a 29 agencias de suscripción. La nueva agencia de suscripción socia, destaca principalmente por sus productos dentro de los ramos de Moto y Auto. Tiene más de 15 años de experiencia y forma parte del grupo Filhet-Allard.

Por último, señalar que Asase ha publicado un nuevo podcast donde incluye un fragmento de su ponencia más importante que tuvo lugar el pasado 24 de octubre en su Primer Congreso de Agencias de Suscripción de Asase llamado 'El Camino de las Agencias de Suscripción: Pasado, Presente y Futuro'. En él se habla de retos, oportunidades y nuevas tendencias que están llevando a cambiar el panorama de las agencias de suscripción.



**Cigna Healthcare** ha mejorado este año sus coberturas médicas poniendo el foco en integrar nuevas tecnologías y tratamientos innovadores en

áreas como traumatología, cardiología y oncología, además de reforzar el cuidado en ámbitos más especializados como la maternidad.

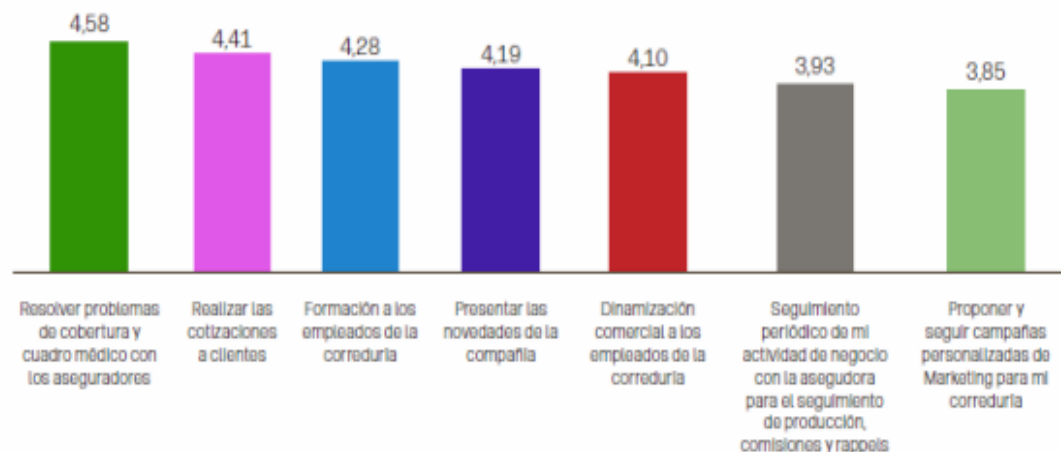
## Cigna pone el foco en la incorporación de nuevas tecnologías y tratamientos de vanguardia

Para los pacientes oncológicos que han recibido radioterapia y presentan efectos secundarios, como daños en tejidos blandos o huesos, se incorpora el tratamiento en cámara hiperbárica. Una solución innovadora que ayuda a la regeneración de tejidos, disminución de la inflamación y alivio del dolor en las zonas afectadas. Además, en las enfermedades cardiovasculares se amplía la cobertura de PET-TAC, un procedimiento de imagen avanzado para valorar la viabilidad del tejido cardíaco.

Por otro lado, también destaca la cirugía robótica traumatólogica (Mako y Rosa) para la artroplastia de cadera o rodilla en pacientes con artrosis avanzada. Con esta tecnología, se proporciona mayor precisión al cirujano, mayor preservación ósea y menor daño en partes blandas, lo que reduce el tiempo de recuperación y mejora los resultados quirúrgicos. Asimismo, en el área de maternidad, amplía la cobertura del test de cribado prenatal no invasivo, para el diagnóstico de posibles alteraciones cromosómicas.



## ¿Cómo de importante es para ti que las aseguradora te de soporte en...?



Además, es muy valorado por los mediadores que las aseguradoras den soporte en la realización de cotizaciones (4,41 puntos), al igual que la formación a los empleados de la correduría, que obtiene una puntuación de 4,28 puntos.

En cuanto a la relación comercial con la aseguradora, los mediadores priorizan las comisiones por póliza según acuerdo anual (4,54 puntos), seguido de las comisiones globales por ventas durante el año (4,35 puntos) y las campañas de marketing personalizadas, con 3,8 puntos.

En contraposición, uno de los elementos que tienen una valoración un poco más limitada serían la celebración de eventos y convenciones a los que pueden acudir, registrando un total de 3,19 puntos sobre cinco.

En paralelo, si ahondamos en las opciones de producto que

## En su trato con las aseguradoras, los mediadores priorizan el apoyo en la resolución de problemas

Considerando la variedad de apoyos que las aseguradoras brindan a los mediadores para el desempeño de su profesión, la resolución de problemas de cobertura de seguros y las dudas relacionadas con el cuadro médico se posicionan como prioritarias. Este factor obtiene una valoración de 4,58 puntos sobre 5, según el 'II Informe del Mediador de Seguros en España: perspectivas, digitalización y retos', elaborado por [Aegon](#).

espera la red mediada por parte de las aseguradoras, un 60,7% asegura poder acceder a una amplia gama con opciones de personalización. En este sentido, incluso en el 15,5% de las corredurías que esperan recibir ofertas sólo de una gama reducida de productos indica la relevancia de que esta se encuentre adaptada a las necesidades y preferencias de los clientes finales.

Así, cuando se les pregunta acerca del elemento más significativo respecto al producto, el 50% asegura que la personalización. En esta línea, los mediadores aseguran que esta debe pasar, en primer lugar, por adaptar las pólizas a su propia cartera de clientes y a las características de la zona en la que operan. Por otro lado, el otro 50% restante se reparte entre la variedad de seguros (22,6%), el precio (12,3%) y servicios adicionales, con un porcentaje del 10,3%.

Bajo el lema 'Un futuro muy presente', AXA España reunió a más de 400 personas de todos los equipos comerciales y de los servicios centrales en la Convención Nacional de los Territorios celebrada en Toledo con la mirada puesta en un ejercicio centrado en "el crecimiento, la rentabilidad y mayor atracción de clientes", según palabras de su directora de Distribución, Ventas y Organización Territorial, Mar Romero.

## AXA reúne a su equipo comercial en su Convención Nacional de los Territorios

La convención, que contó con la participación de todos los miembros del comité ejecutivo, repasó las principales novedades para 2025 en el que el servicio y la tecnología llevarán a la compañía a perfeccionar la calidad del servicio y el conocimiento del cliente. "Estamos haciendo lo que decimos que vamos a hacer y eso nos da credibilidad", apuntaba Olga Sánchez, consejera delegada de AXA España, quien aprovechó la ocasión para agradecer el esfuerzo realizado en los últimos meses a los equipos comerciales.

Durante la reunión, se realizaron varios reconocimientos tanto a los equipos comerciales por los resultados obtenidos como a cada una de las personas que han formado parte del dispositivo especial implementado por la compañía para paliar los efectos de la dana de Valencia / Albacete del pasado mes de octubre. Sánchez dijo que "acompañaremos a todos y cada uno de los clientes hasta que tengan lo que les corresponde".



## Sanitas abre un nuevo centro médico en Bilbao

Sanitas ha ampliado su oferta asistencial en Euskadi al abrir un nuevo centro médico en Bilbao, que se convierte en el número 26 de en toda la geografía española.

El centro dispone de más de 25 especialidades médicas y quirúrgicas, salas de diagnóstico específicas para cardiología, oftalmología, audiometría y monitores. Además, cuenta con área de análisis clínicos, acceso a las pruebas más habituales y unidad de diagnóstico por imagen, dotada de resonancia magnética nuclear, mamógrafo, ecógrafo y radiografía convencional de última generación. Por otro lado, cuenta con un bloque quirúrgico compuesto por una unidad de cirugía mayor ambulatoria (CMA), sala de endoscopias y sala técnica. Las previsiones son atender a unos 500 pacientes al día.

Además, las nuevas instalaciones médicas de Sanitas van a incorporar un Centro de Rehabilitación Avanzada (CRA), donde se realizarán tratamientos de vanguardia en áreas clave como fisioterapia, podología y medicina rehabilitadora.





**Crédito y Caución** ha lanzado un nuevo servicio de firma digital que simplifica y agiliza el proceso de firma de documentos por parte de sus asegurados. Este sistema elimina la necesidad de contar con certificados digitales o la instalación de software.

## Crédito y Caución agiliza la **firma digital** a sus **asegurados**

El proceso es completamente seguro, inmediato, evita desplazamientos y ahorra papel, al tiempo que potencia las tecnologías respetuosas con el planeta. Su activación puede realizarse a través de 'CyCred', la interfaz de Crédito y Caución que integra en una sola plataforma todas las herramientas de gestión del riesgo y prospección comercial. Solo requiere por parte de las empresas aseguradas el alta de las personas de sus equipos con capacidad de firma, que quedarán identificadas por su email y teléfono móvil.

Para proceder a la rúbrica electrónica de documentos pendientes, basta con seleccionar en 'CyCred' a una de las personas previamente autorizadas. Esta recibirá en su email un mensaje con un link de acceso a la plataforma de firma del documento. Como medida de seguridad adicional, el sistema le solicitará durante el proceso un código alfanumérico de un solo uso que le será remitido por SMS al móvil.

Crédito y Caución introdujo en 2020 la firma de documentos con certificado digital. Aquellos asegurados que lo deseen, podrán mantener este sistema de firma.

En otro orden de cosas, la aseguradora estuvo presente en Fitur, con el ánimo de apoyar a sus asegurados a sacar el máximo partido a su asistencia y darles el soporte que necesiten en el análisis de sus potenciales clientes.



## Fidelidade y Daxel se unen a la **plataforma de IMeureka**

**IMeureka** ha incorporado a la aseguradora **Fidelidade** y a la agencia de suscripción **Daxel** a su plataforma. Con esta integración, ambas empresas ponen a disposición de los corredores que forman parte de **IMeureka** una completa oferta de soluciones aseguradoras, impulsando así la mejora en la oferta de productos que conforman este marketplace.

**IMeureka** se consolida como un puente entre las corredurías y las principales aseguradoras del mercado, facilitando el acceso a productos y servicios que optimizan la experiencia del cliente final y promueven el crecimiento de los mediadores.

Por su parte, **Daxel** es una agencia de suscripción por cuenta de Lloyd's Insurance Company, S.A. que ofrece una gama de seguros especializados y diseñados a medida para dar las mejores soluciones a sus clientes, los corredores de seguros.





## Meridiano Seguros incorpora nuevas garantías de defensa del menor, borrado digital y asistencia a personas

**Meridiano Seguros** comienza el año estrenando tres nuevas garantías especializadas en la protección y defensa del menor, el borrado digital y la asistencia a personas.

Con 'Defensa al menor', se pone el foco en la protección ante situaciones de bullying, cyberbullying, grooming y acoso escolar. Con 'Borrado digital', hay una protección de la privacidad del fallecido, así como la prevención ante fraudes o la eliminación de información no deseada. En 'Asistencia oro' hay un enfoque prestacional con las siguientes garantías: Servicio de Orientación y Atención Personal Integral junto con un Servicio de Tramitación de Ayudas a la Dependencia.

## Crouco promociona a Esther Aguilera al frente de Siniestros

La agencia de suscripción **Crouco** ha promocionado a Esther Aguilera como nueva responsable del área de Siniestros.

Aguilera llega a esta posición con una amplia experiencia en el sector y su capacidad para liderar equipos y aportar soluciones ágiles y efectivas será fundamental en esta nueva etapa.



## Jubilame crea un evolutivo para incorporar fondos de inversión a su modelo de venta Phigital

**Jubilame** mejora su capacidad tecnológica con el fin de atender la creciente demanda del sector financiero – asegurador. Bancos, gestoras y aseguradoras pueden realizar acciones de marketing y ventas de fondos de inversión a través de [www.jubilame.com](http://www.jubilame.com) o sus propias marcas blancas.

Los fondos de inversión y planes de pensiones de Anta AM, Cobas AM, Dunas Capital e Indexa Capital se podrán contratar directamente desde la plataforma.

Durante el primer trimestre de 2025, Jubilame continuará mejorando su plataforma, albergando un creciente rango de productos de Vida e inversión, respetando siempre sus principios de diseño.





**QBE Insurance** ha presentado 'QCyberProtect', una póliza cibernética que proporciona una cobertura a medida para las pérdidas derivadas de los riesgos cibernéticos actuales y emergentes, incluyendo, pero no limitado a, la seguridad de la red, la responsabilidad de privacidad, las interrupciones de negocio por problemas informáticos como por otros factores no tecnológicos y la pérdida de reputación.

## QBE Insurance lanza un seguro para proteger frente a las pérdidas por riesgos cibernéticos

'QCyberProtect' ofrece seguros cibernéticos para una amplia gama de organizaciones, desde empresas medianas que dependen de departamentos de IT totalmente subcontratados, hasta corporaciones globales con complejos sistemas de IT a gran escala.

Junto con su cobertura global de seguro cibernético, QBE está implementando 'QCyberPrepare', una sala online segura desde donde los clientes pueden ejecutar su plan de respuesta a incidentes en una plataforma de confianza con mensajería segura.



## Bernardo Alpalhão se sitúa al frente de la agencia de suscripción Hispania

La agencia de suscripción **Hispania** ha anunciado la promoción de Bernardo Alpalhão al puesto de Head of Hispania, a nivel global. Será responsable de liderar las operaciones estratégicas, fortalecer las relaciones con los diferentes actores del mercado, así como la gestión del portafolio de productos y supervisión de los procesos de la compañía.

Con una destacada trayectoria en el sector asegurador, los dos últimos años ha ejercido como director de Líneas Financieras de Hispania. Es licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Católica Portuguesa de Lisboa y Máster en Finanzas por la Universidad de Barcelona.

En España, Alejandro Fraile, hasta ahora Global Commercial Manager, asume también el liderazgo del equipo local de Hispania, como Country Manager de España, desempeñando un papel esencial en la coordinación de las operaciones y en la alineación de la estrategia local con los objetivos globales de Hispania.

Además de Alpalhão y Fraile, el Comité Ejecutivo de Hispania estará formado por Alfredo Martínez (Country Manager de Portugal y Delegated Authorities & Facilities Manager) y Alex Ramírez (Open Market & Reinsurance Manager).





## MPM Software obtiene un certificado de conformidad de cumplimiento de la Dora

La empresa tecnológica **MPM Software** anuncia que ha obtenido un certificado que acredita la conformidad de cumplimiento de la Ley de Resiliencia Operacional Digital (Dora), un reglamento de la Unión Europea que establece un marco robusto para la gestión de los riesgos tecnológicos en el sector financiero.

Dora busca asegurar que las entidades financieras y sus proveedores de servicios tecnológicos críticos puedan gestionar adecuadamente los riesgos derivados de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Con este cumplimiento, MPM Software refuerza su compromiso con la innovación y la seguridad digital, ofreciendo a sus clientes la confianza necesaria para operar en un entorno regulado y cada vez más dependiente de la tecnología.

En otro orden de cosas, la tecnológica ha anunciado el nombramiento de Sergi García como nuevo Marketing Manager. Su principal objetivo será fortalecer la estrategia de marketing y comunicación de la compañía.

Con más de cinco años de experiencia en la compañía y una trayectoria profesional de más de diecisiete años en marketing y comunicación, asume esta nueva responsabilidad tras desempeñar el rol de Sales Marketing Manager en los últimos años.

## Gustavo Casino se sitúa al frente de Active Seguros

**Active Seguros** ha anunciado el nombramiento de Gustavo Casino, que era adjunto a la Dirección General, como nuevo director general, quien ha asumido el cargo desde el 1 de enero de 2025 tras la jubilación de Juan Carlos Sancho.

Casino lleva formando parte de la aseguradora durante años, demostrando su compromiso con los valores y visión de la compañía. Su trayectoria y su capacidad de liderazgo serán esenciales para afrontar los nuevos retos y oportunidades que se presenten en el futuro.

En otro orden de cosas, la compañía ha comunicado el nombramiento de Fernando Igualada como nuevo director comercial, cargo que asumió oficialmente desde el 1 de enero de 2025.

Igualada, que ha sido delegado comercial de Zona Este durante años, una



zona de gran relevancia comercial para Active Seguros, aporta a su nuevo cargo la experiencia en la gestión comercial de la compañía y un enfoque estratégico orientado a resultados.



## MGS Seguros da a conocer sus ejes de actuación 2025

MGS Seguros ha celebrado su encuentro anual, en el que ha compartido el balance de los resultados del primer año de su Plan Estratégico 2024-2027 y sus ejes de actuación 2025.

‘Seguimos nuestro proyecto’, fue el lema del encuentro que permitió a Juan Ignacio Querol, vicepresidente Ejecutivo y director general, repasar los retos conseguidos y establecer los nuevos objetivos, alineados con los pilares del modelo de negocio de MGS: crecimiento sostenido y equilibrado, evolución de la red de agentes profesionales y aprovechamiento de las oportunidades de mejora de la productividad que ofrece la transformación digital.

## Alfredo Arbeloa, nuevo presidente de Agropelayo

El Consejo de Administración de **Agropelayo** ha nombrado, a Alfredo Arbeloa como nuevo presidente de la entidad.

Arbeloa, que ya formaba parte del Consejo de Administración y presidía la Comisión de Auditoría, sustituye en el cargo a Álvaro Nogués, el cual falleció a finales del mes de noviembre de manera inesperada.

El Consejo de Agropelayo también ha nombrado a Margarita Cruz como consejera independiente, en sustitución de Julián López Zaballos, y presidenta de la Comisión de Auditoría, a la que se incorpora también Ramón Augé.

Por último, se ha nombrado a Rafael Sarrión, director general de Agropelayo, como representante de la entidad en el Consejo de Administración de Agrosseguro.



## Los mediadores distribuyen el 67% de las primas y el 60% de las pólizas de Multirriesgos



El 67,3% de las primas y el 59,8% de las pólizas de Multirriesgos a septiembre de 2024 se distribuyeron a través de agentes y corredores, según **Icea**.

Dentro de los seguros de No Vida, Multirriesgo ocupa una vez más el cuarto lugar del ranking, en esta ocasión con una cuota del 21,2%, siendo agentes y corredores el principal canal de distribución, con más de dos terceras partes sobre el total emitido.

## Una de cada tres aseguradoras tiene implantados proyectos de inteligencia artificial

Según datos de **Icea**, un tercio de las aseguradoras ya tiene implantados proyectos de inteligencia artificial (IA). La falta de personal especializado y los problemas con los datos continúan siendo los principales problemas relacionados con la IA.

El ramo de Autos es el producto donde más dirigen las compañías los proyectos de IA. En cuanto al liderazgo de los proyectos, están dirigidos en su gran mayoría, por los departamentos de TI y Data Analytics.

Los proyectos de IA se están focalizando en facetas relacionadas con el cliente, con el fin de conocerle más a fondo e intentar mejorar su fidelización a la marca, reduciendo tanto el riesgo de fuga como el fraude.



**Arag** ha analizado las consultas recibidas por sus abogados a lo largo de 2024 y se mantiene la tendencia observada en los últimos cinco años, con las principales inquietudes centradas en las áreas de arrendamiento, laboral, consumo y comunidad de propietarios.

## El incremento del IPC en los alquileres y los pedidos online, principales preocupaciones legales en 2024

El análisis revela que el 17% de las consultas anuales estuvieron relacionadas con arrendamientos. Las principales inquietudes de los ciudadanos se centraron en el incremento del IPC en la renta del alquiler, los impagos de alquiler, la recuperación de la vivienda alquilada y la responsabilidad de las reparaciones en la vivienda.

En el segundo, tercer y cuarto puesto del ranking se encuentran los temas de laboral y seguridad social, que representan el 13% de las consultas; los relacionados con consumo, con casi un 12%; y las consultas sobre la comunidad de propietarios, que constituyen un 10%.

Las consultas laborales más comunes incluyen la incapacidad temporal y permanente, la impugnación de altas médicas, las extinciones de contrato, especialmente despidos, y los permisos laborales, con un enfoque particular en el permiso por hospitalización de familiares.

En el ámbito del consumo, el análisis de Arag revela que sus clientes enfrentan principalmente problemas relacionados con cláusulas abusivas en hipotecas, compañías eléctricas, la compra de vehículos de segunda mano y compras online (productos que no llegan o no corresponden con lo solicitado).

En cuanto a las comunidades de propietarios, los temas más recurrentes incluyen la instalación de ascensores, las reclamaciones a vecinos morosos, las quejas sobre la actuación de los administradores, la impugnación de acuerdos comunitarios y las obligaciones de los locales de contribuir con los gastos comunitarios.



## El seguro de incendios, a debate en las primeras Charlas Legales 2025 de Fundación Inade

La primera sesión de las Charlas Legales de 2025, organizadas por **Fundación Inade** abordó el seguro de incendios desde la perspectiva de los artículos 45, 46, 47 y 48 de la Ley de Contrato de Seguro (LCS).

La sesión contó con la participación de Antonio Belda, director ejecutivo de Servicios Profesionales Claims de Aon, que analizó la definición de incendio según la LCS y cómo se aplica.

En este sentido, se destacó la importancia de identificar claramente los bienes asegurados en la póliza, especificando que,

mediante pactos expresos, pueden incluirse objetos de alto valor o bienes de terceros que se encuentren en el recinto asegurado.

Otro punto tratado fue la localización del riesgo. Se subrayó que, si los bienes asegurados se trasladan fuera del lugar indicado en la póliza, es imprescindible comunicarlo al asegurador para garantizar la cobertura. Esta notificación debe realizarse por escrito y seguir los plazos establecidos, recomendándose la emisión de un suplemento que formalice la nueva situación del riesgo. También se repasaron las causas incluidas y excluidas en la cobertura de incendios, destacando que “se protegen daños originados por casos fortuitos, fuerza mayor, malquerencia de extraños o negligencia del asegurado”, pero no los derivados de dolo o culpa grave por parte de este último.

Se enfatizó la necesidad de asesorar correctamente a los clientes para evitar problemas en caso de siniestro, especialmente en situaciones particulares como el alquiler de bienes. Además, se recordó la importancia del cuestionario y la suma asegurada como herramientas fundamentales para garantizar una correcta transferencia del riesgo.

La presidenta del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Eloísa del Pino; el director general de la Fundación General CSIC (FGCSIC), Ramón Torrecillas; y la presidenta de **Unespa**, Mirenchu del Valle, han firmado un acuerdo por el que 99 aseguradoras han donado 297.000 euros para financiar la CSIC-Unespa Antarctic Expedition.

## Unespa financia con casi 300.000 euros una expedición del CSIC para monitorizar el virus de la gripe aviar

Esta expedición científica liderada por Antonio Alcamí, profesor de investigación del CSIC en el Centro de Biología Molecular Severo Ochoa, tiene como objetivo monitorizar la presencia del virus de la gripe aviar de alta patogenicidad (H5N1) en la Antártida. El proyecto cuenta con el apoyo del Comité Polar Español y permitirá a la investigación española seguir liderando en el ámbito internacional los estudios de detección de la gripe aviar en la Antártida.





## Mapfre comienza 2025 celebrando su reunión anual

Mapfre España ha celebrado la reunión anual bajo el lema ‘Conectados como nunca’, con la que inaugura su ejercicio comercial. En él se pasó revista a los diferentes logros y retos de 2024 y presentaron las novedades que la compañía tiene previsto poner a disposición de sus clientes y su red comercial a lo largo del año.

Elena Sanz, CEO de Mapfre Iberia, señaló que 2024 ha sido un año de grandes retos y oportunidades que la aseguradora ha sabido afrontar con compromiso y profesionalidad y agradeció el trabajo realizado por todos. Asimismo, compartió los principales ejes para la estrategia en 2025, año en el que la compañía va a seguir poniendo el foco en crecer con rentabilidad y con calidad de servicio.

Por su parte, Antonio Huertas, presidente de Mapfre, en la clausura del evento, lanzó un mensaje de agradecimiento y soli-

daridad a los equipos en Valencia “protagonistas heroicos en un año en el que la dana les ha permitido dar lo mejor de sí mismos”. Además, reconoció el compromiso, la motivación y esfuerzo de todos los integrantes de la compañía en su día a día para seguir consolidando a Mapfre como un grupo único.

El presidente del Grupo realizó, asimismo, un recorrido por el entorno socioeconómico a nivel global y destacó la necesidad de seguir creciendo y transformando a Mapfre en este año que iniciamos.



## Hogar lidera el crecimiento de ramos en 2024 con un incremento del 11,5%

El ramo de Hogar ha destacado en 2024 como el de mayor crecimiento interanual en el mercado asegurador. Según los datos analizados por Prisma (de Ebroker) la producción del seguro de Hogar creció un 11,5%, lo que equivale a un incremento de 30 euros, consolidándose como el segmento más dinámico del año. Además, la cartera registró un aumento del 9,2% (26 euros) en el mismo periodo.

Con más de 2,4 millones de pólizas analizadas, el análisis de 2024 destaca que el ramo de Hogar lideró el crecimiento del mercado asegurador, con el mayor aumento en producción y una sólida subida en cartera. Automóviles y Motocicletas también destacaron por su desempeño estable, mientras que Comercios mostró una dinámica mixta con ajustes en producción, pero incrementos en cartera.





## Zurich da a conocer su nueva estructura organizativa al Colegio de Castellón

Una destacada delegación de Zurich ha visitado el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón, para dar a conocer la nueva estructura organizativa de la aseguradora en la Comunidad Valenciana y saludar al nuevo presidente del colegio, Fernando Solsona, y a su equipo.

Esta visita se produce en un momento clave para ambas entidades, ya que el Colegio de Mediadores de Seguros de Castellón ha estrenado nueva directiva y Zurich continúa consolidando su presencia en la Comunidad Valenciana con su

nuevo equipo responsable. Cabe recordar que Zurich fue galardonada con el premio Rotllo en su última edición, un reconocimiento que avala su compromiso con el sector asegurador y con los clientes.



Con el inicio del nuevo año 2025, la unificación societaria de la compañía NorteHispana Seguros en Occident se ha hecho efectiva, completando así el proceso de integración de las antiguas marcas de negocio tradicional de GCO, enmarcado en el proceso de simplicidad corporativa recogido en el Plan Estratégico 22-24 del Grupo.

## Occident culmina la unificación de sus marcas con la integración de NorteHispana Seguros



Con el objetivo de acometer la unificación de las compañías de negocio tradicional en Occident de forma más eficiente, se decidió unificar en primer lugar las entidades que tenían una estructura de organización, procesos y comercial más parecida; en paralelo, se preparó la integración de NorteHispana Seguros, ya concluida. Así, el 1 de enero de 2024 se fusionaron Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros y Seguros Bilbao, dando nacimiento a Occident, y a partir del 1 de enero de 2025, se ha integrado también NorteHispana Seguros.

Occident suma así más de 4 millones de asegurados y aún a cerca de 2.900 profesionales y más de 13.000 mediadores, que continuarán siendo el eje vertebrador de la relación que la entidad establece con sus clientes. En este sentido, cabe destacar que los asegurados de NorteHispana Seguros seguirán manteniendo su mediador habitual y sus relaciones contractuales actuales.

Javier Barberá encabeza la única propuesta a la presidencia de los mediadores tras expirar el plazo legal de presentación de candidaturas al **Consejo General**.



Pese a haberse recibido una única lista en el plazo fijado por los estatutos, el Consejo General de Mediadores deberá celebrar el correspondiente pleno electoral el próximo 13 de febrero.

## Javier Barberá encabeza la **única lista para presidir el Consejo General**

La candidatura encabezada por Barberá ha presentado 33 avales que suponen el 78,5% de los Colegios con derecho a voto. El reglamento electoral exige un mínimo de 10 apoyos para oficializar una candidatura.

La lista completa queda de la siguiente manera: presidente, Javier Barberá del Colegio de Lleida; vicepresidente, Rafael Cabello del Colegio de Sevilla, Huelva y Córdoba; tesorero, Víctor Carpintero del Colegio de Cantabria.; y vocales, María Castañeda del Colegio de Navarra, Miguel de las Morenas del Colegio de Zaragoza, Zacarías Fernández del Colegio de Badajoz, Enrique García del Colegio de Toledo, María José Laguna del Colegio de Valladolid y Fernando Solsona del Colegio de Castellón. Javier Barberá fue elegido presidente del Consejo General, en febrero de 2021.

## Coseba crece un **9%** en 2024

La correduría **Coseba 1986** ha cerrado 2024 con un incremento interanual del 9% en su volumen de negocio, resultado con el que continúa avanzando firmemente hacia los objetivos establecidos en su Plan Estratégico 2030.

Cabe recordar que este plan, diseñado en dos fases, guía el crecimiento de Coseba durante la presente década. La primera fase, que se extenderá hasta el 31 de diciembre de 2026, tiene como meta alcanzar un volumen de negocio de 100 millones de euros. Mientras que la segunda fase, prevista para concluir el 31 de diciembre de 2029, permitirá a la compañía duplicar ese objetivo y llegar a los 200 millones de euros.

Asimismo, Coseba ha reforzado su red de oficinas de distribución, que ha crecido un 8% durante 2024, consolidando la expansión nacional de su Red Premier.







## Los socios de Adecoase muestran su **satisfacción con la asociación**

Como cada año, en diciembre, **Adecoase** envió a sus socios la encuesta de satisfacción con la que las corredurías asociadas pueden valorar los servicios y actividades que desarrolla. Un 97,5% de las 80 encuestas recibidas, valora su grado de satisfacción de manera positiva, de entre los cuales un 70% lo hace de manera muy positiva.

Un 100% de los socios de Adecoase que han respondido han valorado muy positivamente el trato personal y profesional recibido por los miembros de la asociación, y un 92,4% muestra un alto grado de satisfacción con la actuación en relación con la normativa que afecta a la profesión, tanto a nivel nacional como internacional.

Por otro lado, el 100% de los socios valoran positivamente la comunicación de la asociación con sus corredurías y el mismo porcentaje considera que percibe beneficios por pertenecer a Adecoase. Un 99% reco-

mendaría a otro profesional del mismo perfil pertenecer a la asociación, y el 99% de los socios cree que Adecoase ha cumplido con las expectativas que tenía cuando se incorporó a la asociación.

Otro de los servicios que mejor puntuación reciben es la actuación de Adecoase en relación con la normativa que afecta a la profesión, tanto a nivel nacional como internacional, que obtiene un 92,5% de valoraciones positivas. Por último, de todos los servicios que ofrece la asociación, el 97% de los socios puntúa muy positiva-

mente los modelos de las cartas de condiciones.

En otro orden de cosas, en su última reunión mensual, la Junta Directiva de Adecoase ha aprobado la incorporación de las corredurías de seguros **SegurVillegas**, **Grupo Aico** y **López Torrijos**.

Por último, señalar que la Fundación Adecoase ha inaugurado la VIII Edición del Programa de Desarrollo Directivo (PDD) en el campus de Alcobendas de la Universidad Europea de Madrid y en la sede de Aragón de Barcelona.

## Aon nombra a Miguel Prado **director de Cuentas en su oficina de Bilbao**

**Aon** ha anunciado la incorporación de Miguel Prado como director de Cuentas en su oficina de Bilbao.

Prado cuenta con más de 15 años en el bróker Sare y cinco años como gerente de Riesgos en Grupo Zelestra.



## Jhasa refuerza el área de **Soluciones Transaccionales y Seguros Fiscales**

**Jhasa** ha anunciado la incorporación de Pau López como director asociado de Soluciones Transaccionales y Seguros Fiscales (Associate Director de Transaction Solutions & Tax Insurance).

Con más de una década de experiencia en firmas de prestigio como PricewaterhouseCoopers (PwC), Aedas Homes y Crowe, López aporta un profundo conocimiento del sector asegurador y una especialización destacada en soluciones transaccionales y seguros fiscales.

El área de Transaction Solutions & Tax Insurance se ha convertido en un pilar estratégico para Jhasa, ofreciendo soluciones diseñadas para mitigar riesgos en un entorno empresarial cada vez más dinámico.



**WTW Networks** ha anunciado la incorporación de **Finsa Grupo Correduría de Seguros**. Esta integración, con la que la alianza alcanza los 56 asociados, refuerza la estrategia de WTWN de colaborar con corredurías líderes en sectores clave, incrementando las oportunidades de cooperación y mejorando las soluciones que sus miembros brindan a sus clientes.

## Finsa se une a la red de **WTW Networks**



Finsa destaca por su especialización en seguros para empresas de sectores estratégicos como energías renovables, automoción, colectivos de salud y accidentes, responsabilidad civil profesional e hípica. Desde su sede en Salamanca y con una sólida presencia en toda España, la correduría se ha consolidado como un referente en la búsqueda y diseño de soluciones aseguradoras personalizadas, adaptadas a las necesidades de sus clientes.

Por otra parte, Finsa Grupo ha integrado este año a **Serco**, **Grupo Ginestar** y Mejorana Sierra Correduría de Seguros.



## El Colegio de Valencia agradece a los mediadores voluntarios su ayuda tras la dana

Desde el **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia** han querido expresar su agradecimiento a los más de 60 voluntarios que, durante noviembre y diciembre, demostraron “la verdadera esencia de nuestra ciudad, Valencia, cuyo nombre romano, Valentia, significa valentía”.

“Estos días, en los que las lluvias torrenciales causaron estragos en diversas localidades de la Comunidad Valenciana, nuestros voluntarios pusieron en práctica esa valentía, desplazándose a municipios afectados para asesorar y ayudar en la apertura de siniestros de reclamación ante el Consorcio de Compensación de Seguros. Gracias a su compromiso y dedicación, hemos logrado ofrecer apoyo a muchas personas en momentos críticos”, han mencionado desde la institución.

En otro orden de cosas, el Colegio ha comunicado que la primera convocatoria del Curso Nivel 1 en Valencia ha concluido con la totalidad del alumnado aprobado.



## La DGSFP registra 187 nuevas altas de corredores en 2024

Tal y como se desprende del informe que elabora cada mes de enero el portal [quierosercorredordeseguros.es](http://quierosercorredordeseguros.es), 2024 ha cerrado con un total de 187 nuevas altas de corredores y corredurías de seguros en la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), lo que supone una cifra similar a la del año anterior que fue de 188.

Por categorías, el 29% (54) han sido corredores/as individuales y el 71% (133) han sido sociedades de corredurías, proporción algo diferente a la del año anterior que fue del 35% (66) corredores/as individuales y del 65% (123) corredurías de seguros. Desde el portal señalan que ellos han gestionado el 48% de todas estas nuevas altas de 2024.



En los últimos cinco años -desde que entró en vigor la nueva normativa sobre distribución de seguros- se han dado de alta en la DGSFP un total de 953 nuevos corredores y corredurías de seguros, 314 de ellos corredores/as individuales y 639 corredurías.

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



## Los Premios Iati reconocen a los mejores creadores de contenido

La sexta edición de los premios entregó más de 10.000 euros a los bloggers, instagramers, youtubers, tiktokers y otros creadores de contenido ganadores de las 8 categorías.

Los premios recayeron en la categoría ‘Mejor blog profesional de viajes’, dotado con 1.500 euros, a Diario de un mentiroso; en ‘Mejor cuenta de Instagram de viajes’, dotado con 1.500 euros, a Viajero extranjero; en ‘Mejor creador de contenido audiovisual de viajes’, dotado con 1.500 euros, a Gustavo Karlsson; en ‘Mejor cuenta de Tik Tok de viajes’, dotado con 1.500 euros, a Akkicris; en ‘Mejor contenido camper’, dotado con 1.500 euros, a Modo van; en ‘Mejor creación de contenidos de empresas e instituciones turísticas’, a Visit Biscay; en ‘Mejor creador de contenido de viajes Iberoamericano’, a Alejandra Travels; y el Premio IATI 2025 especial a la ‘Trayectoria y valores viajeros’, que a pesar de estar fuera de concurso, está dotado también con 1.500 euros, a Elpachinko.

## María José Laguna preside la nueva Junta de Gobierno del Colegio de Valladolid

El Colegio de Mediadores de Seguros de Valladolid

ha celebrado su último proceso electoral, tras el que ha quedado constituida una nueva Junta de Gobierno, presidida por María José Laguna.

Junto a su presidenta están: como vicepresidente, Javier Mediavilla; como tesorera, Gabriela Hermosilla; como secretario, Eduardo del Hierro; y como vocales de las comisiones: Eugenio Aybar de Frutos, Manuel Fuentes, Diana Alfonso, Mario Garcia, Francisco Santos, Santiago Garicano y Javier Delibes.

En otro orden de cosas, el Colegio ha acogido una charla sobre las obligaciones legales de los mediadores que han realizado César Villaizán y César Garcia, miembros de la comisión de Marco Jurídico del Consejo General de Mediadores de Seguros. Ambos dieron unas pinceladas generales a la diversa legislación aplicable, así como desgranaron aspectos destacados sobre el Convenido de la Mediación.





## Remosa se integra a la **red affinity de Confluence Group**

Confluence Group ha integrado la **Correduría de Seguros Remosa**, orientada tanto a la empresa como al cliente integral, así como a particulares y transportes.

Con esta integración, Confluence Group amplía su perfil de cliente a usuarios que buscan experiencia en el sector y un negocio consolidado, lo que unido a las herramientas de Confluence Group se traduce en un crecimiento y mejora constante.



## Apromes congrega a sus **asociados de la zona Levante-Baleares**



Apromes ha celebrado una reunión de trabajo con sus asociados de la zona Levante-Baleares, en colaboración con **Santalucía**. En ella se hizo una presentación de los servicios que ofrece la asociación y las novedades que les depara 2025, resaltando los 25 años de vida corporativa que cumplirá este año.

Santalucía Seguros presentó su estrategia y servicios para 2025, destacando las nuevas herramientas, productos y soluciones diseñadas para impulsar la competitividad y eficiencia de los mediadores de seguros.

El evento, desarrollado en un ambiente profesional y colaborativo, permitió a los asistentes intercambiar ideas, conocer las novedades del sector y establecer sinergias con otros colegas de la región. Además, los mediadores destacaron la importancia de contar con encuentros de este tipo para mantenerse actualizados sobre las tendencias y desafíos del mercado asegurador.



## El Colegio de Madrid habilita salas de reuniones y espacios de coworking para sus colegiados

Los mediadores de seguros colegiados en Madrid disponen de un nuevo servicio para desarrollar su actividad profesional. El colegio ha habilitado, con ocasión de la reforma de mejora de la sede, espacios de coworking y salas de reuniones de libre acceso para sus miembros o empleados.

Las nuevas salas de trabajo están equipadas con wifi corporativa y pantallas de televisión para visualizar presentaciones y realizar teleconferencias por conexión HDMI.

Para reservar los espacios de coworking abierto y las salas de reuniones, el colegia-

do o el representante de la correduría deberá consultar la disponibilidad de la sala o espacio al menos con 48 horas de antelación a la fecha que le interese.

En otro orden de cosas, el Colegio continúa su expansión en redes sociales dentro de sus objetivos de aportar valor a la labor del

mediador, al desarrollo del seguro en la región de Madrid y a la formación en distribución de seguros. Al cierre de 2024, la institución ha alcanzado los 9.097 seguidores en sus siete perfiles sociales corporativos, un 14,4% más respecto a los 7.955 conseguidos en 2023.



## E2K dará a sus corredurías el certificado del Servicio de Atención al Cliente para presentar con la DEC

E2K pone a disposición de todas sus corredurías adheridas al Servicio de Atención al Cliente (SAC) el informe anual correspondiente al año 2024. Para facilitarlas

la labor, ha incorporado al informe una tabla que tan solo tendrán que copiar y pegar cuando presenten la DEC.

E2K recuerda que la nueva DEC pide información detallada sobre las reclamaciones recibidas e incluso el tiempo medio que se tarda en resolverlas. Además, se felicita por el hecho de que, a lo largo del ejercicio, el número de reclamaciones a corredores de la Red de E2K ha sido muy residual, sin que se haya incrementado el volumen, como sí ha ocurrido de las registradas ante la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP).

En otro orden de cosas, E2K ha comenzado 2025 reforzando su presencia territorial con las incorporaciones de **2CES Noroeste Correduría de Seguros** (Monforte de Lemos y en Ourense) y **Andrés 1980 Correduría de Seguros** (Zaragoza). Con estas dos nuevas firmas supera las 150 corredurías.



## Ucoga nombra a Martín Fernández nuevo responsable de Negocio

Ucoga Correduría de Seguros ha incorporado a Martín Fernández como nuevo responsable de Negocio de la compañía.

Fernández cuenta con una amplia experiencia en el sector asegurador, destacándose por su capacidad de liderazgo y el desarrollo de oportunidades de negocio. Su trayectoria profesional abarca casi 20 años de experiencia, tiempo durante el cual ha desempeñado cargos clave en reconocidas empresas del sector.



## Aemes hace balance de su actividad del último ejercicio

Aemes ha hecho balance de la actividad de la organización del último año. Entre otras cosas, ha desarrollado diversas iniciativas con el objetivo de fortalecer la industria, impulsar el talento joven, ofrecer formación y participar activamente en eventos clave del sector.

Conscientes de la importancia de incorporar nuevas generaciones al sector, ha promovido iniciativas como el 'Speed Dating' profesional, que ha permitido a las empresas conocer e incorporar talento joven formado en seguros, facilitando el encuentro entre empleadores y potenciales empleados y fomentando el crecimiento profesional de los recién graduados. Por otro lado, ha firmado un nuevo acuerdo con Senda, fortaleciendo así su red de alianzas estratégicas. Es en la misma línea que los anteriores con Cojebro en 2018 y Aunna en 2020. Durante 2024, Aemes ha experimentado un incremento del 10% en el número de asociados, que refleja la confianza de los empresarios en la asociación y su reconocimiento como patronal de la mediación.

Asimismo, como miembro de pleno derecho de la CEOE y su posición de representación en la Junta Directiva de Cepyme se ha unido al llamamiento de Cepyme en defensa de la libertad empresarial. Este apoyo reafirma su compromiso con los principios que garantizan un entorno favorable para el desarrollo de las actividades empresariales en el sector asegurador.

La asociación no solo representa los intereses de los empresarios, sino que también trabaja para crear un sector más dinámico y competitivo.

## Fecor reanuda 'A Debate con Corredores' con los procesos de gestión de siniestros

Fecor retoma su iniciativa 'A Debate con Corredores' con una serie de desayunos exclusivos centrados en la relación entre el corredor de seguros y la aseguradora en la gestión de siniestros.



Estos encuentros permitirán a expertos en la materia, que forman parte de las compañías miembro del Grupo de Apoyo de Fecor, compartir conocimientos y debatir sobre temas clave con corredores de seguros.

Las conclusiones de estos desayunos se plasmarán en el VIII Cuaderno Temático de Fecor, una publicación que, como los anteriores, recoge las tendencias actuales del sector y proporciona soluciones prácticas.

Con el objetivo de acercarse a un mayor número de corredores, Fecor organizará cada desayuno en una región diferente. En cada sesión se contará con un número reducido de corredores de seguros con diversos perfiles y diferentes visiones e inquietudes.

El primer desayuno de 'A Debate con Corredores' sobre la Gestión de Siniestros contó con la participación de los expertos Arturo López- Linares, director de siniestros de **AXA España** y Lionel Narváez, director de Siniestros Empresas- Complejos de AXA, quienes abordaron temas claves de la gestión de siniestros como la visión del sector, la gestión de riesgos y futuros retos. La sesión también contó con la colaboración de Jesús Jimeno, abogado de Fecor y socio del bufete DSG Abogados.



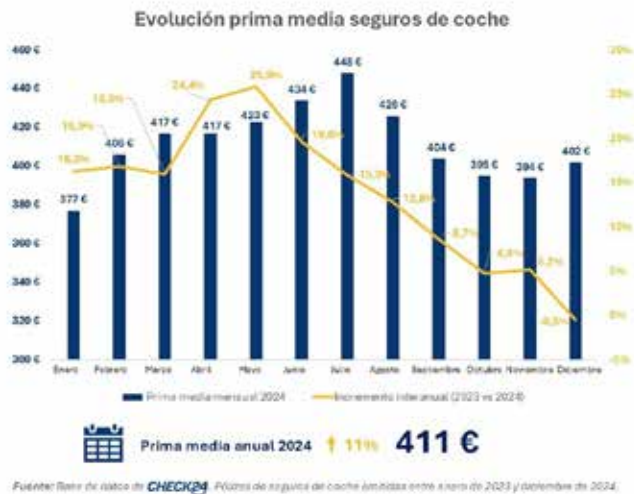
## Ángel Cobo, nuevo responsable de Desarrollo de Negocio de Espabrok Inversiones

Con efecto 1 de enero se ha incorporado Ángel Cobo al equipo de Madrid en calidad de responsable de Desarrollo de Negocio de **Espabrok Inversiones**.

Cobo liderará, junto a la Dirección General, el desarrollo de la oferta de valor, así como la estrategia de crecimiento de Espabrok Inversiones. Entre sus principales funciones están el asesoramiento técnico y soporte a cada una de las corredurías de Espabrok, así como el diseño de planes de formación, prospección de mercados y portfolio de productos que respondan a las necesidades de inversión de clientes particulares y/o empresas.

Licenciado en Ciencias Económicas (especialidad monetaria y financiera), mediador de seguros Grupo A y con certificación Profesional Efpa, cuenta con una experiencia en este campo de inversiones de más de 12 años, habiendo estado desarrollando su perfil en Caja Madrid, Banco Gallego, Banco Sabadell y en su última etapa en FWU Life Insurance Lux S.A.





## La prima media de Autos **subió ligeramente en diciembre**

El análisis de **Check24**, que tiene en cuenta pólizas a terceros, terceros ampliados y todo riesgo (con y sin franquicia) de más de 30 aseguradoras señala que tras encadenar cuatro meses consecutivos de bajada, la prima media ascendió ligeramente en diciembre, situándose en el orden de los 402 euros.

Este dato implica un crecimiento de un 2,1% con respecto a noviembre de 2024, lo que confirma la tendencia hacia la estabilización que se venía observando en los últimos meses.

En cuanto a la variación interanual de la prima media mensual, por primera vez en los últimos dos años, se observa un ligero descenso. Así, contratar un seguro de coche en diciembre de 2024 fue, de media, 2 euros más barato que en el mismo mes

de 2023, lo que representa una variación interanual de un -0,5%.

La prima media anual del ramo de seguros de coche en 2024 se situó en los 411 euros, lo que supone un incremento del 11% con respecto a 2023, cuando la prima media anual fue de 370 euros. De esta manera, la prima media anual de 2024 se encareció 40 euros con respecto a 2023.

## Colmedse inicia nueva edición de su **Curso de Nivel 1**

El Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla (**Colmedse**) ha lanzado su Curso Superior de Seguros (Nivel 1), un programa diseñado para formar a los futuros profesionales del sector asegurador y de la mediación.

El curso ofrece una combinación de formación teórica y práctica, con: 300 horas totales, de las cuales 110 horas son semipresenciales; y sesiones lunes y jueves, de 17:00 a 21:00, adaptadas a las necesidades de los participantes.

Colmedse apuesta por una formación integral y personalizada, incluyendo consultorías gratuitas, con asesoramiento sobre alta, normativa, estrategia y gestión; asistente exclusivo de IA para optimizar la experiencia de aprendizaje; clases impartidas por expertos del

sector que compartirán herramientas, tendencias o casos prácticos; espacio interactivo para estudiantes, con acceso a información relevante durante el curso; apoyo continuo en el desarrollo profesional de cada participante; y orientación administrativa para asegurar una incorporación fluida al sector.





## PIB Group Iberia completa la fusión de cinco corredurías adquiridas en 2024

**PIB Group Iberia** ha completado el proceso de fusión de 5 de las corredurías de seguros integradas durante 2024, del total de 21 adquiridas en España desde su llegada en 2021. Entre las corredurías fusionadas se encuentra Javier Sánchez Consultores, Fabroker, Moné Seguros, Sare y Sarelan.

PIB Group Iberia sigue desplegando el modelo operativo único iniciado durante 2024 para todas las empresas adquiridas y fusionadas. Con ello se pretende optimizar la

eficiencia en sus operaciones y destinar recursos a la innovación y despliegue de nuevos canales de comercialización.

Martín Navaz, CEO de PIB Group Iberia, comenta que “seguiremos incorporando e integrando corredurías al grupo con la perspectiva de incrementar el equipo en más de 200 personas”.

PIB Group Iberia cuenta con presencia en 15 ciudades de España, abarcando las provincias de A Coruña, Barcelona, Castellón, Córdoba, Lleida, Lugo, Madrid, Ourense, Pontevedra, Sevilla, Tarragona, Valencia, Vizcaya y Zaragoza.

Además, durante el año 2024, la compañía

ha gestionado más de 500 millones de euros en primas, con un crecimiento orgánico prácticamente a dos dígitos, consolidando su posición en el mercado.

Las perspectivas para el año 2025 son las de consolidar el proyecto de PIB Group Iberia en el mercado, manteniendo el ritmo de crecimiento orgánico y ejecutando las diversas operaciones de integración activas, con las que consolidará su presencia en las zonas de Andalucía, Cantabria, Galicia y Madrid, además de preparar su despliegue en Portugal.



## El CCC incorpora dos nuevos miembros

El **Club Català de Corredors d'Assegurances** (CCC) ha destacado la incorporación de dos nuevas corredurías como socios: **Multigestión Aseguradora**, de Lliçà de Vall, y **Giralt Folch**, con oficinas en Tarragona y Reus.

Estas incorporaciones elevan el número total de miembros a 28, consolidando la posición del CCC como referente en el sector asegurador en Cataluña. Con este impulso, refuerza su compromiso de seguir creciendo y trabajando en beneficio del conjunto de corredores, promoviendo un entorno de colaboración que potencia el éxito de todos sus miembros.



## Carlos de Pablos, nuevo presidente del Colegio de Segovia

Tras las elecciones celebradas en diciembre de 2024, Carlos de Pablos ha sido nombrado presidente del **Colegio de Mediadores de Seguros de Segovia**. De Pablos asumirá el cargo por un período de cuatro años, desde enero de 2025 hasta diciembre de 2028.



De Pablos asume la Presidencia para fortalecer la institución y consolidarla como un punto de encuentro para la mediación profesional. Es Graduado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Valladolid, posee un Máster en Gestión de Proyectos Logísticos SAP por la Universidad Rey Juan Carlos y un Programa Superior en Dirección de Empresas de Mediación de Seguros por la Universidad de Navarra. Corredor de Seguros y Asesor Financiero, ha desarrollado su trayectoria profesional siempre ligado al sector asegurador en varias empresas de mediación de seguros. Desde 2020 es director de Desarrollo de Negocio en De Pablos Correduría de Seguros.



## Ágora Broker lanza una nueva app para la gestión de sus seguros

Ágora Broker ha lanzado una campaña única para promocionar su nueva app, una herramienta diseñada para simplificar la gestión de sus seguros.

Con la colaboración de la compañía Valquiria Teatro, la correduría presenta una serie de cinco vídeos llenos de humor y creatividad que ya se pueden ver en su canal de Youtube. Estas piezas muestran cómo la app puede resolver problemas cotidianos relacionados con el mundo del seguro de forma ágil y efectiva, destacando la sencillez y funcionalidad de la herramienta.

Además, se han incluido atractivos incentivos para todos aquellos que se descarguen la app, como el sorteo mensual de cinco tarjetas descuento de 50 euros en la próxima renovación del seguro o en la contratación de una nueva póliza.



## García Ochoa celebra sus 'Galardones de Sonsecanos de Reconocido Prestigio'

Correduría de Seguros García Ochoa ha celebrado la entrega de premios de la cuarta edición de los 'Galardones de Sonsecanos de Reconocido Prestigio', un evento que busca reconocer la contribución de vecinos y empresas locales al desarrollo de Sonseca (Toledo).

El impulsor de estos premios, José Luis García-Ochoa, director de Seguros García Ochoa, destacó que el objetivo de esta iniciativa es rendir homenaje a aquellas personas y entidades que, a través de su trabajo, talento y formación, promueven y mantienen vivos los valores de la comunidad.

En esta cuarta edición, los premiados fueron: Germán Peces-Barba, destacado neumólogo; Juan Manuel Rojas, por su contribución a la cultura a través de la arqueología; M<sup>a</sup> Dolores Peces, gerente de Géneros de Punto Peces SL, referente en la industria textil; Mario Martín, futbolista profesional, actualmente jugador del Real Valladolid; José Luis Alguacil, confitero artesano, que sigue el legado artesanal de su familia desde varias generaciones; y María José Gómez, reconocida por su labor en la atención ciudadana.

Cada uno de los galardonados recibió una escultura exclusiva titulada 'El Hilo Sonsecano', obra del artesano y escultor sonsecano Fernando Carrasco. Esta pieza exclusiva simboliza la conexión entre las personas y su aportación al tejido social de Sonseca.



## Campaña ColégiaLo

Si presentas a un nuevo colegiado durante el primer trimestre

No dejes pasar esta oportunidad

AMBOS TENDRÉIS

COLEGIACIÓN GRATIS

DURANTE 2025

¡Llámanos!



981294359

SUJETA A LA CONDICIÓN DE QUE EL NUEVO MIEMBRO PERMANEzca COLEGIADO DURANTE TRES AÑOS

**mediadores**  
A Coruña

secretaria@colegiocoruna.org  
coordinador@colegiocoruna.org  
www.colegiocoruna.org

## El Colegio de A Coruña lanza una campaña para promover la colegiación

El Colegio de Mediadores de Seguros de A Coruña ha lanzado la campaña 'ColégiaLo 2025' para concienciar, a través de sus colegiados, sobre la importancia de pertenecer a un colectivo que representa y defiende los intereses profesionales de la mediación de seguros.

La campaña promocional incluye la colegiación gratuita del nuevo afiliado, así como del colegiado que lo representa, durante todo el año 2025, disfrutando ambos de todas las ventajas colegiales sin coste alguno.

Esta acción colegial busca "forjar un vínculo único con los colegiados gracias a la oportunidad que se le brinda a los nuevos adscritos de conocer, de la mano de los más veteranos, los proyectos y servicios que ofrece el Colegio a todos sus colegiados."



## ACS-CV solicita un interlocutor directo en el CCS para agilizar los trámites por la dana

La Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (ACS-CV) ha solicitado formalmente al Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) la designación de un interlocutor directo para los corredores asociados. Esta petición se produce en un contexto marcado por la intensa labor que están realizando los corredores en la gestión de los numerosos siniestros derivados de la dana de finales de octubre.



A través de una carta dirigida a Celedonio Villamayor, director de Operaciones del CCS, el presidente de ACS-CV, Miguel Sánchez, ha destacado que “los corredores de seguros, a pesar de no percibir remuneración por la gestión de siniestros ni por la recaudación de primas, asumen un gran compromiso con sus clientes, poniendo a disposición de los asegurados sus infraes-

estructuras, su tiempo y su experiencia para brindarles un servicio de calidad”.

Por estos motivos, el presidente de ACS-CV señala que “contar con un interlocutor directo en el Consorcio les permitiría acceder a información actualizada y precisa, agilizar los trámites y reducir el desgaste de los equipos”.

## La correduría López Torrijos se integra en Grupo Concentra



La **correduría López Torrijos**, que tiene presencia en las regiones de Castilla-La Mancha, Murcia y Levante, ha anunciado la incorporación de su organización en **Grupo Concentra**.

De esta forma, Grupo Concentra “expande su presencia de forma estratégica en estas regiones, junto con la incorporación de un equipo humano y una organización de sólida trayectoria que apoyará su desarrollo en el grupo, reafirmando su compromiso de brindar soluciones innovadoras y personalizadas a sus clientes”.

Esta nueva adquisición hace que Grupo Concentra supere los 260 millones de euros en primas y los 300 empleados, fortaleciendo su posición como uno de los grupos independientes líderes de la Península Ibérica.



## Fecor concluye su campaña 'Queridos Reyes Magos' volcada con Valencia

Fecor ha concluido con éxito su iniciativa solidaria 'Queridos

Reyes Magos 2024 - 2025', organizada en colaboración con **Mensajeros de la Paz**. Esta campaña ha contado con el apoyo de empresas, organizaciones sectoriales, medios de comunicación y particulares, que han conseguido que un número muy importante de niños, niñas y adolescentes hayan recibido sus regalos el pasado 6 de enero.

En Valencia, la campaña tuvo un propósito especial: llevar esperanza y alegría a los damnificados por la dana. Gracias al esfuerzo conjunto, no solo se alcanzó el objetivo de igualar los regalos logrados a nivel nacional, sino que se consiguió triplicarlo, proporcionando un importante apoyo a numerosas familias de la región.

Para dar respuesta a todas las cartas se contó con la infraestructura de seis centros ubicados en Madrid (Ribera de Curtidores, Vallecas y El Pozo), León, Palencia, Toledo y Valencia con varios "hubs" de distribución en la zona afectada.

La colaboración de los Pajes Reales —Allianz, Asefa, AXA, Baukost, Berkley, Caser, CGPA Europe, DKV Seguros, Europe Assistance, Generali On, Helvetia, Markel, Occident, Pelayo, Preventiva, Reale, Sanitas y Surne— fue fundamental para garantizar que los regalos llegaran a su destino con éxito.

Por segundo año consecutivo, todo el equipo de **Tempu, Correduría de Seguros**, especializada en el sector de la automoción y el transporte, patrocina el Tibau Team para la nueva edición del Paris-Dakar.



## Tempu patrocina el Tibau Team en Paris-Dakar

“Nuestra correduría continúa apostando por la visibilidad de un sector tan vital, ofreciendo productos exclusivos adaptados a las necesidades de todos nuestros clientes y contribuyendo al éxito de equipos que son un referente de esfuerzo y superación”, han manifestado desde Tempu.

## La mediación alicantina premia los dibujos navideños

La **Fundación MediaSeguros**, con la colaboración del **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante**, han celebrado su primer encuentro navideño para dar a conocer la profesión a las nuevas generaciones.

Los premios del Concurso de Dibujos Navideños en sus tres categorías, en el que podían participar niños y niñas nacidos entre 2013 y 2021, tenía un cheque regalo de 100 euros que fueron a parar a Naomi (4 años), Miguel (8) y Nahuel (11).



# PymeSeguros

Revista online para corredores y correduñas



Información especializada

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

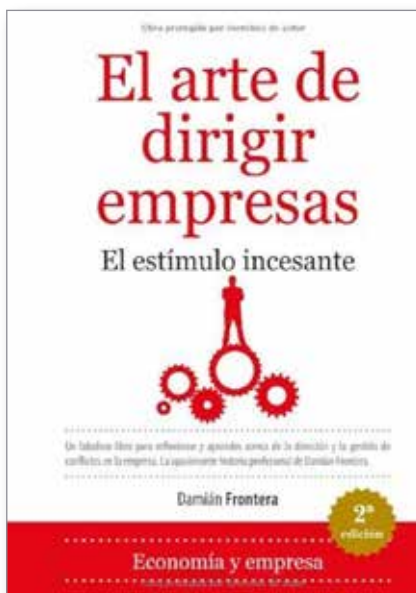
Dirigida a corredores

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

Buscamos la participación

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

SUSCRIPCIÓN **GRATUITA**  
A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA WEB  
[WWW.PYMESEGUROS.COM](http://WWW.PYMESEGUROS.COM)



## El arte de dirigir empresas

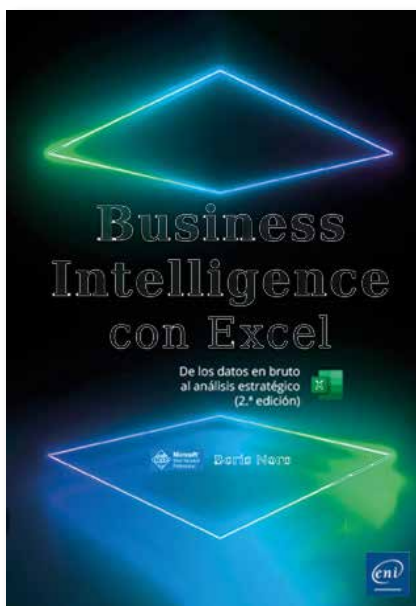
El estímulo incesante

**Damián Frontera**

**Editorial:** Almuzara

**Precio:** 17,10 € libro impreso

Este libro recoge situaciones, problemas, decisiones y actuaciones empresariales y de gestión, que nos harán reflexionar acerca de los principios, criterios y reglas del mundo de los negocios. Esta historia presenta una singularidad: la de desarrollarse casi en su totalidad en la misma empresa, durante más de 34 años, con constantes cambios de propietarios, de estrategias, de estructuras y de procesos de negocio. Lo que comenzó como una empresa familiar (Grupo Anselmo Gil) y que perteneció más tarde a multinacionales norteamericanas (Óscar Mayer, General Foods y Philip Morris), y alemanas, hasta ser adquirida finalmente por Campofrío, resultó para el autor toda una academia del arte de dirigir empresas.



## Business Intelligence con Excel

De los datos en bruto al análisis estratégico

**Boris Noro**

**Editorial:** Ediciones Eni

**Precio:** 19,86 € libro impreso  
14,16€ libro electrónico

La preparación y el análisis de datos se ha convertido en una habilidad valiosa y cada vez más solicitada. El usuario con escasos conocimientos en TIC dispone de diversas soluciones para aprovechar la Business Intelligence: puede utilizar un software específico, como Power BI Desktop, Tableau, etc., o bien las herramientas de Business Intelligence integradas en Excel, con casos prácticos en importación, limpieza y tratamiento de datos, implementación de automatizaciones, creación de cuadros de mando dinámicos, síntesis y análisis de datos, creación de gráficos complejos, mapas, etc. Este libro está destinado a gerentes, comerciales, administrativos, contables, directores financieros, responsables de recursos humanos, etc.



# PymeSeguros

Revista online para corredores y corredurías

Información relevante para pymes y autónomos

A diario  
Accede a las noticias  
que te interesan en  
[www.pymeseguros.com](http://www.pymeseguros.com)



# REVITALIZA TU NEGOCIO A TRAVÉS DEL MARKETING EMAIL



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

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

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

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



**TU CORREDURÍA** **GANAR CLIENTES CON EL MARKETING EMAIL** **TU NEWSLETTER**

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

El video 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 público objetivo. En Youtube se obtienen 3 billones de reproducciones cada día. El 80% de los internautas ven, al menos un video al mes. Y entre los clientes online de Páginas Amarillas, los que tienen video venden cuatro veces más que los que no lo tienen. Estas cifras indican que el video marketing puede ser una gran oportunidad para la mayoría de negocios si se aporta contenido relacionado con su sector. La idea es crear videos 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 crecido 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 Fundteec, quieren dar prioridad a los trabajadores por cuenta propia de más 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.

Consulta todas tus dudas con un simple email: [carmen@pymeseguros.com](mailto:carmen@pymeseguros.com)