

NÚMERO 153
MARZO 2026

www.pymese seguros.com

PYMESEGUROS

REVISTA ONLINE PARA CORREDORES Y CORREDURÍAS



Silvina Sagnerela, Head of Travel Local & International Sales de Europ Assistance España

Un **SEGURO** accesible al viajero

Visión de experto

Adrián Esteban Aranda, Head of Insurance Product de Heymondo.
“El corredor actúa como filtro de calidad en el seguro de Viajes”

Punto de encuentro

El sector, a la espera de que la DGSFP regule el seguro de patinetes para dar seguridad al mercado

Más a fondo

Los corredores mejoran su consideración de las compañías

In situ

Lo que no se entiende, se rechaza



Su chófer privado



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



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



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



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



www.bycar.limo



653 782 028



reservas@bycar.limo



El corredor pone claridad en momentos de incertidumbre



Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Los corredores de seguros son una pieza importante a la hora de convertir la incertidumbre actual en crecimiento sostenible y presentar propuestas de valor para los clientes, porque son realmente los que están a su lado y conocen sus necesidades. Además, son los que saben explicar la complejidad técnica de los productos para que los entienda el asegurado. Porque, cuando no se entiende algo, se desconfía de ello y se rechaza (ver [In situ](#)).

Por eso, su valor diferencial es tan importante en un seguro como el de Asistencia en Viaje. Este ramo se encuentra en un punto de inflexión donde el mayor reto es, sin duda, la gestión de la incertidumbre global climática y geopolítica, combinada con una exigencia de inmediatez absoluta por parte del cliente.

El corredor tiene capacidad para actuar como un filtro de calidad en un mercado saturado de opciones. En un producto donde los límites de asistencia son críticos, el mediador aporta esa pedagogía necesaria para que el cliente comprenda qué está contratando realmente y por qué una opción es mejor que otra según su destino o perfil de riesgo (ver [Visión de experto](#)).

En el momento actual, en el ramo de Asistencia en Viaje, las aseguradoras deben ajustar determinadas tarifas para mantener el equilibrio técnico. Sin embargo, se debe preservar la accesibilidad a él porque viajar asegurado no debe percibirse como un lujo, sino como un valor real y necesario para el cliente. Esa generalización de este producto está haciendo que la implicación de los corredores con el ramo de Asistencia en Viaje sea cada vez mayor y, sobre todo, más estratégica. De hecho, la mediación está mucho más especializada, entiende que no se trata de un producto accesorio, sino de una solución clave dentro del asesoramiento integral al cliente (ver [Hablando claro](#)).

También es necesaria la intervención de los corredores para explicar productos nuevos como el de los patinetes eléctricos, que ha comenzado a ser obligatorio su aseguramiento. Informar con claridad qué son hechos de circulación y, por lo tanto, están cubiertos y que no son hechos de la circulación y necesitan de coberturas complementarias (ver [Punto de encuentro](#)).



Staff

Directora

CARMEN PEÑA
carmen@pymese seguros.com

Periodista

AITANA PRIETO
aitana@pymese seguros.com

Área Comercial

CARMEN PARAMIO
616 468 849
carmen2@pymese seguros.com

Diseño y maquetación

ESTUDIO 9C

Fotógrafa

IRENE MEDINA

Banco De Imágenes

FOTOLIA

PYMESEGUROS

REVISTA ONLINE PARA CORREDORES Y COMERCIO

Número 153 { **Marzo 2026** }
www.pymese seguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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



06 Hablando claro

Silvina Saguerela, Head of Travel Local & International Sales de Europ Assistance España. **Un seguro accesible al viajero**



12 Visión de experto

Adrián Esteban Aranda, Head of Insurance Product de Heymondo
El corredor actúa como filtro de calidad en el seguro de Viajes

03 Editorial

El corredor pone claridad en momentos de incertidumbre

42 Productos

Los últimos seguros del mercado

48 Al día economía

Noticias económicas que interesan a las pymes

50 Al día seguros

Noticias del sector asegurador

92 Al día distribución

Noticias de los corredores de seguros

120 Algo más que negocio

Acciones de RSC realizadas por corredores

122 Rincón de lectura

Libros útiles para la empresa



18 Punto de encuentro

El sector, a la espera de que la DGSFP regule el seguro de patinetes para dar seguridad al mercado



24 Más a fondo

Los corredores mejoran su consideración de las compañías



30 In situ

Lo que no se entiende, se rechaza



36 Cubriendo necesidades

Medicina alternativa y seguro de Responsabilidad Civil: protección y seguridad en la práctica



38 Generando confianza

Infraseguros: La falsa sensación de seguridad



40 Protección asegurada

Asturias, Aragón, Cataluña y Castilla-La Mancha son las Comunidades donde heredar sale más caro



Silvina Saguerela, Head of Travel Local & International Sales de **Europ Assistance España**

Un seguro **ACCESIBLE** al viajero

En el momento actual, "las aseguradoras debemos ajustar determinadas tarifas para mantener el equilibrio técnico", comenta Silvina Saguerela, Head of Travel Local & International Sales de Europ Assistance España. No obstante, aclara que "el foco está en preservar la accesibilidad. Viajar asegurado no debe percibirse como un lujo, sino como un valor real y necesario para el cliente". Esa generalización de este producto está haciendo que la implicación de los corredores con el ramo de Asistencia en Viaje sea cada vez mayor y, sobre todo, más estratégica. "Estamos viendo una mediación mucho más especializada, que entiende que no se trata de un producto accesorio, sino de una solución clave dentro del asesoramiento integral al cliente".



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

Efectivamente, viajar forma parte del estilo de vida de los españoles y el deseo de desplazarse, tanto por ocio como por trabajo, se mantiene fuerte pese al contexto económico. El último barómetro de Vacaciones 2025 de Europ Assistance confirma que ocho de cada diez españoles viajan y que el entusiasmo continúa siendo alto. Podemos esperar que la tendencia se mantenga o incluso se incremente este próximo verano.

¿Cómo se comportó el ramo de Asistencia en Viaje en 2025?

Se observa un contexto favorable para el ramo. Por un lado, aumenta el presupuesto destinado a viajes, lo que impacta directamente en la demanda de seguros. El viajero no solo viaja más, sino que está dispuesto a invertir más en su experiencia, y eso incluye protegerla adecuadamente. Además, detectamos una mayor sensibilidad hacia la seguridad, especialmente en lo relativo a cobertura médica internacional.

¿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 primas?

La inflación afecta directamente al ramo, especialmente por el incremento de los costes médicos internacionales y del sector salud en general. Las aseguradoras debemos ajustar determinadas tarifas para mantener el equilibrio técnico. No obstante, el foco está en preservar la accesibilidad. Viajar asegurado no debe percibirse



como un lujo, sino como un valor real y necesario para el cliente.

El accidente ocurrido en Adamuz ha generado un gran impacto social. ¿Cómo está influyendo en el seguro de Asistencia en Viaje?

Ha sido un suceso con un fuerte impacto social, que ha puesto el foco en la seguridad del transporte colectivo. Por nuestra parte, pusimos lo más rápido posible a disposición de las familias y los afectados coches de nuestros proveedores para su desplazamiento, concretamente en Córdoba, Sevilla y Madrid.

Más allá de la gestión operativa, este tipo de acontecimientos genera una mayor sensibilidad hacia la importancia de contar con coberturas adecuadas, incluso en desplazamientos nacionales.

¿Cómo se espera que vaya 2026?

Las previsiones apuntan a un crecimiento moderado del turismo español, siguiendo la tendencia 2023–2025. Se mantendrá el interés por destinos nacionales y continuará la recuperación del viaje internacional.

En Europ Assistance impulsamos nuestro crecimiento apoyándonos en la digitalización de procesos, el uso de inteligencia artificial y la especialización de productos.

Contar con seguros de Viaje completo no solo protege a los empleados, sino que refuerza la reputación de marca. Entonces, ¿por qué no existe más negocio en el seguro de viaje de trabajo?



Al invertir en herramientas digitales y soluciones tecnológicas, se busca facilitar la contratación y mejorar la experiencia del cliente

El potencial es alto, pero todavía persisten políticas internas restrictivas y, en algunos casos, falta de cultura preventiva. No todas las organizaciones integran el seguro de Viaje dentro de su política de “*duty of care*”.

Sin embargo, es un segmento en crecimiento. En Europ Assistance contamos con un portfolio específico para empresas que cubre todas las fases del viaje con soluciones integrales que garantizan seguridad y tranquilidad para empleados y compañías.

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

El público joven es más digital, más espontáneo y con menor aversión al riesgo. Prioriza experiencias, viajes de aventura y escapadas de último minuto. Esto exige productos simples, modulares y económicos, contratables en pocos clics. Además, es un perfil que utiliza comparadores y herramientas basadas en IA, por lo que la transparencia y la facilidad de contratación son clave.

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

En primer lugar, se está reforzando la colaboración con agencias y corredores, lo que implica establecer relaciones más cercanas y beneficiosas. Esto permite acceder a un mayor número de clientes potenciales.

Además, se está apostando por el desarrollo de productos que sean más simples pero robustos y atractivos. La simplicidad en la oferta ayuda a los consumidores a

tomar decisiones más rápidas y efectivas, lo que a su vez maximiza la tasa de conversión.

Por último, la digitalización del negocio se ha convertido en un pilar fundamental. Al invertir en herramientas digitales y soluciones tecnológicas, se busca facilitar la contratación y mejorar la experiencia del cliente.

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

Eso se debe a una cultura que privilegia la compra de seguros solo para el viaje inmediato. Muchos viajeros creen que estos seguros son más caros, ignorando que, a partir del segundo viaje, suelen resultar más rentables.

Además, el bajo conocimiento sobre los productos de seguros y la planificación menos anticipada que caracteriza a los españoles contribuyen a esta tendencia. Esta combinación de factores limita la adopción de seguros anuales en el mercado, a pesar de sus beneficios.

¿A qué retos se enfrenta el ramo?

La situación actual en el sector de los seguros está marcada por el aumento de los costes médicos a nivel global y la creciente frecuencia de eventos climáticos, lo que impulsa la necesidad de adaptar las pólizas y gestionar riesgos de manera más efectiva.

Uno de los avances que se están produciendo en este seguro es la automatización de la indemnización en determinados siniestros...

Estamos en plena transformación digital, haciendo inversiones en adjudicación de casos, *fast track* y agentes de IA para gestionar mejor los procesos. Esto no solo

Se está apostando por el desarrollo de productos que sean más simples, pero robustos y atractivos



reduce los tiempos de respuesta, sino que también mejora la experiencia del cliente, convirtiéndose en una ventaja clave en el mercado.

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

Las herramientas digitales son imprescindibles, ya que permiten activar asistencias, acceder a la póliza, utilizar servicios de telemedicina y recibir alertas.

En Europ Assistance, nuestro servicio de eClaims, el Travel Protection Portal y el servicio de Quick Assistance son altamente apreciados por nuestros clientes para encontrar toda la información necesaria para sus viajes y la posibilidad de contactarnos con un solo clic.

Casi el 40% de los dueños de mascotas en España se los llevan de viaje. ¿Cómo están respondiendo Europ Assistance ante este hecho?

Las mascotas se han convertido en un miembro más de la familia y, por tanto, también en un viajero más. En Europ Assistance estamos ultimando el lanzamiento de un módulo dedicado exclusivamente a mascotas, con el objetivo de ofrecer una protección integral y coherente con el estilo de vida actual del viajero.

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

Es fundamental simplificar los productos y adaptarlos a las necesidades reales de las nuevas generaciones. El viajero actual busca claridad, contratación ágil

Muchos viajeros creen que los seguros anuales son más caros, ignorando que, a partir del segundo viaje, suelen resultar más rentables

y coberturas que respondan exactamente a su perfil de riesgo. En Europ Assistance, consideramos que diseñar seguros complejos o poco transparentes es incompatible con un entorno donde la experiencia de usuario es clave.

Además, creemos firmemente en la co-creación de productos junto a *partners* turísticos que aportan experiencia directa en el viaje. Esta colaboración permite desarrollar soluciones más ajustadas y con mayor valor añadido. A ello se suma un enfoque claro en sostenibilidad y en el diseño de seguros flexibles y modulares, que permitan al cliente configurar su póliza y percibir que obtiene el máximo valor por su inversión.

¿Cuál es el mayor valor añadido que aporta Europ Assistance al cliente?

Uno de los principales valores diferenciales es nuestra red internacional propia, compuesta por 57 centros de asistencia en todo el mundo. Esta infraestructura nos permite actuar con rapidez y control directo sobre la gestión del siniestro, algo especialmente relevante cuando se trata de incidencias médicas o situaciones complejas en el extranjero.

A ello se suma la calidad y agilidad en la gestión, reconocida por los profesionales del sector, como refleja nuestra posición destacada en el barómetro de Ade-cose. La innovación es otro pilar estratégico: incorporamos soluciones como la e-SIM, herramientas de inteligencia artificial y procesos de automatización que mejoran la experiencia del cliente.

¿Cómo valoran los viajeros esa e-SIM?

De forma muy positiva, especialmente en-





PROPUESTA INTEGRAL PARA LOS CORREDORES

Europ Assistance ofrece a los corredores una propuesta integral que “combina producto, tecnología y acompañamiento. Por un lado, contamos con productos modulares, simples y fácilmente comercializables, diseñados para adaptarse tanto a venta ocasional como a estrategias de especialización por nichos. Y, por otro, ponemos a su disposición herramientas digitales específicas como ‘Selnet’, nuestra plataforma de emisión ágil, que permite cotizar, comparar productos, generar recomendaciones, emitir, gestionar el cobro y cumplir con la normativa regulatoria,

todo en un entorno intuitivo que mejora la trazabilidad y reduce tiempos de gestión”, indica Silvina Sagnerela, Head of Travel Local & International Sales de Europ Assistance España. A todo ello se suma “una propuesta de acompañamiento integral que incluye formación continua y especializada, interlocución dedicada tanto a nivel comercial como en la gestión de siniestros, materiales de venta y herramientas que facilitan el asesoramiento, *e-shops* personalizados para que el corredor pueda contar con su propio canal digital con un desarrollo mínimo,

acceso a datos y analítica para optimizar su cartera, programas de co-creación de producto para corredores con volumen relevante o especializados en nichos concretos, y campañas de marketing *ad hoc*”. A cambio, les piden compromiso con la formación. “La Asistencia en Viaje es un producto con amplias coberturas y elementos diferenciales, y la calidad del asesoramiento marca la diferencia en la experiencia final del cliente. En segundo lugar, transparencia y exhaustividad en la información del cliente. Una correcta suscripción es

fundamental para garantizar una respuesta ágil y eficaz en caso de siniestro. Y, por último, foco en el valor y no solo en el precio. En este ramo, las coberturas, la capacidad operativa y la calidad del servicio son determinantes. Cuando ocurre una incidencia en el extranjero, lo que realmente importa es la respuesta” afirma Sagnerela. Además, en Europ Assistance se valora especialmente la colaboración continua, compartir *feedback* del mercado, tendencias y necesidades reales de los clientes. “Aspiramos a construir relaciones de confianza a largo plazo, basadas

en una visión conjunta de crecimiento. Más que proveedores, queremos ser *partners* estratégicos de la mediación” señala su Head of Travel Local & International Sales en España.





tre los perfiles más jóvenes y tecnológicos. La posibilidad de disponer de datos móviles desde el primer momento, sin necesidad de adquirir tarjetas físicas o asumir costes de *roaming* elevados, elimina uno de los principales inconvenientes del viaje internacional.

Esta solución no solo mejora la experiencia durante el viaje, sino que también refuerza nuestra propuesta diferencial frente a otros operadores. Resolver el gran problema de la conectividad incrementa la satisfacción del cliente y contribuye a su fidelización.

Europ Assistance realiza acuerdos con otras aseguradoras ¿Cuáles son los puntos negativos y positivos?

En primer lugar, permiten una mayor capilaridad y presencia en nuevos canales de distribución, lo que amplía nuestro alcance y facilita que más clientes accedan a nuestras soluciones. Además, la complementariedad de ofertas posibilita diseñar productos más robustos y con mayor valor añadido.

No obstante, este tipo de colaboraciones exige una coordinación muy estrecha y una fuerte alineación operativa. La calidad del servicio debe mantenerse homogénea en todos los puntos de contacto, lo que implica procesos bien definidos y una comunicación constante entre ambas partes.

En el último barómetro de Adecose se ha concedido más de un 7 al servicio que ofrece el ramo de Asistencia en Viaje. ¿A qué se debe?

Este logro es el resultado de un gran trabajo en equipo y responde, en gran medida, al reconocimiento por parte de los profesionales de la calidad del servicio y la fluidez

Resolver el problema de la conectividad en el extranjero incrementa la satisfacción del cliente y contribuye a su fidelización

Cuando un cliente sufre una incidencia grave en el extranjero, la coordinación médica, logística y administrativa es determinante

en la gestión. En un ramo donde la rapidez de respuesta es crítica y la eficiencia operativa marca la diferencia.

También influye nuestra capacidad de resolución internacional y la experiencia que hemos acumulado durante tantos años en la gestión de casos complejos. Cuando un cliente sufre una incidencia grave en el extranjero, la coordinación médica, logística y administrativa es determinante. Esa solvencia técnica y operativa es la que los mediadores valoran y trasladan en sus evaluaciones.

¿Cómo valora la implicación que tienen los corredores con este ramo?

La implicación de los corredores con el ramo de Asistencia en Viaje es cada vez mayor y, sobre todo, más estratégica. Estamos viendo una mediación mucho más especializada, que entiende que no se trata de un producto accesorio, sino de una solución clave dentro del asesoramiento integral al cliente.

En segmentos nicho como viajes premium, deporte, alta gama o corporativo, la Asistencia en Viaje es prácticamente imprescindible. Son clientes que demandan coberturas amplias, capacidad operativa real y un servicio excelente, y ahí el papel del corredor marca la diferencia.

Además, en un contexto de mayor movilidad internacional y de mayor sensibilidad al riesgo, el cliente busca asesoramiento por parte de expertos. Cada vez son más los asegurados que confían en su mediador como asesor integral de todos sus seguros, independientemente del ramo.

CARMEN PEÑA

FOTOS: RAFA APARICIO



Adrián Esteban Aranda, Head of Insurance Product de [Heymondo](#)

El corredor actúa como **FILTRO DE CALIDAD** en el seguro de Viajes

El ramo de Asistencia en Viaje se encuentra en un punto de inflexión donde el mayor reto es, sin duda, la gestión de la incertidumbre global climática y geopolítica, combinada con una exigencia de inmediatez absoluta por parte del cliente. Ahí, el valor diferencial del corredor “reside en su capacidad para actuar como un filtro de calidad en un mercado saturado de opciones. En un producto como el seguro de Viaje, donde la letra pequeña y los límites de asistencia son críticos, el corredor aporta esa pedagogía necesaria para que el cliente comprenda qué está contratando realmente y por qué una opción es mejor que otra según su destino o perfil de riesgo”, afirma Adrián Esteban Aranda, Head of Insurance Product de Heymondo.





A pesar de la situación que nos rodea, parece que cada vez se está viajando más y mejor asegurado. Hay un cambio de paradigma en la cultura del viaje en España. No se trata solo de viajar más, sino de viajar de forma más consciente. “El viajero actual ya no percibe el seguro como un gasto accesorio o un trámite burocrático, sino como un componente indispensable de la experiencia de ocio” explica Adrián Esteban Aranda, Head of Insurance Product de Heymondo.

“Observamos que la democratización de la información y el uso de herramientas digitales han hecho que el cliente sea mucho más exigente con las coberturas. Ya no se conforman con capitales mínimos; buscan soluciones *hassle-free* que garanticen una asistencia médica robusta y, sobre todo, una gestión inmediata a través de la tecnología, como nuestra app de asistencia 24/7”, afirma Esteban Aranda.

De hecho, 2026 se perfila como el año de la consolidación estructural del ramo. “Venimos de un 2025 excepcional donde, en Heymondo, hemos superado nuestras expectativas de negocio en un 70%, alcanzando casi los 70 millones de euros en primas, lo que demuestra que el mercado español tiene un gran potencial de desarrollo. Para los próximos 5 años, proyectamos un crecimiento anual sostenido del 40%” indica su Head of Insurance Product.

Estas cifras justifican su apuesta clara, desde el principio, por este seguro “porque el viaje no es solo un producto, sino una macrotendencia económica y global imparable. Viajar se ha convertido en una prioridad vital y en un motor de consumo que no deja de crecer, pero que paradójicamente contaba con soluciones de protección muy poco inspiradoras. Vimos una oportunidad clara en un nicho que mueve millones de personas pero que carecía de una marca con la que el usuario se sintiera realmente protegido. Por otro lado, la asistencia en viaje era el terreno perfecto para liderar la digitalización de la experiencia de usuario. A diferencia de otros seguros más estáticos, el de Viaje es ‘vivo’: requiere inmediatez, movilidad y una respuesta humana. Optamos por la especialización para poder volcar todos

El viajero actual ya no percibe el seguro como un gasto accesorio o un trámite burocrático, sino como un componente indispensable de la experiencia de ocio



nuestros recursos en crear una solución 100% digital que pusiera al viajero en el centro”, comenta Adrián Esteban Aranda.

EL MULTIVIAJE ANUAL RESULTA RENTABLE

Aunque el seguro de Viajes se está potenciando, la póliza anual en España aún no tiene mucho tirón. “Es una cuestión eminentemente cultural y de falta de pedagogía financiera en el sector. En España, históricamente, el seguro de Viaje se ha percibido como un producto de ‘pico de demanda’, estrechamente ligado a las vacaciones de verano o Semana Santa, y no como un servicio recurrente de estilo de vida”, analiza Esteban Aranda.

Desde su punto de vista, “existen tres barreras principales que explican esta falta de tradición:

- Sesgo de inmediatez: El viajero español tiende a planificar ‘viaje a viaje’ y no son conscientes de que, si realizan más de dos escapadas al año (incluso fines de semana por Europa), la modalidad Multiviaje Anual ya resultaría más rentable.
- Desconocimiento de la cobertura en escapadas cortas: Existe

la falsa creencia de que para viajes cortos o dentro de la UE no hace falta seguro debido a la Tarjeta Sanitaria Europea. Sin embargo, un seguro de viaje anual cubre aspectos que la TSE no contempla, como la repatriación, el robo de equipaje o la asistencia en viaje 24h mediante app.

- Falta de proactividad en la mediación: Hasta hace poco, la oferta de seguros anuales estaba muy enfocada en el segmento de empresas, y no se le ha dado el foco o espacio para promoverlo en los particulares”.

GESTIÓN DE LA INCERTIDUMBRE GLOBAL

El ramo de Asistencia en Viaje se encuentra en un punto de inflexión donde el mayor reto es, sin duda, la gestión de la incertidumbre global combinada con una exigencia de inmediatez absoluta por parte del cliente. En un entorno marcado por la inestabilidad climática y geopolítica, “nuestra capacidad de respuesta debe ser más robusta que nunca, lo que nos obliga a evolucionar el modelo actual de asistencia reactivo”, afirma el Head of Insurance Product de Heymondo.

Hasta hace poco, la oferta de seguros anuales estaba muy enfocada en el segmento de empresas, y no se le ha dado el foco o espacio para promoverlo en los particulares



Otro desafío crítico es la personalización a escala. “El viajero de 2026 ya no acepta productos estándar; busca coberturas que se ajusten a su tipo de viaje, ya sea por nomadismo digital, viajes de larga duración o escapadas deportivas”.

En este sentido, los jóvenes ya no viajan solo para ver destinos, sino para vivir experiencias auténticas y compartirlas en tiempo real, y eso ha cambiado radicalmente su relación con el seguro. “En Heymondo hemos entendido que este perfil, puramente nativo digital, no busca una póliza tradicional, sino un compañero de viaje tecnológico que esté cuando se le necesita y que, sobre todo, les ayude a no perder tiempo. Para adaptarnos a ellos, hemos puesto nuestra app de asistencia 24h en el centro de la estrategia,

permitiendo que cualquier gestión se resuelva desde el móvil sin papeleos ni esperas eternas. Además, hemos transformado el tono de voz del sector, eliminando la jerga técnica y opaca por un lenguaje claro y directo que habla de tú a tú. Entendemos que su estilo de vida es dinámico y variado, por lo que ofrecemos soluciones flexibles que cubren desde los deportes de aventura hasta su material tecnológico, posicionándonos más como una marca de *lifestyle* viajero que como un servicio financiero convencional”.

Por último, el sector debe ser capaz de alinear sus servicios con la conciencia ambiental de los nuevos viajeros, integrando la compensación de



huella de carbono o el apoyo a comunidades locales dentro de la propia propuesta de valor del seguro.

ESCUCHAR Y ADAPTARSE A LAS NUEVAS EXIGENCIAS

En el último barómetro de Ade-cose se ha concedido más de un 7 al servicio que ofrece el ramo de Asistencia en Viaje. Una nota que refleja que el sector ha sabido escuchar y adaptarse a las nuevas exigencias del mercado en un tiempo récord. Adrián Esteban Aranda cree que “este notable alto se debe, fundamentalmente, a que la asistencia en viaje ha dejado de ser un producto ‘pasivo’ para convertirse en un servicio de acompañamiento real. El cliente percibe que, cuando hay un problema, la respuesta ya no es solo económica, sino operativa y humana”.

El valor diferencial del corredor en este tipo de seguros, señala, “reside en su capacidad para actuar como un filtro de calidad en un mercado saturado de opciones. En un producto como el seguro de Viaje, donde la letra pequeña y los límites de asistencia son críticos, el corredor aporta esa pedagogía necesaria para que el cliente comprenda qué está



contratando realmente y por qué una opción es mejor que otra según su destino o perfil de riesgo. Además, nuestro papel es fundamental en el momento del siniestro; el cliente valora enormemente saber que tiene a un profesional experto que defenderá sus intereses y le acompañará en la gestión frente a la aseguradora, si surgen complicaciones”.

El principal obstáculo que detectan los corredores en su día a día “es la brecha entre la agilidad que exige el cliente actual y la rigidez de los procesos tradicionales. Además, la hiperregulación y la creciente complejidad de los requisitos de entrada en ciertos países y la volatilidad de las coberturas médicas internacionales generan una carga informativa muy alta; el corredor necesita estar permanentemente actualizado”.

Otro problema recurrente para el corredor “es la percepción de ‘producto *commodity*’ por parte del cliente, que en ocasiones solo compara precios sin entender las diferencias en los límites de gastos médicos o servicios de valor añadido. Esto nos obliga a los corredores a realizar un esfuerzo pedagógico extra. En Heymondo trabajamos para mitigar estos puntos de dolor, ofreciendo una tecnología que simplifica la emisión de pólizas y una transparencia total en las coberturas, permitiéndonos competir no solo por precio, sino por la calidad de la experiencia digital que ofrecemos a nuestros clientes”.

Viajar se ha convertido en una prioridad vital y en un motor de consumo que no deja de crecer

SERVICIO DIGITAL, FLEXIBLE Y COMPENSABLE

El éxito del negocio de Heymondo se basa en que “hemos logrado transformar un producto tradicionalmente ‘aburrido’ y complejo en un servicio digital, flexible y, sobre todo, comprensible. Nuestra plataforma no solo facilita la contratación en pocos clics, sino que ofrece un valor real durante el viaje a través de nuestra app, que se ha convertido en el centro operativo de la asistencia para miles de personas. Esa agilidad nos ha permitido conectar con un perfil de viajero moderno que antes no se sentía identificado con las aseguradoras convencionales. Ade-

más, nuestra solidez financiera y capacidad de escalabilidad han sido fundamentales”.

Recientemente, Heymondo ha ampliado la cobertura médica de su modalidad Premium, que pasa de 10 millones de euros a gastos médicos ilimitados para viajes fuera de Europa y países ribereños. “Esta decisión responde a que el coste de la atención médica en destinos como Estados Unidos o Canadá se ha disparado, y lo que hace unos años parecía una cobertura suficiente, hoy puede quedarse corto ante un siniestro grave. Al eliminar el techo de gasto en nuestra modalidad Premium, no solo estamos lanzando un mensaje de solidez financiera, sino que estamos ofreciendo la máxima tranquilidad posible a nuestros viajeros. Con los gastos médicos ilimitados, el seguro deja de ser una red de seguridad con límites para convertirse en una garantía total”, asegura Adrián Esteban Aranda.

REVALIDAR LA CONFIANZA

En el negocio de Viajes, el 90% de las ventas es nueva producción. Sin embargo, lejos de

La asistencia en viaje ha dejado de ser un producto ‘pasivo’ para convertirse en un servicio de acompañamiento real



verlo como un inconveniente, en Heymondo lo perciben como una oportunidad. “Cada vez que un cliente prepara una maleta, tenemos una nueva ocasión para revalidar su confianza y demostrar por qué somos su mejor compañero de aventura. Esta recurrencia rompe la inercia del sector y nos obliga a mantener una interacción y un compromiso constante: nos exige mantener una calidad de asistencia exquisita en cada ocasión”.

Esta dinámica de contacto frecuente es, además, “el paso previo ideal para profesionalizar la protección de nuestros viajeros recurrentes a través del seguro anual. Nos permite demostrarles que, a partir de su segunda o tercera escapada, la modalidad anual no solo les resulta más rentable, sino que les ofrece una tranquilidad permanente y flexible. Nuestros productos están diseñados precisamente para que esa relación sea fluida y sin fricciones”.

Sobre las fusiones entre aseguradoras generalistas y especializadas para que las segundas den el servicio a las primeras, piensa que “son una tendencia natural en un mercado que exige una hiper especialización tecnológica. Las aseguradoras generalistas cuentan con una capilaridad y una base de clientes inmensa, pero a menudo se enfrentan a estructuras pesadas que dificultan la innovación ágil. Por el contrario, las compañías especializadas como Heymondo aportamos un *know-how* vertical muy profundo y, sobre todo, una agilidad tecnológica que nos permite iterar el producto y la experiencia de usuario a una velocidad que una gran corporación difícilmente puede alcanzar”.

CARMEN PEÑA

PYMESEGUROS

REVISTA ONLINE PARA CORREDORES Y CORREDURÍAS



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



El sector, a la espera de que la DGSFP regule el **SEGURO DE PATINETES** para dar seguridad al mercado



El pasado 30 de enero se aprobó la normativa que regula el uso de patinetes eléctricos y que contempla la obligatoriedad de asegurarlos. Un aspecto que abre nuevas líneas de negocio en el sector, pero cuya evolución aún requiere, como reclaman entidades y corredores, que la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) se pronuncie y clarifique algunos criterios. Especialmente los que tienen que ver con los hechos de circulación y la distinción entre los patinetes como vehículos personales ligeros (VPL) y vehículos a motor.



En España se estima que circulan en torno a cuatro millones de patinetes. Un volumen que para la industria aseguradora resulta muy importante. Con todo, el factor que va a ser determinante de cara al aseguramiento en este ramo son los patinetes que no tienen certificado, una cifra cercana al 40%, “y que a partir de julio de 2027 no van a poder circular”, valora Pedro Javier Manso, responsable de Producto de **AXA**. La renovación de esos patinetes sin certificado proporcionará una realidad de cuántos van a seguir operativos tras las exigencias establecidas.

Coincide María Espinosa, responsable del Departamento Suscripción de **Grupo TAT Correduría**, miembro de **Cojebro**, en que el volumen de cuatro millones se reducirá sustancialmente porque muchos no se utilizan exclusivamente para traslados, sino que a veces son regalos que se emplean muy poco: “El que lo use para su traslado diario al trabajo, lo hará; el que lo tenga para el ocio, no estará tan concienciado de que debe contratar un seguro”.

En cualquier caso, “tenemos más de un año para ver, de todo ese mercado de patinetes, el neto que queda al final”, confirma Jorge González de la Huerta, CEO de **JJGonzález Correduría de Seguros**, miembro de Arams (**Fecor**), para quien es evidente que se abre un nuevo nicho de negocio, al obligar a los usuarios de estos vehículos a poseer un seguro.

Carlos Martos, técnico de Particulares de Grupo TAT Correduría, va más allá e indica que la obligatoriedad de este seguro supone “una revolución para el sector”, como lo fue también el seguro de Responsabilidad Civil de masco-



ta cuando se aprobó la Ley de Bienestar Animal, “hasta el punto que las soluciones en torno al patinete van a abrir un mercado novedoso para las compañías”.

Además, Jorge González de la Huerta cree que este producto tendrá público entre los seguros embebidos, así como en la renovación del contrato, que es cuando las personas se plantearán si se desplazan con ese vehículo personal ligero (VPL) lo suficiente como para que valga la pena contar con esa protección. De todos modos, asegura que los seguros embebidos serán una competencia a corto plazo, “pero luego el mercado se abrirá”: “Estos productos tendrán un momento de vencimiento o cuando el propietario del patín tenga que pagar el seguro de su bolsillo (ya no dentro de la compra), saldrá al mercado a ver qué se le ofrece y decidirá si mantiene el contrato con el seguro embebido o realiza una nueva contratación”, aprecia.

Aunque comprar el patinete y a la vez contratar el seguro es una oportunidad, Pedro Javier Manso aconseja informarse de todas las ofertas y modalidades en el mercado: “Hay que tener en cuenta las necesidades reales y no dejarse llevar por un primer acceso de compra disponible”, afirma.

EVOLUCIÓN DE LA CONTRATACIÓN

Aunque Manso recalca el posible efecto disuasorio que puede producirse, destaca que,

lógicamente cuando un seguro nace obligatorio se produce un boom y generará bastante competencia. De hecho, asegura que AXA ya ha gestionado la contratación de 14.000 pólizas y se han tarifado “con una prima justa y suficiente, sin entrar en ninguna lucha de precios”. Sí valora que, tras este boom inicial, después del verano bajarán las ventas, para luego volver a ver un repunte a partir de enero de 2027, por los patinetes no certificados y la primera renovación de las carteras de nueva producción que se está produciendo.

“Ahora existe un boom porque acaba de salir la ley”, confirma María Espinosa, por lo que todo el que tiene el patinete y lo quiere asegurar lo está haciendo. “Después será algo más residual”, sospecha.

González de la Huerta coincide en estas estimaciones, en su caso basadas de las propias consultas de los clientes, inquietos por el devenir de su patinete: “Mi testeo de mercado es caso a caso con cada uno de los clientes y viendo su situación”. También puso sobre la mesa el tema de que, desde el punto de vista de los corredores, están apreciando que la oferta se está focalizando en el uso particular del patinete y existe en la actualidad una carencia de oferta aseguradora para los profesionales, como puede ser el caso de los *riders*.

En este sentido, el responsable de Producto de AXA reconoce que su compañía ha diseñado una



“El seguro de patinete es una revolución para el sector, hasta el punto que estas soluciones van a abrir un mercado novedoso para las compañías”. Carlos Martos

solución a la movilidad personal, no profesional: “Si llega una oportunidad muy concreta se puede analizar, pero en la contratación el tarifador solo es para uso particular; tenemos que ver cómo evoluciona”, asume.

REGULACIÓN DE LA DGSFP

Carlos Martos también recuerda que la DGSFP aún no se ha pronunciado sobre el seguro de patinetes, así que confía en que cuando lo haga este aspecto se regulará, ya que hasta el momento solo ha sido la Dirección General de Tráfico (DGT) la que ha establecido unas normas a este respecto, pero no en concreto sobre el uso profesional de los patinetes.

“La DGSFP va a decir que es obligatorio, al igual que asegurar los autos o motos de reparto”, sostiene Pedro Javier Manso, responsable de Producto de AXA, quien sí aprecia que se producirá algún tipo de conversación con el sector para ver qué oferta se puede crear en torno a

esto y no derivar todos los riesgos al Consorcio de Compensación de Seguros. Hasta entonces, acepta que las compañías están actuando de un modo un tanto conservador, “porque si ya de por sí el uso particular del patinete asusta un poco, el uso profesional, más”.

“En teoría todos los patinetes en un futuro se van a tener que matricular”, comenta Martos, quien



piensa que cuando esa ley vaya evolucionando a lo largo de este año, “y una vez que haya constancia de que todos los vehículos deben tener su matrícula, a lo mejor la DGSFP se pronuncia”.

Pedro Javier Manso confirma que no maneja ninguna fecha para que la DGSFP trate este asunto, aunque sí recuerda que ya la DGT ha sacado el reglamento de matriculación e inscripción de los VPL, vigente desde el pasado 30 de enero, así como para aquellos que por su peso y velocidad son considerados vehículos a motor. En concreto, la normativa contempla dos tipos de patinetes eléctricos: los que pesan menos de 25 kg y corren menos de 25 km/h (denominados específicamente VPL), a los que se ha designado unos capitales de 6.450.000 euros en el seguro para cubrir daños personales y 1.300.000 para daños a los bienes materiales; y los que superan los 25 kg y los 14 km/h, que califica como vehículos a motor y les aplica los capitales del seguro obligatorio de Auto. “Esa diferenciación y adaptación hace que los capitales sean adecuados para este tipo de riesgos”, acepta.

Para el CEO de JGonzález estos capitales también son bastante “lógicos y suficientes”, quien asegura que en la contratación “también ayuda que la prima sea asequible”: “Creo que lo que se pretende es no convertir en disuasorio el seguro, sino hacerlo más accesible”, argumenta.



“El que use el patinete para su traslado diario, contratará un seguro; el que lo tenga para el ocio, de manera eventual, no estará tan concienciado de que debe hacerlo”. María Espinosa

En este sentido Manso valora que en los VPL, como los capitales son menores, la prima se ajusta más. Pero que en cuanto el patinete pese un poco más, ya se les está imponiendo los límites idénticos a un automóvil, lo cual tiene un impacto sobre la prima notable, que posteriormente se irá compensando según la siniestralidad.

NEGOCIO RENTABLE

Con todo, a día de hoy, muchas compañías no están ofertando esta solución por las dudas que les genera en la rentabilidad. Precisamente, el hecho de que el seguro de patinete sea un negocio rentable “lo marcará el tiempo y si tiene alta o baja siniestralidad”, afirma el técnico de Particulares de Grupo TAT, que destaca que AXA ha sido la compañía pionera a la hora de posicionarse en este ramo.

“AXA ha ido como un paso por delante a las otras, muchas de las cuales están esperando a ver cómo evoluciona el mercado o incluso revisando un poco su producto para sacarlo más adelante”, remarca Espinosa, toda vez que hay muy pocas que están ofreciendo el seguro de patinetes.

Jorge González de la Huerta, CEO de JGonzález, cree que hasta que no empiece a haber resultados del mercado, la mayoría de las aseguradoras no querrán sacar una solución.

En cualquier caso, el responsable de Producto de AXA sostiene que es un ramo relativamente nuevo, pero que se regula por la Ley sobre Responsabilidad Civil y Seguro en la Circulación de Vehículos, es decir, que se enmarca en el ramo de Auto, por lo que como a cualquier otro tipo de vehículo que circula por la vía, se le exige un seguro obligatorio por los daños que puede ocasionar. Y se trata de un ramo “con amplia experiencia y regulación, maduro”, aunque “lógicamente”, los primeros años, se requerirán ajustes en la estabilización de la rentabilidad.

Donde ve un hándicap es en los hechos de la circulación. En este sentido, la normativa incluye el uso combinado como medio de transporte en el desplazamiento, de modo que, por ejemplo, se pueda ir en patinete, luego coger un autobús y seguir con el patinete hasta el lugar de trabajo. Es decir, se usa este vehículo para trasladarse, por lo tanto, es un hecho de la circulación: “Lo que ocurra en ese trayecto es un hecho de la circulación, por lo tanto, hay cobertura”, asegura. Sin embargo, si se va con el patinete plegado en el maletero, lo que sucede con el patinete no es un hecho de la circulación. “A mi modo de ver, en estos hechos que no se consideran de la circulación es donde puede haber más necesidad de protección”, reconoce. “Es en estos matices en los que habrá que trabajar y en los que el reglamento de



“En los hechos que no se consideran de la circulación es donde puede haber más necesidad de protección. En estos matices el reglamento de la DGSFP puede ayudar”.

Pedro Javier Manso

la DGSFP nos puede ayudar”, comenta. “Para mí, empieza a ser necesario y hacerse urgente que la DGSFP pueda ampliar esa información y generarnos esa seguridad”, plantea.

SEGURO ESPECÍFICO

Sobre la posibilidad de que este tipo de seguro vaya incorporado a otro de Hogar o Auto, Carlos Martos, técnico de Particulares de Grupo TAT, tiene claro que “lo apropiado” es que sea un seguro específico. En esta línea, su compañera responsable del Departamento Suscripción de Grupo TAT matiza que al hablar, por ejemplo, de los hechos de circulación, estos no entrarían dentro de la cobertura de Hogar.

Como recuerda Pedro Javier Manso, responsable de Producto de AXA, desde el momento en que se regula por la ley de vehículo de circulación lo que se busca es la protección a una víctima de accidente de Auto, lo que requiere que sea una solución específica, como cualquier otro

seguro de este tipo: moto, auto, camión, etcétera. Y en el caso de querer mejorar coberturas, él apostaría por una RC ampliada o voluntaria dentro del propio producto de patinete. E insiste en que la jurisprudencia también irá matizando algunos aspectos, como ha pasado en Auto tradicionalmente. “Nuestra intención ha sido generar una oferta que



en el obligatorio no haya duda y en el voluntario, si queda duda, haya cobertura”, explica sobre el producto lanzado por AXA.

Jorge González de la Huerta también apuesta porque sea un seguro específico, “y, en todo caso, que las pólizas de Hogar o Responsabilidad Civil Familiar contemplen la cobertura de algún tipo de responsabilidad en ausencia de esa cobertura en el seguro obligatorio, como el incendio del patinete en el domicilio”.

FUERA DE RC FAMILIAR

De hecho, en países como Alemania existen productos de RC Familiar que contemplan todos los vehículos de movilidad personal que tenga una familia. Sin embargo, Pedro Javier Manso recuerda que en este sentido la legislación española es clara y lo que regula es una póliza de RC obligatoria de circulación para cada patinete por los daños que pueda ocasionar. “No deja lugar a una RC Familiar”, defiende, porque “el patinete se está regulando como otro tipo de vehículo por los daños que pueda ocasionar”.

Además, como menciona González de la Huerta, en Alemania pueden tener seguro por matrícula, y esa matrícula emplearla para diferentes vehículos, lo que en España “es impensable”, salvo sectores muy concretos del automóvil. Para el mercado particular y la población en general cada vehículo es



“Los capitales son lógicos y suficientes y también ayuda que la prima sea asequible. Lo que se pretende es no convertir en disuasorio el seguro, sino hacerlo más accesible”.

Jorge González de la Huerta

una unidad de movilidad y es una unidad de póliza, la legislación vigente así lo determina.

De hecho, como reafirma María Espinosa, responsable del Departamento Suscripción de Grupo TAT, si el patinete continúa rigiéndose por la Ley de Circulación, se tendrá que seguir asegurando al vehículo y no a la persona. Y recuerda que, independientemente de si circula o esté aparcado delante de la casa, el patinete tiene que tener un seguro, al igual que el resto de vehículos de movilidad.

Carlos Martos apostilla que, pese al alto número de menores de edad que se ven conduciendo estos VPL, el tomador del seguro siempre tiene que ser un adulto. De hecho, la ley indica que solo puede conducir un vehículo como el patinete una persona que tenga 16 años, como mínimo. Aunque en territorios como en Madrid se rebaja esa edad a los 15, especifica que las compañías, por política de suscripción, no incluyen esa distinción en la póliza.

De cualquier modo, Manso incide en que se lleva apenas un mes de obligatoriedad, por lo que “quedan muchos matices y muchas interpretaciones” por desarrollar.

AITANA PRIETO / CARMEN PEÑA

Para ver el vídeo completo de la mesa redonda pulse [aquí](#)





XVII Barómetro **Adecose**

Los **CORREDORES** mejoran su consideración de las compañías

La presentación de los resultados se realizó, un año más, tanto de manera presencial como por *streaming*, bajo la dirección del presidente de la asociación, Martín Navaz, quien remarcó el objetivo de que este informe sirva a los profesionales del sector “a ser mejores y más eficientes”. En esta ocasión se han cumplimentado 1.608 encuestas (en torno al 20% del colectivo de corredores), de un total de 131 corredurías, lo que supone el 85% de participación de los socios de Adecose: “El alto porcentaje de participación y su implicación con este estudio corrobora, un año más, la importancia que tiene este informe para el sector asegurador”, destacó Navaz.

En cuanto al grado de satisfacción con la calidad del servicio que ofrecen las aseguradoras, el 61,4% de los corredores han manifestado una opinión “total” o “bastante favorable”, dos puntos y medio por encima del ejercicio anterior. Mientras las compañías con sede social en España han experimentado una subida de un punto porcentual (del 56,7% al 57,7%) en este rango de consideración, las que están en régimen de establecimiento o libre prestación de servicio (LPS), han visto un alza aún más significativa (del 66,9% al 69,5%).

El grado de satisfacción de los corredores respecto a la calidad del servicio de las aseguradoras se ha incrementado ligeramente, tras la caída del año pasado, de modo que la nota media asignada por los profesionales a las compañías se ha situado en 6,75, cinco décimas más que hace un año, según la XVII edición del Barómetro Adecose.



CRÉDITO, EL RAMO MEJOR VALORADO

Crédito, con un 7,33 de valoración media, se erige como el ramo con mejor satisfacción por parte de los corredores, arrebatando el primer puesto a Asistencia en Viaje, que con un 7,09 se queda en segundo lugar. Tras ellos se sitúan Defensa Jurídica (7,05), Pérdidas Pecuniarias (7,04), Responsabilidad Civil (6,98), Caucción (6,90) y Decesos y Accidentes Colectivo, ambos con 6,88. En cualquier caso, la satisfacción global con los ramos aseguradores vuelve a ser positiva, estando todos ellos por encima del 6,5, excepto Flotas, con un 6,46.

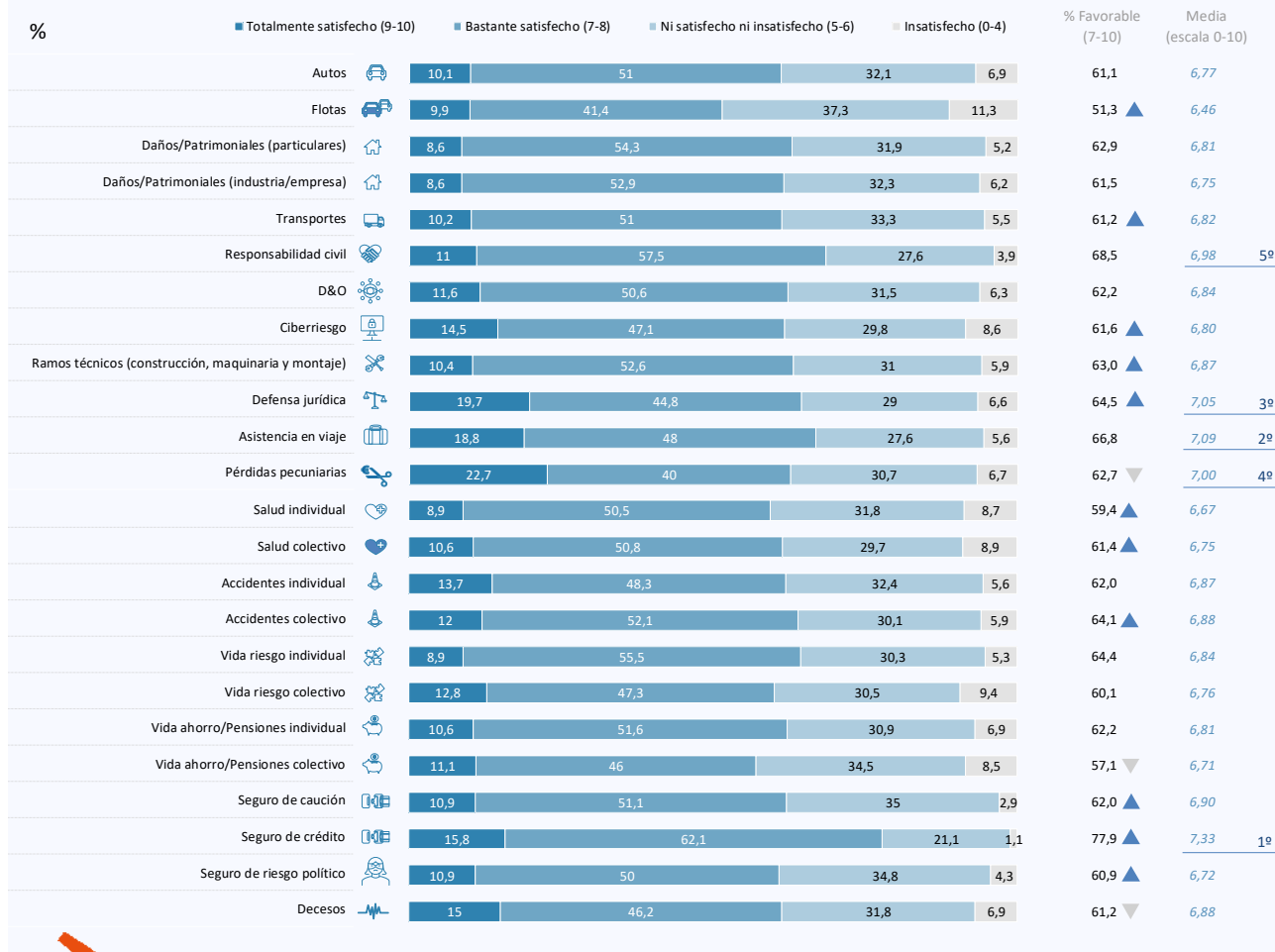
En esta ocasión, Vida Riegos Individual es el ramo en el que se producen las mayores diferencias entre la aseguradora mejor valorada y la peor, con una distancia de 3,48 puntos porcentuales, siendo el seguro de Riesgo Político en el que se dan los valores más ajustados (entre un 6,7 y un 6,9).

Sobre los aspectos concretos del servicio, Gestión Técnica vuelve a obtener, por tercer año consecutivo, la mejor valoración, con un 7,03 sobre 10, nueve décimas por encima de lo obtenido en el ejercicio anterior. En segunda posición se coloca Producto/Precio, con un 6,94, por delante de Producción (6,91), Gestión Comercial (6,83) y Gestión Administrativa (6,64). Los aspectos peor valorados son Recursos (6,58) y Siniestros (6,46). “Es nuestra asignatura pendiente”, ha afirmado el presidente de Adecose.

En Producto/Precio la oferta de coberturas a un precio competitivo es lo más apreciado, por encima de la claridad en los condicionados de los contratos y la adaptación de la cartera de productos a las nuevas necesidades. En Gestión Técnica/Comercial la capacidad técnica y conocimiento de

SATISFACCIÓN GLOBAL. CALIDAD DEL SERVICIO SEGÚN RAMO DE TRABAJO

A nivel general, ¿cuál es su grado de satisfacción respecto a la calidad del servicio para cada uno de los siguientes ramos?



Crédito es el ramo mejor valorado, arrebatando el liderazgo a Asistencia en Viajes, que queda segundo, y con Defensa Jurídica como tercero

suscripción ha incrementado un poco su valoración, al igual que lo ha hecho el envío puntual de documentos y sin errores en la Gestión Administrativa, y la facilidad de contacto con personas con capacidad de decisión dentro de la compañía en Recursos. En Siniestros nuevamente se valora más la actitud en la resolución de siniestros y pago de las indemnizaciones que el acceso a la información sobre el siniestro.

ÁREAS DE MEJORA

Adecose ha vuelto a preguntar en esta ocasión a los corredores sobre las áreas que consideran que deberían mejorar las aseguradoras. El principal reclamo tiene que ver con que las compañías sean más “ágiles”, especialmente en aspectos como los tiempos de respuesta o la agilidad en procedimientos y gestiones. Los departamentos Técnico y Comercial de las corredurías son los que muestran más preocupación por esta medida. También se piden mejoras en la atención y la comunicación, sobre todo por las deficiencias existentes en las comunicaciones y la necesidad de contar con una relación más personalizada. Este aspecto es prioritario para la Dirección de las corredurías y sus Áreas de Administración, Producción y Siniestros (en este último caso, más de la mitad de los consultados lo han destacado). Los siguientes apartados que más preocupan a los mediadores es la mejora de las capacidades, la revisión de los precios y las condiciones de pago, la revisión de las políticas, la flexibilidad, la confianza y las coberturas.

También se ha interpelado sobre la actuación de las compañías en la política de renovaciones. Vuelven a ser las mejor valoradas las condiciones técnicas ofrecidas (con un 6,15 de media), seguidas de la capacidad de nego-



El 61,4 de los corredores valoran positivamente la calidad del servicio de las aseguradoras, dos puntos y medio por encima de 2024

ciación post oferta (5,72) y las condiciones económicas (5,71). El plazo de comunicación de la oferta quedó en último lugar (5,98).

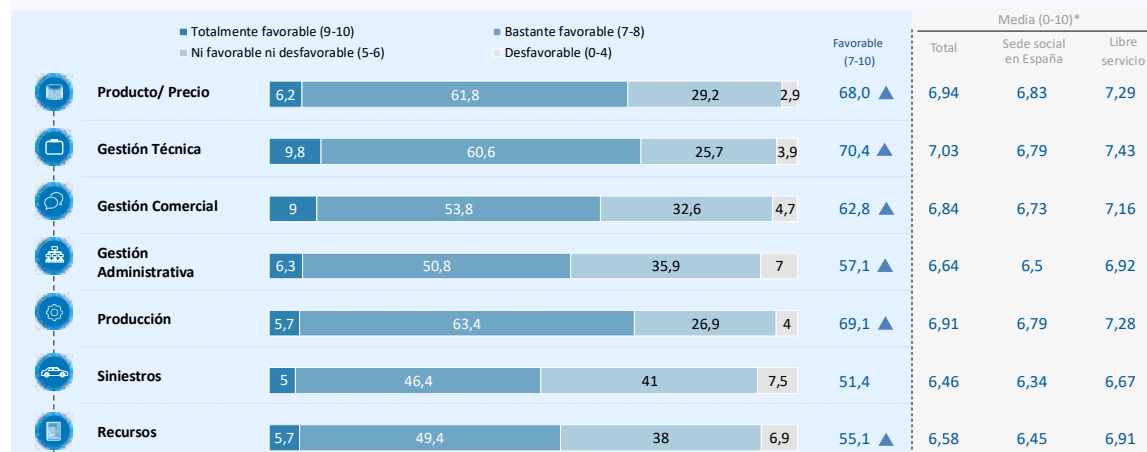
Es destacable, que en todos los aspectos ha mejorado la opinión de las corredurías respecto al trabajo de las entidades, siendo especialmente relevante en el caso de la capacidad de negociación post oferta, ya que hasta el 30,9% de los encuestados reconocen estar totalmente o bastante satisfechos (con un aumento del 4,8%).

SURNE SE MANTIENE COMO LÍDER

Respecto a la satisfacción global con la calidad del servicio de cada una de las aseguradoras con las que trabajan, los profesionales han reconocido a once compañías con un notable, idéntico número que en 2024. Y un

VALORACIÓN DE LAS ASEGURADORAS. EN ASPECTOS CONCRETOS DEL SERVICIO

Pensando en general en todos los aspectos ¿Qué valoración daría a cada uno de ellos?



En una escala de 0 a 10 donde 0 es "Totalmente desfavorable" y 10 "Totalmente favorable"



año más, Surne lidera la clasificación, con una nota media de 7,88, seguida de Cigna (7,63) e Hiscox (7,61), repitiendo el podio de hace un año. Las acompañan en la zona noble de la tabla Iris Global (7,52), Reale, (7,36), Arag (7,35), Asefa (7,31), Markel (7,14), Berkley (7,13), Ergo (7,08) y Zurich (7,03). Hay que destacar que este año la puntuación media se ha incrementado hasta el 6,75, respecto al 6,58 del ejercicio anterior.

Siete aseguradoras han conseguido ser las mejores valoradas en varios ramos: Surne, en Accidentes (Individual y Colectivo), Vida Ahorro/Pensiones (Individual y Colectivo) y Vida Riesgo (Individual y Colectivo); Reale, en Autos y Daños Patrimoniales (Individual y Colectivo); Hiscox, en Responsabilidad Civil, D&O y Ciberriesgo; Allianz, en Flotas y Transportes; Arag, en Pérdidas Pecuniarias y Defensa Jurídica; Fiatc, en Salud Individual y Decesos; y Asefa, en Ramos Técnicos y Caucción. El resto de ramos los han liderado Iris Global (Asistencia en Viaje), Cigna (Salud Colectivo), Solunion (Crédito) y Cesce (Riesgo Político).

En los aspectos concretos del servicio, Iris Global lidera Producto/Precio (seguida de Surne y Arag), Gestión Comercial (por delante de Surne y Asefa) y Producción (con Surne y Aserta por detrás). En Gestión Técnica el podio lo ocupan Aserta, Iris Global y Surne; en Gestión Administrativa, Surne, Reale y Arag; en Siniestros, Hiscox, Surne y Solunion; y en Recursos, Cigna, Surne e Iris Global.

Respecto al grado de fidelidad de las corredurías hacia las aseguradoras, las compañías con las que los profesionales están más dispuestos a seguir trabajando son Surne, Hiscox, Iris Global, Cigna, Reale, Arag, Asefa, Zurich, Berkley, Markel, Solunion, Aserta, Ergo, Sanitas, AXA, Beazley, Coface,



En siniestros se valora más la actitud en la resolución y pago de las indemnizaciones que el acceso a la información sobre él

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

AUTOS	REALE SEGUROS	PÉRDIDAS PECUNIARIAS	ARAG
FLOTAS	Allianz	RESPONSABILIDAD CIVIL	HISCOX
DAÑOS/PATRIMONIALES (PARTICULARES)	REALE SEGUROS	RAMOS TÉCNICOS	asefa
DAÑOS/PATRIMONIALES (EMPRESAS)	REALE SEGUROS	ASISTENCIA VIAJES	IRISGLOBAL
TRANSPORTES	Allianz	DEFENSA JURÍDICA	ARAG
SALUD INDIVIDUAL	FIATC	VIDA AHORRO/ PENSIONES COLECTIVO	surne
SALUD COLECTIVO	cigna	VIDA RIESGO INDIVIDUAL	surne
ACCIDENTES INDIVIDUAL	surne	VIDA RIESGO COLECTIVO	surne
ACCIDENTES COLECTIVO	surne	SEGURO DE CRÉDITO	solution
VIDA AHORRO/ PENSIONES INDIVIDUAL	surne	SEGURO DE CAUCCIÓN	asefa
D&O	HISCOX		
CIBERRIESGO	HISCOX		
RIESGO POLÍTICO	cesce		
DECESOS	FIATC		

Chubb, Occident, Crédito y Caución, Asisa, OnLygal y Segur-Caixa Adeslas, con una puntuación todas ellas de más de 7 sobre 10, cuatro entidades más que en 2024, con una media global de 7,11 (por el 7,05 del ejercicio anterior).

EL USO DE EIAE SE CONSOLIDA

Como responsable del Área de Tecnología de Adeco-se, David Salinas presentó los resultados a las cuestiones tecnológicas, que por primera vez se han planteado como una encuesta única. Un año más se ha interrogado a las corredurías sobre el conocimiento, uso y limitaciones del Estándar de Intercambio de Comunicación (Eiac), que ya emplea el 92,6%, casi nueve puntos porcentuales más que en el ejercicio anterior.

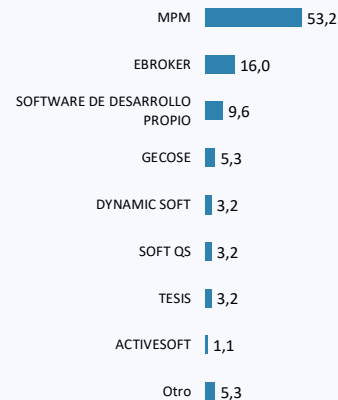
También vuelve a mejorar la percepción respecto al servicio prestado por las tecnológicas con el tema del Eiac. El 62,4% de los encuestados dan una puntuación de notable en adelante (cuando en 2024 esa cifra era del 55,8%), y la nota media se ha incrementado del 6,55 sobre 10, al 6,79.

Eso sí, en el uso del estándar Eiac para el intercambio de información con las aseguradoras, la satisfacción media de las corredurías ha caído al 7,01 (por el 7,46 anterior), siendo VidaCaixa, Reale, Zurich, Occident, Generali, Surne, Allianz, AXA y Caser las compañías que obtienen mejor puntuación en este aspecto. Con todo, se ha incrementado sustancialmente el número de entidades que obtienen un notable en este apartado, de las 16 de 2024 a las 26 actuales.

Asimismo, se ha abordado el empleo que las aseguradoras hacen de los datos de los clientes para cosas diferentes a la razón por la que se aportan. Continúa la percepción de que las entidades los usan frecuentemente o con bastante frecuencia para otros temas (el 56,4% de los corredores

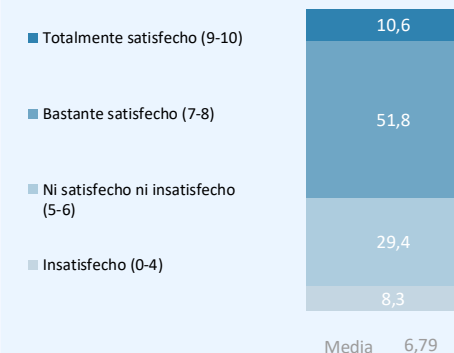
USO DEL EIAE

Principales proveedores tecnológicos mencionados (%)



Satisfacción con el servicio prestado con el proveedor tecnológico (%)

Proveedores con una base mínima de 15 o más casos



El uso de Eiac se dispara al 92,6%, así como la pertenencia a Cima, a la que ya están adheridas el 90,4% de las corredurías

piensa así, porcentaje que se ha elevado respecto al 52,9% de 2024). La tendencia desde 2019 ha empeorado en más de siete puntos porcentuales

Como ya ocurriera en los últimos años, en esta ocasión también se ha querido recabar información de los profesionales respecto a la plataforma Cima (Conectividad, Innovación y Servicios para la Mediación Aseguradora). La adhesión de las corredurías ha experimentado un gran avance, pasando del 70,1% de 2024 al 90,4% en 2025. Y hasta un 97,6% reconoce estar activa en Eiac a través de Cima. “Son datos que demuestran que las corredurías han tomado conciencia de la importancia de adherirse a Cima”, atestiguan desde Adeco-se, admitiendo que aún “queda camino por recorrer” hasta el objetivo primordial, que es que “la calidad de los datos sea total y la bidireccionalidad una realidad”.



LA IA, EN AUGE

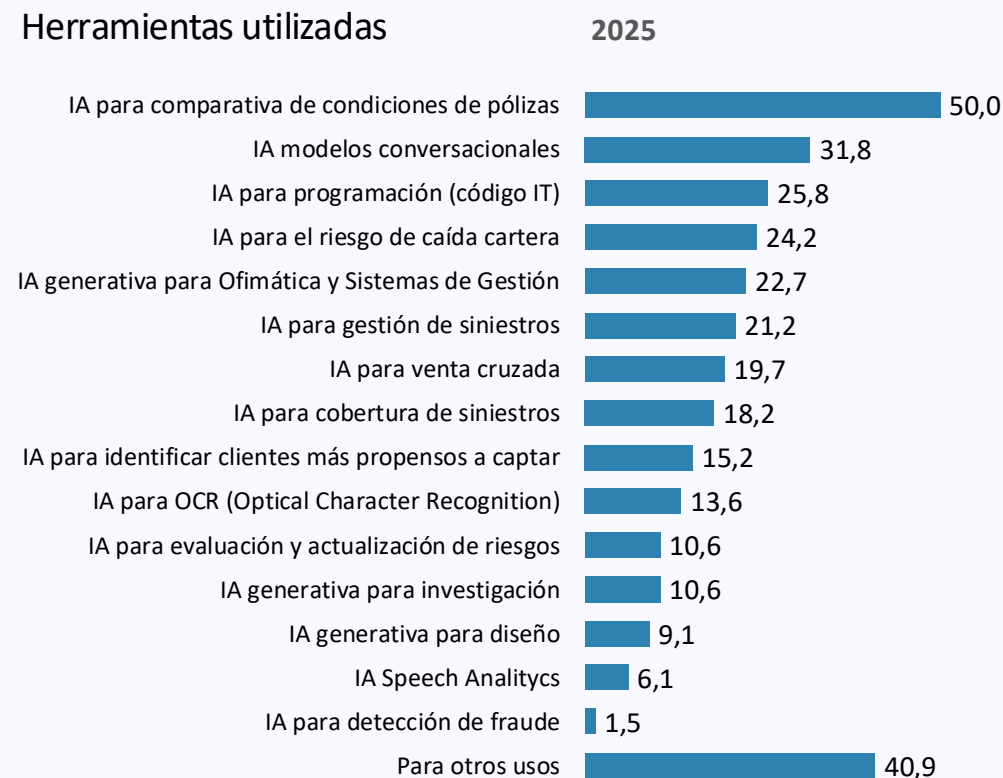
En los ejercicios anteriores también se inquirió a las corredurías respecto al uso que hacen los socios de Adeco-se de la firma digital, cuestiones que se han mantenido en esta ocasión. Un 42,6% afirma que la utiliza en sus corredurías (frente al 44,7% del ejercicio anterior), siendo Signaturit (22,5%) y DocuSign (15%) los principales proveedores.

Ahora bien, en esta ocasión se han introducido preguntas sobre la iniciativa de firma digital de Cima, un “proyecto de largo recorrido”, como reconoció Salinas, que aporta “muchas oportunidades de mejora”. Un 81,9% admite conocerlo, un 40,3% confiesa estar adherido a dicho proceso mediante la firma del anexo contractual correspondiente con Tirea y un 35,5% de las corredurías está usándolo.

También se ha consultado sobre el proyecto de digitalización de Adeco-se, de tal modo que un 58,5% lo conocen, con un 83,6% de estos que han participado alguna vez en los diferentes talleres y webinars que se han desarrollado. En cualquier caso, la valoración media de la iniciativa es de un 7,96.

Y, por primera vez, se ha querido recabar la opinión de las corredurías respecto al impacto de la IA en sus negocios. Siete de cada diez reconocen utilizar alguna herramienta de inteligencia artificial. De hecho, el promedio de recursos empleados es de 3,2, siendo las principales para realizar comparativa de condiciones de pólizas, modelos conversacionales, para programación (código IT) para analizar riesgo de caída de cartera, generativa para ofimática y sistemas de gestión y para gestión de siniestros. Tal es la influencia de esta tecnología en el mundo actual, que entre los que aún no la han implementado un 25% piensa

IMPLEMENTACIÓN DE IA EN LAS CORREDURÍAS



Promedio de herramientas utilizadas 3,2

hacerlo en menos de 6 meses y un 32,1% entre 6 meses y un año. “Desde Adeco-se queremos hacer amigable la IA”, reconoció Navaz, “que los corredores entiendan que se pueden hacer bien las cosas con ella”.

AITANA PRIETO



Horst Agata

XXIV Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías

Lo que no se entiende, SE RECHAZA

El XXIV Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías, organizado por **Inese**, permitió abordar cómo transformar la incertidumbre actual en crecimiento sostenible y presentar propuestas de valor para los clientes. Es importante convertir la complejidad técnica en productos simples y comerciales para que los entienda el cliente. Porque, cuando no se entiende algo, se desconfía de ello y se rechaza. Por eso, es tan importante que el cliente sepa de lo que se está hablando.



El XXIV Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías comenzó con la intervención de Horst Agata, Marketing Manager de Gen Re, que disertó sobre 'Cómo transformar riesgos emergentes en ofertas atractivas'. Presentó al sector asegurador "como una cadena de solidaridad en la que los corredores están al principio de ella". Resaltó el hecho de que el seguro siempre ha sido relevante "para cerrar la brecha entre la incertidumbre y la certeza". Sobre todo, ahora, que estamos entrando en nuevos riesgos emergentes que no sabemos calibrar porque muchas veces no conocemos el verdadero riesgo que hay detrás de ellos. Agata señaló que los corredores tienen que anticiparse a estos riesgos, explicárselos a sus clientes y acompañarlos para enfrentarse a ellos.

"La gestión de riesgo nunca fue tan importante como ahora", indicó Horst Agata, y es "una gran oportunidad para todos los que estamos trabajando en ese sector". Hay que convertir "la complejidad técnica en productos simples y comerciales".

Cuando hay un riesgo emergente, es más fácil vender el seguro que lo cubra si el cliente entiende en qué consiste el riesgo, cómo le puede afectar y cómo se puede mitigar. El cliente no busca solo una póliza para cubrir su riesgo, busca una certeza en un mundo incierto. Un riesgo emergente se vende cuando se percibe que detrás hay un mercado serio, una aseguradora o rease-



Jose Luis Cendrero y Miguel Robledo



El sector asegurador es una cadena de solidaridad en la que los corredores están al principio de ella

guradora que no desaparece cuando llega el primer siniestro. Por eso, la relación personal que tienen los corredores con el cliente, sigue siendo un activo estratégico muy importante, difícilmente replicable por un algoritmo.

Por eso, la cuestión no es si la inteligencia artificial va a sustituir a los corredores algún día. La pregunta es, ¿quién sabrá integrar la inteligencia artificial para reforzar su propuesta de valor sin perder el componente humano? La IA no viene a sustituir al corredor, viene a ampliar su rol para ayudarle a ser mucho más asesor y menos administrativo. Entre otras cosas, la IA puede leer las pólizas, compararlas, hacer seguimiento comercial, escribir correos...

LA COMUNICACIÓN GENERA CONFIANZA

A continuación, para hablar de 'Cómo la comunicación puede ayudar a generar confianza desde el primer contacto', José Luis Cendrero, responsable de Comunicación Corporativa de Inese, entrevistó a Miguel Robledo, experto en comunicación corporativa, que comenzó resaltando la especialización del sector asegurador, que cuenta con muchos expertos, y que su importancia no está en proporción con su peso real en la sociedad.

Para mejorar la comunicación que se realiza en el sector, aconsejó estar en la mente del ciudadano con pequeños actos, como felicitar la Navidad. Otra acción sería la creación de una web que permita dar respuesta a lo mismo que hacemos todos cuando queremos saber algo de una persona o un empresa: buscar en internet para ver qué actividad tiene. “Pero no basta con crearla, sino que hay que actualizarla y cuidarla, porque es nuestro escaparate”, dijo.

En cuanto a estar en las redes sociales, señaló que, si lo puedes implementar con cierta lógica, está bien. Pero si no es así, “es una pérdida de tiempo absoluta, porque no vale con decir tonterías, comentarios sin sentido o repetir cosas que se dicen”.

La marca es la persona. La confianza se basa en la credibilidad, cómo respondes técnicamente a las situaciones que se te plantean y cuál es tu nivel de empatía y tu actitud ante esas personas. Esto es lo que consolida la percepción de la marca.

Argumentó que “cuando no se entiende algo, se desconfía de ello. Te callas y no reconoces que no lo entiendes, pero lo rechazas. Por eso, es tan importante que el cliente sepa de lo que estás hablando”.

Desarrollando una buena



El seguro siempre ha sido relevante para cerrar la brecha entre la incertidumbre y la certeza

comunicación “vais a vender más y va a consolidar más vuestro proyecto”, afirmó Robledo.

VENDER MÁS, TRABAJANDO MENOS

El encuentro finalizó con la intervención de Lola Gallardo, asesora empresarial y consultora en ventas, que explicó ‘Cómo construir equipos que vendan más y trabajen mejor’. Gallardo afirmó que “podemos tener IA, CRM, buenos vídeos en Twitter... , pero si realmente no disponemos de un método para nuestro negocio, según nuestra forma de trabajar, no podremos alcanzar los objetivos. Si no creamos un sistema, no marcamos una estrategia, a fin de año, cuando cerremos diciembre de 2026, los objetivos no habrán sido los esperados”.

Hay muchas corredurías que venden bien, pero dependen demasiado de una persona. Esa persona normalmente es el director, que se convierte en el cuello de botella de los clientes, de los *partners*, de esos nuevos productos o servicios que vamos a ofrecer a nuestros clientes, a nuestra cartera. El líder se convierte en alguien que resuelve, persigue, empuja a su equipo y siempre está apagando fuegos.

Por eso, Lola Gallardo centró su intervención en “cómo tenemos que dirigir a las personas que hay en nuestros equipos”. Si todo pasa por el despacho del jefe, el equipo está



LAS CORREDURÍAS INCREMENTAN SU BENEFICIO UN 20% EN 2024

Francisco Betés, presidente de Imaf, antes de la entrega de premios Gema, al final del Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías de Seguros, dio algunas pinceladas de los primeros avances que disponen del 'Estudio económico y financiero de las corredurías españolas', que realiza su entidad junto a Inese.

En esta ocasión se van a analizar cerca de 2.000 corredurías y avanzó los datos de las 1.600 ya evaluadas que corresponden a 2024, los últimos depositados en el Registro Mercantil. Betés comentó que "hace unos días se anunciaba por parte de la DGSFP que las corredurías habían crecido un 7% en 2004". Pues bien, en el informe de Imaf e Inese, se observa que las corredurías



Francisco Betés

registraron incrementos de dos dígitos tanto en sus ingresos (10%) como en su beneficio (20%). Unas cifras que indican, que "ha sido un año francamente

positivo". A esto hay que sumar, que, en el estudio del año anterior, los ingresos de las corredurías crecieron un 10% y los beneficios un 27%. Es

decir, que "estamos en una época casi gloriosa de la evolución de la mediación, tanto en la propia dinámica del negocio como en resultados".

Los datos del estudio señalan que las corredurías de mayor tamaño crecen más que las pequeñas, no solo en los datos de 2024, sino también en los últimos cinco años. Las de más de un millón de euros han crecido el 11,21%; las que están entre 250.000 y 1.000.000 euros, un 9%; y las más pequeñas (de entre 25.000 y 250.000 euros) han crecido sólo el 2%.

En 2024, se han encontrado con un dato sorprendente, que están analizándolo: las corredurías más pequeñas vieron crecer sus beneficios más rápidamente que las

medianas. "Es muy interesante ver cómo las corredurías independientes de más de un millón crecen el 23%, pero las corredurías entre 250.000 y 1.000.000 han visto crecer sus resultados el 27%. Y aún más sorprendente todavía es que las corredurías entre 25.000 y 250.000 han visto crecer su resultado un 55%", afirma Francisco Betés.

En cuanto a la productividad, es verdad que las de mayor tamaño tiene más productividad: las independientes de más de un millón han conseguido una cifra de ingresos de 151.000 euros por empleado, mientras que las corredurías más pequeñas, (de 25.000 a 250.000 euros) tienen unos ingresos por empleado de 60.000 euros.

PREMIOS GEMA 2026

Inese e Imaf reconocieron, una vez más, la labor como empresarios de los corredores a través de los Premios Gema. En la categoría de Corredurías Digitales, fue para Brokalia Diversos. En la categoría de Grupos Empresariales, para Santander Correduría de Seguros. En la categoría de Grupos Internacionales, para Bruzon. En la categoría de Corredurías Independientes con más de un millón de euros de cifra de negocio, para Unisa Gestora de Servicios. En la categoría de Corredurías Independientes con cifra de negocio entre 250.000 y un millón de euros, para Isdagar Broker. En la categoría de Corredurías Independientes con ingresos entre 50.000 y 250.000 euros, para CG Gestión Grandes Riesgos Correduría de Seguros S.L. Este año también se quiso reconocer a Elena Benito, periodista responsable del Área de Mediación en Inese, con el Premio a la Trayectoria Profesional. Un merecido reconocimiento a su labor profesional durante más de 34 años que lo recibió, entre los aplausos y vítores de los asistentes, puestos en pie.



paralizado, no es capaz de tomar decisiones. Y si no toma decisiones, ¿cómo damos el servicio correcto a nuestros clientes? Y si no hacemos un seguimiento, ¿cómo podemos medir que estamos ampliando nuestro mercado?

En su opinión, cuando una corredura quiere crecer, el rol de líder tiene que cambiar. No de actitud, sino de funciones. Tiene que pasar de hacer a decidir; de resolver a priorizar; de controlar y perseguir a las personas a dirigir un equipo comercial y crear un sistema.

Cuando los roles se definen, las decisiones y el seguimiento son las adecuadas, el equipo empieza a



Un buen proyecto de comunicación ayuda a vender más y a consolidar el negocio

funcionar y vuelven a llegar los resultados. Cuando hay un sistema, si pasan cosas muy concretas como la bajada de la eficiencia, hay tiempo para marcar estrategias, para captar nuevos clientes, y aumenta la previsibilidad.

Delegar tareas no es soltar, es decidir con claridad 3 cosas: qué decisiones puede tomar el equipo sin mí, con qué criterios y hasta dónde puede llegar en el negocio final, poniendo límites. Cuando esto está claro el líder puede delegar y obtener resultados óptimos. No se trata de exigir más al equipo, sino de dirigir mejor.

Soluciones creativas para tus necesidades de comunicación

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



Mayte Muñoz

DISEÑO GRÁFICO

maytemunoz563@gmail.com ● 626388002



MARKEL



Cristina Vidal, Suscriptora
Responsabilidad Civil General
y Profesional Sanitaria de
Markel España

Medicina alternativa y seguro de Responsabilidad Civil: **PROTECCIÓN Y SEGURIDAD** en la práctica

En los últimos años, la medicina alternativa ha experimentado un notable auge en España y en muchos países europeos. Cada vez más personas acuden a terapias como la acupuntura, la homeopatía, la osteopatía, la naturopatía o la quiropraxia, buscando complementar o sustituir los tratamientos convencionales. Sin embargo, este crecimiento también conlleva una mayor responsabilidad para los profesionales que ejercen estas disciplinas, especialmente en lo que respecta a la protección frente a posibles reclamaciones de pacientes. En este contexto, el seguro de Responsabilidad Civil profesional se convierte en una herramienta fundamental.

¿Qué es la medicina alternativa? La **medicina alternativa**, también denominada complementaria, incluye una variedad de prácticas terapéuticas que no forman parte de la medicina convencional. Entre sus principales disciplinas destacan la acupuntura, la homeopatía, la fitoterapia, la osteopatía, la reflexología y muchas otras. Si bien algunas han sido reconocidas oficialmente, otras siguen en proceso de regulación y aceptación por la comunidad científica.

Los profesionales de la medicina alternativa, al igual que los de la medicina tradicional, están expuestos a ciertos riesgos derivados de su actividad. El principal es el daño que pueda sufrir un paciente como consecuencia de una intervención, ya sea por error profesional, diagnóstico incorrecto, mala praxis o efectos adversos no previstos. En España, la legislación exige que cualquier profesional sanitario responda legalmente por los daños

causados, lo que puede implicar indemnizaciones importantes y procesos judiciales costosos.

En el **seguro de responsabilidad civil profesional** la aseguradora se compromete a cubrir los daños que el profesional pueda causar a terceros en el ejercicio de su actividad. Este seguro no solo protege al terapeuta frente a reclamaciones, sino que también ofrece tranquilidad a los pacientes, que saben que están cubiertos ante cualquier eventualidad.

Para los profesionales de la medicina alternativa, contratar este seguro es especialmente recomendable, dado que muchas de estas prácticas aún no están plenamente integradas en el sistema sanitario público y pueden suscitar dudas legales en caso de conflicto. Además, algunos colegios profesionales y asociaciones exigen la contratación de este seguro para ejercer legalmente.

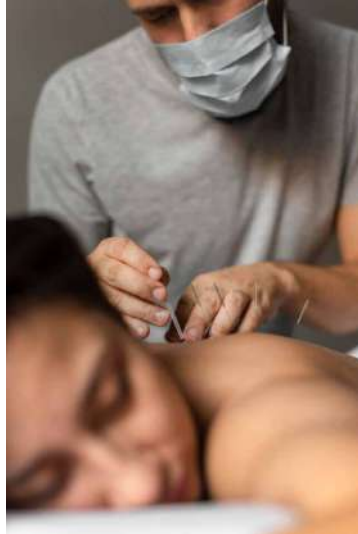
COBERTURAS HABITUALES

Las pólizas de Responsabilidad Civil para profesionales de la medicina alternativa suelen contemplar las siguientes coberturas:

- Daños personales y materiales causados a pacientes durante el ejercicio profesional.
- Defensa jurídica y asesoramiento en caso de reclamaciones o juicios.
- Cobertura frente a errores de diagnóstico, tratamiento o seguimiento.
- Protección frente a reclamaciones por productos defectuosos utilizados en la práctica.

ASPECTOS LEGALES Y RECOMENDACIONES

La normativa española sobre seguros de Responsabilidad Civil varía en función de la especialidad y la comunidad autónoma. En general, se recomienda consultar con un corredor de seguros especializado, que pueda asesorar sobre las necesidades específicas de cada disciplina y garantizar una cobertura adecuada. Es importante comparar distintas pólizas, analizar los límites de indemnización y las exclusiones, y verificar que la aseguradora esté



El crecimiento de la medicina alternativa en España ha puesto de manifiesto la necesidad de regular y proteger adecuadamente a los profesionales que la ejercen

registrada y actúe conforme a la legislación vigente.

La contratación de un seguro no solo protege al profesional frente a posibles reclamaciones, sino que también contribuye a mejorar la imagen y la confianza en la medicina alternativa. Los pacientes valoran la transparencia y la seguridad, y la existencia de una póliza adecuada puede marcar la diferencia a la hora de elegir un terapeuta.

El crecimiento de la medicina alternativa en España ha puesto de manifiesto la necesidad de regular y proteger adecuadamente a los profesionales que la ejercen. El seguro de Responsabilidad Civil profesional es una herramienta imprescindible para garantizar la seguridad tanto del terapeuta como del paciente. Asegurarse de contar con una póliza adecuada no solo es una obligación legal en muchos casos, sino también una muestra de profesionalidad y compromiso ético con el bienestar de los usuarios. En un sector en constante evolución, la prevención y la protección son claves para el éxito y la consolidación de la medicina alternativa en nuestro país.

La seguridad
que necesitas,
con soluciones
a tu medida



MARKEL



Maria Esther González,
abogada fiscalista de
ARAG

Asturias, Aragón, Cataluña y Castilla-La Mancha son las Comunidades donde **HEREDAR** sale más caro

Las Comunidades Autónomas tienen potestad para regular y establecer normativas más favorables para sus ciudadanos a la hora de heredar y eso provoca diferencias notables entre territorios, especialmente cuando el patrimonio heredado es elevado. Por eso, es importante tener en cuenta, entre otras cosas, la reducción que existe en los seguros de Vida, que suelen olvidarse y pueden ayudar a rebajar la fiscalidad de las herencias.

El Impuesto de Sucesiones parte de una Ley estatal que lleva años sin modificaciones. Ni se han actualizado los importes aprobados en su momento, ni parece que exista intención de hacerlo. Esta situación se debe a que las Comunidades Autónomas tienen potestad para regular y establecer normativas más favorables para sus ciudadanos. Sin embargo, las diferencias entre territorios son notables, especialmente cuando el patrimonio heredado es elevado. Eso provoca que la presión fiscal varíe significativamente según la Comunidad en la que se realice la transmisión patrimonial y que, por ejemplo, Asturias, Aragón, Cataluña y Castilla-La Mancha figuren entre las Comunidades Autónomas donde heredar resulta más caro.

Para demostrar estas marcadas diferencias fiscales entre territorios a la hora de recibir una herencia, vamos a basarnos en

tres ejemplos de herencia familiar: una herencia de 200.000 euros, otra de 500.000 euros y una última de 1.000.000 euros, todas ellas recibidas por hijos de la persona fallecida.

CLARAS DIFERENCIAS

En el primer escenario, con un patrimonio de 200.000 euros (vivienda habitual y otros bienes), la tributación estatal ascendería a unos 5.500 euros. Sin embargo, la normativa estatal únicamente se aplica en caso de extranjeros sin ningún tipo de vínculo en España. La mayoría de las Comunidades Autónomas apenas penalizan este tipo de transmisiones, y en territorios como Madrid, Extremadura, Murcia, La Rioja, Ceuta y Melilla, el importe no supera los 60 euros. Esto se debe a las reducciones y bonificaciones por parentesco, que eliminan la carga fiscal para patrimonios modestos.



La planificación sucesoria, mediante la confección de un testamento adaptado a la legislación civil y fiscal, es fundamental para optimizar la carga tributaria

En el segundo escenario, con una herencia de 500.000 euros, la tributación estatal supera los 74.000 euros. Aquí, las diferencias autonómicas se hacen más patentes. Andalucía, Baleares, Cantabria, Galicia y Canarias apenas exigen pago, mientras que territorios como Navarra, Catalunya y Castilla-La Mancha obligan a sus ciudadanos a desembolsar entre 5.000 euros y 16.000 euros. Las autonomías forales (Álava, Guipuzkoa y Bizkaia) se sitúan en torno a los 1.600 euros, y otras comunidades como Comunidad Valenciana o Madrid mantienen cuotas inferiores a 1.000 euros.

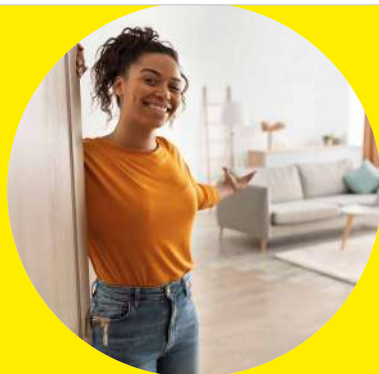
El tercer supuesto, con una herencia de 1.000.000 euros, comunidades como Andalucía, Baleares, Cantabria y Galicia siguen eximiendo del pago, y Canarias apenas exige una cantidad simbólica. En el extremo opuesto, territorios como Navarra, Castilla-

La Mancha, Catalunya, Aragón y Asturias imponen pagos que pueden superar los 100.000 euros, siendo Aragón y Asturias los más gravosos. En el caso de la tributación estatal superaría los 224.000 euros de pago.

REDUCCIONES Y BONIFICACIONES

Ante esta situación, es recomendable conocer a fondo la normativa autonómica para aprovechar reducciones y bonificaciones, mención especial merece la reducción de seguros de Vida que suelen olvidarse y pueden ayudar a rebajar la fiscalidad de las herencias. La planificación sucesoria, mediante la confección de un testamento adaptado a la legislación civil y fiscal, es fundamental para optimizar la carga tributaria. Además, es aconsejable analizar la posibilidad de realizar donaciones en vida, aunque se ha de hacer con cuidado para evitar un impacto negativo en otros impuestos, como el IRPF.

En definitiva, heredar en España puede suponer un coste muy distinto según el territorio. Las comunidades han desarrollado políticas propias que pueden aliviar o agravar la carga fiscal de las familias. Por ello, la información y la planificación se convierten en aliados esenciales para proteger el patrimonio familiar.



Tu alquiler
100% protegido
Asegúrate ante los impagos

Tu alquiler, más sencillo.

Para más información:
Consulta a tu mediador
934 858 905
915 998 287
www.ARAG.es



INFRASEGUROS: La falsa sensación de seguridad

Según datos recientes publicados por la European Travel Commission (ETC), más del 35% de los viajeros europeos cree estar adecuadamente asegurado cuando, en realidad, su póliza no cubre servicios esenciales de asistencia en viaje. Elegir un seguro adecuado no es un gasto extra, sino una inversión y los corredores de seguros ayudan a contratar el correcto para cada viaje.

Viajar es, para muchas personas, un acto de libertad y una experiencia transformadora. Sin embargo, en un contexto en el que cada desplazamiento implica riesgos sanitarios, logísticos y económicos, sorprende la ligereza con la que seguimos confiando en seguros insuficientes o en coberturas que, en realidad, no responden a las necesidades reales de asistencia en viaje. Esta falsa sensación de seguridad no solo compromete la experiencia viajera; también puede derivar en enormes costes y en situaciones de vulnerabilidad para el viajero.

La infraaseguración es una realidad silenciosa. Según datos recientes publicados por la European Travel Commission (ETC), más del 35% de los viajeros europeos cree estar adecuadamente asegurado cuando, en realidad, su póliza no cubre servicios esenciales de asistencia en viaje, como gastos médicos elevados fuera de la UE, repatriaciones o prolongaciones de estancia por causa médica. Esta brecha entre percepción y realidad provoca que los viajeros afronten, en ocasiones, facturas que pueden superar fácilmente los 30.000 euros en países como Estados Unidos. Lo que para muchos comienza como un simple contrat tiempo se convierte así en un problema financiero de primer nivel.



Carlos Nadal, director
de Negocio Asegurador
de Iris Global

ESCASA PROTECCIÓN

El reto es doble: por un lado, la complejidad del mercado asegurador y la variedad de productos disponibles dificultan que el consumidor valore correctamente qué necesita; por otro, persiste la falsa creencia de que la tarjeta sanitaria o un seguro básico ya ofrece suficiente protección. Pero lo cierto es que, incluso en destinos cercanos, las contingencias ligadas a una urgencia médica, a la pérdida de conexiones, a cancelaciones imprevistas o a la necesidad de asistencia legal pueden requerir una reacción inmediata que solo un seguro de viaje completo y correctamente dimensionado puede garantizar.

Por todo ello, resulta imprescindible reforzar la cultura del viaje responsable, donde elegir un seguro no sea un trámite, sino una decisión consciente. Un buen seguro debe incluir asistencia médica integral, opción de repatriación, coberturas opcionales de cancelación, protección del equipaje y servicios de soporte 24/7, incluyendo la capacidad real de intervención y la atención en tu propio idioma.

Elegir un seguro adecuado no es un gasto extra, sino una

La brecha entre percepción y realidad provoca que los viajeros afronten, en ocasiones, facturas que pueden

superar fácilmente los 30.000 euros en países como Estados Unidos



inversión. Es un elemento esencial para que cualquier imprevisto durante el desplazamiento esté realmente cubierto.

La experiencia demuestra que, cuando ocurre una contingencia, la calidad y amplitud del seguro contratado marcan la diferencia entre resolver una incidencia o encontrarse ante un problema que puede complicar no solo un viaje, sino también el bolsillo.



SEGUROS DE ASISTENCIA EN VIAJE



SEGUROS DE DEFENSA JURÍDICA

Patinetes eléctricos seguros

Occident ha lanzado al mercado una nueva póliza específica para patinetes eléctricos para dar respuesta al nuevo marco regulatorio que establece la obligación de disponer de un seguro de Responsabilidad Civil para que los patinetes eléctricos puedan circular.

El nuevo seguro se incorpora como una nueva modalidad dentro del producto de Motos y ciclomotores, y está diseñado para simplificar la contratación, ya que identifica automáticamente si el patinete debe asegurarse como vehículo personal ligero (VPL) o vehí-



culo a motor (VM), aplicando en cada caso las coberturas y capitales de responsabilidad civil correspondientes.

En el caso de patinetes VPL, la póliza incluye la responsabilidad civil obligatoria con capitales de hasta 6,45 millones de euros por daños personales, y hasta 1,3 millones

de euros por daños materiales. Para los VM, contempla la responsabilidad civil obligatoria con capitales más elevados: 70 millones de euros en daños personales y 15 millones de euros en daños materiales.

Ahorro para perfiles conservadores

Mutualidad ha lanzado una nueva emisión del 'Plan Ahorro Multiplica', su producto de ahorro dirigido a perfiles conservadores que buscan una alternativa segura, con rentabilidad garantizada y un horizonte temporal definido.

La nueva emisión ofrece una rentabilidad bruta anual garantizada del 4% durante tres años, lo que se traduce en una rentabilidad neta acumulada del 10,78% al vencimiento, una vez descontados los gastos de gestión (0,5% anual) y la prima de riesgo correspondiente. La contratación

estará disponible hasta fin de stock, siempre que se mantenga la inversión durante el periodo establecido.

El 'Plan Ahorro Multiplica' permite realizar una aportación mínima de 1.000 euros, sin límite máximo. Al finalizar el periodo contratado, el mutualista puede optar por recuperar el capital aportado junto con la rentabilidad garantizada, renovar el producto o elegir entre otras alternativas de ahorro disponibles en ese momento. Además, el producto incorpora una cobertura adicional por fallecimiento, equivalente al 1,1% sobre el valor del fondo acumulado, aportando una protección extra para los beneficiarios designados.





Seguro colectivo de Vida **con servicio de sepelio**

AXA España ha puesto en el mercado 'Legado Activo Empresas', un producto financiero para que las empresas puedan ofrecerlo a sus empleados, con contribuciones tanto del empleador como del empleado a través de retribución flexible. El producto permite el ahorro a largo plazo con la posibilidad de contar con un servicio de sepelio desde el primer día y beneficiar a los empleados de ventajas fiscales.

Se puede contratar de varias formas, tanto por la empresa empleadora como por el empleado (en modo retribución flexible). En el momento de contratación se elige uno de los capitales de fallecimiento disponibles (5.000, 10.000, 15.000 o 20.000 euros) y el importe de la aportación (anuales con opción a suplementaria).

Parte de la prima se destinará a pagar el coste del servicio de sepelio y, el excedente, se acumula como ahorro en la modalidad Unit Linked. Como tercer paso,

el tomador escoge entre las carteras disponibles Jazz (moderada) destinada a la preservación del capital y la Cartera Rock & Roll (dinámica) con un alto potencial de revalorización. Este hecho permite que 'Legado Activo Empresas' sea el único en el mercado con capacidad de elección estrategias de inversión en unit linked a través de la retribución flexible.

En caso de que se produzca el fallecimiento, los familiares de los asegurados contactan con AXA que pone a su disposición un servicio especializado en el acompañamiento del sepelio desde el primer día de la contratación.

En función de los capitales asegurados se realizan los pagos pertinentes y se hace un

cálculo del exceso de capital, si lo hubiere. Si el sepelio ha costado menos del capital de fallecimiento suscrito los beneficiarios recibirán la diferencia. En caso de que el valor de la inversión, a través de las carteras de unit linked, sea superior al citado capital, también será entregada la diferencia a los beneficiarios.

La directora de Vida, Protección y Ahorro de AXA España, Elena Aranda, indica que "es el único producto donde el sepelio se puede optimizar fiscalmente con una desgravación de hasta el 56%".

En caso de jubilación, y según prevé la normativa de compromisos por pensiones (desempleo de larga duración o enfermedad grave), el producto tiene una liquidez total sobre las aportaciones netas de gastos, sin penalizaciones.

Por otra parte, para el trabajador la contratación de 'Legado Activo Empresas' a través de retribución flexible le permitirá ahorrar y contar con un servicio de sepelio cuando lo necesite y reducir el importe del IRPF por lo que maximizará su capacidad de ahorro a largo plazo.

EJEMPLO PRESTACIÓN POR FALLECIMIENTO

CASO 1: Saldo < Capital Fallecimiento	CASO 2: Saldo > Capital Fallecimiento
<p> Saldo (VL* Contrato): 1.000€</p> <p> Capital Fallecimiento: 5.000€</p> <p> Prestación: 5.000€</p>	<p> Saldo (VL Contrato): 6.000€</p> <p> Capital Fallecimiento: 5.000€</p> <p> Prestación: 5.000€ + 1.000€</p>

En caso de que el coste del sepelio se inferior al Capital de Fallecimiento los Beneficiarios recibirán la diferencia.

Sialp con garantía de capital y rentabilidad



Mapfre ha lanzado un nuevo seguro de Ahorro Individual a Largo Plazo (Sialp), dirigido a clientes que quieran constituir un plan de ahorro periódico a 5 años, que garantiza tanto el capital como la rentabilidad, con una participación en beneficios y exención fiscal total de los rendimientos obtenidos.

La rentabilidad de este producto, denominado 'Pentaplan Sialp', viene determinada por un tipo de interés técnico garantizado para cada anualidad en función de la edad del asegurado, que para el primer año será del 2,72% y para el resto del 1,72%, y una participación en beneficios adicional vinculada a los rendimientos de la gestión de carteras de activos en la que invierta el fondo asegurado.

Asimismo, cuenta con una garantía de capital en caso de fallecimiento por cualquier causa, que será del 105% del valor del fondo asegurado.

Este producto podrá contratarse desde 40 euros mensuales y por un importe máximo de 5.000 euros anuales y está destinado para un perfil de riesgo prudente, que quiere constituir un ahorro a medio plazo, garantizando el capital invertido, beneficiándose de una rentabilidad, también garantizada, y la posibilidad de incrementarla mediante la participación en beneficios.

Además, el cliente disfrutará de ventajas fiscales, al estar exentos de tributación los rendimientos generados siempre que la inversión se mantenga 5 años, la aportación máxima anual no supere los 5.000 euros y la percepción de la prestación se reciba en forma de capital por el importe total.



Mapfre está comercializando 'Ocasional 50', una póliza que ofrece indemnizaciones

económicas en caso de producirse un accidente, aportando una protección adicional y complementaria a otros seguros, como el de Automóvil.

Protección adicional en caso de accidente

Es una solución pensada especialmente para conductores ocasionales, como las familias que buscan reforzar la seguridad de sus hijos noveles (menos de 2 años de carné o menos de 25 años), y/o personas que quieren contar con mayor tranquilidad sabiendo que tendrán un respaldo económico extra ante un imprevisto. En 'Ocasional 50' se permite que padres o tutores lo contraten en beneficio de sus hijos. Por ello, ante fallecimiento, la indemnización iría dirigida al tomador y, en caso de invalidez, al propio asegurado.

En ambas circunstancias, el capital garantizado –y cerrado desde el inicio– es de 50.000 euros y la prima, que también cuenta con una cifra fija, de 50 euros al año. La póliza está ideada para ofrecer una cobertura continuada en el tiempo y dirigida a personas entre 18 y 66 años.



Seguro adaptado a **la nueva normativa**

Divina Seguros ha adaptado su seguro de patinetes a la nueva normativa, ofreciendo protección a los usuarios de estos vehículos y fomentando una movilidad urbana más segura y responsable.

El real decreto impone a los patinetes eléctricos que cuenten con un certificado de circulación la obligación de inscribirse en el Registro Nacional de Vehículos, que gestiona la Dirección General de Tráfico, así

como disponer de una etiqueta identificativa con el número de inscripción o matrícula asignada.

El seguro de patinetes de Divina Seguros dispone de tres modalidades (Básico, Plus y Premium) , con un precio muy competitivo, desde 45 euros al año, el asegurado contará, en caso de accidente, con coberturas como Responsabilidad Civil Obligatoria, fallecimiento e invalidez, asistencia sanitaria y defensa jurídica. Y en función de la modalidad escogida, tendrá acceso a



coberturas como robo, hospitalización por accidente o daños al patinete eléctrico, entre otras.

Nueva emisión de **'Maxiplan Inversión Premium'**

Santalucía ha lanzado una nueva emisión de su producto estructurado **'Maxiplan Inversión Premium'** que, en esta ocasión, vincula la inversión a la Deuda Pública Italiana y a la evolución del índice SGI Global AI Semiconductor RC 6%.



Este índice combina crecimiento del sector de semiconductores, chips, software y diseño de procesadores para inteligencia artificial con un control activo de la volatilidad. Incluye líderes como Nvidia, TSMC, AMD, ASML o Synopsys y su objetivo es optimizar la relación rentabilidad/riesgo en entornos de mercado cambiantes. La emisión, con un saldo de 12 millones de euros, ofrece un cupón del 8,00% a vencimiento, (1,55% TAE) más el 60% de la revalorización en el periodo del índice de referencia.

Adicionalmente, por los días que transcurran entre la fecha de la contratación y el inicio de la estructura, el cliente recibirá el 1,00% TAE sobre la aportación realizada. Este seguro se puede contratar hasta el próximo 30 de abril de 2026, o hasta agotar saldo, con una prima única mínima de 10.000 euros. La estructura comenzará el 4 de mayo de 2026 con vencimiento el 05 de mayo de 2031 (5 años).



Seguro de Vida para cubrir **compromisos económicos básicos**

Mapfre dispone de un nuevo seguro de Vida riesgo individual diseñado para cubrir compromisos económicos básicos, como, por ejemplo, gastos relacionados con los estudios de los hijos, pagos de préstamos o deudas pendientes, evitando que esas obligaciones recaigan sobre familiares o avalistas en caso de imprevistos. Se trata de un seguro, con una prima de 150 euros anuales diseñado para personas de entre 18 y 67 años.



El seguro, denominado 'V150', incluye cobertura de fallecimiento por cualquier causa e invalidez absoluta permanente. Esto significa que, si el asegurado fallece durante la vigencia de la póliza o queda incapacitado de forma absoluta y permanente, se abonará el capital asegurado, que se ajusta en base a la edad del cliente. Así, a título orientativo, para una persona de 18 años superaría los 71.000 euros y va decreciendo a medida que la edad del asegurado es mayor. Con una prima fija de 150 euros anuales (que pueden abonarse de forma semestral o en único pago), 'V150' está pensado para proteger la economía familiar.

Movilidad urbana responsable



Helvetia Caser da un paso más en su apuesta por la movilidad urbana responsable con el lanzamiento de 'EnPatinete', un seguro diseñado para quienes se desplazan en patinete eléctrico en un momento en el que la Ley de Circulación y Seguro 5/2025 introduce la obligatoriedad de asegurar la mayoría de estos vehículos.

Este nuevo seguro ofrece cobertura de responsabilidad civil por daños a terceros, defensa jurídica, accidentes al conductor y la tranquilidad de circular cumpliendo con la normativa vigente, evitando posibles sanciones que pueden llegar a los 1.000 euros. Además, incorpora asistencia en carretera como cobertura opcional.

PYMESEGUROS

REVISTA ONLINE PARA CORREDORES Y CORREDURÍAS

Información relevante para pymes y autónomos

A diario
Accede a las noticias
que te interesan en

www.pymeseguros.com



El Supremo ratifica que el trabajador pueda elegir el inicio del permiso para el cuidado de familiares

El Tribunal Supremo ha avalado que el permiso laboral retribuido de cinco días para el cuidado de familiares afectados por accidente, enfermedad grave, hospitalización o intervención quirúrgica sin hospitalización pueda disfrutarse de forma flexible y no necesariamente desde el día en que se produce el hecho causante.

El Ministerio de Trabajo y Economía Social ha recibido un informe de expertos que servirá de base para una futura ley destinada a reforzar la participación de los trabajadores en la propiedad y en los consejos de administración. De esta forma, se facilitará que los trabajadores puedan asumir el negocio cuando el dueño se jubile.

Trabajo planea una ley que permita a los trabajadores asumir el negocio cuando el dueño se jubile

El documento, impulsado por el equipo de Yolanda Díaz, plantea que las empresas de entre 25 y 2.000 empleados garanticen que al menos un 2% del capital esté en manos de la plantilla y que las pymes sin relevo familiar diseñen un plan de transición hacia la propiedad de los trabajadores.

La propuesta responde al inminente retiro de un tercio de los dueños de pymes europeas en la próxima década y al riesgo de pérdida de empleo y control local ante ventas a fondos. Los expertos sugieren incentivos fiscales, sanciones por incumplimiento y la creación de fondos públicos para financiar estas operaciones, tomando como referencia modelos anglosajones. Trabajo prevé abrir diálogo social, sin calendario definido.



La sentencia desestima el recurso presentado por Real Automóvil Club de España (RACE) contra el fallo previo de la Audiencia Nacional, que ya había reconocido a los trabajadores margen para decidir el inicio y la distribución de estos días.

El alto tribunal corrige así la instrucción interna de la empresa, que obligaba a comenzar el permiso el primer día laborable tras el suceso y a disfrutarlo en cinco días naturales consecutivos. Según el Supremo, las ausencias justificadas no pueden gestionarse de forma rígida si ello impide una atención eficaz al familiar.

El fallo consolida además la doctrina que establece que estos cinco días deben computarse en jornadas laborables, reforzando el alcance de la reforma aprobada en 2023.





Aprobada la subida del 3,1% del SMI, hasta los 1.221 euros mensuales sin tributación

El Consejo de Ministros ha aprobado, a propuesta del Ministerio de Trabajo y Economía Social, subir el importe del Salario Mínimo Interprofesional (SMI) 2026 un 3,1% hasta los 1.221 euros mensuales en 14 pagas y exento de tributación. Este nuevo importe se aplicará con carácter retroactivo desde el 1 de enero de 2026.

Es una cantidad acordada con los sindicatos mayoritarios, CCOO y UGT, en la Mesa de Diálogo social que abordó la materia. El acuerdo contempla abordar, además, que la subida sea efectiva para las personas trabajadoras con una regulación específica que evite mecanismos de compensación y absorción de los complementos específicos de las personas trabajadoras.

En el año 2026, el SMI se incrementa 37 euros mensuales en 14 pagas, suponiendo, por tanto, un incremento de 518 euros anuales hasta los 17.094 sin tributación en concepto de IRPF. Desde el año 2018 el SMI ha aumentado un 66%. Un incremento de 485,10 euros al mes 6.791,4 euros al año.



El Ministerio de Hacienda ha propuesto una deducción progresiva en el impuesto de sociedades para las empresas que eleven salarios por encima del SMI y amplíen plantilla.

Hacienda propone una deducción fiscal a las empresas que contraten por encima del SMI

El incentivo, ligado a la subida prevista del 3,1% del salario mínimo hasta 1.221 euros en 2026, podrá cubrir entre el 25% y el 100% del coste adicional, según el aumento de trabajadores con sueldos superiores al mínimo.

La medida, pactada con el Ministerio de Trabajo y Economía Social, busca atraer a CEOE y Cepyme al acuerdo. Se dirige a empresas intensivas en mano de obra —con gastos de personal superiores al 70% de los operativos— y exige mantener el empleo dos años.

Sindicatos como CC OO y UGT muestran reservas, al igual que la patronal, que considera inasumibles las condiciones. Hacienda descarta reindexar contratos públicos por su impacto presupuestario.



Las primas de Mapfre en España se elevaron un 11,1% en 2025

Las primas de **Mapfre** han crecido un 3,6% en euros, impactadas por la depreciación de divisas, en particular, el real brasileño y otras divisas latinoamericanas, la lira turca y el dólar estadounidense. A tipos de cambio constantes, las primas se elevan un 7,8%. Las primas de No Vida aumentaron un 1,5% en euros, un 6,0% a tipos de cambio constantes, con muy buena evolución del negocio de Iberia. Seguros Generales cae (-1,7%) como consecuencia de la depreciación de divisas y la ralentización del negocio agrícola en Brasil. Salud y Accidentes crece (+4,5%) con avances en todas las regiones. En el caso de España, las primas crecieron un 11,1%.

Las primas de Vida aumentan un 11,6% en euros, un 14,7% a tipos de cambio constantes. Vida Ahorro ha sido excelente, especialmente en Iberia (+26,6%) y en reto Latam (+49,3%), donde destaca México (+108,6%).

Todas las regiones y unidades contribuyen positivamente al resultado. El beneficio neto aumenta un 19,6% hasta situarse en los 1.079 millones, influido por los siguientes factores: el aumento del resultado técnico de No Vida (+46,8%) como consecuencia de las medidas implementadas; el negocio de Vida, apoyado en Iberia y Brasil, que aporta casi 200 millones al resultado, con un notable ratio combinado en Vida Riesgo del 85,0%; la destacada aportación del resultado financiero, manteniendo la tendencia del año anterior; los menores ajustes por hiperinflación (-31 millones en 2025, comparado con -60 millones en 2024); el ratio combinado de No Vida mejora 2,3 p.p. hasta el 92,2%; el ratio de siniestralidad baja 2,5 puntos hasta el 64,9%, apoyado en los ajustes de tarifas y otras medidas técnicas; el ratio de

gastos se mantiene estable (27,3%); en Automóviles, el ratio combinado se reduce 4,8 p.p., hasta el 99,8%, con mejoras relevantes en la mayoría de los mercados; los seguros generales conserva un excelente 80,2% (-0,8 p.p.) mientras que el ratio de Salud y Accidentes se sitúa en el 98,3% (-0,3 p.p.); los fondos propios alcanzan los 8.960 millones (+5,3% durante el año), gracias a la gran contribución del resultado; y la mejora de las plusvalías no realizadas de las inversiones ha compensado la mayor parte de las diferencias negativas de conversión procedentes de la depreciación del dólar.

Iberia ha aumentado el resultado un 23%, mejorando el ratio combinado hasta el 95,8%. Las primas en Iberia ascienden a 10.022 millones (+10,2%), de los cuales España contribuye con 9.622 millones (+11,1%). En Portugal, las primas alcanzan los 400 millones.

Las primas de No Vida suben un 5,0% con una buena evolución de todos los ramos. Seguros Generales avanza (+6,8%) destacando el crecimiento en el ramo de Empresas (+10,0%). Por su



parte, las primas de Automóviles crecen un 3,2%. El ratio combinado de No Vida se reduce 3,1 p.p. hasta el 95,8%:

Automóviles continúa la evolución positiva, alcanzando el 98,5% (-6,9 p.p.) como consecuencia de las medidas técnicas implementadas. Seguros Generales mantiene un ratio excelente de 93,7% (-0,8 p.p.). Salud y Accidentes se reduce hasta un notable 94,2% (-3,1 p.p.). Las primas de Vida crecen (+23,5%) debido al desempeño excepcional de Ahorro (+26,6%). Por su parte, las primas de Vida Riesgo crecen un 4,4% con un ratio combinado excelente (67,3%). El negocio de Vida contribuye 132 millones al resultado con una buena aportación de ambos segmentos.

Las rentabilidades de la cartera de inversión contribuyen muy positivamente al resultado financiero. El resultado neto asciende a 450 millones (+22,7%), de los cuales España aporta 436 millones y Portugal 14 millones.

En otro orden de cosas, Mapfre España ha recibido desde el inicio de año la comunicación de más de 37.000 siniestros de sus

clientes, relacionados con fenómenos atmosféricos, especialmente por lluvia. Las provincias con mayor incidencia son Madrid, con más de 3.200 siniestros comunicados por los clientes de la aseguradora, seguida por Valencia y Alicante, en las que se han declarado conjuntamente más de 5.300 siniestros.

En Andalucía se contabilizan hasta la fecha más de 7.000 siniestros, especialmente en Sevilla (más de 2.300), Cádiz (alrededor de 2.100), Málaga (más de 1.700) y Jaén (en torno a 1.300 siniestros).

Por último, señalar que la entidad estuvo presente en la Feria Agroexpo, presentando su amplio catálogo de soluciones aseguradoras para el sector primario, desde productos específicos para cultivos y ganado hasta seguros multirriesgo agropecuario; que incluyen en una póliza integral y flexible protección de instalaciones, maquinaria o la vivienda, e incorpora coberturas como incendio, explosión o avería de maquinaria pudiendo añadir otras coberturas de forma opcional.

Azuaga Seguros celebra en 2026 su décimo aniversario posicionándose como la segunda aseguradora del mercado español de seguro de Caución por volumen de primas, según el ranking de **Icea**. Cerró el ejercicio 2025 con 32,8 millones de euros en primas emitidas de seguro directo en ese ramo, lo que supone un crecimiento interanual del 76,5% situándose como segunda aseguradora en España en el seguro Caución.

Azuaga Seguros creció un 76,5% en 2025

El fuerte avance registrado por Azuaga Seguros en 2025 se produce en un contexto de crecimiento general del ramo de Caución del 9%, que según Icea fue uno de los segmentos más dinámicos del seguro de No Vida durante el ejercicio.



Según Vanesa Carro, Country Manager de Azuaga Seguros, ha destacado que “los resultados obtenidos en 2025 son el reflejo de una estrategia clara basada en la especialización, la prudencia técnica y el compromiso del equipo. Haber pasado de la séptima a la segunda posición del ranking de Caución en solo un año confirma que nuestro modelo funciona y que el mercado reconoce nuestra forma de hacer las cosas”.

Cesce presenta su nuevo plan estratégico

Cesce ha celebrado su 39ª Convención General, en donde se analizó el contexto económico y se definieron las prioridades que marcarán su actuación en los próximos años. Bajo el lema 'Innovar para crecer', el eje central de la Convención ha sido la presentación del nuevo Plan Estratégico 2026-2029.

Pablo de Ramón-Laca, presidente ejecutivo de Cesce, destacó que “el nuevo Plan Estratégico 2026-2029 supone un punto de inflexión para la organización y una hoja de ruta clara para impulsar un crecimiento sostenible”. En este sentido, subrayó, “la importancia de la innovación, el desarrollo del talento y la capacidad de anticipación como pilares fundamentales para reforzar el posicionamiento de Cesce en un entorno cada vez más complejo y exigente”.

El nuevo plan estratégico de la compañía tiene, entre otros objetivos, consolidar a Cesce como uno de los principales instrumentos de política económica y como socio estratégico para las empresas españolas, especialmente las pymes. Ahora tiene en su cartera 12.000 pymes aseguradas y su propósito es llegar a las 15.000. Para ello se basará, sobre todo, en la distribución a través de agentes y corredores, se simplificará el producto de pymes y se dará a conocer el ramo a los corredores pequeños

para que distribuyan el producto de Cesce, que une el seguro de Crédito a la financiación. Algo importante para los corredores porque una de sus quejas es que el banco consigue al cliente cuando precisa financiación. Desde la aseguradora afirman que la financiación adherida al seguro no requerirá ninguna gestión por parte del corredor porque es un nuevo servicio adscrito a la póliza.

El nuevo Plan sitúa a las pequeñas y medianas empresas en el centro de su estrategia. Con un enfoque transversal y alineado con los objetivos de la política económica del país, Cesce ayudará a las empresas para impulsar su crecimiento e internacionalización mediante soluciones financieras más flexibles y adaptadas a sus necesidades, asesoramiento experto y una oferta reforzada de seguros de Crédito y de Caución.

El Plan también prevé una mayor cercanía al tejido empresarial mediante un ma-



yor despliegue territorial (tiene 8 oficinas), aprovechando la capilaridad de Cesce en las comunidades autónomas para acercar sus servicios allí donde operan las empresas.

El Plan proyecta un crecimiento del negocio que permitirá superar los 200 millones de euros en primas adquiridas al final de 2029. Esta cifra se basa en la consolidación y crecimiento tanto del negocio de Crédito, en el que Cesce es uno de los principales operadores en España, como en el de Caución.

Por Cuenta del Estado, Cesce continuará apoyando proyectos de internacionalización, especialmente de pequeñas y medianas empresas, tras un 2025 en el que el volumen de seguro emitido con garantía del Estado se duplicó respecto a años anteriores, superando los 6.000 millones de euros, cifra récord.

En otro orden de cosas, Elkargi y Cesce han suscrito un acuerdo de colaboración para poner a disposición de las em-



presas y clientes de ambas los servicios especializados que ofrecen, fortaleciendo la gestión del riesgo y el acceso a soluciones financieras que contribuyen a la internacionalización y al crecimiento empresarial.

Por otro lado, Cesce ha firmado un acuerdo de colaboración con la Federación Empresarial Metalúrgica Valenciana (**Femeval**) para reforzar la solidez financiera de las empresas de la industria, comercio y servicios del metal de la provincia de Valencia. En paralelo, la aseguradora ha firmado también un acuerdo con la Agrupación Empresarial para la Innovación de los Procesos Productivos del Metal y Afines (**AEI Valmetal**), la marca innovadora de Femeval, que actúa como clúster del sector e integra a más de 200 empresas, sobre todo pymes con un marcado componente innovador, así como a entidades tecnológicas y proveedores de conocimiento vinculados al metal.

Asimismo, Cesce ha establecido un acuerdo de colaboración con la Asociación Española de Fabricantes de Maquinaria y Bienes de Equipo para la Industria Cerámica (**Asebec**), para fortalecer la gestión del riesgo, la solvencia empresarial y las oportunidades de crecimiento, especialmente en mercados internacionales.

José Luis Calderón y Rafael Castejón se incorporan a APSS

A mediados de febrero, la Asociación de Profesionales Senior del Seguro (**APSS**) celebró su Asamblea General Ordinaria en la que se formalizó la incorporación de José Luis Calderón como vocal y Rafael Castejón como tesorero.

Como explicó su presidente, Luis San Juan: “El talento senior no es una cuestión de edad, sino de valor. La experiencia acumulada, cuando se activa y se comparte, se convierte en un activo estratégico para las empresas y para el conjunto del sector asegurador. Desde la asociación trabajamos para que esa experiencia tenga visibilidad, impacto y continuidad”.

Antes de la Asamblea, los asistentes participaron en la sesión ‘Networking estratégico para profesionales con experiencia’, impartida por Nohelis Ruiz. En ella, se puso el foco en la importancia del capital relacional como herramienta clave para el desarrollo profesional y la generación de oportunidades. Subrayó que el «networking» no debe entenderse como una acción puntual, sino como un proceso continuo, basado en la confianza y la gestión activa de las relaciones.

Durante la asamblea se presentaron las líneas de actuación para el próximo ejercicio: reforzar la visibilidad, incrementar encuentros presenciales y desarrollar talleres de transición profesional, proyectos con empresas y programas de gestión del talento senior.

En otro orden de cosas, **AXA España** ha firmado su incorporación a la APSS en un acto previo a la celebración anual de la asamblea de la asociación en la sede de la aseguradora en Madrid. La incorporación de AXA a la asociación se enmarca en la estrategia de la compañía por la diversidad intergeneracional y la apuesta por el desarrollo del talento.



El Grupo Asisa aumentó sus primas un 21,1% en 2025

El **Grupo Asisa** ha celebrado su Junta Consultiva anual, en la que ha presentado sus resultados de 2025, un ejercicio en el que la compañía siguió desarrollando sus planes estratégicos y cumplió su objetivo de impulsar un crecimiento rentable en sus principales áreas de actividad. En el ámbito asegurador, alcanzó un volumen de primas total (en España y Portugal) de 1.890,52 millones de euros, tras crecer un 21,1%, mientras en el ámbito asistencial, su facturación llegó a los 725,5 millones de euros, un 7,3% más que el año anterior.

Su presidente, Francisco Ivorra, destaca que: “El Grupo Asisa logró en 2025 los mejores resultados de su historia. A pesar de la incertidumbre con la que iniciamos el ejercicio, la mejora en el concierto de Muface y nuestra capacidad para atender a nuevos asegurados y pacientes nos han permitido seguir creciendo y desarrollando nuestros planes de transformación y modernización”.

Este crecimiento permitirá al Grupo Asisa seguir consolidando su modelo cooperativo, basado en la reinversión del beneficio para el desarrollo de su red asistencial propia, la formación de sus profesionales y la

mejora de la calidad asistencial. En los últimos diez años (2016-2025), el Grupo ha invertido 509,3 millones de euros (53 millones en 2025) tras generar un resultado acumulado antes de impuestos de más de 348,2 millones de euros.

En los próximos años, seguirá desarrollando su plan estratégico, que se concentra en cinco grandes áreas: 1) diversificar su actividad aseguradora y transformar su modelo comercial para crecer de manera rentable; 2) fortalecer su red asistencial propia; 3) buscar nuevas oportunidades en el exterior para incrementar su presencia internacional; 4) acelerar su proceso de transformación digital; y 5) avanzar en sus compromisos en materia ESG.

En el ámbito asegurador, siguió creciendo en todos los ramos en los que opera (Salud y Dental, Vida, Accidentes, Decesos, Mascotas y Asistencia en Viaje, además de pólizas deportivas) y el volumen de primas acumulado en España (1.865,84 millones de euros) volvió a registrar un nuevo récord de facturación, tras avanzar un 21% respecto a 2024.

El ramo de Salud sigue siendo la principal actividad aseguradora de Asisa. En 2025, la compañía incrementó su volumen de primas de Salud un 21,2% hasta alcanzar los 1.835,77 millones de euros. Una parte de ese crecimiento se explica por el impacto del nuevo concierto de Muface para 2025-2027, tanto por el incremento de primas como por la llegada de nuevos asegurados tras reducirse el número de compañías que atienden a los mutualistas. En 2025, más de 65.000 funcionarios se incorporaron a Asisa. Igualmente, registró en 2025 un fuerte crecimiento en los seguros privados de Salud, tanto de parti-





culares como empresas. La aseguradora aumentó sus pólizas de asistencia sanitaria en todos los segmentos, especialmente en particulares (9,3%), pymes (7,4%) y colectivos (7,3%).

Asisa Vida cerró 2025 con un volumen de primas en España y Portugal de 34,3 millones de euros, un 18% más que el año anterior y superó los 150.000 asegurados. Con estos resultados.

En el resto de ramos (Accidentes, Mascotas, Decesos y Asistencia en Viajes), Asisa siguió creciendo y obtuvo una facturación en primas de 10,9 millones de euros, un 6,3% más. El seguro de Mascotas aumentó su facturación un 32,8% y ya supera las 26.000 mascotas aseguradas. En el ramo de Accidentes, Asisa facturó 3,3 millones en primas y en Decesos superó los 3,4 millones de fac-

turación. Por último, el seguro de Asistencia en Viajes incrementó sus asegurados más de un 36,6%.

A corto y medio plazo, Asisa continuará desarrollando el proceso de transformación comercial que impulsa la compañía con el objetivo de fortalecer su capacidad de atraer nuevos clientes, avanzar en la diversificación multirramo, mejorar la rentabilidad de la compañía y desarrollar su cartera de productos. En los próximos meses, la compañía seguirá redefiniendo su estrategia comercial, mejorando sus procesos, desarrollando su estructura comercial para dimensionarla y aumentar tanto su red de agentes como su penetración en el canal corredores, y apostando por la formación de sus equipos comerciales.

Allianz, Asisa, Generali, Mapfre, Mutua Madrileña, Occident, Reale y Sanitas, las entidades mejor valoradas del sector

Forbes House ha acogido la celebración de la primera edición de 'Forbes Best Reputation', que busca reconocer a las 100 compañías mejor valoradas en España 2026, que lideran la reputación corporativa y marcan el estándar del mercado. Entre ellas se encuentran las aseguradoras **Allianz, Asisa, Generali, Mapfre, Mutua Madrileña, Occidente, Reale y Sanitas**.

El ránking se basa en el estudio de 'Impacto Reputacional 2026', elaborado por la empresa de IA y Data Big Enigmia, que evalúa la huella real que las compañías generan en los medios españoles, a partir de su capacidad para controlar su mensaje y convertir su presencia informativa en reputación. El modelo no mide la

visibilidad bruta, sino la calidad y eficacia reputacional de las menciones que recibe cada organización, valorando especialmente cinco factores: eficiencia reputacional, liderazgo dentro del sector, relevancia relativa respecto a la exposición típica del sector, calidad del mensaje y volumen residual como criterio de equilibrio.



Fundación Inade celebra una nueva edición de Veredicto Ejemplar con tres juicios simulados

La Facultad de Derecho de la Universidad de A Coruña ha acogido la octava edición de Veredicto Ejemplar, organizado por **Fundación Inade**, con la colaboración de la Cátedra Fundación Inade–UDC, que vuelve a apostar por el formato de juicios simulados para el análisis práctico de la responsabilidad civil y el seguro.

La actividad se estructuró en torno a tres supuestos distintos, cada uno de ellos abordado desde la posición de la parte demandante, la parte demandada y la industria aseguradora, y resuelto mediante un veredicto emitido por magistrados en activo.

El primer caso se centró en un supuesto de responsabilidad civil hotelera, en el que se analizaron distintos incidentes ocurridos durante la estancia de un cliente, poniendo el foco en el deber de diligencia del establecimiento, las medidas de seguridad exigibles y los límites de la responsabilidad del hotel en función de la conducta del huésped y de las circunstancias concretas de cada hecho.

La segunda abordó un caso de responsabilidad civil sanitaria derivado de una intervención quirúrgica realizada en un hospital privado, que concluyó con graves secuelas neurológicas permanentes para la



paciente. El debate jurídico se centró especialmente en la actuación postoperatoria, la posible existencia de una demora asistencial y su relevancia a efectos de imputación de responsabilidad.

El último de los juicios simulados analizó un supuesto de defectos constructivos, en el que se discutió la responsabilidad de los distintos agentes intervinientes en el proceso edificatorio, así como el papel de

las aseguradoras y el encaje del siniestro en las coberturas de los seguros de responsabilidad civil y decenal.

En otro orden de cosas, la fundación ha celebrado una nueva sesión de su tribuna virtual Charlas Legales, dedicada en esta ocasión al seguro sobre la Vida y sus distintas modalidades, abordando los artículos 83, 83 a) y 89 a 99 de la Ley de Contrato de Seguro.

Jorge Etreros, abogado especializado en litigios y regulación en materia de seguros en **Herbert Smith Freehills Kramer**, explicó cómo funciona el seguro de Vida y qué implicaciones tiene en la práctica para aseguradoras, mediadores y clientes finales.

En relación con el derecho de desistimiento, explicó que “en los seguros individuales de duración superior a seis meses, el tomador puede resolver el contrato dentro de los 30 días siguientes a la entrega de la póliza, sin necesidad de justificar su decisión y sin penalización”. No obstante, matizó que esta posibilidad no existe en determinados seguros vinculados a inversiones. Transcurrido un año desde la firma del contrato, la aseguradora ya no puede impugnarlo, salvo que haya habido dolo.

En cuanto al siniestro, el abogado re-



Cecas analiza las obligaciones fiscales y laborales de la mediación para este ejercicio

cordó que “la aseguradora solo queda liberada si el fallecimiento se produce por una causa expresamente excluida en la póliza”. Además, explicó que “el suicidio está cubierto cuando ha transcurrido un año desde la contratación” y que “si el beneficiario causa dolosamente la muerte del asegurado, pierde el derecho a la prestación, que pasaría a integrarse en el patrimonio del tomador”.

Por otro lado, Fundación Inade ha celebrado una nueva jornada de Foro Inade bajo el título ‘Rompiendo barreras: Discapacidad, discriminación y seguro’. En ella se reconoció que la discriminación en el acceso al seguro sigue existiendo, especialmente de forma indirecta o poco transparente.

Entre las principales preocupaciones, se señaló la falta de información clara cuando se deniega una contratación, así como la dificultad para reclamar, al no quedar documentados los motivos de esas decisiones.

Por último, señalar que la fundación ha puesto en marcha la XXII edición de los **Premios Galicia Segura**, destinados a distinguir a los profesionales y entidades que destacan en el ámbito del riesgo y el seguro, con la evaluación de las candidaturas presentadas.

Cecas analizó las novedades fiscales y laborales que impactan en la mediación durante 2026 en un webinar en el que se dotó al mediador de las herramientas necesarias para cumplir con las nuevas obligaciones tributarias y optimizar la gestión de personas bajo el marco laboral vigente en 2026.

En la jornada se ofreció una visión práctica de las principales actualizaciones legislativas en materia fiscal y laboral y de su aplicación en la actividad diaria de los profesionales de la mediación, con especial atención a su impacto en la organización de equipos, la contratación y las obligaciones con la Seguridad Social.

En otro orden de cosas, Cecas analizó las claves para la protección de la innovación y la identidad corporativa en el webinar ‘Patentes y marca: protege tus ideas y asegura tu futuro’, ofreciendo una visión práctica sobre los conceptos básicos de patentes, marcas y derechos de autor. Durante el encuentro se detallaron los procedimientos de registro y las ventajas legales y económicas que una adecuada protección de activos intangibles aporta a la competitividad de profesionales y empresas del sector. Además, se detallaron los errores más frecuentes en la gestión de estos activos y se proporcionaron las pautas necesarias para prevenir riesgos y conflictos derivados del uso no registrado de ideas o signos distintivos en el mercado.

Por último, señalar que organizó un curso experto, en formato webinar, para profundizar en el Seguro de Mercancías, un ramo clave dentro del ámbito del transporte y la logística. Con una duración total de 4 horas lectivas, la formación fue impartida por Luis de Mauricio, experto en la materia y profesor de la escuela de negocios.

El curso abordó los fundamentos técnicos del seguro de mercancías, el interés asegurable, las distintas clases de pólizas y cláusulas, así como los principales procedimientos de gestión y tramitación de siniestros en esta tipología de seguros.



Los mediadores valencianos se instruyen sobre la IA

Correduidea ha impartido una jornada especializada en inteligencia artificial (IA) aplicada al sector asegurador a un grupo de corredores valencianos. La organización del encuentro corrió a cargo de **SCV Mediadores de Seguros**.

La formación tuvo un enfoque eminentemente práctico y orientado a negocio. El programa abordó desde los conceptos básicos de Inteligencia Artificial hasta la configuración profesional, incluyendo la creación de asistentes personalizados, el diseño de proyectos internos basados en IA y el conocimiento de diversas herramientas tecnológicas aplicables a la mediación aseguradora.

Durante la jornada se trabajó sobre casos reales del sector, con aplicaciones directas en áreas clave como la optimización de

procesos administrativos, mejora de la eficiencia comercial, generación de contenidos y apoyo a la comunicación con clientes o la organización y análisis de información interna.

Uno de los pilares fundamentales de la sesión fue la seguridad y protección del dato, aspecto crítico en el entorno asegurador.

En la iniciativa participaron las siguientes corredurías: Nostrum Consultores, VYA Ferrer, Fincas Girbes, Seguros Bautista, Seguros Gregori, Edeta Brokers, ICM de Seguros y SCV Mediadores.



Generali anuncia nuevas capacidades técnicas, más productos y mejoras digitales para el colectivo expatriates

Generali ha celebrado su Convención Expatriates 2026, en donde se reafirmó el compromiso de la compañía con un segmento

estratégico, altamente especializado y en pleno crecimiento, que requiere una gestión diferenciada y un acompañamiento experto tanto comercial como técnico.

El encuentro fue inaugurado por Carlos Escudero, CEO de Generali España, quien destacó el excelente comportamiento del negocio y subrayó el papel decisivo que desempeñan los mediadores especializados en la construcción de relaciones duraderas y de confianza con los clientes expatriados.

En la reunión se repasaron la evolución del último ejercicio, destacando la contribución de este segmento al negocio global y avanzando distintas novedades que se pondrán en marcha este año, como la ampliación de la gama de productos y nuevas soluciones de Protection (Salud, Decesos, Viajes) adaptadas para el cliente de perfil *expat*, así como mejoras digitales diseñadas para facilitar el trabajo de los mediadores y ofrecer una experiencia aún más completa al cliente expatriado.





El seguro de Autos atiende **un siniestro en carretera cada 3 segundos**

El seguro de Automóvil atendió cerca de 11 millones de siniestros en las carreteras españolas en 2024. Estos incidentes supusieron el desembolso de 10.189 millones de euros, según datos recabados por [Unespa](#). Por lo tanto, las aseguradoras realizan de media una atención cada tres segundos, con un coste medio de 920 euros por incidente.

Dentro del ramo del Automóvil, la asistencia en carretera fue, con diferencia, la intervención más habitual para las aseguradoras, al concentrar dos de cada cinco atenciones. Le siguieron los daños propios, la responsabilidad civil material y la rotura de lunas.

La cobertura con mayor coste medio es la responsabilidad civil corporal, que alcanza los 7.218 euros por siniestro. Aunque apenas representa el 4,3% del total de percances, absorbe más de un tercio del importe abonado por el seguro de Automóvil en concepto de indemnizaciones. También destacan por su elevado importe los incendios de vehículos, con un coste medio de 4.436 euros.

En el caso del seguro de ahorro, el sector gestiona 214.289 millones de sus clientes a cierre de 2025, un 5,44% superior a la de un año antes. A esta cantidad hay que sumar otros 68.281 millones correspondientes al patrimonio de los planes de pensiones cuya gestión corre a cargo de aseguradoras, que aumentaron un 5,34% interanual. En total, el sector asegurador tenía encomendados 289.929 millones de euros al acabar el cuarto trimestre del año, un 5,35% más que en diciembre de 2024.

Los productos que más crecieron en comparación con el año anterior fueron los seguros unit-linked (12,45%) y se situaron en 29.931 millones de euros, y la transformación de patrimonio en rentas vitalicias (11,23%) hasta situarse en 2.714 millones de euros. Los capitales diferidos ascendieron a

53.632 millones de euros, un 7,63% más; mientras que las rentas vitalicias y temporales crecieron un 3,99%, hasta 98.609 millones de euros; y los planes individuales de ahorro sistemático (Pias) un 3,21%, hasta 15.894 millones de euros. Los planes de previsión asegurados (PPA) registraron una caída del 5,19%, hasta 9.925 millones, y los seguros individuales de ahorro a largo plazo (Sialp) mostraron un descenso del 1,81%, hasta 3.583 millones de euros.

Los ingresos por primas del negocio de Vida riesgo se situaron en 5.815 millones de euros al finalizar el ejercicio 2025, un 7,57% más que un año antes.

Por último, señalar que el seguro paga de media 5.675 euros a industrias, comercios y demás empresas por cada siniestro declarado. Casi ocho de cada 10 expedientes analizados (78,3%) correspondieron al seguro de Multirriesgo industrial, mientras que el seguro de Transporte de mercancías supuso otro 11,3% y la cobertura de averías de maquinaria, un 5,6%.

La cobertura de construcción es la que generó percances más

graves en el periodo analizado, con pagos del seguro de 75.117 euros de media por incidente. Los expedientes más graves del seguro de construcción conllevaron el pago de hasta 3,27 millones de euros a la empresa afectada por incidente. Le siguen en importancia los seguros de Transporte de cascos (19.116 euros de media) y montaje (8.977 euros).





Aura Seguros lanza una cobertura de dependencia en su seguro de Decesos

Aura Seguros ha lanzado una nueva cobertura en su seguro de Decesos, diseñada para ofrecer apoyo social, asistencial y de acompañamiento ante cualquier situación de dependencia que pueda sobrevenir al asegurado, así como a sus ascendientes y descendientes en primer grado, estén o no incluidos en la póliza.

‘AuraDependencia’ se integra como un servicio dentro de los seguros de Decesos de prima periódica, que facilita información, orientación y apoyo tanto al asegurado como a su entorno familiar, abordando necesidades relacionadas con la gestión de trámites, la mejora de la accesibilidad del hogar, el bienestar, la autonomía personal y la prevención de la soledad.

Se ofrece: Servicio de Orientación y Atención Personal Integral, con un gestor que acompaña y asesora al asegurado y su familia; Tramitación de la Ley de la Dependencia, gestionando formularios y documentación ante las administraciones; y atención domiciliaria por Grado de Dependencia I, II y III.

Campus Asegurador amplía su catálogo formativo con el ‘Curso del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)’, dirigido a profesionales que trabajan con datos personales y que necesitan garantizar el correcto cumplimiento de la normativa europea.

Campus Asegurador crea un curso sobre el Reglamento Europeo de Protección de Datos

Con una duración de 5 horas y en modalidad 100 % online, el programa cumple con los requisitos de formación continua obligatoria anual para distribuidores de seguros.

Asimismo, ha lanzado el ‘Curso de Dirección de la Gestión y Distribución Comercial’, para profesionales que desean reforzar sus competencias en gestión comercial, planificación estratégica y liderazgo de equipos de ventas, en formato 100% online y una duración de 30 horas.

En otro orden de cosas, Campus Asegurador ha ampliado su programa de becas en la nueva edición del Curso de Distribuidor de Seguros Nivel 1. Se incluyen dos nuevos colectivos prioritarios: mayores de 45 años en proceso de reinversión profesional; y residentes en el medio rural. Los alumnos beneficiarios podrán acceder a una tarifa especial de matriculación de 690 euros por alumno.

Por último, señalar que Campus Asegurador ha superado los 7.000 seguidores en su perfil oficial de LinkedIn.





Arag aumenta su facturación un 9% en 2025

El Grupo **Arag** ha cerrado 2025 con una facturación récord de 218,9 millones de euros en España y Portugal (18,4 millones más que en 2024), lo que supone un incremento del 9%. Portugal ha aportado 6,5 millones a esta cantidad y ASSP la filial de Servicios Legales, 2'8 millones.

La gama de Defensa Jurídica, negocio principal de la aseguradora, ha llegado a los 113,3 millones de euros. Mientras que los seguros de Asistencia en Viaje sumaron 101,9 millones de euros al total.

En términos de rentabilidad, “se ha mantenido la trayectoria de mejora continua gracias a la rigurosa política de suscripción de riesgos y de control de costes internos y externos. Todo ello sin afectación a la calidad de servicio, que se ha reconocido por Adecose como la mejor compañía de Defensa Jurídica y de Pérdidas Pecuniaras”, indican desde la entidad.

En 2026, tras un ejercicio marcado por un crecimiento sostenido, Arag centrará sus esfuerzos en consolidar y expandir la gama de Defensa Jurídica. La compañía seguirá avanzando en iniciativas que faciliten al ciudadano recibir asesoramiento y protección legal de calidad, independientemente de su situación económica.

En otro orden de cosas, el último informe de la aseguradora revela que Asturias,

Aragón, Cataluña y Castilla-La Mancha figuran entre las comunidades autónomas donde heredar resulta más costoso (ver **Protección asegurada**).

El Impuesto de Sucesiones parte de una Ley estatal que lleva años sin modificaciones. “Ni se han actualizado los importes aprobados en su momento, ni parece que exista intención de hacerlo”, explica María Esther González, abogada fiscalista de Arag. Esta situación se debe a que “las Comunidades Autónomas tienen potestad para regular y establecer normativas más favorables para sus ciudadanos. Sin embargo, las diferencias entre territorios son notables, especialmente cuando el patrimonio



heredado es elevado”, matiza González.

“La planificación sucesoria, mediante la confección de un testamento adaptado a la legislación civil y fiscal, es fundamental para optimizar la carga tributaria”, cuenta María Esther González, que además aconseja analizar la posibilidad de realizar donaciones en vida. “Eso se ha de hacer con cuidado para evitar un impacto negativo en otros impuestos, como el IRPF”.

Por otra parte, la aseguradora ha señalado que en 2025 ha formado a 10.533 profesionales de la mediación de toda España (un 21% más que en 2024). En total, ofreció más de 78.000 horas de formación completamente gratuita para el sector. El 67% de los participantes recibió formación técnica, mientras que el 15% optó por cursos de habilidades comerciales y herramientas propias de Arag. Además, un 8% asistió a sesiones centradas en cuestiones legales, como la Ley de Vivienda o la Ley de Eficiencia Jurídica (Masc).

Por último, señalar que Arag ha presentado un nuevo análisis de las principales preocupaciones legales de sus asegurados durante 2025. La tendencia de los últimos años se centran en: las consultas relacionadas con vivienda, laboral, comunidades de propietarios y consumo, que siguen siendo las más frecuentes en el servicio de Asesoramiento Jurídico Telefónico (AJT) de la compañía.

Avanza Previsión aumenta un 41,8% en ahorro gestionado

Avanza Previsión cerró 2025 con un importante crecimiento en ahorro gestionado. Según los datos de **Icea**, la entidad ha superado los 364 millones de euros en provisiones técnicas, lo que representa un incremento interanual del 41,76%.

En términos de primas, supera los 153 millones de euros, con un crecimiento interanual del 38,78%.

El Grupo Mutualidad, en el que se encuentra Avanza Previsión, consolida su posición en el ramo de vida al cierre de 2025. Así, el Grupo se sitúa en el puesto número 11 por volumen de primas, con más de 893 millones de euros, y se mantiene entre los cinco principales grupos por provisiones técnicas, superando los 11.545 millones de euros en ahorro gestionado.

En otro orden de cosas, Avanza Previsión y el **Colegio Oficial de Ingenieros de Montes** han firmado un acuerdo de cola-



boración para ofrecer a los colegiados soluciones de previsión, ahorro y protección adaptadas a las distintas etapas de su desarrollo profesional, así como impulsar acciones conjuntas de carácter formativo y divulgativo.



IES lanza un curso online sobre criptoactivos

El Instituto e-Learning del Seguro (IES) amplía su oferta formativa

con el lanzamiento del curso 'Criptoactivos: Riesgos y Reglamento MiCA', 100% online, con una duración de 2,5 horas computables como formación continua.

En la formación se incide en qué son los criptoactivos y cómo funciona la tecnología Blockchain; el Reglamento MiCA, que es

la normativa europea que los regula y que ofrece una protección limitada; los principales riesgos que conllevan estos activos; y las implicaciones de estos activos para los distribuidores de Seguros.

Asimismo, ha presentado el curso 'Optimización del tiempo en el entorno laboral', 100% online con 2,5 horas de duración a efectos de formación continua. En él se dará a conocer la importancia de la gestión del tiempo personal para conseguir una mayor eficacia y productividad en el trabajo.

Por otro lado, IES ha lanzado la píldora 'Los Principios Básicos del Seguro' en formato audible en donde se dan los siete principios básicos del seguro.

Por último, señalar que **Grupo Galilea** ha puesto en marcha un Plan para la formación inicial y continua de sus empleados y colaboradores externos con IES.



Zurich pone el foco en la **experiencia de cliente y el papel de la IA como prioridades comerciales para 2026**

Zurich Seguros ha celebrado el Encuentro de Mercado 2026, en el que hubo un mensaje común: afrontar 2026 como un año clave de crecimiento, colaboración y ambición compartida. Este año se pondrá el foco en la experiencia de cliente y en el papel de la IA como prioridades comerciales.

Los responsables de las principales áreas comerciales presentaron las prioridades y oportunidades que marcarán 2026, poniendo el acento en acelerar la actividad, fortalecer la presencia en el mercado, impulsar nuevas capacidades tecnológicas y promover un enfoque transversal que refuerce la colaboración entre equipos. Además, se destacó el foco renovado en la experiencia de cliente, con un plan integral destinado a mejorar la asistencia y reforzar la satisfacción de asegurados y mediadores a lo largo del año.

La compañía analizó las tendencias globales en inteligencia artificial (IA) y su impacto en los modelos de negocio. Además, se mostró cómo Zurich ya está aplicando estas tecnologías en procesos clave como las cotizaciones automáticas, la clasificación documental o los pagos en ciertos siniestros. Asimismo, avanzó su apuesta por capacitar a los equipos en el uso responsable y efectivo de la inteligencia artificial, impulsada desde los equipos de IT de Zurich, con el objetivo de traducir la innovación en soluciones concretas y resultados de negocio.

Las compañías que logren combinar innovación, personalización y una buena gestión del riesgo estarán mejor posicionadas para ofrecer soluciones adaptadas a un entorno cada vez más exigente orientado al cliente.

La inteligencia artificial generativa y la digitalización avanzada optimizan la gestión de pólizas y la resolución de siniestros, reduciendo tiempos de espera y aumentando la eficiencia. Estas tecnologías permiten ofrecer interacciones digitales más rápidas y personalizadas, capaces de entender el contexto del cliente y dar respuestas inmediatas.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha reforzado su departamento de Commercial Insurance con Sergio Carrascal e Iván Torrecilla. Carrascal dirigirá *Specialties* en España, manteniendo también su responsabilidad sobre *Financial Lines & PI*. Por su parte, Torrecilla, procedente de Everest, se incorpora a partir de abril para dirigir el negocio de cuentas Corporativas. Por su parte, Marc Saltó asumirá el rol de Underwriting Strategy y Excellence, además de liderar el negocio de Energía y Construcción.

El refuerzo del área de ciberseguro se materializa con la llegada de Ricardo Rodríguez a principios de marzo, procedente de AIG, quien será el nuevo responsable de Cyber en España.

Por último, señalar que la aseguradora ha organizado un encuentro en el **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón** en el que se habló de las 'Novedades en Empresas y Previsión Social Corporativa' y de las últimas soluciones de Zurich para pymes, Responsabilidad Civil y comercios.



Macarena Iglesias se une a Berkley España como FFL Senior Underwriter

Berkley España ha incorporado a Macarena Iglesias como FL Senior Underwriter, reforzando su apuesta por el crecimiento y la especialización en soluciones de Responsabilidad Civil y *Financial Lines*.

Macarena se une a Berkley España procedente de Mapfre Global Risks y anteriormente desarrolló su carrera en AIG. Es licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y Graduada en Historia del Arte por la Uned. Su sólida formación y su amplia experiencia en suscripción, siniestros y asesoramiento técnico dotan al área de *Financial Lines* de un refuerzo estratégico para seguir ofreciendo un servicio cercano, especializado y de alto valor añadido a corredores y clientes.

Mutualidad consolida su posicionamiento en el ramo de Vida tras el cierre de 2025, en donde ha superado los 11.180 millones de euros en provisiones técnicas, lo que supone un crecimiento interanual del 6,4%.

Mutualidad supera los 11.180 millones en ahorro gestionado en 2025

En primas, Mutualidad superan los 765 millones de euros, de los cuales, 740 millones son del ramo Vida. con un incremento del 34% interanual.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha incorporado a Raquel Román como nueva directora de *Affinities*. Desde esta posición, será responsable de definir, liderar y ejecutar la estrategia de negocio B2B2C de la compañía en el ámbito de colectivos profesionales, empresariales e institucionales. Licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, ha completado su formación con un Máster en Dirección de Ventas y Marketing por ESIC Business & Marketing School, un Programa de Dirección General por IESE Business School y certificaciones especializadas en mediación de seguros y coaching. Su trayectoria profesional incluye casi dos décadas de experiencia en posiciones de liderazgo en compañías como, LG, Domestic & General, HomeServe o GPP Group Spain.

Por otro lado, Mutualidad ha presentado la 'Guía de Buen Gobierno para Pymes

Jurídicas', una publicación práctica dirigida a pequeños y medianos despachos jurídicos —y, por extensión, al conjunto de las pymes españolas— con el objetivo de apoyar la profesionalización de sus estructuras de gobernanza. A lo largo del documento se explica, de forma clara y práctica, qué es el gobierno corporativo y por qué resulta clave para cualquier empresa y cuáles son los beneficios estratégicos y reputacionales de una buena gobernanza.





Helvetia y Caser completan su fusión, con **ambas marcas conviviendo hasta 2027**

Juan Estallo, CEO de **Helvetia Caser**, ha presentado los principales cifras e hitos de

la recién fusionada organización, con más de 2.500 millones de euros de ingresos. En 2026, el primer año en el que operará ya fusionada aunque se trabajará con ambas marcas, centrará sus esfuerzos en avanzar en la integración operativa y comercial y dará pasos en su transformación tecnológica, para seguir mejorando la experiencia del cliente y manteniendo la cercanía con mediadores y asegurados. Todo ello con eficiencia e impulso al desarrollo de productos que combinan seguros y servicios.

En 2025, mientras que trabajaba en la fusión de las dos compañías españolas, Helvetia Caser ha consolidado su posición entre los diez principales grupos aseguradores españoles en No Vida.

Tras la fusión legal, autorizada por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones en diciembre, Helvetia Caser ha continuado trabajando en la integración de sus organizaciones, reforzando la coordinación entre capacidades complementarias y ampliando el acceso a una cartera más amplia de productos y servicios.

Las redes de agentes y corredores que provienen por de ambas entidades, conti-

nuarán operando de forma independiente (cada uno con su marca por separado) durante 2026. En paralelo, a lo largo de este año comenzarán a compartir y homogeneizar soporte, proveedores y oferta de productos y servicios. En 2027, se empezará a compartir la misma marca que resulte tras la fusión de la matriz, excepto en la red bancoaseguradora que seguirá como Caser.

Su estrategia se alinea con la hoja de ruta actual del Grupo -estructurada en cuatro pilares como *Local Customer Champion*, *Global Specialist*, *Technical Excellence* y *Efficiency*-. El nuevo plan estratégico del Grupo se presentará en abril.

Por otro lado, la aseguradora ha celebrado la convención de la red comercial de agentes y corredores de Caser, bajo el lema 'Momentum. La fuerza del TeamHelvetia', para enfocar al equipo en las ventas y profundizar en el proceso de integración de las redes comerciales de Helvetia Caser.

Se definieron las prioridades para 2026, incluyendo varias iniciativas transversales como el despliegue de las primeras campañas o de los productos de ahorro e inversión ya como una única compañía para ambas redes. El foco se situó especialmente en los productos de Hogar, Decesos y Vida. Se puso también el acento en la apuesta por el segmento sénior a través de la iniciativa '+50 Cliente'.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha nombrado a Jorge Márquez nuevo director de Inversiones de la compañía, cargo que asume desde enero, con el propósito de fortalecer la estrategia financiera y afianzar el crecimiento sostenible.

Márquez cuenta con más de 25 años de experiencia en inversiones, análisis financiero y gestión de carteras, con un profundo conocimiento del sector asegurador y de la gestión de activos. Es licenciado en Administración y Dirección de Empresas por Icade (Universidad Pontificia Comillas), CFA Charterholder desde el año 2000 y Financial Risk Manager (FRM).



Ignacio Aguilar, nuevo CEO de Insurama

La neoaseguradora **Insurama** ha informado del nombramiento de Ignacio Aguilar como nuevo CEO global, para acelerar la expansión internacional, reforzar las alianzas estratégicas con grandes corporaciones en cada país.

Insurama opera en España, Portugal, México, Chile, Perú y Colombia, y durante 2026 desembarcará en Panamá, Costa Rica, Guatemala y El Salvador, consolidando a Latam como un pilar estratégico dentro de su plan de expansión.



Beazley valora muy positivamente su relación con corredores y colaboradores en su reunión anual

Beazley ha celebrado su evento anual de colaboradores, donde se dijo que el equipo humano y la calidad de corredores, colaboradores y clientes son los que hace posible todo.

Durante el evento, Lorena Segovia, Country Manager para el sur de Europa, hizo un repaso a un 2025 cargado de grandes avances: “hemos crecido y diversificado nuestra oferta de productos con el lanzamiento de la línea de energías renovables (liderada por Teresa Merino) y daños materiales (con Vitor Ribeiro), avanzando más

en la hoja de ruta europea que la compañía presentó hace dos años”. “Y este año también ha comenzado con importantes hitos con la apertura de la oficina en Madrid y el repetir en el barómetro de **Adecose** como segunda mejor compañía de Ciberriesgos y tercer de D&O”.

Ana Molinero, responsable de Relaciones con Corredores y Distribución, cerró los discursos subrayando que los ciclos del mer-

cado pueden gestionarse, pero que la calidad del equipo humano, tanto interno como externo, es el activo que ningún ciclo puede replicar. “El equipo humano y la calidad de corredores, mediadores, colaboradores y clientes no tiene precio. Y para nosotros, sois lo que hace posible todo lo demás”.

La gira de aniversario continuará con paradas en Barcelona, Bilbao, Lisboa y otras capitales europeas a lo largo de los próximos meses.

La nueva oficina en Madrid, situada en el Paseo de la Castellana, 85, complementa la oficina de Beazley en Barcelona, que sigue siendo su oficina principal en España y hub para el sur de Europa.

Para Ana Molinero, “Madrid es una ubicación clave para nuestros corredores y *partners* y nos permite establecer una colaboración más estrecha para satisfacer las necesidades reales del mercado”.



El CCS ya ha gestionado casi el 99% de las solicitudes de indemnización por la dana de 2024

El Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) ha gestionado 248.197 solicitudes de daños a los bienes y pérdida de beneficios, el 98,9% de las recibidas. Por clase de riesgo: Viviendas y comunidades de propietarios, el 98,8%; Vehículos automóviles, el 99,4%; Comercios, almacenes y otros riesgos, el 96,2%; Oficinas, el 96,2%; Riesgos industriales, el 92,8%; y Obras civiles, el 85,2%.

En relación con la grave situación causada por la dana de 2024, el CCS informa que: A las 8 h del 16 de febrero de 2026, ha registrado 251.413 solicitudes de indemnización, de las cuales 652 se han recibido desde el 31 de octubre de 2025.

De las 251.413 solicitudes totales, 4.624 son por pérdida de beneficios y 272 por daños personales. Las 246.517 solicitudes restantes son por daños en los bienes. De las 251.141 solicitudes por daños en los bienes y pérdida de beneficios, 35.629 se han denegado por duplicidad o por falta de cobertura. A esta fecha y hora se han pagado 211.658 solicitudes, por un importe acumulado de 4.271.427.673 euros, desglosados por clase de riesgo de la siguiente forma: Viviendas y comunidades de propietarios: 61.999 pagos por 1.095.792.356 euros; vehículos automóviles: 132.113 pagos por 1.198.058.482 euros; Comercios, almacenes y otros riesgos: 12.764 pagos por 1.059.826.067 euros; Oficinas: 824 pagos por 39.812.389 euros; Riesgos industriales: 3.917 pagos por 858.759.535 euros; y Obras civiles: 41 pagos por 19.178.843 euros

Es decir, se han gestionado 248.197 solicitudes de daños a los bienes y pérdida de beneficios, el 98,8% de las solicitudes de indemnización de daños materiales y pérdida de beneficios recibidas, quedando en este momento 2.944 solicitudes en diferentes

fases del proceso de valoración de los daños por parte de los peritos y teniendo en cuenta que 652 solicitudes del total recibido se han recibido en los tres últimos meses.

En resumen, se ha gestionado el 98,9% (98,0% + 0,9%) de las solicitudes recibidas para todos los riesgos, con el siguiente detalle por clase de riesgo: Viviendas y comunidades de propietarios, el 98,8%; Vehículos automóviles, el 99,4%; Comercios, almacenes y otros riesgos, el 96,2%; Oficinas, el 96,2%; Riesgos industriales, el 92,8%; y Obras civiles, el 85,2%. Del 1,2% de las solicitudes pendientes, el 14,7% son solicitudes presentadas desde el 31 de octubre.

En estas cifras se incluye el pago por parte del CCS de la totalidad de las solicitudes enviadas por las entidades aseguradoras derivadas del procedimiento operativo especial entre el CCS y las entidades aseguradoras para la colaboración de las entidades aseguradoras en la gestión y peritación de daños producidos en vehículos, viviendas y comunidades de propietarios, locales comerciales y oficinas, de aquellos expedientes que han sido enviados completos por las entidades aseguradoras al CCS.

El CCS estima, en estos momentos, un coste total de esta siniestralidad de alrededor de 4.800 millones de euros.



Sanitas inaugura en Madrid un centro integral de neurociencias

Sanitas ha abierto en Valdebebas un centro integral de neurociencias que integra las distintas disciplinas implicadas en el diagnóstico y tratamiento de las enfermedades neurológicas.



Las consultas, las pruebas diagnósticas, las terapias especializadas y los procedimientos hospitalarios complejos, como la cirugía o determinados ensayos clínicos, se articulan de manera coordinada bajo un mismo equipo clínico de manera que se facilita la experiencia del paciente. El centro también facilita el acceso a terapias avanzadas, incluidas terapias génicas o inmunomoduladoras en patologías neurológicas raras y en neuropediatría.

Por otro lado, el Hospital Blua Sanitas Valdebebas mejora la atención del cáncer con la inclusión del Instituto de Oncología Avanzada (IOA). Este centro combina innovación tecnológica y atención multidisciplinar para ofrecer un cuidado integral a los pacientes oncológicos, desde el diagnóstico hasta la recuperación, uniendo oncología médica, radioterapia, diagnóstico molecular y genético, medicina nuclear, salud mental y ensayos clínicos.

Por último, señalar que la aseguradora ha abierto el Centro Médico Provença y el nuevo Centro Médico Sabadell. Este centro dispone de un bloque quirúrgico con quirófano (OX), unidad de cirugía mayor ambulatoria (CMA), sala de endoscopias, sala técnica y sala de enfermería. El área de imagen está equipada con resonancia magnética nuclear (RMN), mamógrafo, ecógrafo y RX convencional.

Ruth Wizner se convierte en directora comercial de MUSAAT

Musaat ha anunciado el nombramiento de Ruth Wizner Ruiz como nueva directora comercial de la mutua.

Con una sólida trayectoria de más de 18 años en el sector asegurador, asume este reto tras haber consolidado una carrera de éxito dentro de la entidad desde su llegada en 2018. Su profundo conocimiento del mercado y una visión estratégica orientada a resultados han sido determinantes para su promoción.

En otro orden de cosas, Musaat ha patrocinado el XXIV Encuentro Nacional de Corredores y Corredurías, organizado por Inese y celebrado en el marco de la Semana del Seguro 2026.

Sercover, correduría de seguros vinculada a Musaat, e Indycce OCT, han estado igualmente presentes en el encuentro, poniendo en valor el enfoque integral del Grupo Musaat ante los profesionales asistentes.





DKV nombra a Ramón Pérez-Goicoechea como nuevo director de Colectivos y Alianzas

DKV ha anunciado la incorporación de Ramón Pérez-Goicoechea como nuevo director de Colectivos y Alianzas. En su nuevo cometido, asumirá la responsabilidad de desarrollar acuerdos comerciales de gran calado, así como de la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio y el relanzamiento del segmento de colectivos previsto para 2026, con un foco especial en el crecimiento en pymes y empresas medianas.

Licenciado en Ciencias Empresariales y Executive MBA por IE Business School, aporta una experiencia en el liderazgo de negocios B2B y el desarrollo de equipos de alto rendimiento. En su etapa más reciente como Chief Commercial Officer en Aon Health Solutions, lideró la transformación comercial de varias oficinas, impulsando las cifras de nuevo negocio. Previamente, ocupó puestos de máxima responsabilidad en AXA (donde fue director regional en el Golfo) y Cigna, donde como Head of Sales contribuyó al crecimiento de la compañía y lideró el lanzamiento del negocio en Portugal.

Asimismo, la aseguradora ha comuni-

cado la incorporación de Isaac Valero como nuevo director de Atención y Experiencia de Cliente, integrando herramientas de Inteligencia Artificial y digitalización para simplificar procesos sin perder la esencia humana y la personalización que define a la marca. Cuenta con una dilatada experiencia en el sector asegurador y financiero (Cigna Healthcare, Línea Directa, Bankinter). Formado en Administración de Empresas (Unir), cuenta con postgrados en Contact Center Management (Esic), Operaciones e Innovación (Esade) y Excelencia Operacional (Universidad Internacional de Japón).

En otro orden de cosas, DKV avanza en la digitalización de la gestión de la salud

con un modelo de atención más ágil, accesible y personalizado, impulsado por tecnología, datos y calidad asistencial. Actualmente, el 56% de las personas aseguradas de salud está registrado en los activos digitales de la compañía: ya sea en la app DKV Activa o en el área de cliente de la web, donde pueden realizar gestiones relacionadas con su póliza, o en la app 'Quiero cuidarme Más' para acceder a los servicios de salud digital.

Elena Torrente, directora de Estrategia y Salud Digital de DKV, afirma que "la digitalización no sustituye a la atención presencial; la complementa, reduce tiempos de espera y asegura la continuidad asistencial. Nuestro modelo híbrido permite que sea el cliente quien decida cómo y cuándo ser atendido, combinando lo mejor del entorno digital y el físico".

Con esta propuesta, los clientes pueden solicitar una cita presencial de forma online o realizar consultas médicas por videollamada o chat con profesionales de más de 30 especialidades, entre ellas pediatría 24 horas, psicología o psiquiatría, tanto propios de la compañía como de los disponibles en su amplio cuadro médico.

Asimismo, DKV está trabajando en la integración de 'CardioSignal', una app que permite detectar fibrilación auricular colocando el smartphone sobre el pecho.



Garantía Global lanza una herramienta que agiliza la contratación de seguros

Garantía Global ha incorporado una nueva herramienta a su plataforma de contratación (Área Global) que permite contratar una póliza de garantía mecánica en menos de un minuto, sin perder rigor ni control en el proceso.

Gracias a la integración directa con la Dirección General de Tráfico (DGT), los datos del vehículo se vuelcan automáticamente introduciendo únicamente la matrícula del vehículo. El sistema es accesible desde cualquier dispositivo, lo que mejora la operativa diaria y permite ofrecer una cotización inmediata en el punto de venta, aumentando las posibilidades de conversión y cierre.

Por otro lado, esta insurtech ha anunciado la firma de un acuerdo estratégico con **Fintonic**, plataforma española de préstamos personales, que permitirá que los vendedores y compradores de vehículos que utilicen los servicios de Garantía Global puedan acceder de forma rápida y sencilla a financiación para la compra o venta.



Stoik advierte a los mediadores de una campaña de phishing dirigida a ellos

El equipo de CERT España de la insurtech **Stoik** ha detectado una campaña de *phishing* que podría estar orientada a mediadores de seguros.



Esta nueva campaña se sirve de un correo que simula el acceso a un PDF compartido y, al hacer clic, redirige a una falsa página que suplanta el inicio de Office 365 con el objetivo de capturar credenciales corporativas. Cuando el usuario introduce sus credenciales, salta un error de contraseña incorrecta y al volver a solicitar la contraseña, las credenciales se envían al atacante y el usuario es redirigido a la página oficial de Office 365 para que piense que se ha equivocado introduciendo sus credenciales.

Además, Fernando Torrijos Mediavilla, analista CERT de Stoik Iberia, destaca que, en este caso, el atacante puede robar las credenciales incluso aun teniendo la

compañía doble factor de autenticación (MFA), por lo que no estaría protegido de esta campaña.

En otro orden de cosas, la insurtech ha anunciado el nombramiento de Fernando Torrijos como analista CERT en Stoik Iberia, reforzando su equipo local con una respuesta a incidentes de ciberseguridad de alta calidad, interna y en español.

Torrijos forma parte del equipo que da respuesta a incidentes de ciberseguridad como son el fraude, el ransomware o el compromiso de cuentas de correo electrónico, acompañando de manera técnica a clientes en España antes, durante y después de un siniestro.



Hiscox ofrece cinco estrategias para reforzar la resiliencia de las pymes

En un entorno económico cada vez más incierto y con riesgos que evolucionan con rapidez, las pymes españolas se enfrentan a la brecha de protección aseguradora. De acuerdo con el 'Informe Gap Report 2025' de [Hiscox](#), el 70% de las pymes en España carecen de seguros adecuados o cuentan con pólizas que no reflejan los riesgos reales de su actividad.

Ante este contexto, Hiscox subraya la importancia de avanzar de una visión reactiva del seguro a una estrategia preventiva y recomienda adoptar estas medidas para reducir su brecha de protección:

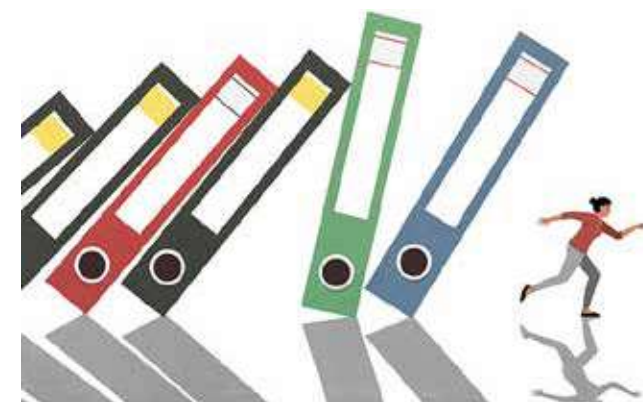
1. Identificación exhaustiva de los riesgos, considerando factores operativos, financieros, legales, reputacionales y cibernéticos.
2. Revisión periódica de las necesidades de seguro porque la evolución del negocio puede dejar obsoletas las coberturas. Con este análisis, no solo se puede evitar el infraseguro, sino también eliminar coberturas innecesarias y ajustar los límites de indemnización.
3. Vigilancia constante de las tendencias sectoriales y riesgos emergentes, manteniéndose al día respecto a los cambios regulatorios y recurrir a fuentes de asesoramiento fiables permite anticipar amenazas y adaptar las pólizas antes de que surjan contingencias.
4. Alineación del seguro con el modelo de negocio real.
5. Asesoramiento especializado: el seguro debe ser un instrumento estratégico, no un trámite administrativo. Contar con el apoyo de mediadores o aseguradoras especializadas permite comprender mejor las exclusiones, los límites y las coberturas críticas, así como diseñar soluciones a medida según el tamaño, sector y perfil de riesgo de la empresa.

En otro orden de cosas, según el Informe de 'Ciberpreparación de Hiscox 2025', el 81% de las pymes españolas ha tenido que realizar inversiones adicionales en formación en ciberseguri-

dad específicamente dirigida a sus empleados en remoto, para mitigar los riesgos derivados de la descentralización de los puestos de trabajo.

La eficacia de la defensa también depende directamente de la capacidad de detección en el momento crítico. En este aspecto, el 52% de las empresas españolas admite que necesita mejorar la comprensión de las señales de alerta mientras el ataque está ocurriendo para frenar su avance a tiempo. Finalmente, la cadena de respuesta se completa con la necesidad de protocolos de comunicación más claros, ya que un 46% de las pymes españolas identifica como punto de mejora el saber con exactitud a qué departamento o profesional se debe reportar la incidencia de forma inmediata, evitando así fugas de tiempo que pueden resultar fatales para la integridad de los datos.

Por último, señalar que más de la mitad de las pymes españolas (52%) afirma aplicar políticas de igualdad de oportunidades en su empresa o negocio, tal y como se desprende de los datos de 2025 del 'II Informe de Pymes y Autónomos de España'. Este progreso viene acompañado de una reducción del número de empresas que no aplican ninguna medida en este ámbito, que desciende hasta el 36%, casi cinco puntos menos que en 2024.





La reinversión profesional en el sector asegurador centrará una nueva edición de Disrupt



Bajo el lema 'El talento es reinventarse', Disrupt 2026 invitará a reflexionar sobre la capacidad de evolucionar, asumir riesgos y redefinir el propio camino profesional como elementos clave

para liderar el futuro del sector asegurador. Organizado por la Asociación de Jóvenes Profesionales del Seguro (AJPS), el evento se celebrará el próximo 12 de marzo en Madrid.

Para abordar la temática central desde perspectivas complementarias, Disrupt 2026 contará con perfiles profesionales que han hecho de la reinversión una constante en su trayectoria.

“El sector asegurador vive una etapa de redefinición profunda. Queremos lanzar un mensaje claro: el talento no es estático, es una actitud ante el cambio. Reinventarse no significa empezar de cero, sino evolucionar con propósito. Disrupt nace precisamente para generar esa conversación”, señala Patricia Sánchez, miembro de la Junta de la AJPS y del equipo Disrupt.



Aegon presenta su plan comercial en su Convención de Mediación 2026

Aegon ha celebrado su Convención de Mediación 2026, donde se presentaron las principales líneas del Plan Estratégico y del Plan Comercial para 2026, así como la evolución del Canal Mediación y del Canal Colectivos.

La convención apostó por un formato con un mayor peso de las dinámicas de *team building* y el fortalecimiento de las relaciones interpersonales, fomentando la colaboración, la confianza y la escucha activa entre los equipos comerciales y la red mediada.

“En Aegon estamos convencidos de que el crecimiento sostenible se construye escuchando y trabajando codo con codo con quienes están cada día al lado del cliente”, aseguró Pedro Zabaleta, director de Canal Mediadores.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha ampliado sus servicios digitales con la incorporación de la especialidad de psiquiatría a su servicio de telemedicina.



Iris Global debate sobre el reto de la brecha aseguradora por parte de las compañías

Iris Global, en el marco de la Semana del Seguro organizada por **Inese**, realizó una jornada sobre 'La brecha aseguradora: ¿una herida abierta o nuevas oportunidades para el Sector?', en la que se analizó cómo las aseguradoras y las empresas de servicios se enfrentan al desafío de adaptar sus productos a las nuevas necesidades del mercado.

La primera de las mesas de debate, moderada por Carlos Nadal, director de Negocio Asegurador de Iris Global, estuvo compuesta por Raúl Fernández (Guy Carpenter), Álvaro Monterde (Howden), Luis Higuera (Aon) y Gema Jiménez (WTW). En ella se habló de cómo afecta la brecha aseguradora desde la perspectiva de los corredores. Se trataron temas como la sostenibilidad de los planes de ahorro y pensión, los retos que arroja la ciberseguridad, los riesgos climáticos o la regulación.

La segunda mesa se centró en las nuevas necesidades y oportunidades que propone el sector inmobiliario. Laura Boisán, del departamento de Alianzas de Iris Global, moderó un panel compuesto por Lidia Ordas, arquitecta y responsable de Proyectos en BGY, Rosario de Castro, directiva con profunda experiencia en el sector inmobiliario, y Gonzalo R. Chávarri, co-fundador de

OM Live. Los cuatro analizaron el presente y futuro de la realidad habitacional e inmobiliaria, la elección de materiales de construcción más resilientes ante catástrofes naturales, la gestión de los datos o las nuevas tendencias del mercado de la vivienda, como los *co-livings* o el *build-to-rent*.

Asimismo, la aseguradora, que estuvo presente en Fitur 2026, dio a conocer los productos y servicios que ofrece relacionados con la asistencia en viaje.

En otro orden de cosas, Iris Global ha sido elegida, por segundo año consecutivo, como la mejor aseguradora de asistencia en viaje, Barómetro **Adecose** 2025. En el ranking de satisfacción global, la aseguradora se mantiene como una de las 5 entidades mejor valoradas, la segunda con sede en España, superando incluso su puntuación del año pasado. Otro de sus productos estrellas, el seguro de Defensa Jurídica, tam-



bién se mantiene en el top 3 según el barómetro 2025.

Por último, señalar que la entidad ha renovado las certificaciones internacionales ISO 9001:2015 de Gestión de la Calidad e ISO 14001:2015 de Gestión Medioambiental.

Valida así que los sistemas de gestión de Iris Global se encuentran alineados con los estándares internacionales de calidad, basados en la orientación al cliente, la eficiencia operativa, la mejora continua y la toma de decisiones fundamentadas en datos.

Por su parte, la certificación ISO 14001:2015 reconoce el esfuerzo por minimizar el impacto ambiental de sus operaciones. Este sistema de gestión permite impulsar prácticas sostenibles, mejorar la eficiencia en el uso de recursos y reforzar la responsabilidad corporativa.



El seguro Patinete360 de AXA supera los 10.000 clientes en su primer mes

'Patinete360', el producto de AXA dirigido a los vehículos de movilidad personal, ha superado en un solo mes los 10.000 clientes.

“Los propietarios de patinetes han demostrado su voluntad de protección contratando seguros como recogen los nuevos requerimientos de la Ley”, asegura Francisco Olmedo, director de la línea de negocio de Auto y Hogar de AXA. “El perfil medio de los asegurados es de un varón de unos 40 años de núcleos urbanos”, añade.

Desde su nacimiento 'Patinete360' recoge la ampliación de las garantías de responsabilidad civil, que en el caso de los VPL (vehículo personal ligero) ascienden a los 6.450.000 euros por siniestro para daños corporales, y a los 1.300.000 euros por siniestro para daños materiales. Adicionalmente, ofre-

ce la posibilidad de contratar coberturas complementarias, como Protección Jurídica, Accidentes y una responsabilidad civil adicional de contratación voluntaria que ofrece cobertura en algunos supuestos no recogidos por el seguro obligatorio.

En otro orden de cosas, la aseguradora organizó una jornada para analizar la situación del sector asegurador en el marco de la XXXIII Semana del Seguro de Inese.

Eva Tomás, directora de Corredores y Brokers de la aseguradora, destacó que “durante décadas, el seguro se ha organizado en torno a segmentos relativamente estables: por edad, por situación laboral, por pa-



trimonio. Sin embargo, el cliente actual ya no compra seguros solo por estas variables”.

Por su parte, Mar Romero, directora de Distribución, Ventas y Organización Territorial de AXA España, destacó que “las compañías y la mediación tenemos que entender que existen nuevos riesgos y nuevas sensibilidades hacia esas situaciones vitales”.

La jornada AXA contó con la participación del director general de Icea, José Antonio Sánchez, quien analizó los principales datos, tendencias y oportunidades del sector con la aparición de nuevos riesgos que “hacen cada vez más necesario tener un seguro”.

QBE Iberia ha decidido que Ana Rivera promocioe a la posición de Claims Team Leader, liderando el equipo de siniestros de Responsabilidad Civil General y Profesional. Mientras que Francesc Fons lo hace a Senior Underwriter del área de RC.

QBE promociona a Ana Rivera y Francesc Fons dentro de su equipo de Responsabilidad Civil



Estas promociones reflejan el compromiso de QBE con el desarrollo profesional de sus equipos y con el fortalecimiento de una propuesta de valor sólida especializada para sus clientes, en un entorno de mercado más exigente.



Allianz pone el foco en la formación, la innovación y la tecnología como claves del mediador del futuro

Allianz Seguros ha reafirmado su compromiso con la mediación como pieza clave del sector asegurador, poniendo el foco en la formación, la innovación y la tecnología como palancas para impulsar al mediador del futuro. El sector vive un momento de transformación que representa una oportunidad histórica para reforzar el papel del mediador.

Durante la apertura de la jornada ‘Acompañamiento e impulso a la mediación del futuro’, impartida en la Semana del Seguro organizada por Inese, Carmen González, directora general comercial de la aseguradora, subrayó que tanto el sector como el cliente están evolucionando a gran velocidad. El actual contexto de incertidumbre geopolítica, el impacto creciente del cambio climático y los fenómenos extraordinarios de la naturaleza, junto con la transformación de los hábitos de consumo, “sitúan al sector asegurador ante una gran oportunidad para demostrar su valor diferencial, aportando seguridad y confianza a nuestros clientes en un entorno cada vez más complejo e imprevisible”.

En esa misma línea, Carmen Alonso, directora de Estrategia y Desarrollo de Allianz, presentó el papel del Instituto Allianz de



Emprendimiento (IAE), una iniciativa diseñada para estrechar la colaboración con la red de mediadores y acompañarlos en las distintas etapas de su desarrollo profesional, así como impulsar el talento que liderará el futuro del asesoramiento asegurador y financiero. La academia se estructura en tres itinerarios: uno dirigido a quienes se inician en la mediación sin cartera previa; un itinerario financiero; y un programa especializado en asesoramiento a empresas. El objetivo es dotar al mediador de capacidades técnicas y empresariales para afrontar con éxito los nuevos desafíos del mercado.

Por otra parte, la aseguradora ha congregado a su red comercial para establecer las estrategias de 2026. Durante la Jornada de Corredores, entre otras cosas, se distinguió a los mejores brókers: BMS Mediación Iberia, NB 21, Moly-ma, Divise Hispania, Global Finanz, Summa Insurance (Acrisure), Anagan Siglo XXI, Ricardo Comín y Asociados y Perís Correduría de Seguros.

En otro orden de cosas, Guy Money ha sido nombrado director general para Iberia de **Allianz Commercial** y miembro del Comité de Dirección de Allianz Seguros, con efecto a partir del 1 de marzo de 2026. En sus nuevas funciones, dirigirá desde Madrid los seguros de Allianz para pequeñas y medianas empresas, grandes compañías y riesgos especializados en España y Portugal.

Money es en la actualidad director global de ‘Multinational’ en Allianz Commercial, donde se incorporó en 2020 y desde entonces ha ocupado varios puestos de alta dirección. Antes de unirse a Allianz, trabajó en Grupo AXA como responsable de la unidad de Responsabilidad Civil.

Nicolás Oriol y Ricard Ribas, nombrados presidente del Comité Digital y vicepresidente de Seguros Generales de Insurance Europe

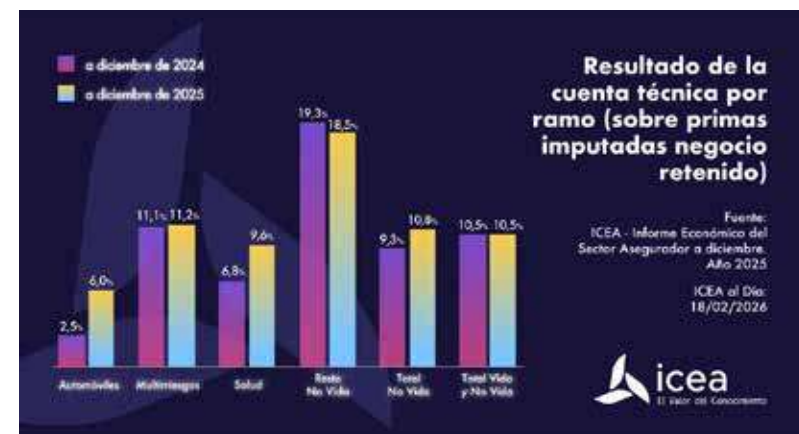


Insurance Europe, la federación que representa al sector asegurador y reasegurador ante las instituciones de la Unión Europea, ha nombrado a Nicolás Oriol y Ricard Ribas, presidente del Comité Digital y vicepresidente de Seguros Generales, respectivamente..

Nicolás Oriol (Grupo Mutua Madrileña) se incorpora como presidente del Comité Digital de Insurance Europe, un comité de nueva creación que abordará los principales retos del sector en materia de digitalización, datos, inteligencia artificial e innovación tecnológica. Esta es la primera vez que el mercado asegurador español asume la presidencia de un comité de Insurance Europe.

Ricard Ribas (Allianz Seguros) se convierte en vicepresidente del Comité de Seguros Generales manteniendo la presencia española en uno de los comités clave de la federación europea. Su responsabilidad en el grupo abarca las áreas de Siniestros, Customer Service & Business Operations, Operations Steering, Facilities & Buildings y Continuous Improvement.

Otros profesionales españoles continúan desempeñando funciones de responsabilidad en distintos órganos de Insurance Europe: Pablo Pernía (VidaCaixa), vicepresidente del Comité de Conductas de Mercado; Felipe Navarro (Mapfre), vicepresidente del Comité de Vida y Pensiones; Carlos Rami (Mapfre), vicepresidente del Grupo de Trabajo Prudencial, anteriormente Grupo de Trabajo sobre Solvencia II; Anna Vidal (CaixaBank), vicepresidenta del Grupo de Trabajo de Reporte Corporativo, Inversiones y Finanzas Sostenibles. Asimismo, Mirenchu del Valle, presidenta de Unespa, es miembro del Comité Ejecutivo de Insurance Europe y de su Comité de Nombramientos y Presupuestario.



El resultado de la cuenta técnica del sector alcanzó el 10,5% a finales de 2025

A diciembre de 2025, la cuenta técnica del seguro arrojó un resultado del 10,5%, índice similar al obtenido un año antes, según datos de [Icea](#).

La tasa de siniestralidad del negocio directo, incluyendo el reaseguro aceptado, fue del 72,1% de las primas imputadas, cinco puntos y medio por debajo de la que hubo a diciembre de 2024.

Desde el punto de vista de las provisiones, el resultado de la cuenta técnica de Vida obtuvo un ratio del 1,70% en los negocios directo y aceptado, índice seis centésimas inferior al obtenido a diciembre de 2024.



Santalucía, distinguida por su liderazgo en experiencia de cliente

Santalucía ha sido protagonista en la edición 2026 de los Medallia Expy Awards, después de que Paloma Paraja, su gerente de Experiencia de Cliente, haya sido distinguida con el Experience Transformation Leader Award por liderar una de las transformaciones más completas y avanzadas del sector asegurador.

El reconocimiento pone el foco en un cambio de modelo: pasar de recopilar opiniones de forma fragmentada a construir un ecosistema de escucha que integra encuestas, analítica de voz, comportamiento digital y señales sociales, con capacidad de activar respuestas en tiempo real y a escala. En ese marco, Santalucía analiza más de dos millones de interacciones al año para detectar oportunidades de mejora.

En los últimos años, la compañía ha consolidado un modelo robusto de escucha proactiva que combina analítica avanzada, visión omnicanal y capacidad de acción integrada. Este enfoque se traduce en: más de dos millones de interacciones analizadas anualmente y 65.000 alertas gestionadas; una mejora en tiempos de gestión y cierre de casos; y un 25% de pólizas recu-

peradas tras una cancelación.

En otro orden de cosas, el nuevo informe 'La compatibilidad entre pensión y trabajo: avances y desafíos' de Instituto Santalucía, señala que el esquema de 'trabajar o jubilarse', ya no encaja con una realidad en la que las personas viven más, llegan en mejores condiciones de salud a edades avanzadas y tienen trayectorias laborales cada vez más diversas.

El estudio examina las reformas introducidas por el Real Decreto-ley 11/2024 y el borrador de desarrollo de la llamada jubilación reversible, y advierte que, pese a los avances, el marco vigente sigue siendo fragmentado, poco coordinado y con incentivos débiles para prolongar voluntariamente la vida laboral. Para los trabajadores supone una caída brusca de ingresos; para las empresas implica perder experiencia y talento sénior; y para la Seguridad Social,

desaprovechar cotizaciones potenciales en un momento de fuerte presión financiera.

La jubilación activa ha sido la figura más reformada desde 2024. Ahora permite compatibilizar trabajo y pensión con un esquema progresivo: 45% de la pensión el primer año, 55% el segundo, 65% el tercero, 80% el cuarto y 100% a partir del quinto.

Sin embargo, el informe subraya que su atractivo práctico sigue siendo limitado. Durante la jubilación activa las nuevas cotizaciones no mejoran la pensión futura, no se generan nuevos complementos por demora y no se puede acceder a complementos a mínimos, incluso si la pensión es baja. A ello se suma una barrera clave: no existe un contrato laboral específico para jubilados activos, lo que obliga a extinguir el contrato previo y empezar de cero, generando inseguridad jurídica y desincentivos para empresas y trabajadores.

La esperanza de vida a los 65 años ha aumentado de forma sostenida, sumando 18,7 años a comienzos de siglo a los 21,7 años en la actualidad. Por eso, en el informe 'Evolución de la capacidad adicional para trabajar en España', del Instituto Santalucía, se indica que existe una amplia capacidad laboral latente entre los trabajadores sénior que no se está aprovechando.





Umas incorpora a **Alejandra Lenze** como directora territorial en la zona de Levante

Umas Seguros ha anunciado la incorporación de **Alejandra Lenze** como nueva directora territorial de Cataluña, Comunidad Valenciana, Región de Murcia e Islas Baleares.

Con más de 15 años de experiencia en el sector asegurador y financiero, Lenze ha ocupado posiciones de responsabilidad en compañías de primer nivel como Aegon y Nationale-Nederlanden, entre otras. Posee



un máster en Dirección de Recursos Humanos (EAE) y un máster en Protocolo y Relaciones Institucionales (IE), y cuenta con formación superior en Dirección Comercial, así como certificaciones y recertificaciones profesionales (CECAS, MiFID II y LCCI).

Asimismo, la aseguradora ha incorporado a María Vega Francés como directora de Cumplimiento Normativo, pasando a formar parte del Comité de Dirección de la entidad. Licenciada en Derecho y colegiada en el Ilustre Colegio de la Abogacía de Madrid, cuenta con más de veinte años de experiencia en asesoramiento jurídico y regulatorio, especialmente en sectores como el asegurador y el financiero.

MPM da a conocer su **nuevo módulo de Cotización Inteligente en segElevia**

MPM Software ha anunciado el próximo lanzamiento de un módulo de Cotización y Retarificación Inteligente, integrado en el ERP segElevia con los módulos de CRM y BPM (gestor de procesos).

La 'Cotización Inteligente' se apoya en algoritmos de inteligencia artificial y la conectividad con las aseguradoras, a través de TarifAI (el tarificador integrado en segElevia), para generar proyectos de recotización de forma automática como resultado de un proceso de defensa o nuevo negocio a partir de un conjunto de pólizas.

El grado de fiabilidad del proceso está asegurado por la utilización de varias fuentes de datos en el proceso de recotización (datos segElevia, EIAC y condicionado particular).

El módulo se ha activado en diferentes clientes en modo piloto y se prevé su liberación al mercado en general a finales del primer trimestre de 2026.





Markel presenta nuevos productos en Ciber, Energía y Marítimo para este año



Esteban Manzano, director general del Sur de Europa (España, Portugal e Italia) de **Markel** y Jose Antonio Martín, director de Desarrollo de Negocio y Marketing en Markel España, han dado a conocer a los medios de comunicación especializados del sector asegurador, los planes de futuro de la aseguradora en nuestro país, que pasa por presentar a los corredores sus nuevos productos de Ciber, Energía (que se está desarrollando muy bien) y Marítimo, que comenzará a trabajarse este año.

Manzano dijo que se han planteado entrar fuerte en el negocio de Marítimo en España puesto que el grupo tiene más de mil millones en este ramo a nivel mundial. Afirmó que será posiblemente, la única aseguradora que ofrezca todos los negocios de Marítimo (Cargo, Mercancías, Transportistas, Casco y Máquinas, Responsabilidad Civil para Astilleros, Responsabilidad Civil para Constructores, Responsabilidad Civil de Reparadores, Responsabilidad Civil de Fletadores y P&I). Además de empezar con Marítimo este año, su objetivo es consolidar Energía y afianzar su presencia en Italia y reforzar la que tienen en Portugal.

Al ser una aseguradora especializada, comentó Martín, podemos tener una oferta innovadora y dar determinados servicios, como la herramienta de gerencia de riesgos “que es única en el mercado”, que permite valorar las necesidades de las pymes.

Se destacó la oportunidad de negocio que supone Marítimo porque en España hay pocas aseguradoras que lo trabajen. Además, muestra la gran oportunidad que representa el negocio de Latinoamérica en donde se pueden posicionar como reaseguradora de Marítimo.

Sobre el tema del transporte por zonas de guerra, se indicó que se está cubriendo, pero con una sobreprima.

El negocio de Markel en estos momentos está en 900 corredores, el 30% son grandes y el 70% medianos y pequeños. Jose Antonio Martín señala que se ha incrementado mucho la petición de cambio de mediador. “Recibimos entre 15 y 20 solicitudes todos los días”.

En otro orden de cosas, la aseguradora se encuentra en el Top 5 de las entidades mejor valoradas por los corredores en el Barómetro **Adecose** 2025. Destaca como una de las entidades valoradas por la mediación profesional gracias a su oferta especializada en D&O, Responsabilidad Civil, Accidentes, Caucción, Ciber, entre otros.

Asimismo, es relevante señalar que se ha obtenido una puntuación de 7,14 puntos sobre 10 en términos de posicionamiento en el ranking de régimen de establecimiento. Del mismo modo, se alcanza una valoración de 7,14 puntos sobre 10, en términos de satisfacción global con la calidad del servicio. Finalmente, se logra una nota de 7,40 puntos sobre 10, como aseguradora recomendada según el NPS (Net Promoter Score) indicador que mide la lealtad de los clientes de una empresa basándose en las recomendaciones.

En materia de fidelidad, Markel se posiciona entre las 10 aseguradoras preferidas por las corredurías para colaborar, consiguiendo una valoración de 7,44 puntos sobre 10.



Codeoscopic y Foliume integran sus herramientas Avant2 Sales Manager y Wilfredo

Codeoscopic y Foliume han formalizado su acuerdo de colaboración para la integración del multitarificador Avant2 Sales Manager con Wilfredo, el asistente inteligente desarrollado por esta última para la mediación aseguradora.

La colaboración entre ambas compañías lleva más de un año en marcha y este acuerdo consolida una integración que permite a las corredurías que utilizan Avant2 Sales Manager apoyarse en Wilfredo para agilizar y automatizar procesos clave de cotización y recotización.

En otro orden de cosas, Codeoscopic mostró sus últimas novedades en la Semana del Seguro 2026, organizada por Inese. Allí, un equipo de expertos de la compañía, realizaron demostraciones en vivo del funcionamiento de sus aplicaciones.

La novedad de este año fue 'Coverize', una plataforma de IA aplicada al análisis documental asegurador, que compara proyectos de seguros de diferentes aseguradoras de manera rápida y eficiente.



Fiatc celebra una convención de sus directores territoriales

Fiatc Seguros ha reunido a sus principales responsables de negocio territoriales con la dirección de la entidad en una convención en su sede central de Barcelona.

Durante el evento, Joan Castells, presidente ejecutivo, Joan Manuel Castells, director general, Marisa Galán, directora general adjunta, y Santiago Gómez, director comercial, así como el equipo directivo técnico y comercial pusieron en común con los directores territoriales de la entidad cuestiones como: Análisis del ejercicio 2025 y evolución de la entidad y el sector; Líneas directrices de la estrategia de productos y novedades sobre estos; Conclusiones principales del plan estratégico 2021-2025; Principales líneas de la estrategia comercial, evolución de los distintos canales (especialmente mediación); y novedades en materia de herramientas de inteligencia y gestión de negocio.



Asefa celebra la **XXII Convención Anual de Ventas**

Asefa ha celebrado su XXII Convención Anual de Ventas, un encuentro clave para el alineamiento estratégico y comercial de la compañía.

La convención dispuso de la participación del Comité Ejecutivo de Asefa, encabezado por su directora general, Isabel de Jorge, así como con la asistencia de todo el equipo comercial. Asimismo, contó con la presencia de representantes del Grupo SMABTP.

En la convención, se presentaron los resultados de la compañía correspondientes a 2025, así como los objetivos comerciales establecidos para el próximo año. Se incidió especialmente en el apoyo y soporte que Asefa quiere seguir ofreciendo a los mediadores que colaboran con la compañía, a través de jornadas de formación de producto y otras acciones de acompañamiento, con el objetivo de dotarles de las mejores herramientas y conocimientos para que puedan ofrecer un servicio de máxima calidad a sus clientes. Asimismo, se expusieron las soluciones tecnológicas de Asefa para mediadores, orientadas a optimizar los procesos de gestión y suscripción.



En otro orden de cosas, Asefa ha sido reconocida, por décimo año consecutivo, como la compañía mejor valorada en Ramos Técnicos en el Barómetro **Adecose**, alcanzando en esta edición una puntuación de 7,98.

Asimismo, y por segundo año consecutivo, ha obtenido la distinción como la entidad mejor valorada en el ramo de Caución, donde ha recibido una puntuación de 7,47 así como en el sello de valoración glo-

bal, lo que confirma la solidez del modelo de servicio.

A estas valoraciones se suma el resultado obtenido en el ramo de Responsabilidad Civil, en el que ha alcanzado una puntuación de 7,60, situándose en segunda posición entre las compañías mejor consideradas por la mediación.

Dentro del apartado de Gestión Técnica y Comercial, los mediadores han destacado particularmente la capacidad técnica y el conocimiento de suscripción de Asefa, otorgándole una puntuación de 8,18, uno de los aspectos mejor valorados de su desempeño.

Por último, señalar que Isabel de Jorge, directora general de Asefa, ha recibido el Premio Liderazgo Empresarial 2026 por su labor profesional a favor de la mediación. Junto a ella, también se galardonaron por su labor

como directiva del sector asegurador, a Ángela Mateos, directora General de Musepan, y a Gloria Toledo, CEO de Gloria Toledo Brokers que recibió el reconocimiento por su trayectoria profesional como corredora de seguros. Estos premios los ha fallado la **Fundación MediaSeguros** y el **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante**, que se entregaron en la VI edición de los Encuentros Liderazgo Empresarial 2026.



Carla Jimeno y Jorge Pedemonte refuerzan el área comercial de Solunion

Solunion ha nombrado director Comercial de Solunion España a Jorge Pedemonte, quien sucede a José Luis Gómez. Asimismo, Carla Jimeno, hasta la fecha responsable de Producto de Solunion España, se convierte en responsable Corporativa de Distribución y Ventas.

Jorge Pedemonte posee una trayectoria de más de 15 años en el sector de los seguros de Crédito y de Caución. Por su parte, Carla Jimeno ha desarrollado toda su experiencia profesional en el ámbito del seguro. Inició su carrera hace más de 10 años en el sector de la mediación y en 2018 se unió al equipo de Solunion España.

A finales de enero, la compañía celebró su convención anual de negocio, un encuentro que ha congregado a los equipos

de las áreas comercial y de Riesgos de España para hablar sobre resultados y principales líneas estratégicas para 2026.

La colaboración con la mediación, la coordinación ágil entre áreas y la excelencia técnica destacaron como palancas para impulsar el crecimiento de Solunion en el mercado español en 2026.

Precisamente, todo eso ha hecho que Solunion vuelva a obtener el galardón de mejor compañía aseguradora de Crédito en



el XVII Barómetro **Adecose** 2025, un reconocimiento que refuerza el papel clave y estratégico de los mediadores en su modelo de servicio y la vocación de liderazgo de la empresa en el mercado.

Por último, señalar que la aseguradora ha publicado su último Informe de Insolvencias, del cuarto trimestre de 2025, que muestra una evolución desigual por comunidades. En el conjunto de España, en 2025 se registraron 5.577 insolvencias empresariales, un 6% menos que en 2024, aunque el volumen se mantiene un 40% por encima de los niveles previos a la pandemia.



Crédito y Caución impulsa la protección aseguradora en la internacionalización desde Fitur

Crédito y Caución ha estado presente en **Fitur** para 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.

Además, en el stand de la aseguradora se han atendido consultas sobre las ventajas que ofrece el seguro de Crédito para poder operar con seguridad y hacer crecer la actividad empresarial.



Occident mejora su póliza de Salud para mayores de 60 años

Occident ha actualizado su póliza 'Bienestar Sénior', incorporando nuevos servicios asistenciales diseñados para reforzar la atención integral a las personas mayores, especialmente en situaciones de vulnerabilidad, dependencia o convalecencia.

La renovación introduce un servicio de asistencia integral en situaciones de dependencia que ofrece acompañamiento sociosanitario, doméstico, legal y emocional a los asegurados que presentan dificultades para realizar las actividades básicas de su vida diaria. Este servicio facilita que la persona mayor permanezca en su hogar con seguridad y bienestar, gracias al asesoramiento de un equipo especializado que orienta sobre los recursos públicos y privados disponibles, como centros de día, atención domiciliaria o residencias. También incorpora una completa asesoría legal sénior para gestionar trámites clave de protección personal y patrimonial, incluida la tramitación de la Ley de Dependencia e incluso la incapacitación judicial. Además, la actualización contempla servicios de ayuda a domicilio adaptados al grado de dependencia, que incluyen cuidado personal, higiene diaria, movilidad, acompañamiento a consultas médicas y apoyo doméstico en tareas como limpieza, ropa, comidas o compras para que en el transcurso de los trámites de la ayuda pública los asegurados reciban la ayuda privada necesaria. Todo ello se comple-



menta con un servicio de teleasistencia con geolocalización disponible las 24 horas, que permite activar de inmediato recursos sanitarios o familiares ante cualquier emergencia.

Asimismo, 'Bienestar Sénior' incorpora un nuevo servicio de apoyo al hogar para etapas de convalecencia tras una cirugía o ingreso hospitalario. Este servicio garantiza al asegurado tres servicios anuales, reembolsables al 100% y de hasta seis horas cada uno, destinados a facilitar las tareas esenciales del hogar —como limpieza, lavado y planchado, compra o preparación de comidas— mientras dura el periodo de reposo.

Por último, la actualización de esta póliza incluye la ampliación de sus especialidades médicas, que pasan a ofrecer cobertura en cualquier especialidad y elevan hasta cuatro el número de visitas anuales reembolsables, mejorando así la accesibilidad a la atención médica privada en todas las áreas asistenciales.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha comunicado que gestionó un total de 150.692 incidencias causadas por fenómenos meteorológicos, en 2025. La lluvia fue el fenómeno que provocó un mayor volumen de siniestros a lo largo del año, un 65% del total, con 97.214 incidencias, seguida del viento, que generó 20.700 incidencias, con un 14% del total y del pedrisco, con 12.381 (8% del total). Dentro de este último fenómeno, 3.221 siniestros correspondieron a afectaciones en automóviles. La nieve, por su parte, tuvo un impacto muy reducido, con 58 incidencias registradas en el conjunto del ejercicio.

Por distribución territorial, las provincias que concentraron un mayor número de siniestros climatológicos fueron Barcelona, con 29.538 incidencias, Valencia, con 13.563, y Madrid, con 8.250.



AXA XL se adhiere a la Organización Marítima de Energía Nuclear

AXA XL se ha incorporado como miembro a la Organización Marítima de Energía Nuclear (**Nemo**). Creada en 2024 y como punto de encuentro entre las industrias marítima y nuclear, esta organización se compromete a promover la integración segura y sostenible de la tecnología nuclear en el sector marítimo.

Vicky Roberts-Mills, Global Head of Energy Transition de AXA XL, ha comentado: “Convertimos en miembros de Nemo nos permitirá aprender de los sectores marítimo y nuclear, al tiempo que aportamos nuestra opinión para ayudar a configurar las normativas y regulaciones para las soluciones de tecnología nuclear flotante”.

Además, AXA XL participó en la Exposición Nuclear Mundial, donde firmó la Declaración de Cooperación para Acelerar las Aplicaciones Nucleares Marítimas.



Divina Seguros actualiza su Plan Estratégico 2025-2028 en su convención anual de corredores

Divina Seguros ha celebrado su convención anual de corredores con los que se han intercambiado experiencias, se han marcado los retos para los próximos años y se han fijado las estrategias para continuar impulsando el canal.

Además, la aseguradora ha presentado las principales novedades tecnológicas como la reciente incorporación de su producto de Autos a TarifAI, el multitarificador inteligente de **MPM Software**, así como las nuevas soluciones de movilidad que se han incluido durante el último año en su portafolio de productos: Auto por Días, Patinetes, Motos y Caravanas y Autocaravanas.

Por otro lado, su presidente, Armando Nieto, ha asistido a la Semana del Seguro de **Inese**, participando en el espacio radiofónico #GranFormato donde ha tratado temas como los objetivos de la aseguradora para los próximos años, la importancia que está cobrando la digitalización en el sector asegurador y la evolución de los ramos de Salud y Decesos. Uno de los temas abordados durante la entrevista ha sido la digitalización y la innovación.



La siniestralidad del seguro agrario creció un 15% en 2025

La siniestralidad registrada por el seguro agrario en 2025 se elevó hasta los 804 millones de euros, un 15% más que en 2024. Se trata de la segunda cifra nominalmente más alta de la serie histórica del seguro agrario en España, solo superada por la excepcional sequía registrada en 2023, pero también es un año con récord de contratación del seguro.

La elevada siniestralidad de 2025 ha estado marcada por constantes fenómenos tormentosos, responsables de daños, principalmente, y de forma muy destacada, por pedrisco, pero también por lluvia persistente o torrencial, inundación y viento en cultivos e instalaciones agrícolas. En total, 530 millones de euros abonados por las tormentas, con más de un millón de hectáreas afectadas, que supera el máximo histórico de 2018, situado en 858.000 hectáreas.

En el conjunto de 2025, gestionó 113.000 siniestros agrícolas, correspon-

dientes a una superficie de 1,46 millones de hectáreas siniestradas, y 103.000 siniestros pecuarios, así como 1,45 millones de servicios de retirada y destrucción de animales muertos en las explotaciones.

En otro orden de cosas, las borrascas de enero y febrero de 2026 podrían suponer daños de hasta 40.000 hectáreas en explotaciones agrícolas. Las declaraciones de siniestro ya recibidas por **Agroseguro** a primeros de febrero suman un total de 22.213 hectáreas agrícolas, una cifra aún provisional, debido al difícil acceso a las

zonas y explotaciones afectadas, y que podría elevarse finalmente hasta cerca de las 40.000 hectáreas, principalmente con daños por lluvia persistente o torrencial, inundación o viento en explotaciones de cítricos, cultivos hortícolas, fresón y frutos rojos u olivar, entre otras.

Respecto a los seguros pecuarios, el seguro agrario también incluye los siniestros derivados de la imposibilidad de acceso de los ganaderos a explotaciones aisladas por las inundaciones.

Es importante recordar que los riesgos asociados a este tren de borrascas (Harry, Ingrid, Joseph, Kristin, Leonardo y Marta) están incluidos dentro de las coberturas disponibles en las pólizas del sistema español de Seguros Agrarios Combinados.

Por ello, la primera estimación económica del alcance del evento se situaría en el entorno de los 35 millones de euros.

Año	2012	2017	2018	2021	2022	2023	2024	2025
Siniestralidad (millones de €)	766,9	734,1	738,3	744,5	791,5	1.235,5	698,4	803,7
Principal riesgo	Sequía	Sequía	Pedrisco	Pedrisco	Helada	Sequía	Sequía	Pedrisco

OpenAI ha aprobado la primera aplicación de seguros integrada nativamente en ChatGPT, desarrollada por la insurtech **Tuio**. Gracias a esta innovación, los usuarios pueden obtener un presupuesto personalizado de seguros de Hogar directamente dentro de ChatGPT, sin comparadores, sin corredores y sin intermediarios. Próximamente, también podrán contratar la póliza sin salir de la conversación.

Tuio, primera app de seguros que permite operar íntegramente en ChatGPT

Se trata de la primera vez que una empresa de seguros digital opera como canal directo de venta dentro de una plataforma de inteligencia artificial conversacional, marcando un hito en la distribución de seguros y abriendo una nueva etapa en la relación entre empresas de seguros y clientes.

Con esta app, “ChatGPT deja de ser un mero canal informativo para convertirse en un nuevo punto de contacto comercial, capaz de comprender la necesidad del usuario, recopilar información relevante mediante una conversación natural y ofrecer un presupuesto real, personalizado y en tiempo real”, afirman desde la insurtech.



Imeureka y Whitespace evalúan soluciones conjuntas para brókeres y agencias de suscripción



Whitespace e **Imeureka** han anunciado el inicio de una alianza estratégica con el objetivo de diseñar, evaluar y desplegar conjuntamente soluciones para

brókeres, aseguradoras y agencias de suscripción (MGA's) en España.

Como primer paso, han iniciado un sandbox bajo contrato de evaluación, que permitirá analizar las posibilidades de integra-

ción técnica entre Whitespace, Imeureka y los principales sistemas PAS (*Policy Administration Systems*) y back-office utilizados en el mercado español.

En otro orden de cosas, Imeureka ha cerrado una operación corporativa mediante la entrada de dos sociedades de inversión en su capital social, que adquieren conjuntamente el 20% de la compañía.

Por otra parte, Imeureka ha anunciado la incorporación de **Furness Insurance Services** como nuevo partner estratégico, para ampliar la gama de soluciones y facilitar a los mediadores el acceso inmediato a mercados internacionales, coberturas especializadas y productos para riesgos complejos.

Por último, señalar que la insurtech ha obtenido la certificación ISO/IEC 27001 de Aenor. Esta certificación identifica, evalúa y mitiga los riesgos relacionados con la seguridad de la información, incluyendo aspectos clave como la ciberseguridad, la gestión de accesos, la continuidad del negocio y la protección frente a incidentes.



Iberian coloca a Guillermo Valencia al frente de su área comercial

La agencia de suscripción **Iberian Insurance Group** ha incorporado a Guillermo Valencia como nuevo Chief Commercial Officer (CCO).

Cuenta con una sólida trayectoria de 18 años en el sector asegurador, desarrollada íntegramente en MGS. Tiene estudios universitarios en Ciencias Empresariales y cuenta con un Máster Executive MBA y un Máster en Dirección Económica-Financiera.



Grupo Mutua Propietarios presenta su estrategia 2026

Alinear una visión, una estrategia y unos objetivos de negocio comunes con una visión puesta en 2040 y el próximo plan estratégico, han sido los principales retos abordados en la Convención anual de **Grupo Mutua**

Propietarios, celebrada junto a sus entidades –Sensedi, OnLygal, OnRed, OnRisk, y Fundación Mutua de Propietarios– con el objetivo de potenciar las sinergias de todo el Grupo.

Durante la convención se compartieron las principales tendencias del mercado, destacando las nuevas formas de uso y acceso a la vivienda, el impacto de la IA, y la evolución de las expectativas del cliente, en un contexto marcado por la creciente complejidad regulatoria y el envejecimiento de la población.

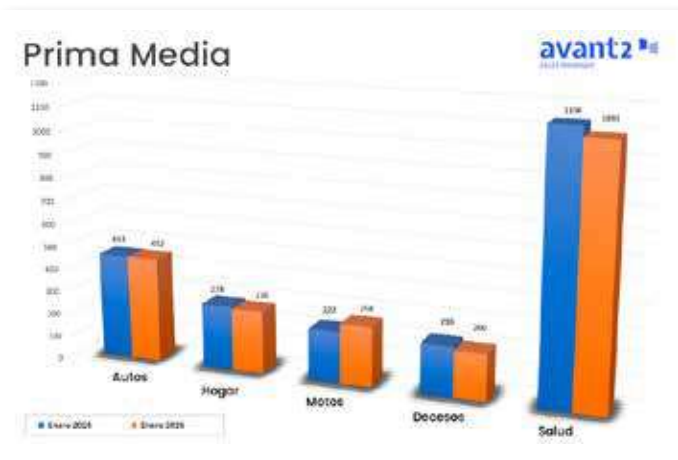
OnLygal, especialista en soluciones legales de protección jurídica, presentó los principales hitos alcanzados en 2025, con un crecimiento en sus ramos *core* y avanzó una estrategia para 2026 centrada en la cercanía al cliente y al canal, la expansión territorial, el desarrollo de sus soluciones legales y la mejora continua de la calidad del servicio.

Por su parte, OnRed y Sensedi compartieron una visión conjunta para 2026 basada en la aplicación de la inteligencia artificial y el uso avanzado de los datos como palancas clave para impulsar la calidad operativa y la experiencia de cliente, a través de procesos más eficientes, una gestión más proactiva y una mayor capacidad de anticipación a las necesidades del mercado.

En el caso de OnRisk, la agencia de suscripción, expuso sus prioridades estratégicas para el próximo ejercicio, enfocadas en la consolidación de su nueva marca, el impulso de su producto de reciclaje como motor de crecimiento y la identificación de nuevos nichos de mercado.



Desciende la prima media **intermensual de Autos**



La prima media interanual de Autos se mantiene, mientras baja en Hogar, Decesos y Salud, según datos del multitarificador Avant2 Sales Manager ([Codeoscopic](#)).

En el ramo de Autos la prima media de nueva producción se mantuvo estable el pasado enero alcanzando 453 euros. Eso supone poca variación respecto al mismo mes del año anterior. Sin embargo, la evolución intermensual ha descendido en enero, casi un 3%, descendiendo por tercer mes consecutivo.

El 2026 ha comenzado con un decremento del 2% en la prima media de los seguros de Hogar de nueva producción respecto al mismo mes de 2005. Por modalidades, la 'Estándar' situó su prima media en 263 euros, lo que representa un decremento del 2% comparado con enero de 2025. Mientras que el descenso de las modalidades 'Hogar Básico' y 'Hogar Premium' alcanzaron el 5%. En la evolución intermensual refleja un descenso del 2%. Situándose la prima media de Hogar por debajo de los 275 euros.

Los seguros de Moto de nueva producción continúan su tendencia alcista, en cuanto a su evolución interanual, alcanzando un crecimiento del 16% en enero de 2026. La modalidad 'Todo riesgo con franquicia' fue la que experimentó el mayor incremento en su prima media, llegando a 646 euros, lo que supone un ascenso del 20%.

La prima media de nueva producción en el ramo de Decesos alcanzó los 200 euros en enero de este año. Lo que representa un decremento del 7% respecto al mismo mes del año pasado, y un incremento del 17% comparado con diciembre de 2025.

En enero de 2026, el ramo de Salud, alcanzó una prima media de nueva producción de 1.092 euros, lo que constituye un descenso interanual de casi un 4%.

En otro orden de cosas, Codeoscopic ha explicado en un webinar cómo agilizar la tarificación y contratación con los seguros de [Segurcaixa Adeslas](#).



Grupo Globartia crea una **nueva agencia de suscripción**

Grupo Globartia ha anunciado el lanzamiento de [Globartia Suscripción de Riesgos](#), su nueva agencia de suscripción, especializada en seguros de movilidad y automoción, con foco estratégico en el nicho del seguro de garantía mecánica.

“Desde el inicio tuvimos claro que queríamos construir algo que cambiara el sector de las garantías mecánicas. Con nuestra capacidad de suscripción, diseñamos, suscribimos y gestionamos de principio a fin el riesgo de garantía mecánica, con criterio técnico y tecnológico propio. Esta agencia es el paso natural para consolidar ese modelo”, afirma Javier Salas, CEO & Founder de Grupo Globartia.



El volumen de negocio de OnLygal en sus productos core **aumenta un 17% a través del canal mediado**

OnLygal ha aprovechado la Semana del Seguro, organizada por Inese, para celebrar su encuentro anual con el canal mediador para compartir la evolución e hitos de 2025, destacando que el volumen de negocio de la aseguradora en sus productos de protección jurídica, a través del canal mediado, experimentó un crecimiento medio del 17%. Además, presentó las líneas y proyectos estratégicos que va a desarrollar en 2026, con una apuesta por los mediadores.

Entre las principales líneas estratégicas previstas para este año, destacan la transformación de los servicios y del equipo comercial, la omnicanalidad y la conectividad, la mejora de la calidad del servicio y la experiencia de cliente, así como el desarrollo de



nuevos productos y servicios.

En otro orden de cosas, la aseguradora ha señalado que el 40% de los propietarios de una segunda vivienda afirma no haberse planteado nunca ponerla en alquiler, mientras que un 27% declara que ha decidido no hacerlo por la creciente inseguridad jurídica percibida ante los riesgos legales asociados a su

gestión, así como a la incertidumbre generada por los continuos cambios normativos.

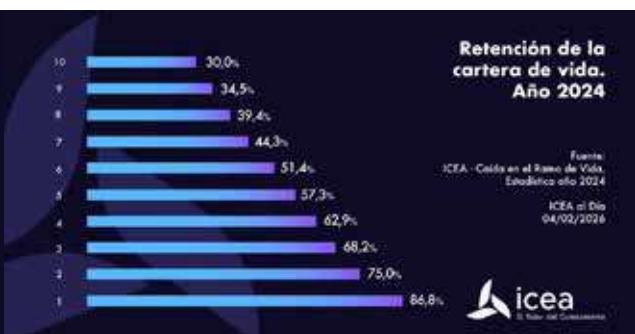
Dicha sensación de inseguridad jurídica sitúa como principales motivos para no alquilar la vivienda: la dificultad para reclamar posibles impagos de renta (52%), preferir conservarla para uso personal o familiar en el futuro (50%), el temor a que sea dañada o mal cuidada (32%), o la percepción de escasa rentabilidad económica (17%). El 63% de las personas consultadas coinciden en afirmar que un buen asesoramiento legal facilita la gestión del alquiler. A su vez, casi el 70% afirma que disponer de apoyo legal les da seguridad y facilita la gestión del alquiler de su vivienda.

Por último, señalar que la aseguradora ha ofrecido recomendaciones legales para los carnavales, antes de elegir atuendo.

La retención media de la cartera de Vida individual a 10 años **se sitúa en el 30% de las pólizas**

En los seguros de Vida individuales, a finales de 2024 se mantuvieron en cartera el 86,7% de las pólizas existentes un año antes, a finales de 2023, según Icea.

Si estimamos el porcentaje de retención sobre las pólizas existentes a finales de los años anteriores, observamos que, al cabo de 10 años, se mantendrían el 30% de las mismas.



Intercaución se une a Asase

La agencia de suscripción **Intercaución**, especializada en el ramo de la Caución, se ha incorporado a la Asociación de Agencias de Suscripción Española (**Asase**).

Intercaución manifiesta su voluntad de participar activamente en la labor de representación de las agencias de suscripción ante el regulador español, la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, así como ante otros organismos públicos y privados, contribuyendo a la construcción de un marco regulatorio sólido, moderno y eficaz para la actividad de las agencias de suscripción en España.



en como las agencias intentan adaptar sus normas de suscripción a partir de siniestros, la evolución del mercado y en los nuevos riesgos emergentes.

En otro orden de cosas, Asase ha publicado un nuevo podcast bajo el título 'Entre el apetito y el límite: la verdad de la suscripción', contando con la participación de Carol Fernandes, responsable de desarrollo de negocio en Exsel y suscriptora especializada en Cyber y Property, quien ofrece una visión práctica sobre cómo se toman las decisiones en una agencia de suscripción.

El episodio también profundiza en el impacto de la tecnología y la IA en la suscripción moderna, así como



Marta Sanz, nueva directora global de Exponential Technologies en Qaracter

La tecnológica **Qaracter** ha anunciado la incorporación de Marta Sanz como directora global de Exponential Technologies, con el objetivo de liderar la evolución de su propuesta tecnológica en el nuevo contexto impulsado por la inteligencia artificial.

Cuenta con más de 16 años de experiencia en transformación tecnológica en servicios financieros. Es Ingeniera de Telecomunicación y Executive MBA por IE Business School, y ha desarrollado su carrera en firmas líderes como EY, Accenture y KPMG, prestando servicios tecnológicos a grandes clientes de banca, lo que le ha permitido conocer de primera mano qué está cambiando con la IA en el sector y, sobre todo, cómo aterrizarlo en el día a día.

fisioestudio

Centro de Terapia Manual Avanzada

FISIOTERAPIA Y OSTEOPATÍA
TERAPIA MIOFASCIAL
FISIOTERAPIA DEPORTIVA
TRAUMATOLOGÍA Y REUMATOLOGÍA
FISIOTERAPIA PRE Y POST PARTO
FISIOTERAPIA INFANTIL
FISIOESTÉTICA
DEPILACIÓN LASER

Los Nogales, 7 (entrada Doctor Vallejo Nágera)
28005 Madrid

Cita previa: **91 576 70 04**
www.fisioestudio.com



Madrid, nuevo centro de colocación de seguros generales a nivel mundial de Willis

Willis ha anunciado la ampliación de sus centros globales de colocación de Seguros Generales (Property & Casualty, P&C) con la incorporación de Dubái y Madrid como nuevas ubicaciones estratégicas.

“Esta expansión amplía la presencia internacional de Willis y permite a los clientes acceder al mercado asegurador global mediante un único interlocutor, apoyado en sólidas capacidades en diseño de productos, colocación, analítica y gestión de siniestros, con el fin de ofrecer soluciones de cobertura innovadoras y altamente competitivas”, indican desde la correduría.

Operando como un único equipo global D&F, esta estructura permite a Willis conectar el riesgo adecuado con el mercado más apropiado mediante el bróker idóneo -ya sea local, mayorista o facultativo- y ofrecer un acceso eficiente y coordinado a más de 400 mercados aseguradores en todo el mundo.

Sus hubs de mercado mayorista ahora abarcan Londres, Madrid, Bermudas, Miami, Singapur, Dubái, Hong Kong y Shanghái, junto con sus centros locales facultativos en todas las regiones del mundo. Madrid refuerza su conexión con Latinoamérica, mientras que Dubái amplía su alcance en la región de Oriente Medio.

En otro orden de cosas, según el último ‘Global Pension Assets Study del Thinking Ahead Institute (TAI)’, promovido por WTW, los activos globales de pensiones alcanzaron un récord de 68,3 billones de dólares en 2025, tras crecer un 9,6% interanual.



Este crecimiento estuvo liderado por el avance de los planes de aportación definida.

El año 2025 mostró una recuperación sostenida en los mercados globales con un fuerte sentimiento inversor y una volatilidad relativamente contenida, que culminó en la creación de 6 billones de dólares en valor de activos de pensiones.

De los siete principales mercados globales de pensiones – EE.UU, Canadá, Japón, Reino Unido, Australia, Países Bajos y Suiza– los planes de aportación definida constituyen el 63% de todos los activos, con Australia y EE.UU. fuertemente inclinados hacia la asignación de activos de esta naturaleza con un 90% y 72%, respectivamente, seguidos de cerca por Canadá con un 44%.

En España, los activos de pensiones alcanzaron en 2025 los 166.000 millones de dólares, lo que representa apenas un 0,2% del total del Top 22 y mantiene al país en la última posición del ranking, como ya ocurrió el año anterior. La proporción sobre el PIB sigue siendo reducida (sobre el 8%), una de las más bajas del grupo, lo que evidencia la fuerte dependencia del sistema público y el escaso desarrollo de los pilares complementarios. Aunque los activos crecieron a un ritmo del 3,9% anual entre 2015 y 2025, la evolución estructural sigue por detrás de la registrada en otros mercados comparables.



Las perspectivas para 2026 probablemente estarán determinadas por decisiones políticas, innovación tecnológica y dinámicas globales cambiantes. El apoyo fiscal y la inversión relacionada con la IA deberían seguir siendo impulsores importantes del crecimiento.

Por otro lado, WTW ha comunicado el lanzamiento de 'Rewards AI', una solución de inteligencia artificial generativa diseñada para ayudar a los equipos de recursos humanos y compensación a analizar datos salariales de forma más eficiente y transformar esa información en decisiones estratégicas.

Dirigida a profesionales de RRHH y compensación, la herramienta incorpora una interfaz conversacional que permite formular preguntas en lenguaje natural y recibir respuestas personalizadas al instante, lo que ayuda a explorar tendencias, comparar niveles salariales, identificar oportunidades y reaccionar con mayor rapidez a los cambios del mercado laboral.

En este sentido, la Encuesta de Gestión del Absentismo 2026, elaborada por WTW, indica que el absentismo se ha convertido en un reto estratégico para las empresas en España. Según más de 7 de cada 10 compañías afirman estar experimentando un aumento de los costes derivados de las ausencias laborales o la incapacidad. El 73% señala un repunte en el absentismo a corto plazo, el 68% en las bajas de larga duración y el 70% afirma estar afrontando dificultades por el aumento de costes asociados al absentismo o la incapacidad.

Entre las principales causas identificadas se encuentran los problemas de salud mental (destacados por el 51% de las empresas), las enfermedades leves (55%) y los trastornos musculoesqueléticos (32%).

El informe muestra que las empresas están rediseñando sus políticas para integrar la gestión del absentismo con otras áreas críticas de RR.HH., como la retribución, los beneficios o el bienestar.

Brokers 88 refuerza su proceso de digitalización

Brokers 88 ha iniciado una nueva etapa en su proceso de digitalización para reforzar la orientación al cliente y elevar la calidad del servicio.

La correduría busca evolucionar su operativa hacia un modelo más integrado, con mayor trazabilidad de los procesos y una coordinación interna más eficiente. La finalidad es doble: por un lado, facilitar el trabajo diario de los equipos; por otro, tras-

ladar esa mejora a la experiencia del cliente en forma de respuestas más ágiles, consistentes y bien informadas.

Para hacer posible este avance, ha seleccionado a **MPM Software** como partner estratégico para la implantación del ERP SegElevia para más de 50 usuarios, junto con las soluciones TarifAI, SEG Cotizador y eClient. El proyecto contempla la puesta en marcha de una plataforma central de gestión integrada con herramientas diseñadas para agilizar los procesos de tarifica-



ción y cotización, así como un portal que facilitará determinadas gestiones y consultas tanto para el cliente como para el profesional de la salud.

Reforzando la labor de las corredurías

Espabrok se ha mostrado orgullosa de todos los servicios que aportan a las corredurías asociadas porque las ayuda en su labor como empresas. Así lo ha declarado su presidente, Domingo Elena, en una presentación ante la prensa sectorial. De esta forma, se establece como una alternativa “válida” en un contexto de concentración del sector.

En la actualidad, Espabrok está compuesta por 135 corredurías (las 11 últimas incorporaciones fueron en 2025), con más de 200 oficinas, y tienen presencia en 17 comunidades autónomas y 44 provincias. En 2024, según datos de la DEC, las corredurías de Espabrok facturaron más de 451,5 millones de euros. El 89,4% fue en No Vida (42% en Motor, 24% en Empresas y 34% en el resto).

Elena señaló que la organización se establece como una alternativa “válida” en un contexto de concentración del sector, apostando por un modelo que respeta la singularidad del corredor y refuerza las sinergias. Asimismo, resaltó el “compromiso” de las asociadas con la implementación de todos los servicios que ofrece Espabrok. De hecho, la asociación puntúa el compromiso de sus asociados en los diferentes servicios y si no llegan a un nivel óptimo de utilización de los recursos, les ayudan a mejorarlo.

En este sentido, se valoró el NPS que han dado las asociadas a Espabrok: el 79,64% (otorgaron una valoración de 9 y 10), a lo que hay que sumar un 14,40% (que dieron una valoración de 7 y 8). Eso significa que más del 94% de sus asociados recomendaría la asociación a otros corredores.

Entre los servicios que aportan, están: capacidad de suscripción; productos exclusivos (ya hay 22); acuerdos con aseguradoras líderes; herramientas tecnológicas; herramientas de comunicación; networking; formación; campañas de animación; acuerdos exclusivos con proveedores, como las insurtech, que les ayuda a ver otra forma de trabajar; Mujeres Espabrok, Espabrok Talent; Espabrok Inversiones, que en su primer



año ya la están utilizando 50 asociados y se han realizado casi 360 operaciones; imagen de marca; eventos en todas las provincias en las que están presentes; equipo de soporte a la red, compuesto por 12 personas, que han tenido una valoración del 9,08 por su servicio a los asociados; apoyo en el cumplimiento de las normativas legales; y la correduría mayorista, que ya intermedia 6,6 millones de euros y cuenta con 60 aseguradoras en su portfolio.

Luis López Visús, director general de la asociación, comentó que “Espabrok es un negocio de personas, donde los asociados se sienten más empresarios que corredurías de seguros, que comparten buenas prácticas y experiencias de éxito”. “Creemos que estamos en la primera división de oferta de servicios”, que, en 2026, se va a ir ampliando.

Este año, el objetivo de la asociación es seguir creciendo “con calidad”, en la línea de los ejercicios anteriores (entre 10 y 15 corredurías más cada año). Uno de los requisitos que piden es que tenga relevo generacional.

Este año, el objetivo de la asociación es seguir creciendo “con calidad”, en la línea de los ejercicios anteriores (entre 10 y 15 corredurías más cada año). Uno de los requisitos que piden es que tenga relevo generacional.



Al final del acto, Espabrok aprovechó la ocasión para hacer un reconocimiento a Elena Benito, periodista de Inese, por el relevante papel que ha desarrollado en el reconocimiento de la labor de la mediación, que en unos meses se jubilará.

En otro orden de cosas, la asociación ha lanzado una nueva herramienta destinada a conectar a los candidatos con las empresas de su red, promoviendo oportu-

nidades laborales. Se trata de una 'Bolsa de Trabajo', integrada dentro de la iniciativa Espabrok Talent.

Por último, señalar que la asociación ha reunido en una jornada de trabajo a 10 corredurías de su red, representadas por las nuevas generaciones que han tomado el relevo generacional. Este primer encuentro dentro del marco de la segunda edición forma parte de un calendario de acciones

con los nuevos titulares de las corredurías, para conocer a fondo sus necesidades, debatir sobre el mercado y las exigencias de los clientes en un entorno cambiante.

El aprovechamiento de la tecnología para ser más eficientes, la omnicanalidad, el cliente híbrido, la gestión del talento en los equipos y la oferta integral de productos fueron algunos de los temas a debate de los que salieron iniciativas como el *Mentoring*.

Jhasa ha crecido en 2025 un 60% frente al año anterior en primas intermediadas, alcanzando los 130 millones de euros. En términos de ingresos, la correduría logró los 10 millones de euros consolidando sus principales áreas de negocio y reforzando su estructura con la creación de nuevas *specialties*, entre las que destacan Salud, Vida y Accidentes, Flotas y Transportes.

Jhasa intermedió un 60% más de primas en 2025

Asimismo, ha creado un área específica de Administración Pública para reforzar su presencia en este segmento y ampliar su capacidad para participar en procesos de contratación pública y licitaciones.

De cara a 2026, Jhasa prevé superar los 160 millones de euros en primas intermediadas, manteniendo su posicionamiento en el segmento de la mediana y gran empresa, con especial foco en riesgos complejos, tanto a nivel nacional como internacional.

En otro orden de cosas, la correduría ha señalado que el seguro de Caución continuará ganando relevancia en España en 2026, impulsado por la demanda de garantías contractuales, el dinamismo del sector energético y la necesidad de las empresas de optimizar su capacidad financiera. Según datos de Icea, el ramo de Caución cerró 2024 con un crecimiento de entre el 16% y el 17% en volumen de primas. En 2025, la tendencia positiva se mantuvo, si bien con un avance más moderado estimado entre el 8% y el 10%, e impulsado por un uso creciente del producto, que entre 2018 y 2023 aumentó un 51% en España.

Como otro de los beneficios se suma la agilidad del proceso, ya que la emisión del seguro suele ser más rápida, digital y alineada con el análisis técnico del riesgo de la operación. Las aseguradoras han desarrollado sistemas de firma digital y procesos de suscripción más eficientes, lo que reduce los tiempos de obtención de garantías.





Brokalia ha recibido el Premio Gema 2026 en la categoría de Corredurías de Internet durante el acto de clausura de la Semana del Seguro, organizado por **Inese**.

Brokalia, Premio Gema 2026 como mejor correduría de Internet

El premio fue entregado a Alejandro Marín y a Natalia Marín por Alberto Ocarranza, presidente de **Fecor**. Estos premios reconocen, desde 2004, la excelencia en la gestión empresarial de las corredurías españolas, valorando criterios objetivos como crecimiento, rentabilidad, eficiencia y liquidez.

“El galardón posiciona a Brokalia como referente nacional en mediación digital especializada en comunidades de propietarios”, señalan desde la correduría.

En otro orden de cosas, Brokalia ha participado en las XXXIII Jornadas Andaluzas de Administradores de Fincas a finales de febrero. Bajo el lema ‘Administración de Fincas: una visión empresarial’, organizado por el Consejo Andaluz de Colegios de Administradores de Fincas (**Cafincas**) fue un punto de encuentro para el sector en el sur de España.

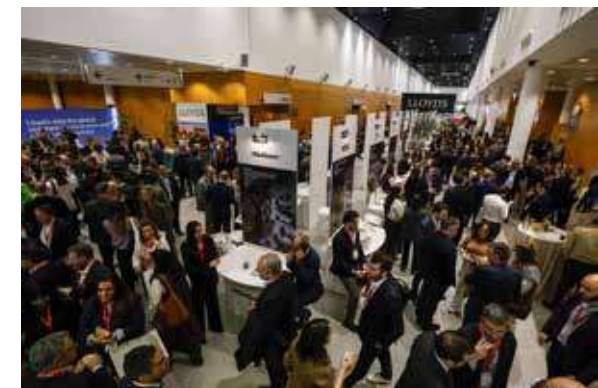
Entre otras cosas, se desarrolló una mesa redonda titulada ‘Lo que debes saber como AF y empresario’, en la que participó Alejandro Marín, CEO de la correduría, aportando su visión estratégica junto a otros expertos del ámbito jurídico, académico y profesional.

RibéSalat presenta sus soluciones de riesgos especializados

RibéSalat ha estado presente en la última edición de la Semana del Seguro, organizada por **Inese**, participando en el Punto de Encuentro Lloyd's, un foro especializados en riesgos complejos y soluciones aseguradoras de alto valor añadido.

Durante el evento, la compañía ha dado a conocer las soluciones aseguradoras que desarrolla en ámbitos como las energías renovables (*onshore* y *offshore*), energías convencionales, ciberriesgo, construcción, *property*, catástrofes naturales y riesgos vinculados al terrorismo, entre otros. En este contexto, también ha puesto en valor su experiencia en la gestión y colocación de riesgos complejos en los mercados aseguradores y reaseguradores y ha atendido a clientes y profesionales del sector.

RibéSalat forma parte del reducido grupo de corredurías españolas acreditadas como Lloyd's broker, una distinción que ostentan únicamente diez firmas en el país y que refuerza su capacidad para ofrecer soluciones aseguradoras a medida en riesgos complejos y de alcance internacional.





Adecose pide que mejore la **protección de los clientes de seguros vinculados a créditos al consumo**

Adecose ha presentado observaciones al Anteproyecto de Ley de

Contratos al Crédito al consumo dentro del plazo de participación pública establecido para ello. Sus observaciones se han centrado en que se incremente la información y la protección de los consumidores cuando contratan seguros vinculados y combinados al contrato de crédito.

Respecto de las ventas vinculadas, Adecose ha insistido en que se cierre la puerta a prácticas contrarias a la libre competencia de modo que queden prohibidas aquellas que, sin implicar el cobro formal de una comisión o gasto, produzcan el efecto de dificultar, retrasar injustificadamente o desincentivar de facto la aceptación por parte del prestamista de pólizas alternativas propuestas por el consumidor.

Asimismo, en las ventas vinculadas se solicita que se garantice de forma expresa que el consumidor pueda cambiar de proveedor de seguros en las renovaciones anuales sin que ello afecte a las condiciones del crédito y que se remita una comunicación obligatoria de la entidad prestamista al consumidor con antelación mínima de dos meses a la fecha prevista de renovación de la póliza, informándole de manera expresa de la posibilidad de suscribirla sin costes ni penalizaciones o pérdidas de beneficios de ningún tipo. Adecose también ha solicitado que estas medidas de protección del consumidor establecidas relativas al derecho de

información y la libertad de elección de proveedor de seguros se extiendan a los seguros combinados.

En otro orden de cosas, una delegación de la asociación compuesta por Julio de Santos, vicepresidente y responsable del área internacional europea y Borja López-Chicheri, director gerente, participó en la reunión semestral que Bipar (Federación Europea de Intermediarios de Seguros), en donde tuvieron la oportunidad, entre otras cosas, de conocer en mayor profundidad las características del mercado asegurador austriaco.

Asimismo, se subrayó el importante papel que juegan los mediadores de seguros en la lucha contra la delincuencia financiera al incorporar clientes, identificar señales de alerta y reportar actividades sospechosas. También trasladó cómo el nuevo marco AML de la UE traerá normas más armonizadas, una convergencia supervisora más sólida y un mejor intercambio de información. Otras intervenciones del encuentro tuvieron como eje el papel de los mediadores a la hora de encontrar soluciones en relación con la brecha de protección climática.

Por otro lado, la asociación ha comunicado que ha enviado a las aseguradoras que han participado en el Barómetro 2025 un informe detallado que contiene los resultados de la última edición. De ellos se puede obtener información específica e identificar las oportunidades de mejora en los diferentes servicios que ofrecen a las corredurías asociadas a Adecose.

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

Aemes se alía con Unikoi para promover la formación de la alta dirección mediadora

Asociación Empresarial de Mediadores de Seguros (**Aemes**) ha cerrado un acuerdo estratégico con **Unikoi**, Universidad Corporativa del Seguro (promovida por Community of Insurance y Unikemia) para facilitar el acceso a la formación de alta dirección.

Jorge Benítez, presidente de Aemes, destaca que “no lanzamos cursos sueltos, sino un itinerario directivo. Queremos que los asociados tengan las mismas herramientas de gestión financiera, ciberseguridad y estrategia digital que las grandes

consultoras, pero adaptadas a la realidad de la pyme mediadora”. Entre otros temas, se forma sobre: Rentabilidad (Finanzas para no financieros ¿dónde pierde dinero mi correduría?); Tranquilidad (Ciberseguridad y cumplimiento normativo real) y Crecimien-



to (Nuevos modelos de venta híbrida y liderazgo de equipos).

Esta formación se ofrece a los asociados con una bonificación que fija el precio del programa en 185 euros, eliminando las barreras de entrada a la profesionalización.

Intermundial celebra la II edición del networking Interinnova 2026

Intermundial ha celebrado la II edición de Interinnova, su evento de networking para corredores de seguros y aseguradoras, en el marco de la Semana del Seguro 2026 organizada por **Inese**, concebido para intercambiar experiencias, generar sinergias y abrir nuevas oportunidades de colaboración.



En esta edición, el debate se centró en que en el seguro de Viaje, además de la cobertura, resulta determinante la capacidad de anticipación y el acompañamiento

al cliente cuando aparece un imprevisto.

Manuel López, CEO de Intermundial y Grupo Atlantigo, reconoció el papel del corredor como socio estratégico. Precisamente, se celebró la mesa redonda centrada en el acompañamiento al corredor y al viajero antes, durante y después del viaje. En ella, se abordó el papel de Intermundial como socio del canal corredor, con capacidad para diseñar soluciones adaptadas a colectivos y necesidades específicas, facilitar la integración en los procesos de venta y postventa y activar servicios diferenciales ante incidencias.

En el marco de la jornada, Luis López Visús, director general de **Espabrok**, señaló que “el seguro de Viaje está evolucionando hacia un modelo más orientado al servicio. La diferencia está en la respuesta cuando surge el imprevisto”.



Sabseg sitúa a Jesús Rodríguez al frente de Mercados

Sabseg ha nombrado a Jesús Rodríguez nuevo director de Mercados del grupo, una posición desde la que liderará la relación con las aseguradoras y la estrategia de acuerdos del grupo.

Desde esta nueva posición, será responsable de canalizar, coordinar y potenciar las relaciones con las aseguradoras, con un impacto directo en la capacidad de Sabseg para ofrecer soluciones competitivas y especializadas a sus clientes.

Con más de tres décadas de experiencia en el sector asegurador, fue hasta 2023 socio y director de Carantia, firma que se integró en Sabseg ese mismo año.

Por otro lado, la correduría ha nombrado a Pedro de Torres director regional de Galicia. El plan de desarrollo en la comunidad contempla, además del crecimiento orgánico con la apertura de oficinas propias y la ampliación del equipo humano, la incorporación de corredurías locales que compartan los valores y visión de largo plazo de Sabseg. De Torres aporta más de 20 años de trayectoria profesional, y se incorpora a Sabseg tras desempeñar el cargo de director comercial de la zona Norte en Aon.

Por otra parte, la correduría da un nuevo paso en su estrategia de crecimiento y especialización en la Península Ibérica con

la incorporación de Op de Beeck & Worth, especialista en el segmento de clientes expatriados y grandes patrimonios, con sede en Marbella y fuerte presencia en la Costa del Sol.

En la actualidad, Sabseg presta servicio a más de 350.000 clientes en España, Portugal e Italia, gestiona más de 800 millones de euros en primas intermediadas y cuenta con más de 800 profesionales y más de 60 oficinas.

En otro orden de cosas, Arrenta Sabseg advierte que los contratos de alquiler covid podrían prorrogarse automáticamente hasta tres años. El problema es que la mitad de los propietarios desconoce cómo debe de hacerlo, poniendo en peligro la actualización de las rentas en hasta un 40%, según el análisis de esta correduría.

Para ayudar a dichos propietarios y seguir impulsando la Cultura del Alquiler, Arrenta Sabseg ha articulado un Protocolo de Vencimiento del Contrato de Alquiler Co-



vid, que ha presentado en su espacio formativo 'Campus' en colaboración con García Pi Abogados..

Los propietarios desconoce que la gestión del vencimiento del contrato debe de seguir unas exigencias para evitar que se prorroguen tres años, según destaca la directora general de Arrenta Sabseg, Mercedes Robles. "El contrato debe de finalizarse para actualizar

el precio del arrendamiento al mercado, incluso con el mismo inquilino", insiste. Para ello, debe notificar la finalización y no prórroga del contrato de alquiler con al menos 4 meses de antelación. Si lo hace fuera de tiempo, el contrato de alquiler se prorrogará, anualmente, hasta un máximo de tres años, con idénticas condiciones de renta y resto de normas.

Hay dos excepciones. En primer lugar, por acreditar vulnerabilidad que permite un año de prórroga. En segundo, por encontrarnos en zonas declaradas tensionadas que permite una prórroga de hasta 3 años. El propietario únicamente podría recuperar la vivienda si la necesita para uso propio o de familiares de primer grado y siempre que se haya recogido en el contrato.



Suevia da a conocer su proyecto empresarial

Suevia Auditores y Asesores de Riesgos y Seguros ha presentado su proyecto empresarial, posicionándose como empresa especializada en evaluación y gestión de riesgos industriales.

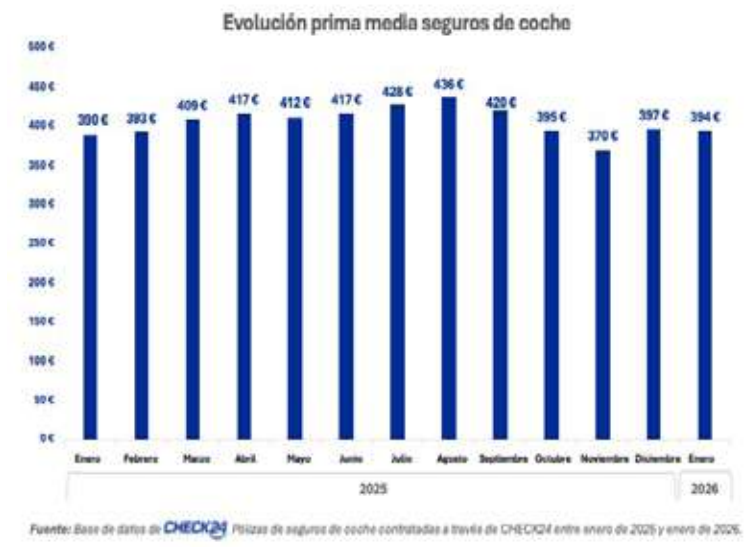


La presentación tuvo lugar cuando se celebra el segundo aniversario de la integración de Sueiro Correduría de Seguros, S.L. y S-4 Soluciones Aseguradoras,

S.L. En este tiempo, “Suevia se ha convertido en la correduría de referencia en la gestión de riesgos y seguros para empresas de Galicia, con el objetivo de ampliar su plan de expansión peninsular y siempre bajo el lema ‘orgullosamente diferentes’”, señalan desde la compañía.

Suevia cuenta con oficina en Madrid desde el año 2014 y ha ido creciendo de forma orgánica exponencialmente.

El comparador de precios **Check24** ha indicado que la evolución de la prima media de seguros de coche en el primer mes de 2026, se mantiene estable y se sitúa en los 394 euros en el primer mes de 2026, lo que supone un descenso de 3 euros con respecto a diciembre.



La prima media de Auto desciende ligeramente hasta los 394 euros

De esta manera, la prima media encadena cuatro meses consecutivos por debajo de la barrera de los 400 euros. En términos interanuales, el precio medio en enero de 2026 fue un 1% más alta que el de enero de 2025, cuando la prima media se situó en los 390 euros.

Por otro lado, en el ‘Mapa del seguro de coche en España’ que ofrece una radiografía por comunidad autónoma con datos sobre precios, modalidades de contratación y preferencias de los conductores, indica que Extremadura fue la CC.AA. con la prima media más barata en 2025 (335 euros, prácticamente 70 euros por debajo de la media nacional, que se situó en 403 euros). Por detrás se sitúan Aragón (352 euros) y Canarias (359 euros).

Por su parte, Madrid es la CC.AA. con la prima media más cara (436 euros en 2025, 30 euros más que la media nacional). La siguen Asturias (432 euros) y País Vasco (430 euros).

Por último, señalar que Check24 ha realizado en febrero una segunda ola de su campaña ‘El Checkazo’, regalando 50 euros a los usuarios que compraron y contrataron online su seguro de coche.



Los colegiados madrileños se **forman en gestión del riesgo ciber**

El **Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid** y la insurtech **Stoik** organizan una sesión formativa para dotar a los mediadores de herramientas prácticas frente a las amenazas digitales.



La jornada, que se desarrolló a primeros de marzo, se estructuró como una guía práctica de liderazgo, comenzando con una radiografía de la ciberdelincuencia en España y el análisis del ‘Top 3’ de amenazas. El objetivo es que el mediador sea capaz de interpretar informes de riesgo y acercar soluciones de seguridad activa a sus clientes.

En otro orden de cosas, el Colegio de Madrid ya ha abierto la matriculación de una nueva edición de su Curso Superior de RC y Seguros, que se impartirá del 8 de abril al 1 de junio.

Por otro lado, en la entrega de diplomas del Curso Superior de Seguros (Nivel 1) del Colegio de Madrid, Mariluz Tejeda, directora general del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros de España, desgranó los retos de una figura que calificó como “absolutamente esencial” para la estabilidad social. Incidió en que la mediación moderna ha superado el viejo rol comercial para consolidarse como un asesoramiento integral de riesgos basado en la ética y el conocimiento jurídico.

Tejeda recordó el papel crucial de los mediadores ante catástrofes recientes, donde la cercanía y la preparación técnica de los mediadores de seguros han sido determinantes para la recuperación de miles de familias. Asimismo, fue contundente al defender la deontología profesional como la única barrera frente a

las prácticas de venta agresiva, reivindicando la libertad de competencia y el valor del mediador colegiado como garante de los derechos del consumidor frente a posiciones dominantes de otros canales.

Por último, señalar que el Colegio de Madrid y la **Fundación Maldita.es** han suscrito un acuerdo de colaboración estratégico para combatir la desinformación y fomentar la alfabetización mediática.

Esta alianza permitirá incorporar el conocimiento técnico de los mediadores de seguros madrileños a la comunidad de expertos verificados de Maldita.es, conocida como ‘Superpoderes’. A través de este programa, los colegiados podrán colaborar voluntariamente aportando sus conocimientos para desmentir bulos y desinformaciones relacionadas con el sector.

El acuerdo, que tendrá una duración inicial de un año prorrogable, no conlleva contraprestación económica y busca dotar a la ciudadanía de herramientas para evitar el engaño. Además, contempla la realización de actividades conjuntas de formación y divulgación para promover la información contrastada.

Fundación Maldita.es cuenta con una red colaborativa de más de 3.000 personas expertas verificadas en ámbitos como la ciencia, la medicina, la ingeniería o el sector asegurador. Estos expertos se convierten en fuentes de información fiable, ayudando al equipo periodístico de Maldita.es a contrastar datos complejos y a combatir la desinformación. Este modelo sitúa a la ciudadanía en el centro de la defensa del conocimiento verificado y contribuye a fortalecer la lucha frente a narrativas desinformadoras.



PuntoSeguro conmemora su 25º aniversario con una facturación de más de 2 millones

PuntoSeguro celebra 25 años de actividad como correduría especializada en seguros de Vida Riesgo, tras cerrar el ejercicio 2025 con una facturación de 2.050.000 euros, lo que supone un crecimiento del 18,52%, respecto a 2024.



Durante el último año, la correduría ha intermediado 4,5 millones de euros en primas y supera ya las 16.000 pólizas de Vida riesgo en cartera.

La actividad de PuntoSeguro ha sido respaldada por el sector a través del Certificado Nacional de Calidad otorgado por Icea, que la correduría ha obtenido de forma continuada durante los últimos tres años, así como por el Premio Gema a la Mejor Correduría por Internet en 2023, reconocimiento a su trayectoria y liderazgo en el canal digital.

Mutuarisk presenta su modelo de colaboración para corredurías

Mutuarisk ha presentado en la Semana del Seguro de Inese, su nuevo modelo de colaboración e incorporación de corredurías, diseñado para acompañar al mediador en un entorno cada vez más competitivo, regulado y digital.



Propone una fórmula de acompañamiento integral que permite al corredor mantener el foco en su cartera y en la relación con sus clientes. El modelo ofrece una estructura de soporte administrativo, legal, técnico y operativo; mayor capacidad de negociación con aseguradoras; soluciones para riesgos complejos; herramientas de digitalización y automatización específicamente orientadas a la mediación; y planes y herramientas de comunicación con sus clientes (campañas, contenidos y seguimiento) para reforzar la fidelización y el valor percibido.

La propuesta está orientada principalmente a cuatro perfiles de corredurías y profesionales: corredores próximos a la jubilación que buscan una salida ordenada; a corredurías en fase de expansión que necesitan estructura y acompañamiento; a profesionales que gestionan riesgos complejos y requieren mayor capacidad técnica y de colocación; y a aquellos que desean escalar su negocio sin perder la titularidad de su cartera ni la cercanía con sus clientes.



Advans presenta su nueva imagen corporativa en su 40º aniversario

Advans ha celebrado su 40 aniversario en la Convención Advans 2026. Durante el evento, entre otras cosas, la correduría ha presentado su nueva imagen corporativa y ha compartido con el sector su evolución y hoja de ruta futura, marcada por la innovación, la tecnología y la experiencia de cliente.

La historia de Advans es la historia de un crecimiento colectivo. Lo que comenzó con 300 pólizas y la colaboración con 3 aseguradoras, hoy se traduce en más de 15.000 pólizas anuales de nueva producción, acuerdos con 52 compañías y una red formada por más de 165 profesionales del sector.

Durante la jornada tuvo lugar además una mesa redonda de Mediavanz en la que se abordaron los grandes retos del sector, con especial foco en la transformación digital de las corredurías, el impulso a la formación continua y el papel estratégico de las asociaciones en el futuro del mercado asegurador, generando un espacio de reflexión y debate sobre tecnología, talento y evolución del modelo de negocio.



Además, durante la convención se presentó Advans X, el nuevo eje estratégico que articula la evolución de la compañía y refuerza su propuesta de valor para clientes, colaboradores y equipo interno. Este marco estratégico impulsa una nueva forma de trabajar basada en la excelencia operativa, la innovación tecnológica y la mejora continua de la experiencia.

En este contexto, se dieron a conocer dos proyectos clave. El primero, una nueva app para colaboradores, que automatiza procesos y simplifica la gestión; y el segundo proyecto fue LAIA, el nuevo asistente virtual de Advans, concebido para transfor-

mar la experiencia del asegurado y agilizar la gestión operativa en los tramites de siniestros. Gracias a esta solución, los clientes pueden resolver dudas de forma inmediata y, especialmente, comunicar un siniestro 24/7 mediante una breve llamada, de manera rápida, sencilla y sin esperas. El sistema integra la información en tiempo real, optimizando los tiempos de respuesta y garantizando un servicio y seguimiento del siniestro más eficiente.

La convención también tuvo un carácter solidario, al reafirmar su compromiso social a través de su colaboración con la asociación Down Caminar Ciudad Real.



El Colegio de A Coruña acoge una **jornada para fomentar el bienestar**

El **Colegio de Mediadores de Seguros de A Coruña** ha acogido la Jornada de Salud y Solidaridad con **DKV**, un encuentro diseñado para fomentar hábitos saludables, bienestar integral y colaboración con causas solidarias.



Durante la jornada, los asistentes participaron en sesiones formativas sobre nutrición, bienestar físico y salud emocional. José Manuel Cruz, socio y director Sanitario del Espacio de Salud DKV A Coruña, presentó los servicios y prestaciones del centro, diseñados para cuidar de manera integral la salud de clientes y sus familias. Además, los asistentes pudieron participar en la recogida de alimentos para Cáritas.

En otro orden de cosas, el Colegio de A Coruña ha celebrado sendas jornadas formativas. Una en el Colegio Cervantes de esa ciudad, destinada al alumnado del Ciclo Medio de Gestión Administrativa, y la otra en el CPR Plurilingüe La Grande Obra de Atocha, dirigida a estudiantes del Ciclo Medio de Formación Profesional de Gestión Administrativa, para promover la profesión aseguradora y facilitar la incorporación de jóvenes al sector con la formación adecuada.

Durante la sesión, se trataron temas como el papel del mediador como asesor independiente, la normativa de formación obligatoria inicial y continua, y las oportunidades laborales que busca incorporar profesionales con preparación específica.

El Colegio ha firmado con ambas instituciones sendos convenios de colaboración que facilita a sus alumnos el acceso a la Formación Inicial de Nivel 1 del Colegio en condiciones preferentes, la realización de prácticas profesionales y la participación en el Vivero de Candidatos, programa de inserción laboral del Colegio. El convenio contempla también la posibilidad de que los alumnos puedan integrarse en el Colegio como colegiados no ejercientes, accediendo a formación continua y a los recursos profesionales.



Confluence Group **integra a Segurnuba**

Confluence Group ha incorporado a **Segurnuba**, correduría onubense liderada por Ángel Durán y Francisco José Quintero, consolidada en el mercado local por su trato directo y su especialización tanto en seguros para particulares como para empresas.

Para Segurnuba esta nueva etapa les permitirá mantener su identidad y cercanía con el cliente, al tiempo que se apoyan en la estructura, tecnología y capacidad operativa de Confluence para seguir creciendo con una mayor solidez.



Senda Vivir Seguros constituye su nuevo Comité de Dirección con Pablo Vizoso al frente

Senda Vivir Seguros ha completado el proceso de constitución de su nuevo Comité de Dirección, un hito relevante dentro del plan estratégico definido para esta nueva etapa bajo la dirección del consejero delegado de la asociación, Pablo Vizoso.

Este nuevo modelo de gobierno se articula en seis grandes áreas interconectadas, concebidas para reforzar la solidez económica de Senda, estrechar la relación con los socios, desarrollar una oferta de producto competitiva, impulsar la formación, mejorar la transparencia y consolidar el posicionamiento de marca.

La composición del Comité de Dirección queda estructurada así: Pablo Vizoso, consejero delegado; Paco Hoya, Área Económica y responsable de la negociación de protocolos y de la relación con las aseguradoras; Manuel Noya, tesorería y contabilidad, en coordinación con el Área Económica; Ibone Lizaso y Pablo Lariño, Área de Relación con el Socio, orientados a reforzar la comunicación, la escucha activa y el acompañamiento a las corredurías asociadas; Manuel Fernández, Área de Formación, enfocado al fortalecimiento profesional y al desarrollo continuo de los socios; Martín Rojo, Área de Comunicación, Transparencia y Marca, con el objetivo de reforzar la claridad informativa, la coherencia del mensaje y el posicionamiento institucional de Senda; David

Joares, Área de Tecnología, responsable de impulsar la digitalización, los sistemas comunes y el soporte tecnológico de la asociación; Juan Ramón Galván, Área de Productos, dando apoyo al Área Económica en el desarrollo y optimización de la oferta; y Nuria Santos, coordinadora corporativa, encargada de la gestión, soporte y coordinación interna, para dar servicio al socio, operativa y seguimiento de los proyectos de la AIE.

El Comité de Dirección trabajará mediante equipos específicos por proyectos, integrando perfiles de distintas áreas. Este modelo permitirá una ejecución más eficiente del plan estratégico y una mayor implicación de los socios en los desarrollos clave de la asociación.

En otro orden de cosas, la correduría **García Ochoa | Senda Vivir Seguros** ha abierto oficialmente las puertas de la ampliación de sus oficinas. Mientras su sede central sigue siendo el corazón de su actividad aseguradora, las nuevas instalaciones anejas albergan ahora de forma específica los departamentos de Asesoría Financiera y Consultoría Energética.



Pablo Vizoso
Consejero Delegado



Paco Hoya
Área Económica



Manuel Noya
Tesorería y Contabilidad



Nuria Santos
Coordinadora Corporativa



Ibone Lizaso
Área de Relación con el Socio



Pablo Lariño
Área de Relación con el Socio



Juan Ramón Galván
Área de Productos



Manuel Fernández
Área de Formación



Martín Rojo
Área de Comunicación,
Transparencia y Marca



David Joares
Área de Tecnología



Emilio Mariscal, nuevo director de Operaciones Ágora Broker



Ágora Broker ha anunciado el nombramiento de Emilio Mariscal como nuevo director de Operaciones (COO) en un momento de crecimiento y apuesta por la digitalización.

Mariscal se incorporó a la correduría en 2014, desde entonces, ha trabajado impulsando la conexión entre las distintas sedes para que todas las oficinas pudieran operar de forma coordinada, favoreciendo

la adopción de herramientas y entornos de trabajo comunes y colaborando en el análisis de los datos de negocio como apoyo a la toma de decisiones y a la mejora progresiva de los procesos. Asi-

mismo, ha participado en la implantación de herramientas tecnológicas, su despliegue dentro de la organización y la adaptación de los equipos a los nuevos sistemas de trabajo. Durante este periodo ha formado parte de los distintos procesos de integración desarrollados por Ágora, que ya suma 12 corredurías integradas, adquiriendo una visión global del negocio.

Desde su nueva posición, coordinará y supervisará las áreas de Administración, Siniestros, Técnica e IA. La combinación del conocimiento de los equipos con el uso de automatización e inteligencia artificial, permitirá seguir mejorando la coordinación, los procesos internos y la forma de trabajar conjunta.

En otro orden de cosas, Ágora Broker ha integrado a la correduría **Hermanos de Santiago**, una operación que se ha hecho efectiva el 1 de febrero y que refuerza la presencia del grupo en Valladolid.

Quality Brokers nombra a Rafael Rodríguez nuevo responsable comercial

Quality Brokers ha reforzado su estructura comercial con la incorporación de Rafael Rodríguez como nuevo responsable comercial, en una apuesta estratégica por el crecimiento sostenible y la profesionalización del área comercial.

Rodríguez cuenta con una trayectoria consolidada en dirección y liderazgo de equipos comerciales y de atención al cliente. A lo largo de su carrera ha gestionado estructuras de *call center* y *telemarketing*, coordinado equipos numerosos, definiendo planes de incentivos y objetivos comerciales, y desarrollado campañas de captación y fidelización basadas en el análisis y seguimiento de KPIs.





MDS refuerza sus áreas estratégicas de Previsión Social, Marítimo y Caución

El Grupo MDS continúa fortaleciendo su operación en España con la incorporación de nuevos profesionales en áreas clave como Previsión Social, Marítimo y Caución, en línea con su estrategia de crecimiento sostenido, especialización y consolidación de capacidades en el mercado ibérico.



En este contexto, José Antonio Heredia se incorpora como director de Previsión Social y Manuel Lezama como director de Marítimo, dos nombramientos estratégicos que refuerzan el posicionamiento de MDS en estas líneas de negocio.

A estas incorporaciones se suman Santiago Mufarech, como ejecutivo de cuenta de la Unidad Marítimo, y Carlota Alba, como ejecutiva de cuenta de la Unidad Caución, con el objetivo de reforzar la capacidad operativa, el servicio al cliente y el acompañamiento a empresas en un entorno cada vez más complejo.

Con una sólida trayectoria en el sector asegurador y de *employee benefits*, José Antonio Heredia asume la Dirección de

Previsión Social de MDS en España con el objetivo de impulsar el desarrollo de esta área estratégica. Ha desarrollado su carrera profesional en compañías y grupos de referencia como Howden Employee Benefits, March RS (Grupo Banca March), Asisa y Adeslas, entre otros. Desde su nueva posición, lidera el crecimiento del área de Previsión Social de MDS, reforzando la propuesta de valor para empresas y organizaciones que buscan soluciones personalizadas y adaptadas a los cambios regulatorios y sociales.

Por su parte, Manuel Lezama se incorpora como director de Marítimo, departamento al que aportará una amplia experiencia en seguros marítimos y de aviación,

tanto a nivel nacional como internacional. Ha desarrollado su carrera en compañías como Generali Global Corporate & Commercial, y ha sido cofundador y director ejecutivo de Lebasoaz, además de ejercer como ejecutivo de cuentas en ATL Broker. Desde su nueva posición en MDS, reforzará la especialización técnica y ampliará la capacidad de MDS para dar respuesta a proyectos complejos con alcance internacional.

Además, la llegada de Santiago Mufarech y Carlota Alba permite reforzar las áreas de Marítimo y Caución desde un enfoque operativo y de servicio, apoyando el crecimiento del negocio y asegurando una atención cercana y especializada a los clientes.



Centerbrok crea un asistente de IA para dar soporte a sus mediadores

Centerbrok ha lanzado su propio asistente de inteligencia artificial especializado en mediación: 'GPT.CB', entrenado con conocimiento sectorial, procesos reales y documentación propia.

La integración de ChatGPT es un paso más en su estrategia de aceleración digital e innovación en el sector seguros: "No se trata de una herramienta genérica, sino de un asistente práctico, accesible y alineado con la realidad diaria de la mediación", detalla Rafael Carrasco, CEO de Centerbrok.

La herramienta se integra como un agente inteligente, entrenado con conocimiento específico de distintos ramos, y pensado para acompañar al mediador en su operativa diaria. Desde el análisis técnico de pólizas y redacción de documentos, hasta el apoyo comercial para impulsar las ventas, la gestión de siniestros y la mejora en la experiencia de cliente, mediante explicaciones claras, una comunicación que prioriza la empatía y agilidad en los tiempos de respuesta.

Por otro lado, la asociación continúa avanzando en su estrategia de crecimiento y consolidación territorial con la incorporación a su red de nuevas corredurías: **Nordis Servicios Integrales** (Logroño), **Pedro Flores** (Xinzo de Limia, Orense); **Esther Noya Asesor** (Ribadumia, Pontevedra); **CS Navarra Cosena** (Pamplona); **Jesús Fernández Noriega** (Olmedo, Valladolid); **Óptima Previsión** (Madrid), **Mi Seguro Milagro** (Tudela, Navarra).

Dentro de este proceso, destaca especialmente la incorporación de **Óptima Mayores**, una correduría altamente especializada en productos financieros dirigidos a personas mayores y procesos de prejubilación, y considerada uno de los referentes nacionales en este ámbito.



Auxfise creció un 14,5% en 2025

Auxfise ha celebrado su convención anual, en donde presentó los resultados de 2025, un año especialmente significativo para la correduría, al coincidir con la celebración de su 25º aniversario, y en el que se superaron los objetivos fijados, logrando alcanzar un crecimiento del 14,54% respecto al año anterior.

En el marco de la convención, también se dieron a conocer los objetivos estratégicos para 2026 y 2027, así como el plan de negocio, centrado en seguir impulsando la profesionalización del equipo, la formación continua y la excelencia en el servicio al cliente.





Ruiz Re prevé alcanzar los 100 millones de negocio intermediado en 2026

Ruiz Re ha celebrado su VIII Convención Nacional en donde se analizaron los resultados del último ejercicio, se compartió la visión de futuro y se reforzó el posicionamiento del grupo dentro del sector asegurador. Juan David Ruiz, CEO de la correduría, dijo que se prevé alcanzar en 2026 un volumen de negocio intermediado superior a los 100 millones de euros, adelantando en un año los objetivos fijados en el anterior plan de negocio, y apoyado en una cartera de clientes ampliamente diversificada que refuerza la solidez y sostenibilidad del modelo.

La jornada contó con las ponencias de las distintas áreas clave del negocio —Dirección Comercial, Empresas, Personales, Ahorro e Inversión e Innovación— donde se compartieron resultados, oportunidades

de desarrollo y nuevas herramientas destinadas a mejorar el servicio y la eficiencia operativa en toda la red.

José Luis Calderón, consultor estratégico en Seguros, Pensiones y Gestión

de Activos, experto en planificación financiera, aportó una visión clarificadora sobre el futuro de las pensiones y activos financieros.

Durante el bloque de Responsabilidad Social Corporativa de la jornada, Ruiz Re entregó un cheque solidario a la **Asociación Damnificados Horta Sud** vinculada a los afectados por la dana.

El premio AYA al mejor empleado recayó sobre Irene Ruzafa (Departamento Comercial, oficina Central), el Premio AYA a la mejor Mediadora PRO fue para María Teresa González (Granada) y el premio AYA al mejor empleado de aseguradora fue para Paula Pino de Arag.

En otro orden de cosas, Ruiz Re ha comprado la correduría **Segusán**, especializada en Decesos en España, y con importante implantación en Andalucía Oriental.

Newcorred celebra su 10º aniversario

Newcorred celebra este año su décimo aniversario.

Fundada en 2016, nació con el objetivo de acompañar a los nuevos corredores y corredurías en sus primeros pasos profesionales, ofreciéndoles asesoramiento, ayuda, formación y servicios globales desde el inicio de su actividad.

Diez años después, cuenta con 445 miembros, y ofrece numerosos servicios como el CAC o Centro de Apertura de Claves, desde donde gestionan para todos ellos una media de 600 aperturas de claves con aseguradoras cada año. Actualmente, la asociación mantiene acuerdos de colaboración con más de cincuenta aseguradoras.





Cojebro ha celebrado sus elecciones generales en la que se presentaron José Ángel Benito, CEO de Gexbrok, y Antonio Muñoz-Olaya, CEO de Grupo TAT. El resultado de las urnas ha validado el proyecto actual, otorgando a Muñoz-Olaya la confianza necesaria para profundizar en los planes de crecimiento y sostenibilidad de la organización empresarial.

Antonio Muñoz-Olaya, reelegido presidente de Cojebro

El equipo directivo mantiene su estructura vertebral, compuesto por: Antonio Muñoz-Olaya (Grupo TAT), como presidente; Luis Mena (Mena Asesores), como vicepresidente; Ana Muñoz (Ponce & Mugar), como secretaria general; Diego Bacigalupe (Aspuru), como tesorero; y como vocales, Javier González Gerpe (SDMM Correduría de Seguros), Jordi Ferrer (Ferrer & Ojeda), Julio de Santos (Alkora), Mariona Santasusana (Assegurances Santasusana), Piluca Gómez (Molyma) y Vicente Pino (Ágora Broker).

El presidente electo ha aprovechado para agradecer la labor de los miembros salientes de la junta anterior, destacando que su compromiso ha sido fundamental para llegar a la solidez de Cojebro.

Tras su reelección como presidente, ha mostrado su satisfacción y subrayado su voluntad de representar a todo el colectivo: “En un mercado tan competitivo y en constante cambio, nuestra prioridad será garantizar la viabilidad y la dimensión de nuestros negocios. Nuestro empeño colectivo se centrará en transformar los desafíos actuales en oportunidades estratégicas, actuando con una visión unificada que asegure el éxito y la rentabilidad de todas nuestras corredurías”.

En otro orden de cosas, la asociación continúa su crecimiento empresarial selectivo con la incorporación de **Quality Brokers** y **Picazo de Nova** como nuevos socios.



CSA Associats celebra su primera asamblea de 2026

CSA Associats ha celebrado su primera asamblea del año en las instalaciones de **Allianz** en Barcelona, en un

encuentro que ha reunido a representantes de la asociación con el equipo del Canal de Corredores y Asociaciones de la aseguradora.



Durante la jornada se abordaron de manera conjunta las principales problemáticas que afectan al sector de la mediación, con el objetivo de identificar soluciones que permitan mejorar la operativa, reforzar el servicio al cliente y seguir impulsando el desarrollo profesional de los corredores.

El encuentro permitió también mantener reuniones específicas con el equipo de siniestros y con los responsables de zona a nivel comercial, quienes trasladaron las principales líneas estratégicas para afrontar el ejercicio 2026.



Colmedse imparte formación sobre ciberseguridad

El Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla (**Colmedse**) ha celebrado una nueva edición de 'C1B3R5E6UR0S', unas jornadas formativas centradas en ciberseguridad, ciberseguros y tendencias tecnológicas en formato híbrido y multiponencias.

Rafael Cabello, presidente de Colmedse, destaca que “queremos que el mediador tenga una visión clara, práctica y actualizada de amenazas, coberturas y responsabilidades para asesorar con más criterio”. Se abordaron, entre otros temas, casos reales de ciberdelincuencia, la situación actual de ciberamenazas y la importancia del intercambio de información, tipologías delictivas y fraude informático, así como el análisis de brechas de datos y su impacto en la responsabilidad y coberturas, además de un bloque sobre IA aplicada al seguro.

En otro orden de cosas, Colmedse ha celebrado una jornada de acercamiento profesional en la que participaron alumnos del Grado Superior de Administración y Finanzas (especialidad Seguros) del IES Gustavo Adolfo Bécquer, mediadores colegiados y parte del equipo de la territorial de **Zurich**. La sesión conectó a los futuros profesionales del sector con la realidad del día a día de la mediación, fomentando el conocimiento del canal y el valor del asesoramiento experto.

Por último, señalar que Colmedse y **Clínicas Nuba** han suscrito un acuerdo de patrocinio por el que Nuba se incorpora como entidad patrocinadora del colegio, reforzando así la colaboración entre el ámbito asistencial y el ecosistema profesional de la mediación de seguros.



II-Broker (Incorporate Insurance Broker) ha anunciado la adquisición de la correduría de seguros **Pascual Burruezo**, de Jumilla (Murcia).

II Broker adquiere la correduría Pascual Burruezo

Para Darío Fernández-Blanco, director general de IIBroker, “con esta adquisición consolidamos nuestra presencia en Murcia y, junto a nuestras oficinas de Alcantarilla y de Librilla, nos posicionamos como una de las grandes corredurías de la región con una facturación prevista para 2026 superior a los 7 millones de euros en primas intermediadas dentro de la comunidad autónoma”.

Pascual Burruezo se mantiene como director al frente de la correduría de la oficina de Jumilla junto con la totalidad del actual equipo.

Asimismo, II Broker ha adquirido la cartera de Julio Aranzubia, de Nájera (La Rioja), incorporando un negocio referente en la zona, con una sólida trayectoria profesional.





Howden ha anunciado el nombramiento de María Ruíz de Salazar como directora de Sector Público, una promoción clave que se integra dentro del área de Howden CAP, la unidad especializada en soluciones complejas y de alto valor para clientes corporativos e institucionales.



Howden nombra a María Ruíz de Salazar como **directora de Sector Público**

Con casi 25 años de experiencia en el sector asegurador y más concretamente en la gestión integral de programas de seguros para empresas públicas y organismos de la Administración General del Estado, posee un alto nivel de especialización en la estructura, regulación y necesidades operativas del Sector Público en España.

Las tormentas convectivas severas, **el riesgo asegurado más costoso en el siglo XXI**

Aon ha publicado su informe anual 'Climate and Catastrophe Insight Report', que revela que las tormentas convectivas severas (SCS) se han convertido en el riesgo asegurado más costoso del siglo XXI.

El informe muestra cómo eventos cada vez más frecuentes y de gran volumen están redefiniendo los patrones de pérdidas globales y subraya la importancia crítica de fortalecer tanto la resiliencia física como la financiera para ayudar a las organizaciones a gestionar la volatilidad y la asegurabilidad.

Las pérdidas económicas globales derivadas de desastres naturales alcanzaron los 260.000 millones de dólares en 2025, la cifra más baja desde 2015, mientras que las pérdidas aseguradas se mantuvieron elevadas, con 127.000 millones de dólares, marcando el sexto año consecutivo en que los pagos del seguro superan la barrera de los 100.000 millones. Esta divergencia refleja cómo eventos frecuentes y de alta severidad, continúan generando importantes pérdidas aseguradas.

Greg Case, presidente y CEO de Aon, afirma que “la industria aseguradora está en una posición única para actuar como socio estratégico ante estos retos, aportando niveles récord de capital para ayudar a los clientes a responder a riesgos meteorológicos y desarrollar soluciones diversificadas de transferencia alternativa de riesgo que fortalezcan la resiliencia frente a un clima cambiante”.

En España y Portugal, 2025 ha sido un año benigno en riesgos climatológicos, con pérdidas aseguradas por debajo de la media de los años precedentes: algunos eventos de inundación o tormentas convectivas, pero de severidad baja. Por otro lado, la sequía y los incendios forestales causaron pérdidas económicas de cerca de 1.800 millones, pero sin impactar de forma relevante a la industria aseguradora.





El Colegio de Castellón celebra su **encuentro anual de 2026**

El **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón** ha organizado su tradicional jornada de convivencia con las entidades colaboradoras que respaldan su actividad institucional, en la que se analizaron las dinámicas actuales del mercado asegurador, haciendo especial hincapié en la evolución constante de las tendencias y los desafíos operativos que la mediación deberá afrontar a lo largo del presente año.

En el transcurso del debate, el presidente del Colegio, Fernando Solsona, incidió en que este foro busca fortalecer los vínculos de unión para encontrar soluciones conjuntas ante las necesidades del sector.

Uno de los pilares fundamentales de la reunión fue la presentación de un plan formativo integral y estructurado para 2026, enfocado en proporcionar a los mediadores herramientas clave para la innovación tecnológica y la retención del cliente, fomentando la excelencia en el servicio y la detección de nuevas oportunidades de negocio.

En otro orden de cosas, el Colegio sigue apostando por la formación. Ha celebrado la jornada técnica especializada en Responsabilidad Civil Profesional Sanitaria, junto con **Assicuratrice Milanese**, que se centró en el análisis exhaustivo de las soluciones aseguradoras para el colectivo sanitario. Los asistentes pudieron profundizar en las particularidades de las pólizas dirigidas a médicos y personal sanitario, así como conocer en detalle el nuevo producto de Responsabilidad Civil diseñado específicamente para Centros Sanitarios.

Asimismo, celebró un taller formativo impartido en colaboración con **Fiatc**, centrado en el producto de Decesos y Asistencia Familiar, en el que se profundizó en las coberturas de un ramo en constante crecimiento y se dotó a los mediadores de nuevas herramientas comerciales.



Unipoliza alcanza las **2.000 reseñas en Google**

La correduría **Unipoliza** ha superado las 2.000 reseñas en Google, manteniendo además una destacada valoración media de 4,6 estrellas.

El volumen de opiniones y la calificación obtenida reflejan el grado de satisfacción de los asegurados, que valoran especialmente la atención personalizada, la agilidad en la gestión de siniestros y la claridad en el asesoramiento.



E2K confirma que la DGSFP está solicitando a los corredores la actualización de sus datos

Ante la reciente oleada de comunicaciones recibidas por los corredores de seguros, E2K ha confirmado oficialmente que la DGSFP está contactando con los profesionales del sector para solicitar la actualización de sus datos en el registro público.

Esta circunstancia ha generado desconfianza entre los corredores, porque las comunicaciones no provienen de un dominio oficial de la Administración. Para dar seguridad al sector, Pura Rubio, responsable de Apoyo Legal de E2K, ha contactado directamente con el responsable de media-

ción de la DGSFP, quien ha ratificado la veracidad de esta campaña.

A pesar de la validez de estas llamadas y correos, E2K recuerda que la actualización de los datos debe realizarse siempre a través de los canales oficiales, específicamente mediante el procedimiento telemático de la web

de la DGSFP conocido como TEL 35.

En otro orden de cosas, la asociación ha comunicado que han superado las 3.200 certificaciones formativas en 2025, a través de su programa de formación.



Coseba lanza una nueva app para que los clientes gestionen sus seguros

Coseba 1986 ha presentado la nueva versión de su anterior app web para clientes, 'Cosebapp', ahora adaptada a formato móvil y con la que podrán acceder de forma fácil, rápida y segura a toda la información y gestiones relacionadas con sus pólizas, desde cualquier lugar y en cualquier momento.



Esta App permite al usuario disponer en el móvil de su “carpeta de seguros” para consultar todas sus pólizas en un único lugar, revisar coberturas y documentación de forma digital, estar al día de recibos y renovaciones, además de solicitar asistencia y tramitar siniestros con mayor agilidad. Esta evolución al entorno móvil incorpora mejoras de usabilidad y accesibilidad para facilitar la gestión diaria del cliente, todo ello con la tranquilidad de contar con el apoyo de su corredor.

Como novedad diferencial, 'Cosebapp' incorpora OWI, el Orientador Web Inteligente de Coseba, un asistente integrado que guía al usuario dentro de la aplicación para resolver de forma inmediata dudas frecuentes —por ejemplo, sobre pólizas y coberturas, teléfonos de asistencia o el estado de un siniestro— y facilitar los primeros pasos de cada gestión.



El **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia** ha celebrado

una jornada formativa en la que se han abordado tres áreas clave para la actividad profesional del sector: la protección de datos, el uso responsable de la inteligencia artificial y las obligaciones en materia de canales de denuncia.

El Colegio de Valencia **forma en protección de datos, IA y ciberseguridad**

En ella se presentaron las novedades normativas en materia de protección de datos y la obligatoriedad de implantar canales de denuncia internos, los riesgos emergentes y las aplicaciones prácticas de la inteligencia artificial en su gestión diaria.

Se dijo que muchos mediadores desconocen que la normativa les afecta directamente, independientemente de su tamaño. No se trata solo de cumplir, sino de proteger a nuestros clientes y a sí mismo en los protocolos de seguridad necesarios y las consecuencias de su incumplimiento.

También se alertó sobre los peligros del código embebido en documentos PDF, aparentemente inofensivo que puede contener código malicioso que comprometa toda nuestra información. Se ofrecieron ideas prácticas sobre el uso de la inteligencia artificial en el trabajo del mediador. Una herramienta que ayuda a analizar pólizas, detectar patrones, preparar argumentarios comerciales o anticipar objeciones de clientes.

Marsh Risk amplía la capacidad de su solución **para el desarrollo de proyectos de centros de datos**

Marsh Risk ha anunciado la ampliación de capacidad de Nimbus, su solución de seguros para la construcción de centros de datos a gran escala. Para poder proporcionar ahora límites de hasta 2.700 millones de dólares – incluyendo coberturas por retraso en el inicio de operaciones e interrupción de negocio– para importantes proyectos de construcción de centros de datos en Europa, el Reino Unido, Estados Unidos, Canadá, Australia y Nueva Zelanda.

Además de ofrecer una amplia capacidad a través de un panel de aseguradoras con calificación A, el equipo Global Digital Infrastructure de Marsh aporta una sólida experiencia sectorial que abarca construcción, ciberseguridad y operación. Esto permite a los clientes proteger su capital, gestionar activos críticos y crecer con mayor seguridad y eficiencia.

Santiago Manglano, Managing Director, Líder de Construcción, Marsh Risk comenta: “España continúa consolidándose como uno de los países con mayor inversión en Centros de Datos en Europa, de hecho, en 2024, la inversión en proyectos para la construcción de centros de datos se incrementó exponencialmente en nuestro país”.





Aunna Broker alcanza los 4 millones de cartera

La correduría mayorista de **Aunna Asociación**, Aunna Broker, ha superado en 2025 los 4 millones de euros en primas intermediadas. Su negocio está enfocado al negocio de empresas y facilita a los socios el acceso a servicios de colocación de riesgos singulares, complejos o de difícil acceso, así como acceso a aseguradoras o agencias de suscripción con la que el socio no tenga código o línea de negocio abierta.

En un marco de mercado duro, sigue en aumento el número de socios que utilizan satisfactoriamente este servicio de la asociación, con una media de 1.700 operaciones al año, con más de un 85% de colocación, y un crecimiento neto en primas del 12 % en 2025.

También se han desarrollado desde Aunna Broker acciones de divulgación y formativas para que los socios dispongan de herramientas y recursos en productos en crecimiento, como Cyber, Contingencias y D&O.

En otro orden de cosas, Aunna Asociación ha incorporado dos nuevas corredurías a lo largo del primer mes de 2026: **F. Cirera Correduría de Seguros** y **Asigest Segur**, ambas con sede en Terrassa (Barcelona).

Por último, señalar que la asociación ha impulsado en 2025 su propuesta formativa mediante nuevos acuerdos con diversas escuelas y proveedores especializados, impulsando más de 300 propuestas formativas. Además, ha desarrollado más de 30 acciones formativas especializadas.

Asimismo, el año pasado comenzó la segunda promoción del Programa de Relevo Generacional, que se extenderá hasta 2026, para que los participantes conozcan en profundidad todas las áreas de una correduría y sean capaces de elaborar un plan de negocio anual para su propia organización.



BMS celebra un Encuentro de Suscriptores de Caución

El Encuentro de Suscriptores de Caución de **BMS** destacó la solidez y crecimiento del ramo de Caución en España, posicionándose como pieza clave para el desarrollo económico, al facilitar el acceso a contratos públicos y privados, infraestructuras, energía y proyectos estratégicos, con un volumen anual de primas que supera ampliamente los 250 millones de euros.

BMS Group apostó por la línea de Caución en España hace algunos años, con la integración de brokers especializados como Viafina y Rasher, lo que le ha permitido consolidarse como el broker Top 1 de Caución en España con un volumen de primas intermediado de más de 70 millones de euros y una cuota de mercado superior al 25%, además de contar con una posición muy relevante en Latinoamérica.



Apromes prepara su primer informe de sostenibilidad para impulsar la integración de criterios ASG en sus corredurías

Apromes ha iniciado la elaboración de su informe de sostenibilidad de la mano de la consultora especializada **GreenClouders**, en el marco de un acuerdo estratégico que permitirá a sus asociados acceder a servicios de consultoría de sostenibilidad.



La labor de GreenClouders se centra en ayudar a las organizaciones a comprender, medir y comunicar sus impactos, riesgos y oportunidades, apoyándolas en la elaboración de informes de sostenibilidad, huella de carbono, análisis de materialidad y evaluaciones ESG que fortalecen la confianza de sus grupos de interés.

El acuerdo facilita a los asociados de Apromes el acceso a un acompañamiento especializado para la elaboración de sus propios informes de sostenibilidad, adaptados a su realidad empresarial, contribuyendo así al cumplimiento de las nuevas exigencias normativas y al fortalecimiento de su posicionamiento ante clientes, entidades y grupos de interés.

Grupo Concentra aclara que no se planea su venta a corto plazo

Grupo Concentra mantiene su compromiso con el crecimiento sostenible, apoyado en el *cross selling* entre áreas y países, el crecimiento inorgánico y la ejecución de sus prioridades estratégicas para 2026 y aclaran que no se plantea su venta a corto plazo.

El Comité de Dirección, liderado por Javier López-Linares, presidente ejecutivo y fundador, e integrado por Emilio de Navasqués, CFO, e Inés Montenegro, CTO, y con Carlos Gómez Pascual al frente de la

gestión ejecutiva como managing director del grupo, junto con los principales accionistas de la compañía, reafirman su visión compartida y unidad total para impulsar el desarrollo del grupo asegurador.

Grupo Concentra, con una facturación superior a 40 millones de euros y más de 300 profesionales en España y Portugal, se posiciona como una de las principales corredurías independientes, enfocada en potenciar sinergias y oportunidades de negocio.

En relación con la información aparecida en un medio de comunicación, la compañía aclara que en la actualidad no existe ningún proceso de venta en marcha ni se



plantea a corto plazo. Grupo Concentra continúa ejecutando el plan definido para esta fase, con distintos proyectos en marcha en las áreas de marca, operación y desarrollo del negocio, manteniendo su foco en el crecimiento y en el desarrollo de su proyecto, conforme a las líneas estratégicas reafirmadas en su reunión anual de dirección.



El compromiso ético, eje central del XVI aniversario de Aprocose

Aprocose celebrará su XVI aniversario el próximo jueves 12 de marzo en Forinvest. El acto central será la conferencia 'El compromiso ético: transformar la sociedad desde la empresa', impartida por José Félix Lozano, catedrático de Filosofía Moral de la Universitat Politècnica de València (UPV) y reconocido experto en ética empresarial y responsabilidad social.

Tras la ponencia, se procederá a la entrega de los Premios Aprocose, que reconocen la excelencia en tres categorías: Excelencia Profesional, Excelencia Empresarial

y Excelencia en el Compromiso Social.

Martín Julián Rojo, presidente de Aprocose, ha querido destacar la relevancia de esta edición: "este año, hemos querido



poner el foco en el compromiso ético, un pilar fundamental para la credibilidad y el futuro del sector asegurador. La presencia del profesor José Félix Lozano y la entrega de nuestros Premios a la Excelencia son el reflejo de nuestra firme convicción de que la ética profesional y el compromiso social son los motores que deben impulsar la transformación positiva de nuestra sociedad desde la empresa".

Seguros Nogal cierra 2025 con crecimiento de clientes y cartera

Correduría Seguros Nogal ha consolidado su proyecto empresarial tras un ejercicio marcado por el incremento de clientes y el crecimiento sostenido de su cartera.

La correduría apuesta por un entorno profesional estable, en el que la compensación y el reconocimiento del desempeño se alinean con los objetivos estratégicos de la compañía y con la evolución del negocio, situando el desarrollo de las personas como uno de los pilares del crecimiento sostenible.

Este enfoque se complementa con la incorporación progresiva de soluciones tecnológicas orientadas a reforzar el trabajo de los equipos, como la

implementación de un agente virtual de apoyo al área de atención al cliente. Esta herramienta permitirá resolver dudas sencillas y gestiones recurrentes, liberando tiempo de los profesionales para que puedan centrarse en una atención más personalizada y de mayor valor añadido para el cliente.

Este enfoque interno tiene un reflejo directo en la experiencia del cliente, especialmente a través de los equipos de postventa, fundamentales en el acompañamiento continuado a los asegurados. Gracias a esta apuesta por la calidad del servicio y la atención cercana, Correduría Seguros Nogal se sitúa entre las corredurías mejor valoradas del sector, con más de 5.000 reseñas en Google y una puntuación media de 4,7 sobre 5.





ACS-CV reúne a sus asociados en su jornada mercantil anual

Los corredores de la Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (**ACS-CV**) se han reunido en la jornada anual mercantil liderada por su director, Aurelio Gil, para analizar la evolución de los Protocolos con aseguradoras ante los datos de cierre del ejercicio.

Gil detalló conceptos y variables a tener en cuenta por parte de las corredurías y analizó la evolución de las DEC'S de las corredurías, que experimentaron un notable crecimiento. También se revisó el cierre de ventas y los distintos parámetros en los protocolos de la asociación, quedando reflejado los buenos resultados.

Además, se analizó el desglose por ramos de seguro y qué aseguradoras destacan por producto y se destacaron los

puntos fuertes a mantener y las acciones a acometer para mejor futuro, manteniendo la independencia de corredores.

Por otra parte, la asociación ha celebrado una nueva edición de la jornada formativa 'Conquista con tus palabras', impartida por la periodista y formadora Susana Ollero. Un taller, que ofreció herramientas prácticas para potenciar la capacidad de expresión en público, construir mensajes persuasivos y proyectar una ima-



gen personal sólida y segura. La metodología combinó dinámicas participativas, ejercicios de comunicación verbal y no verbal, y sesiones centradas en la creación de una marca personal diferenciadora.



Actibrok prolonga su colaboración con Aesfas

Actibrok ha renovado un año más su acuerdo de colaboración con la Asociación Española de Funcionarios y Amigos Senior (**Aesfas**) para 2026, para facilitar a los miembros de la asociación el acceso a soluciones aseguradoras adaptadas a sus necesidades, manteniendo las condiciones preferentes establecidas en la colaboración.

“La renovación de este acuerdo nos permite seguir acompañando a los socios de Aesfas con un asesoramiento cercano y adaptado a sus necesidades, dentro de una colaboración que se mantiene en el tiempo”, señala Carmelo Francés, CEO de Actibrok



Albroksa patrocinará al piloto de karting Rubén Muñoz en el campeonato de España

Albroksa ha anunciado el patrocinio oficial con Rubén Muñoz Cruz, uno de los talentos más precoces del motor cacereño para la presente temporada.

Con tan solo 16 años, Muñoz afronta un reto de máxima exigencia: disputar su primer campeonato completo. El calendario del Campeonato de España de Karting (CEK) contará con cuatro citas decisivas entre marzo y septiembre, arrancando en Campillos y visitando trazados de primer nivel como MotorLand Aragón y Chiva, para cerrar la temporada en el Aspar Circuit.

Albroksa se convierte en uno de sus patrocinadores principales, acompañando al piloto en este salto cualitativo y reforzando su proyección deportiva en un entorno de alta competición.



Kalibo celebra la IV Andada Canina y Familiar de Zaragoza

Kalibo Correduría de Seguros, en colaboración con el Ayuntamiento de Zaragoza, ha anunciado la celebración de la IV edición de la Andada Canina y Familiar Kalibo 5K, que tendrá lugar el próximo domingo 10 de mayo de 2026 en el Parque del Agua. Esta edición incorporará novedades como el concurso para elegir al perro que será la imagen oficial del evento.

Uno de los pilares fundamentales de la Andada Canina y Familiar Kalibo 5K es su carácter solidario. La totalidad de la recaudación obtenida en la edición de 2025 —5.478 euros— se destinó a financiar sesiones semanales de terapias e intervenciones asistidas con perros para el alumnado del Colegio Público de Educación Especial Jean Piaget de Zaragoza.

Gracias a esta aportación se han desarrollado programas terapéuticos orientados a mejorar habilidades motoras, cognitivas, emocionales y sociales del alumnado con necesidades educativas especiales.



RibéSalat patrocina a Nicolás Vives y Oriol Camps en el rally solidario UniRaid 2026

RibéSalat respaldó la participación de los jóvenes Nicolás Vives y Oriol Camps en el UniRaid 2026, un rally solidario de ocho días por el interior de Marruecos que se celebró entre el 7 y 14 de febrero.

UniRaid es una iniciativa que combina aventura, orientación y trabajo en equipo con un objetivo social: la entrega directa de material escolar, ropa y productos de primera necesidad en comunidades rurales del sur de Marruecos, así como el apoyo a escuelas y asociaciones locales y la visibilidad de zonas menos conocidas del país.

El itinerario comienza en Tánger, cruza el Atlas, donde se realizan las entregas, y continúa hacia el sur hasta las dunas del Erg Chebbi, antes de concluir en Marrakech.

Cada grupo compite con su propio automóvil y transporta la ayuda durante el recorrido, integrando la acción solidaria en el desarrollo de la prueba. En esta edición,



Nicolás Vives y Oriol Camps -dos jóvenes de 18 años, residentes en Barcelona y estudiantes del Doble Grado en Derecho y ADE en Esade- cuentan con experiencia previa en proyectos solidarios.

El Colegio de A Coruña y DKV Seguros entregan una donación solidaria a Cáritas

El **Colegio de Mediadores de Seguros de A Coruña**, junto a **DKV Seguros**, a través de los Espacios de Salud DKV, ha realizado una donación en especie destinada a los economatos de Cáritas Interparroquial de A Coruña.



Los productos de alimentación e higiene recogidos se destinan a las personas que acuden a los tres economatos de la ciudad, garantizando el acceso a artículos esenciales según su situación familiar.

Durante el acto, Colegio y DKV destacaron la importancia de colaborar en iniciativas solidarias que aporten recursos y apoyo a las personas en situación de vulnerabilidad, fomentando la implicación de empresas y entidades en proyectos de carácter social.

Además de ofrecer productos de primera necesidad, los economatos de Cáritas proporcionan acompañamiento personalizado, favoreciendo la inclusión social y mejorando la situación vital de quienes acuden a ellos.



Gobernar con lo que viene

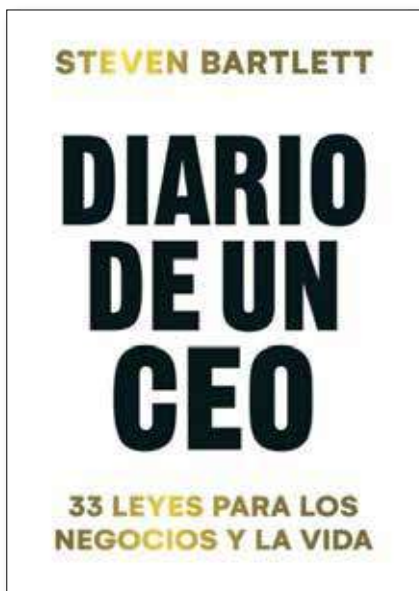
Tecnología y liderazgo estratégico para CEOs y consejeros

Millán Berzosa

Editorial: LID

Precio: 22,75 € libro
impreso

Este libro es una hoja de ruta para quienes ocupan puestos de máxima responsabilidad y deben liderar con criterio y tomar decisiones estratégicas en un entorno dominado por la inteligencia artificial, los superchips, la datificación y los riesgos emergentes. Su autor presenta cinco ejes que actúan como palancas de transformación y ofrece una obra de referencia para ejercer una gobernanza sólida y un liderazgo basado en visión y cultura, donde comprender qué tecnologías importan de verdad, anticipar los riesgos con criterio, diseñar decisiones con visión de futuro y ampliar el impacto desde el propósito y las alianzas.



Diario de un CEO

33 leyes para los negocios y la vida

Steven Bartlett

Editorial: Books4pocket

Precio: 11,35 € libro
impreso

En estas páginas encontrarás una serie de leyes que son resistentes al paso del tiempo y que te enseñarán el camino a seguir para poder triunfar, no solo en los negocios sino en cualquier ámbito de tu vida.

Basándose en su propia experiencia como emprendedor, en la psicología, en la ciencia del comportamiento y en cientos de conversaciones que el autor ha tenido con muchas de las personalidades más influyentes del mundo, las 33 leyes que aquí se enumeran se transformarán en una fuente de inspiración para que puedas conseguir todo aquello que te propongas y lograr el éxito y la grandeza que estás buscando.



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

síguenos en redes sociales para
enterarte de nuestras novedades

www.fundaciontengohogar.org

@tengohogar

**¡Tú también
puedes
colaborar!**



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 → **GANA 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 mas 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 mas edad para que se beneficien de las TIC. Para ello han creado el proyecto "Empleo 2.0". Con él se pretende potenciar el emprendimiento autónomo y la mejora competitiva de los autónomos mayores de 55 años a través del uso de las redes sociales.

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